

Geomarketing, una oportunidad para los geógrafos

Los cambios que se suceden en el campo económico y social están demandando especialistas con saber geográfico útil para las organizaciones

Los egresados de la licenciatura en Geografía del Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades (CUCSH) tienen un campo de aplicación profesional útil y redituable: el geomarketing, reveló el Dr. Antonio Moreno Jiménez, del Departamento de Geografía de la Universidad Autónoma de Madrid, esta mañana ante jóvenes que cursan el programa académico o recién egresaron de él.

La disciplina, que ofrece conocimiento de alto valor para la toma de decisiones en organizaciones de la iniciativa privada, el sector público y las ONG relacionadas con el desarrollo de las comunidades, está siendo explorada mayormente por economistas y mercadólogos antes que por geógrafos.

“La competencia en el campo profesional no respeta a nadie, prefiero que sean vosotros (quienes trabajen en ello)”, afirmó el académico español a los universitarios.

Moreno Jiménez fue invitado por sus homólogos del Departamento de Geografía y Ordenación Territorial del CUCSH, en particular, el Doctor Heriberto Cruz Solís, coordinador de la maestría en Desarrollo Local y Territorio, y el Maestro Carlos Suárez Plascencia, jefe del departamento, quienes lo acompañaron en la conferencia magistral “Geomarketing apoyado en geotecnologías para el desarrollo empresarial y territorial. Relevancia, contribución y aplicaciones”, ofrecida esta mañana en el CUCSH.

El ponente ofreció ayer una cátedra sobre el uso de los sistemas de información geográfica (SIG) en proyectos de justicia ambiental ante los alumnos del Doctorado en Geografía y Ordenación Territorial del Centro de Estudios Estratégicos para el Desarrollo y, mañana, impartirá un taller sobre el uso de estos sistemas en el desarrollo de planes parciales de ordenamiento urbano para los alumnos de la maestría.

La conferencia de esta mañana, no obstante, ofrecía un horizonte de aplicación muy prometedor para los nuevos geógrafos, pues la iniciativa privada está demandando profesionales con el conocimiento para recoger información sobre los espacios donde se desenvuelven los consumidores, los trayectos que estos realizan, los momentos en que consumen, la localización de los competidores; las empresas, más aún en América Latina, requieren de especialistas en el análisis de los territorios y de las interacciones que se dan en ellos para elevar las utilidades y empujar el desarrollo económico.

Los expertos sostienen, dijo Moreno Jiménez, que el centro de gravedad de la economía se encuentra en la función de venta por encima de la función productiva. De ahí que los esfuerzos del marketing estén enfocados en conocer integralmente al consumidor para atenderlo de manera personalizada; existe la necesidad de formar especialistas con “saber geográfico” que apoyen en la toma de decisiones cruciales para las industrias, entre ellas, dónde situarse, hacia cuáles territorios expandirse o cómo aprovechar los desplazamientos de los consumidores. Es buen momento para que los geógrafos entren en el juego, agregó el especialista.

A T E N T A M E N T E

"Piensa y Trabaja"

Guadalajara, Jalisco, 20 de octubre de 2015.

Texto: Omar Magaña

Fotografía: Oscar Evans

Etiquetas:

[Dr. Antonio Moreno Jiménez](#) ^[1]

URL Fuente: <https://comsoc.udg.mx/noticia/geomarketing-una-oportunidad-para-los-geografos>

Links

[1] <https://comsoc.udg.mx/etiquetas/dr-antonio-moreno-jimenez>