

Comentario

Geomarketing

Cuando José Ortega y Gasset escribió el libro "La Rebelión de las Masas", hizo una profunda crítica social a la pérdida de identidad de los individuos, producto de una sociedad de consumo masivo, hacia la cual se estaba migrando. Una sociedad estandarizada, donde la individualidad cedía terreno permanentemente al "modelo humano de consumo en serie".

Sin embargo este autor quizás no imaginó nunca que el desarrollo tecnológico, por medio de los sistemas de información geográfica, permitirían hoy trabajar a una escala humana y personal, de tal forma que "su majestad el cliente" volvería a salir del anonimato o de la masa homogénea, anónima y determinada, de la cual hablaba este autor, para convertirse en un cliente con nombre y apellido.

Bajo estas condiciones surge el Geomarketing, como una poderosa herramienta que interrelaciona mapas digitales y bases de datos, bajo un programa de computación, el cual permite definir el mercado potencial de su negocio, junto al área a cubrir, facilitando la definición del grupo objetivo, su localización y por lo mismo concentrando los esfuerzos de una manera mas eficiente y eficaz, para optimización de la planificación y los procesos de distribución.



Mario Cayazaya
Magister en
Administración
de Empresas

Este es uno de los grandes aportes de esta disciplina, que ha facilitado inclusive una nueva tendencia en el Marketing Directo, lo que hoy se ha denominado el "Perching" o "Poming", haciendo referencia a la percha o al pomo o cerradura de la puerta de la casa,

donde se cuelga la oferta o el producto en promoción, pero dirigido específicamente a ese usuario o habitante de ese inmueble, idealmente buscando la diferenciación con el vecino o entorno, desde la forma y material en que es envuelto el producto, su contenido o las condiciones bajo las cuales se operara, en el caso de productos financieros.

Sin embargo todas estas tecnologías requieren de tres grandes soportes. Por un lado las bases de datos comerciales, las cuales son posibles de obtener a través de empresas dedicadas a la captura y procesamiento de esta información; por otro la planimetría y software, los cuales ya se encuentran disponibles en empresas nacionales con cobertura para todo el país y finalmente profesionales polivalentes y multifuncionales, capaces de dominar un sin número de disciplinas, lo cual sin lugar a dudas será también un enorme desafío para las universidades, las cuales deberían migrar del modelo educativo "del especialista", al modelo integrador, al del hombre del renacimiento, donde las parcelas del conocimiento no existen, asistiendo así al comienzo de un siglo global donde, como decía Albert Einstein "La imaginación estará por sobre el conocimiento".