

# COMUNICACIÓN CON LA GEOLOCALIZACIÓN

Andony Rodriguez Mora | Carolina Ruiz Vega

Comunicación de Información en la Web | 2023-C3 DIWEB-11 -SCV0



# ÍNDICE



**¿QUÉ ES LA  
GEOLOCALIZACIÓN?**

**3**

**¿CÓMO FUNCIONA LA  
GEOLOCALIZACIÓN?**

**5**

**¿CÓMO APLICAR LA  
GEOLOCALIZACIÓN A LA  
COMUNICACIÓN?**

**7**

**BENEFICIOS  
DE LA COMUNICACIÓN CON  
GEOLOCALIZACIÓN**

**10**

**PREOCUPACIONES AL USAR  
COMUNICACIÓN CON  
GEOLOCALIZACIÓN**

**13**

**CONCLUSIONES**

**18**

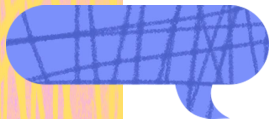


# ¿QUÉ ES GEOLOCALIZACIÓN?



# DEFINICIONES

- Conjunto de acciones realizadas para obtener la ubicación en tiempo real y zona horaria por medio de la comunicación entre dispositivos móviles o fijos y satélites que orbitan el planeta tierra.
- Orientación geográfica utilizada para determinar la ubicación de un usuario y enviarle mensajes personalizados, publicidad o sugerencias con base en su ubicación o lugares visitados recientemente.
- La palabra de geolocalización también se refiere a las coordenadas de latitud y longitud de un lugar determinado. Término y definición estandarizada por la norma ISO/IEC 19.762-5: 2008.





2

## ¿CÓMO FUNCIONA LA GEOLOCALIZACIÓN?

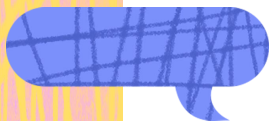


# MÉTODOS UTILIZADOS

- La ubicación de un dispositivo o usuario se logra a través de múltiples fuentes de información, como el sistema de posicionamiento global (GPS), que utiliza señales de satélites para calcular coordenadas precisas de latitud y longitud.

Además, se pueden utilizar torres de telefonía móvil y puntos de acceso Wi-Fi para triangulación. Estos dispositivos envían señales que son recogidas por antenas y utilizadas para estimar la ubicación.

- Los sensores, como acelerómetros y giroscopios, también pueden contribuir al proceso. La información recopilada se procesa mediante algoritmos que calculan la ubicación precisa, y esta información se utiliza en aplicaciones diversas, como mapas, navegación, seguimiento de activos y servicios basados en la ubicación.





3

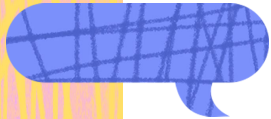
## ¿CÓMO APLICAR LA GEOLOCALIZACIÓN A LA COMUNICACIÓN?




# GPS MÓVIL 24/7 - MEJORES ESTRATEGIAS



- Muestra mensajes altamente personalizados basados en una combinación de características geográficas, demográficas, psicográficas y de comportamiento. Esto da mayor contexto sobre cómo llegar a los clientes y mejorar su experiencia general.
  - Una tienda puede mostrar una lista de los puntos de venta más cercanos en el área del comprador donde hay stock de un producto en particular y proporcionar detalles de contacto de la tienda.
  - Sitios web puede ofrecer anuncios relevantes a los visitantes del sitio web y personalizar la experiencia digital.
- Brinda recomendaciones y anticipa los deseos de los usuarios.
  - Cuando un usuario conduce hacia un destino, parqueos cercanos pueden promocionarse.
  - Puede alertar a un cliente potencial de que un producto que ha estado buscando está disponible en una tienda cercana.







**EFICAZ EN TODOS LOS CICLOS  
DE VIDA DE LOS CLIENTES,  
DESDE EL DESCUBRIMIENTO  
HASTA LA RETENCIÓN**





4

**¿CUÁLES SON LOS  
BENEFICIOS DE USAR  
COMUNICACIÓN CON  
GEOLOCALIZACIÓN?**



# BENEFICIOS PARA LOS USUARIOS



1

Información cercana y local = **relevante e instantánea**

2

Posibilidad de **monitoreo** de envíos (Fedex...) o solicitudes (Uber...)

# BENEFICIOS PARA LAS EMPRESAS



1

+ posibilidad de que un cliente **compre** un producto o servicio

2

+ posibilidad de que un cliente **cliquee o responda**

3

centrarse en segmentos de clientes específicos con **ofertas específicas**

4

mejora la experiencia del cliente → favorece **lealtad**

5

facilita la **medición** de resultados, cuando son estrategias hiperlocales



**5**

**¿CUÁLES  
PREOCUPACIONES SURGEN  
DE USAR COMUNICACIÓN  
CON GEOLOCALIZACIÓN?**



# RIESGOS PARA LOS USUARIOS



**1**

## PRIVACIDAD

¿Quiénes pueden ver esos datos?

**2**

## SEGURIDAD

¿Cómo y dónde serán almacenados estos datos?

**3**

## USO

¿Se usarán los datos para lo que se pidieron o se utilizarán de otra forma?

# RETOS PARA LAS EMPRESAS



**1**

## FLEXIBILIDAD

¿Cómo puede la empresa adaptarse a la ubicación cambiante?

**2**

## CONFIANZA

¿Cómo ganarse la confianza de los clientes para que les compartan su datos?

**3**

## LÍMITE

¿Cómo pueden las notificaciones parecer oportunas y no, invasivas?



**5.1**

**¿CÓMO SE  
PUEDEN MITIGAR  
ESOS RIESGOS?**



# USUARIOS

Deben comprender cómo se utilizan esos datos y con quién se comparten para que puedan proteger su privacidad y seguridad.



# EMPRESAS

- Deben proteger los datos de sus clientes.
  - Para que los empleados no puedan acceder a ella de forma inapropiada. Anonimizar los datos puede ayudar.
  - Para que no sean víctimas de un ciberataque. Implementar soluciones y protocolos de ciberseguridad puede ayudar.
- Deben informar a los clientes exactamente cómo se utilizan sus datos.
- Debe informar a los usuarios si una aplicación les permitirá eliminar su historial de geolocalización después del hecho si cambian de opinión sobre lo que han compartido.

# CONCLUSIONES

6



# CONCLUSIONES

En conclusión, la geolocalización es un elemento clave en la comunicación moderna, ya que permite la entrega de información y servicios personalizados basados en la ubicación. Esto se traduce en la capacidad de compartir ubicaciones con amigos, etiquetar publicaciones y fotos con datos de ubicación, dirigir anuncios específicos a usuarios según su ubicación y garantizar una respuesta rápida de los servicios de emergencia.





**7**

## **REFERENCIAS**



- Evolution, M (n.d.). **What is location-based marketing? The Full Guide: Marketing Evolution.** A New Approach to Marketing Measurement & Optimization. Recuperado el 22 de septiembre en <https://cutt.ly/swvfdVJe>
- Frankenfield, J. (2021). **Geolocation: What it is, how it works, examples.** Investopedia. <https://www.investopedia.com/terms/g/geolocation.asp> Recuperado el 22 de septiembre en <https://t.ly/1s47r>
- Galindo, D (1970). **Geofencing, el poder de la geolocalización en la publicidad.** Repositorio Institucional Javeriano. Recuperado el 22 de septiembre en <https://t.ly/zblAq>
- Madleňák, A (2021). **Geolocation Services and Marketing Communication from a Global Point of View.** University of St. Cyril and Methodius of Trnava - Univerzita sv. Cyrila a Metoda. Slovakia. Research Gate. Recuperado el 22 de septiembre en <https://t.ly/gylEj>
- **Real-time Comms Glossary: What is localization?** PubNub. (n.d.). Recuperado el 22 de septiembre en <https://t.ly/Q2Qiy>
- Rodriguez, M (2010) **La Geolocalización, Coordenadas hacia el Éxito.** El potencial de la aplicación de una herramienta social de geolocalización en la comunicación institucional y corporativa. Conference: II Congreso Internacional Comunicación 3.0. Recuperado el 22 de septiembre en <rb.gv/pfequ>
- Sha , L (2019) **GeoAttn: Localization of Social Media Messages via Attentional Memory Network.** Department of Computer Science, University of Illinois. Recuperado el 22 de septiembre en <https://t.ly/4Rdat>

