

Webinar: gvSIG aplicado al geomarketing

Manuel Madrid
Product and Testing Manager
gvSIG Association
mmadrid@gvsig.com

MundoGEO

1. Introducción al geomarketing

2. Técnicas de análisis geoespacial disponibles en gvSIG de utilidad en geomarketing

3. Caso práctico

1. Introducción al geomarketing

- Geografía + marketing
- Utilizar técnicas de análisis geoespacial en los estudios de mercado
- Introducción de la componente espacial en el marketing
- Se aplica a cualquier producto o servicio
 - No solo en el ámbito de los negocios!!
 - También es de gran utilidad para la administración

1. Introducción al geomarketing

- Algunos de los problemas que resuelve el geomarketing:
 - Cuál es la ubicación idónea para abrir un determinado negocio
 - Qué tipo de negocio funcionaría mejor en una determinada zona
 - Cómo puedo mejorar la cobertura de mi red de puntos de venta
 - Etc.

1. Introducción al geomarketing

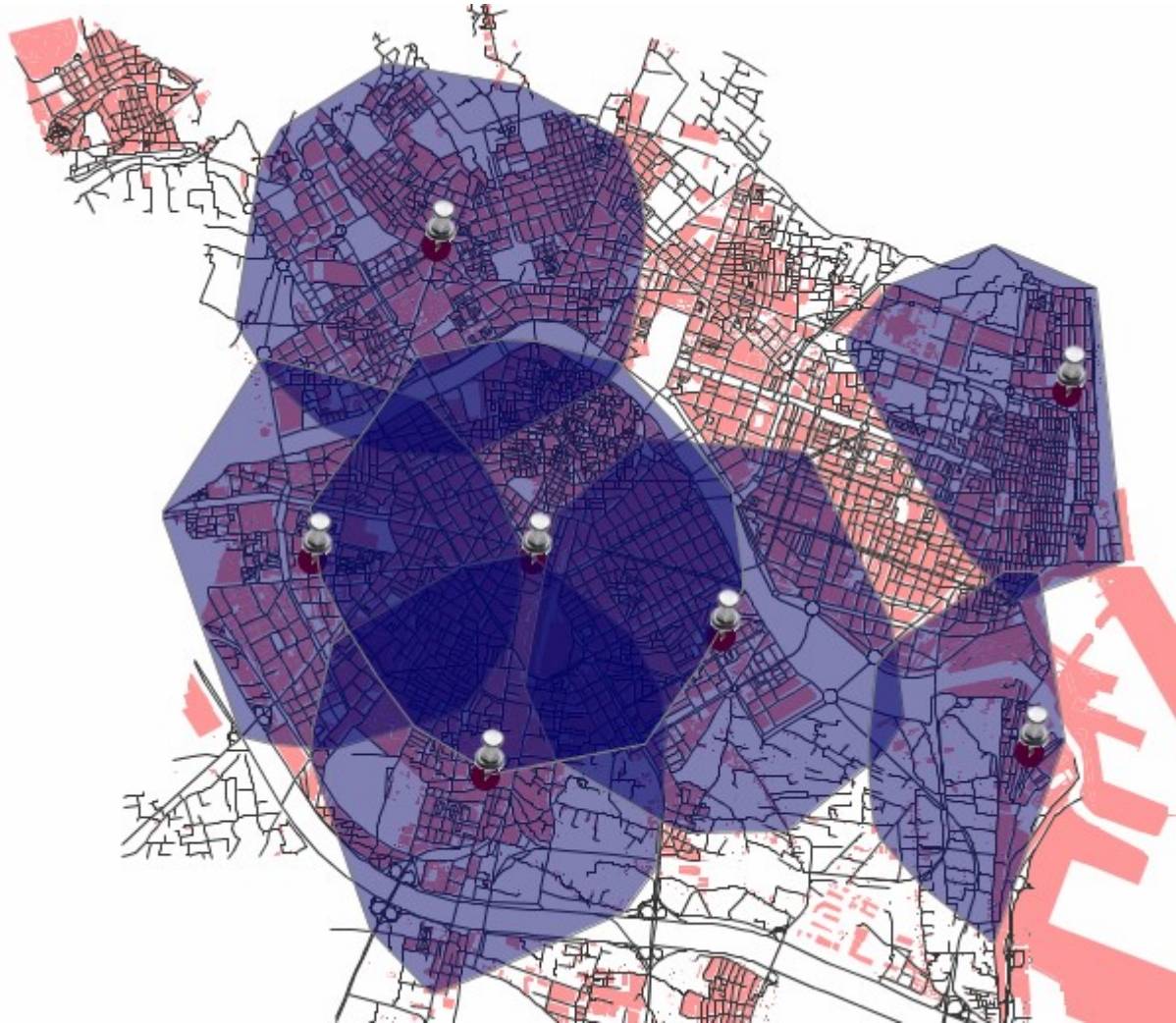
- Los factores a tener en cuenta en estudios de geomarketing son innumerables:
 - Perfiles de consumo
 - Nº de habitantes / densidad de población
 - Ubicación de la competencia
 - Ubicación de puntos de gran frecuencia de paso de peatones y vehículos
 - Ubicación de viviendas / oficinas
 - Precio del suelo (compra / alquiler)
 - En general los mismos que en cualquier estudio de marketing

2. Técnicas geoespaciales

- Áreas de servicio
 - Zona dentro de la cual la distancia entre el punto de venta y cualquier otro punto es igual o menor a una determinada cifra.
 - Marca el área en la que, por mera cuestión de cercanía, se encuentran mis clientes potenciales.
 - La distancia es un dato de partida y se define en función del tipo de desplazamiento.
 - Por ejemplo: en el caso de un hipermercado la mayoría de los clientes se desplazan en coche mientras que en el caso de una frutería lo hacen a pie.
 - Las distancias se miden a través de vías de comunicación, que es por donde se desplaza la gente.
 - En el caso de desplazamientos en coche se tendría en cuenta incluso el sentido de las calles.

2. Técnicas geoespaciales

- Áreas de servicio

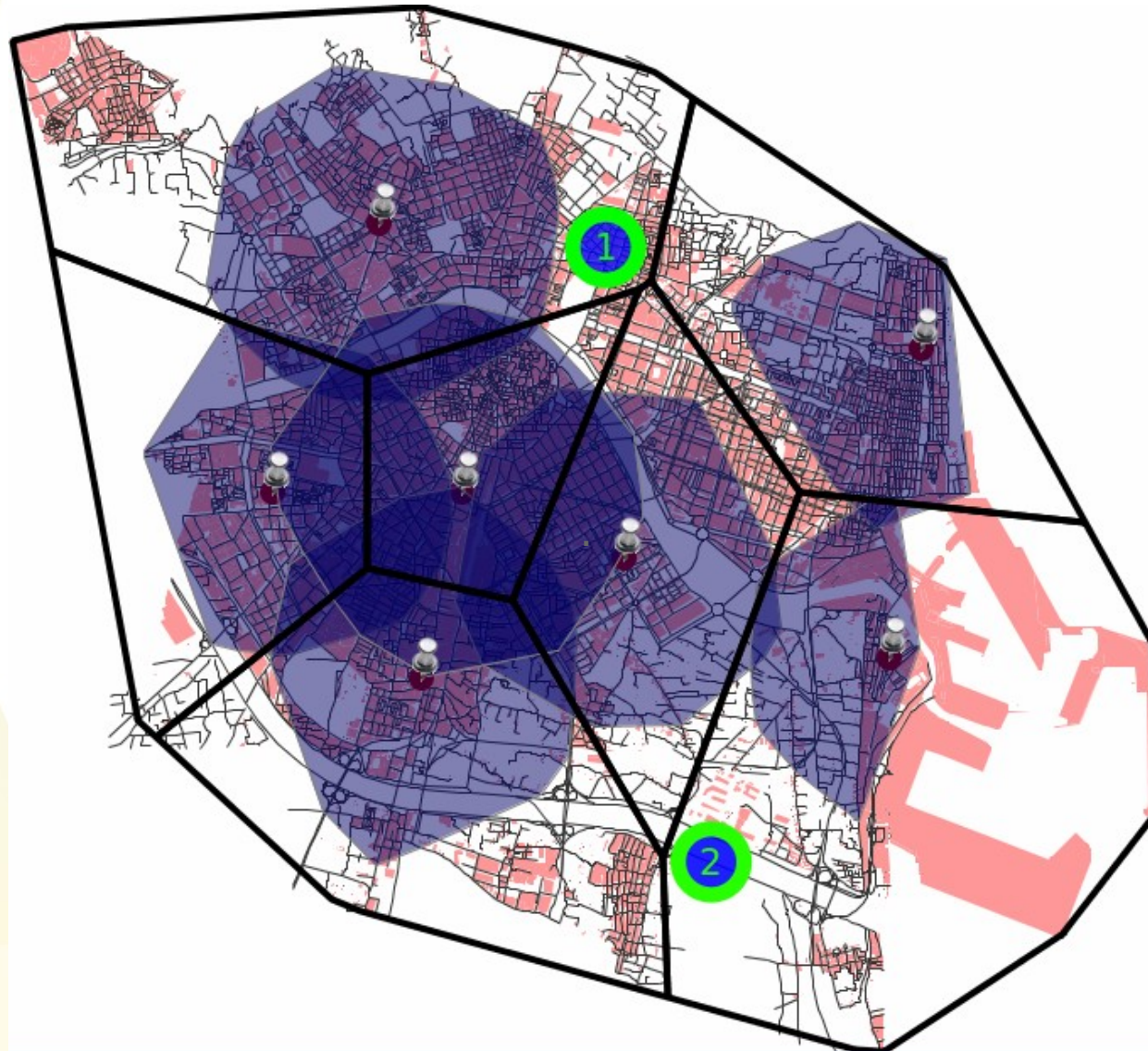


2. Técnicas geoespaciales

- Polígonos de Thyessen o Voronoi
 - Dada una red de comercios, identifican los límites de las áreas de influencia de cada uno de los comercios.
 - Nos permiten identificar de forma gráfica cuál es el comercio más cercano a una determinada ubicación.
 - Importante: la cercanía en este caso se mide en distancia recta (euclídea) por lo que no es un método de alta precisión.
 - No obstante es útil para identificar zonas especialmente alejadas de cualquiera de los comercios de la red (zonas desabastecidas), las cuales se corresponden con los vértices más puntiagudos de los polígonos.

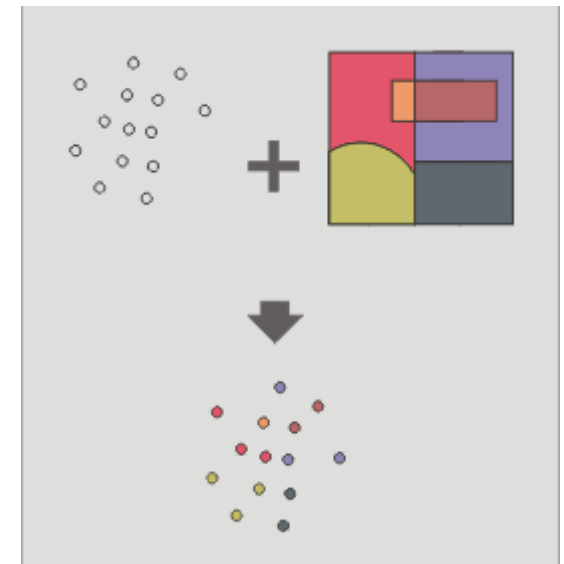
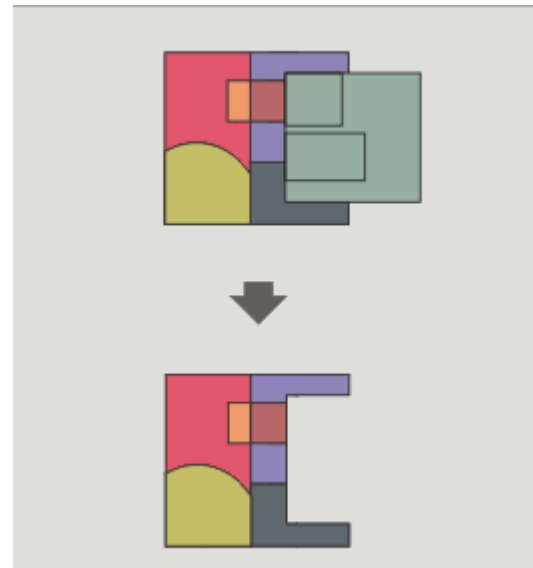
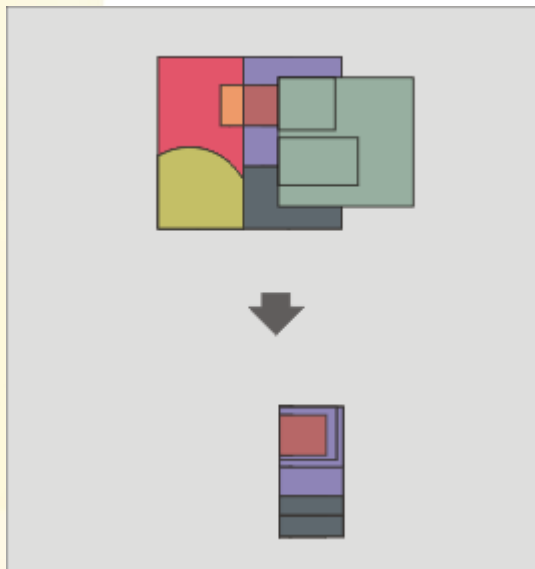
2. Técnicas geoespaciales

- Polígonos de Thyessen o Voronoi



2. Técnicas geoespaciales

- Geoprocesos de solape y proximidad
 - Permiten ir contando las zonas que cumplen con todos los criterios que queremos tener en cuenta
 - Intersección
 - Diferencia
 - Enlace espacial
 - Etc.



3. Caso práctico

- Ubicación óptima para abrir una frutería en la ciudad.
 - Factores a tener en cuenta:
 - Precio del suelo.
 - Reduciremos nuestro estudio a los barrios de la ciudad con un precio del alquiler inferior a 9 €/m²
 - Ubicación mercados y supermercados.
 - Los mercados y supermercados atraen a muchos consumidores y provocan un gran flujo de personas en los accesos.
 - Ubicación competencia.
 - En general la cercanía de establecimientos de la competencia resulta negativa.
 - Población.
 - Lógicamente nos interesará ubicar la frutería en un lugar altamente poblado.

Pasos:

1. Selección de los barrios por precio del alquiler.
2. Extracción de las fruterías, mercados y supermercados de los barrios seleccionados.
3. Cálculo de las áreas de servicio de las fruterías por un lado y de los mercados y supermercados por otro.
4. Obtención de las zonas que están a la vez alejadas de otras fruterías y cerca de mercados y supermercados.
5. Cruce con datos de población

Enlaces interesantes

Descargar gvSIG Desktop

- Version 1.12:

<http://www.gvsig.org/web/projects/gvsig-desktop/official/gvsig-1.12/downloads>

- Versión 2.1 beta (testing):

<http://www.gvsig.org/web/projects/gvsig-desktop/official/gvsig-2.1/downloads>

Geomarketing

<http://geomarketingspain.blogspot.com.es/>

<http://geomarketingvalencia.blogspot.com.es/>

Curso de gvSIG aplicado a geomarketing

<http://web.gvsig-training.com/index.php/es/cursos/online/actuales/product/32-gvsig-aplicado-a-geo-marketing-idioma-espanol-1ra-edicion>

OSGIS 2011
22nd June

This document is distributed under the CC BY-SA 3.0 creative commons license.