

# Nuevas tendencias tecnológicas en BI

Àlex Bartrolí Muñoz  
Núria Braulio Gil  
Josep Curto Díaz  
Francesc Puigvert i Pell

PID\_00209851

Material docente de la UOC


**Àlex Bartrolí Muñoz**

Ingeniero Informático por la UPC, máster en Inteligencia artificial y web por el INPG de Grenoble y licenciado en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Barcelona. Ha centrado su carrera profesional en el ámbito de *big data*, *business analytics* y el *e-commerce*. Actualmente es el CEO de Tendencia 1901, empresa dedicada a la creación proyectos *e-commerce* y análisis de usuarios de redes sociales.


**Núria Braulio Gil**

Licenciada y máster en Administración y Dirección de Empresas por ESADE Barcelona, MBA por la Università Commerciale Luigi Bocconi (Milán, Italia) y Programa de Desarrollo Directivo por IESE Business School. Ha centrado su carrera profesional en el ámbito del marketing analítico, herramientas para redes comerciales y *business intelligence*, en empresas de alimentación, internet y sector financiero. Actualmente es Gerente de Información Comercial en una entidad financiera.


**Josep Curto Díaz**

Licenciado en Matemáticas por la Universidad Autónoma de Barcelona, máster en Business intelligence y Dirección y gestión de las tecnologías de la información por la Universitat Oberta de Catalunya, y MBA por el Instituto de Empresa Business School. Ha centrado su carrera profesional en el ámbito de *business intelligence*, *business analytics* y *big data*. Actualmente es CEO de Delfos Research, empresa de investigación de mercado centrada en las tecnologías que generan valor y ventajas competitivas a partir del dato.


**Francesc Puigvert i Pell**

Ingeniero Técnico Informático de Sistemas y máster internacional UNIGIS en Sistemas de información geográfica por la Universidad de Girona. Ha centrado su carrera profesional en el ámbito de los sistemas de información geográfica (SIG) y su integración con soluciones de negocio y *business intelligence*. Trabaja en el departamento de marketing técnico en Esri España, empresa de distribución, promoción y servicios SIG.

El encargo y la creación de este material docente han sido coordinados por los profesores: Jordi Conesa Caralt, M. Elena Rodríguez González (2015)

Primera edición: marzo 2015

© Àlex Bartrolí Muñoz, Núria Braulio Gil, Josep Curto Díaz, Francesc Puigvert i Pell

Todos los derechos reservados

© de esta edición, FUOC, 2015

Av. Tibidabo, 39-43, 08035 Barcelona

Diseño: Manel Andreu

Realización editorial: Oberta UOC Publishing, SL

Depósito legal: B-3.733-2015



Los textos e imágenes publicados en esta obra están sujetos –excepto que se indique lo contrario– a una licencia de Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada (BY-NC-ND) v.3.0 España de Creative Commons. Podéis copiarlos, distribuirlos y transmitirlos públicamente siempre que citéis el autor y la fuente (FUOC, Fundación para la Universitat Oberta de Catalunya), no hagáis de ellos un uso comercial y ni obra derivada. La licencia completa se puede consultar en <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/legalcode.es>

## Contenidos

### Módulo didáctico 1

#### **Social Media Analytics**

Àlex Bartrolí Muñoz

1. BI en redes sociales
2. Métricas e indicadores
3. Herramientas de medición
4. Ejemplo de BI en redes sociales
5. Almacenamiento y recuperación de datos de redes sociales
6. Técnicas y algoritmos para la clasificación y personalización en social BI
7. Sistemas de recomendación

### Módulo didáctico 2

#### **Customer analytics**

Núria Braulio Gil y Josep Curto Díaz

1. La nueva normalidad
2. *Customer analytics*
3. Implantación de *customer analytics*
4. Ejemplos de *customer analytics*
5. Mercado de *customer analytics*

### Módulo didáctico 3

#### **Organizaciones orientadas al dato**

Josep Curto Díaz

1. El contexto actual
2. Hacia la organización orientada al dato
3. Implantación de proyectos analíticos
4. Nuevos roles organizativos
5. El largo camino de la orientación al dato

### Módulo didáctico 4

#### **Geographic business intelligence**

Francesc Puigvert i Pell

1. Importancia de los datos geográficos en los sistemas de *business intelligence*
2. Sistemas de información geográfica
3. Los SIG en los procesos de analítica de negocio
4. Los datos geográficos
5. Comunicación cartográfica
6. Análisis de datos
7. Fuentes de datos externas
8. Soluciones de mercado

