DIAGNÓSTICO DE MARKETING Y VENTAS

The Smart City Journal es la mayor plataforma internacional del fenómeno smart, pero su comité de compra casi no la ve en redes sociales.

The Smart City Journal cubre 128 países y 810 ciudades, con acuerdos institucionales que pesan en el ecosistema smart city global. La brecha no está en el contenido: está en cómo se demuestra ese alcance a quien decide invertir en visibilidad. Esto es qué falta hoy y cómo se corrige.

TU VISIBILIDAD COMERCIAL	TU COBERTURA EDITORIAL	ECOSISTEMA SMART CITY EXPO 2026	TU COBERTURA DE CLIENTES POTENCIALES
43/100	**128** países	**25.000** asistentes	**40**%
▲ 35 pts de recorrido hasta tu potencial	810 ciudades ya cubiertas	▲ 1.000 ciudades representadas	▲ 60% del mercado aún sin explotar

TU VEREDICTO Producto, listo. Momento de mercado, inmejorable. **Lo que falta es construir visibilidad y pipeline**, y ese es tu mayor retorno ahora mismo.

TU POTENCIAL

La mayor plataforma internacional del fenómeno smart, sin el negocio que le corresponde

128 países, 810 ciudades cubiertas y acuerdos institucionales con Leading Cities, FLACMA, Anetie y el Arab Smart City Forum. El alcance ya es de nivel global; falta convertirlo en un argumento de venta que cierre contratos de visibilidad.

128 países · 810 ciudades · Base editorial en Barcelona · Acuerdos institucionales globales

PARTE 1 · MARKETING

Es el momento exacto para apostar por marketing

El mercado smart city español ya no discute si hay que invertir en visibilidad: con los fondos Next Generation EU y el PERTE en despliegue, las empresas necesitan ser conocidas **antes de que se abran los pliegos**. Quien ocupe ese espacio ahora se lleva la conversación; quien llegue tarde, compite contra el hueco que ya ocupó otro.

25.000	1.000	250	3.200 – 4.800
asistentes en Smart City Expo World Congress 2026	ciudades representadas en Smart City Expo World Congress 2026	empresas e instituciones en el Smart City Cluster	contactos estimados en España y Portugal dentro de tu segmento objetivo (10-500 empleados, IT/Software/Telco/Utilities/Consultoría)

43/100
VISIBILIDAD COMERCIAL
Crítico
Potencial realista: **78/100**

Posicionamiento Orgánico y Contenido	100%
Presencia en Redes Sociales	0%
[redacted]	0%
[redacted]	50%
[redacted]	50%
[redacted]	50%
[redacted]	50%

Lo que no te dicen tus números: **tu contenido ya posiciona al máximo nivel en buscadores, pero tienes presencia cero en redes sociales**, justo donde tu comité de compra investiga antes de firmar. La autoridad editorial está construida; la distribución digital, no.

MARKETING + VENTAS

Cómo convertimos visibilidad en oportunidades de venta

No vendemos marketing por un lado y ventas por otro. Es un solo sistema: generamos demanda, la cualificamos y la convertimos en reuniones. Este es el método que aplicaríamos a The Smart City Journal.

01	02	03	04	05
Evaluación	**Generación**	**Cualificación**	**Conversión**	**Fidelización**
Diagnóstico digital, benchmark sectorial y perfilado de buyer con datos propios.	Base de datos de +2M empresas que, con otras fuentes, identifica tus clientes potenciales.	No todos son leads; deben ser de calidad. Cualificamos la demanda antes de pasarla a ventas.	Agentes IA y equipo de ventas trabajan los leads cualificados y te dan más oportunidades.	Programas automatizados de cross y up-selling para vender más sobre tu base de clientes.

PARTE 2 · VENTAS

Contra quién compites y a quién tienes que venderle

Tu contenido te sitúa como referencia; vender esa referencia como servicio es otra disciplina. Antes de escalar la comercialización hay un frente que resolver: **tres revistas académicas ya ocupan el espacio de credibilidad institucional** que tú todavía no reclamas, y un comité de compra que arranca en marketing pero se cierra en dirección general.

MDPI Smart Cities
España

Revista científica internacional, revisada por pares y de acceso abierto, sobre la ciencia y la tecnología de las ciudades inteligentes, publicada mensualmente por MDPI. Proporciona un foro avanzado para investigación sobre diseño, implementación y gestión de ciudades inteligentes, incluyendo sistemas de transporte inteligente, energía urbana, edificios e infraestructuras inteligentes, análisis de datos urbanos, aplicaciones IoT, gobernanza y políticas para smart cities. Indexada en Scopus, ESCI (Web of Science), Inspec y ABI/INFORM; clasificada como Q1 en Urban Studies (JCR) y Q1 en CiteScore.

Su fuerza: Acceso abierto total, indexación de primer nivel (Q1 en JCR y CiteScore), modelo de acuerdos institucionales con universidades españolas mediante flat-fee anual, factor de impacto de 5,3 (2024), publicación activa desde 2018 con volumen 9 (2026).

Tu ventaja: MDPI vende ciencia a investigadores, con revisión por pares que tarda meses. Tú publicas en tiempo real para quien decide compras, no para quien escribe papers.

[redacted]

[redacted]

Dónde ganas tú

- **Acceso directo a la audiencia decisora**, practitioners, decisores institucionales y empresas, sin filtro de revisión por pares.
- **Velocidad y frecuencia de publicación**, continua y en tiempo real frente a ciclos trimestrales o anuales.
- [redacted]
- [redacted]
- [redacted]

Dónde pierdes hoy

- **Credibilidad en entornos académicos y de investigación**, no estás indexado en JCR ni Scopus.
- **Verificabilidad de tu audiencia con métricas auditadas por terceros**, la objeción más repetida de tu comprador.
- [redacted]

TU POSICIÓN

Especialista de referencia en visibilidad sectorial empresarial dentro del ecosistema smart city, con liderazgo en comunicación profesional para mercado hispanohablante e internacional, pero sin credibilidad académico-institucional

QUIÉN TE COMPRA

Un perfil decide

Marketing abre la puerta; dirección general firma el contrato. Trabajar los dos roles es obligatorio, pero empezar por el correcto acorta el ciclo de venta.

EMPIEZA POR AQUÍ
Punto de entrada
Director/a de Marketing y Comunicación
Decisor técnico-comercial

Profesional responsable de construir la presencia pública de empresa tecnológica smart city. Gestiona presupuestos limitados con objetivos ambiciosos de generación de demanda y reputación de marca. Identifica medios, evalúa audiencia, negocia formatos y propone contratación. Reporta a CEO/Director General o Director Comercial. Maneja presupuesto de 50.000-300.000 €/año en marketing, del cual 20-40% va a medios y visibilidad sectorial.

[redacted]

SECUENCIA · Director/a de Marketing y Comunicación → •••••

OPORTUNIDAD PRIORITARIA

Reclamar el estándar de visibilidad B2B/B2G en smart city

El mercado español despliega fondos Next Generation EU y PERTE; las empresas necesitan ser conocidas antes de que se abran los pliegos, y ningún competidor identificado ofrece ese servicio. Publicar para ser citado no es publicar para ser elegido: esa distinción es tu terreno.

[redacted]

[redacted]

NOSOTROS TENEMOS TUS BUYERS

A nivel de empresa y de contacto

40% Cruzando los directorios del ecosistema smart city con nuestra base de datos, hoy alcanzas el **40% de tus clientes potenciales** en España y Portugal, un universo estimado de 3.200 a 4.800 contactos en empresas de 10 a 500 empleados de IT, Software, Telco, Utilities y Consultoría.

De cada cuenta identificamos a los dos roles que deciden la compra de visibilidad: quien abre la conversación en marketing y quien firma el contrato en dirección general.

CONCLUSIÓN

The Smart City Journal ya tiene la audiencia. Falta el argumento de venta que la convierta en contratos.

En 30 minutos te enseñamos el plan completo: cómo estructuramos tu media kit auditado, qué cuentas de tu segmento cubrimos primero y cómo secuenciamos marketing y dirección general para que la venta de visibilidad deje de depender de la relación personal.

Agendar 30 min con Resultalia · Escríbenos por WhatsApp

⏳ Este informe es válido hasta el 22 de agosto de 2026
Si quieres mantenerlo actualizado en el tiempo, habla con nosotros.