

# Contenido

<i>Agradecimientos</i> .....	ix
<i>Introducción</i> .....	xi
<i>Tecnología y ubicación</i> .....	xi
<i>Organización del negocio espacial</i> .....	xii
<b>Parte 1: Fundamentos del negocio espacial .....</b>	<b>1</b>
<b>Capítulo 1: Fundamentos del valor de la ubicación .....</b>	<b>1</b>
Introducción.....	1
Ciclo de decisión espacial .....	3
Ejemplo de caso: The Shopping Center Group.....	7
Cadena de valor de ubicación.....	8
Factores que fomentan la madurez espacial.....	12
Panorama global del análisis de ubicación .....	15
<b>Capítulo 2: Fundamentos de la tecnología espacial .....</b>	<b>17</b>
Introducción.....	17
Construcción de la arquitectura del negocio espacial.....	18
Elemento 1: objetivos y necesidades empresariales.....	19
Elemento 2: talento humano .....	20
Elemento 3: análisis de ubicación y aplicaciones .....	20
Elemento 4: datos del negocio espacial.....	26
Ejemplo de caso: Zonda .....	32
Elemento 5: plataformas.....	32
Elemento 6: inteligencia de ubicación .....	38
Estudio de caso final: Walgreens .....	39
<b>Capítulo 3: Fundamentos del análisis de ubicación .....</b>	<b>45</b>
Introducción.....	45
Principios del análisis de ubicación del negocio .....	46
Jerarquía del análisis de ubicación .....	49
Caso de ejemplo: Newton Nurseries.....	51

Análisis de ubicación en la cadena de valor .....	58
Obtener valor con el análisis de ubicación .....	64
Estudio de caso final: John Deere .....	65
<b>Parte 2: Obtención de valor comercial y social . . . . .</b>	<b>71</b>
<b>Capítulo 4: Mercados en crecimiento y cliente .....</b>	<b>71</b>
Introducción.....	71
Conocer los mercados .....	72
Análisis ambiental .....	74
Análisis de área comercial.....	76
Aumento de clientes .....	80
Análisis de ubicación según las 7 P del marketing .....	83
Ejemplo de caso: FreshDirect .....	85
Marketing basado en la ubicación.....	87
Marketing en redes sociales basado en la ubicación.....	89
Ejemplo de caso: Heineken .....	91
Problemas de confidencialidad relacionados con mercados y clientes .....	95
Estudio de caso final: Oxxo .....	96
<b>Capítulo 5: Operaciones de la empresa .....</b>	<b>103</b>
Introducción.....	103
Conciencia situacional en tiempo real .....	104
Ejemplo de caso: Sulphur Springs Valley Electric Cooperative.....	105
Supervisión de los KPI de las operaciones con cuadros de mando .....	109
Diseño del sistema de distribución .....	112
Diseño de las instalaciones .....	117
Ejemplo de caso: Aeropuerto Internacional de Los Ángeles .....	118
Gestión de la cadena de suministro y logística .....	120
Estudio de caso final: Cisco .....	123
<b>Capítulo 6: Gestión del riesgo empresarial y aumento de la resiliencia . . . . .</b>	<b>127</b>
Introducción.....	127
Análisis de ubicación para gestionar el riesgo.....	128
Ejemplo de caso: General Motors .....	130
Gestión del riesgo inmobiliario .....	131
El auge de 3D.....	132
Mitigación del riesgo empresarial y generación de resiliencia .....	134
Ejemplo de caso: Bass Pro Shops .....	135

Ejemplo de caso: CSX Corporation .....	137
Ejemplo de caso: Mid-South Synergy.....	138
Estudio de caso final: Travelers Insurance.....	140
<b>Capítulo 7: Fomento de la responsabilidad social corporativa.....</b>	<b>145</b>
Introducción.....	145
Ambiente, sociedad y gobierno .....	146
Cadenas de suministro sostenibles.....	147
Preservación de la biodiversidad.....	150
Ejemplo de caso: Natura.....	150
Resiliencia climática .....	151
Ejemplo de caso: AT&T.....	152
Cuadro de mando de la pandemia de COVID-19 .....	152
Diversidad, igualdad e inclusión.....	157
Desarrollo comunitario .....	159
Ejemplo de caso: JPMorgan Chase .....	161
Estudio de caso final: Nespresso .....	162
<b>Parte 3: Hacia la excelencia espacial .....</b>	<b>165</b>
<b>Capítulo 8: Gestión y liderazgo empresarial .....</b>	<b>165</b>
Introducción.....	165
Fases de la madurez espacial .....	166
Vías de gestión .....	169
Ejemplo de caso: CoServ Electric .....	171
Aplicación de los principios de gestión a la transformación espacial .....	172
Liderazgo y promoción .....	174
Privacidad y ética en el negocio espacial .....	176
Desarrollo de personal para el negocio espacial.....	178
Comunidades de práctica.....	182
Estudio de caso final: BP .....	183
<b>Capítulo 9: Estrategias y competitividad .....</b>	<b>187</b>
Introducción.....	187
Planificación estratégica geoespacial .....	188
Ejemplo de caso: United Parcel Service.....	192
Estrategia de análisis de ubicación en empresas pequeñas .....	195

Ejemplo de caso: RapidSOS .....	196
Alineación geoespacial y valor añadido.....	199
Ventaja sostenible .....	204
Estudio de caso final: KFC .....	205
<b>Capítulo 10: Temas del negocio espacial e implicaciones para la práctica . .</b>	<b>209</b>
Introducción.....	209
Fundamentos del negocio espacial: temas e implicaciones.....	210
Obtención de valor comercial y social: temas e implicaciones .....	217
Hacia la excelencia espacial: temas e implicaciones .....	228
Reflexiones finales .....	230
<i>Abreviaturas.....</i>	233
<i>Referencias .....</i>	237
<i>Índice.....</i>	249