

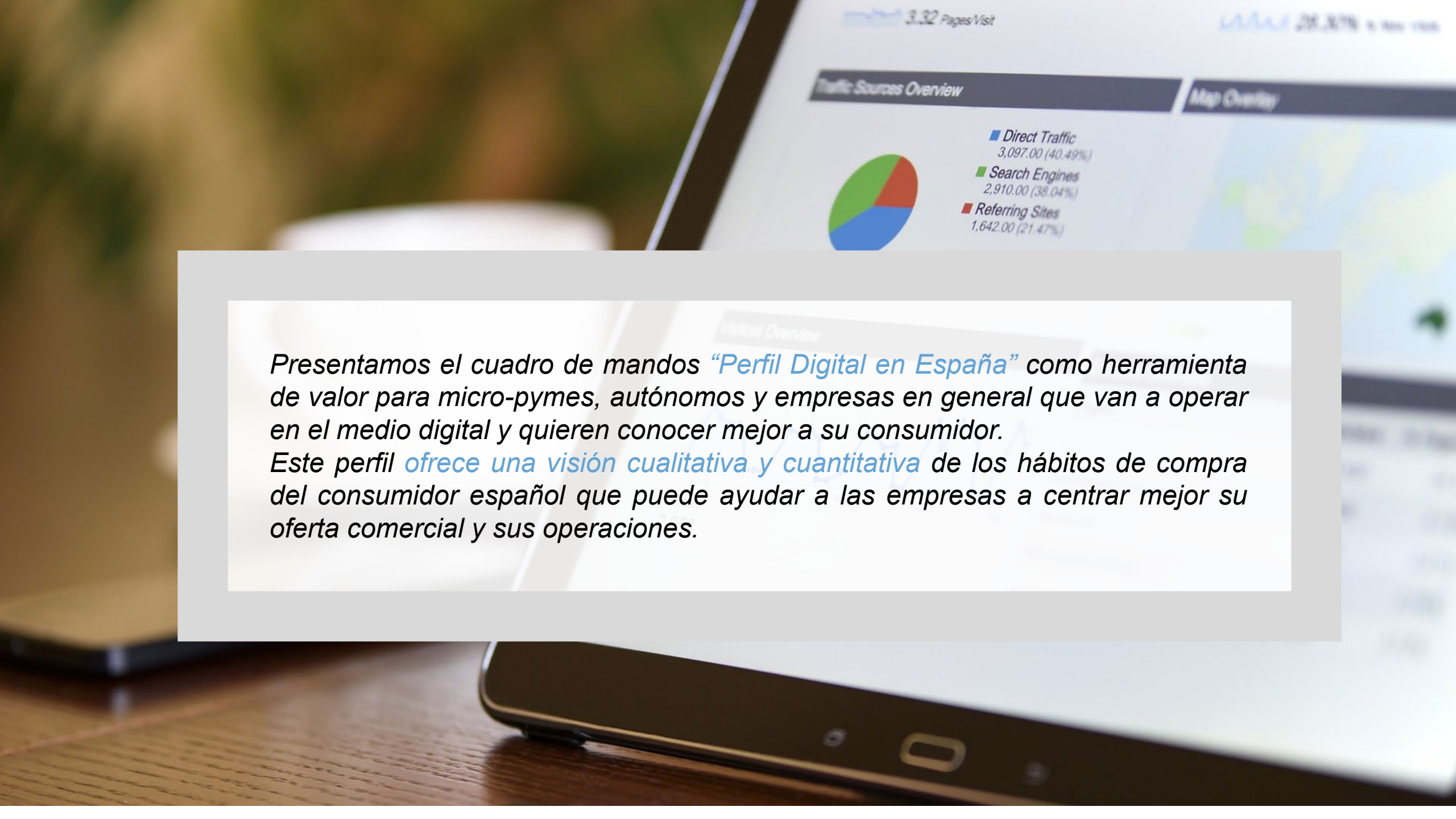


Perfil digital en España

Área funcional de Business Intelligence

Vídeo introductorio

Ana Isabel Durán Pulido



*Presentamos el cuadro de mandos “**Perfil Digital en España**” como herramienta de valor para micro-pymes, autónomos y empresas en general que van a operar en el medio digital y quieren conocer mejor a su consumidor. Este perfil **ofrece una visión cualitativa y cuantitativa** de los hábitos de compra del consumidor español que puede ayudar a las empresas a centrar mejor su oferta comercial y sus operaciones.*



Agenda

01 Contexto

Introducción al Proyecto donde se explica la situación de partida y el objetivo perseguido.

02 Metodología

Descripción de la metodología de trabajo y la herramienta de seguimiento utilizada..

03 Contenido

Detalle de la solución construida, flujo de trabajo y retos encontrados en el Desarrollo del Proyecto.

04 Resultados

Uso práctico del cuadro de mandos del “Perfil Digital en España”.

05 Conclusiones

Reflexiones sobre el proyecto



Agenda

01 Contexto

Introducción al Proyecto donde se explica la situación de partida y el objetivo perseguido.

02 Metodología

Descripción de la metodología de trabajo y la herramienta de seguimiento utilizada..

03 Contenido

Detalle de la solución construida, flujo de trabajo y retos encontrados en el Desarrollo del Proyecto.

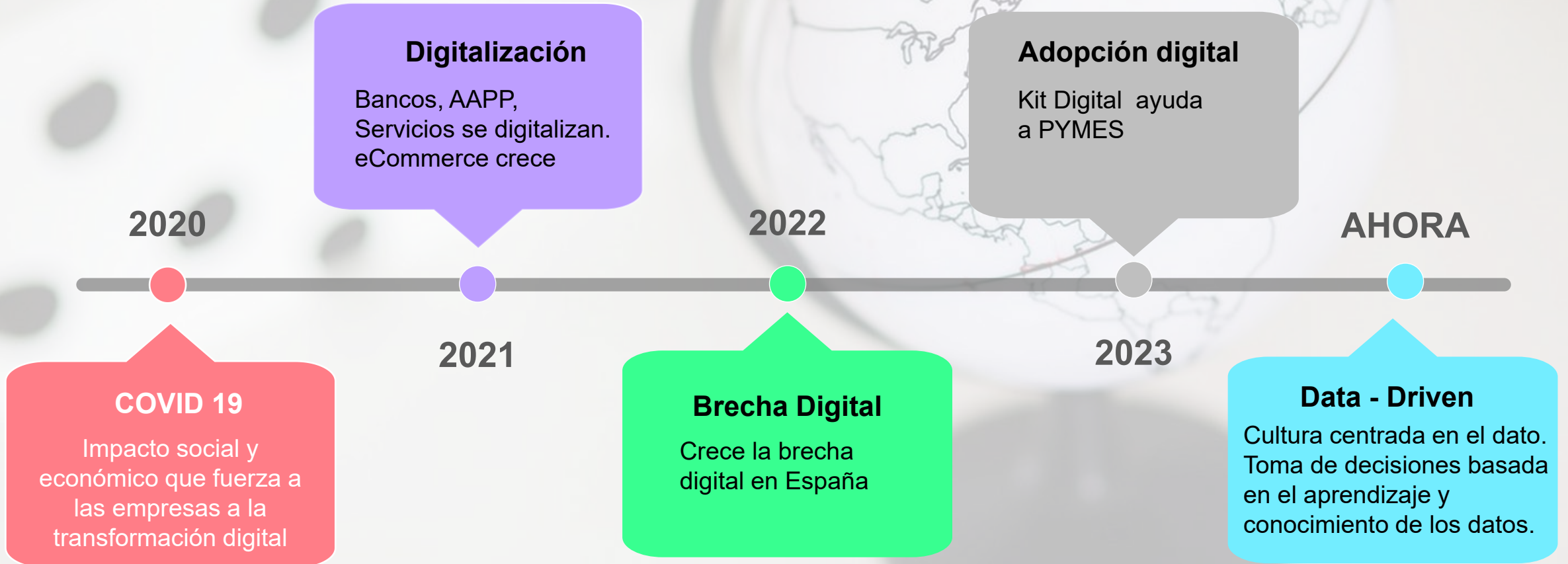
04 Resultados

Uso práctico del cuadro de mandos del “Perfil Digital en España”.

05 Conclusiones

Reflexiones sobre el proyecto

Contexto



Tejido Empresarial en España

99%
PYMES

Perfil Digital

Necesidad de conocer al consumidor salvando los obstáculos (DCM) para tomar decisiones basadas en datos.

El 56% son autónomos y del 44% restante el 96% son empresas de menos de 10 empleados



Digitalización

España ocupa el puesto número 7 a nivel europeo y el 23 a nivel mundial. PYMES se enfrentan a un panorama competitivo más agresivo.



Inversión

Presupuestos limitados. Priorización de la inversión en infraestructura operativa.



Cultura Data - Driven

Disponibilidad del Dato (D)
Capacidad y conocimiento de análisis (C)
Medios tecnológicos (M)

Brecha Digital en España



“Todas las personas poseen idénticos derechos en el entorno digital y en el analógico, sin perjuicio de las limitaciones que, de acuerdo con la Constitución y las leyes, pudieran establecerse atendiendo a las peculiaridades de cada ámbito” – 2021 Carta de Derechos Digitales de la Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial (SEDIA)

26,9%

Incremento de la presencia en Internet en empresas de más de 10 empleados

43%

Espanoles de entre 16 y 74 años carecen de competencias digitales básicas

2.4 M

Sin acceso a internet (afectando principalmente a zonas rurales)

Objetivo del proyecto

Modelo de datos escalable

Creación de un modelo de datos integrado fácilmente ampliable

Facilitar el acceso a datos

Uso de datos públicos facilitados por el Portal de datos Europeo

Creación de Perfil de Usuario Digital

Cuadro de mandos que permitirá identificar al público objetivo (dónde está el consumidor, qué capacidades tiene, qué hábitos de compra etc.)

Herramienta de análisis accesible

Uso de **Power BI Desktop** para el paquete **Microsoft 365** – Licencia E3 asequible para cualquier autónomo y microempresa

Modelo funcional portable

Accesible desde cualquier dispositivo y localización. No necesita instalación adicional de otros medios técnicos.





Agenda

01 Contexto

Introducción al Proyecto donde se explica la situación de partida y el objetivo perseguido.

02 Metodología

Descripción de la metodología de trabajo y la herramienta de seguimiento utilizada..

03 Contenido

Detalle de la solución construida, flujo de trabajo y retos encontrados en el Desarrollo del Proyecto.

04 Resultados

Uso práctico del cuadro de mandos del “Perfil Digital en España”.

05 Conclusiones

Reflexiones sobre el proyecto

Metodología



PLAN DE TRABAJO

Propuesta de proyecto

Gestión y seguimiento

Sprint 1

Sprint 2

Sprint 3

METODOLOGÍA PMBOK (GESTIÓN DE PROYECTO)

METODOLOGÍA AGILE (3 SPRINTS DE 1 MES CADA UNO)



Iniciar

Analizar la viabilidad y obtener la visión global del proyecto



Planificar

Construir el plan de trabajo, identificar recursos, costes etc.



3. Desarrollo (colaboración de todos los stakeholders)



4. Construcción e implementación

DESARROLLO DE SOFTWARE

Definición

Análisis

Diseño

Desarrollo

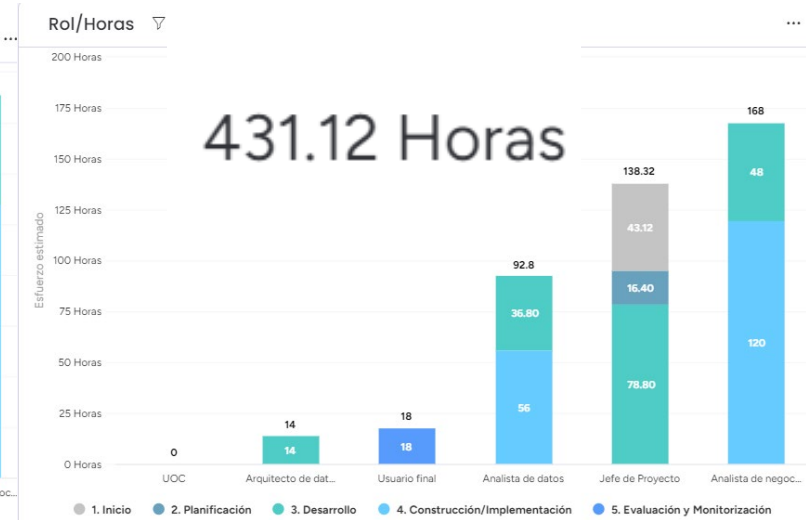
Pruebas

Validación



5. Evaluación y monitorización

Seguimiento



Proyecto Perfil Digital España

Tabla principal | Carga de trabajo | Gantt | Panel | Tabla | +

Agregar Elemento | Buscar | Persona | Filtrar | Ordenar | Ocultar

Elemento	Estado	Proceso de Gestión	Desarrollo de la Solución	Presupuesto	Asignado a	Rol	Planificación
> Propuesta de proyecto 7 Elementos	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: green;"></div>	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: gray;"></div>	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: purple;"></div>	2,156€ Total		Jefe de Proyecto	mar. 6 - jun. 18
> Gestión y Seguimiento 10 Elementos	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: green;"></div>	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: blue;"></div>	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: purple;"></div>	1,540€ Total		Jefe de Proyecto	mar. 10 - jun. 19
> Sprint 1 19 Elementos	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: green;"></div>	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: blue;"></div>	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: purple;"></div>	5,980€ Total		Jefe de Proyecto	mar. 16 - abr. 20
> Sprint 2 19 Elementos	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: green;"></div>	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: blue;"></div>	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: purple;"></div>	5,180€ Total		Jefe de Proyecto	abr. 20 - may. 21
> Sprint 3 19 Elementos	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: green;"></div>	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: blue;"></div>	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: purple;"></div>	4,712€ Total		Jefe de Proyecto	may. 22 - jun. 18

Agenda

01 Contexto

Introducción al Proyecto donde se explica la situación de partida y el objetivo perseguido.

02 Metodología

Descripción de la metodología de trabajo y la herramienta de seguimiento utilizada..

03 Contenido

Detalle de la solución construida, flujo de trabajo y retos encontrados en el Desarrollo del Proyecto.

04 Resultados

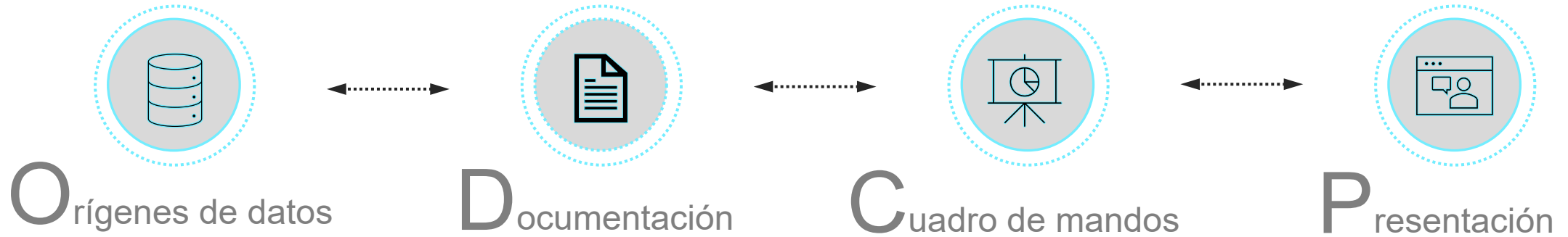
Uso práctico del cuadro de mandos del “Perfil Digital en España”.

05 Conclusiones

Reflexiones sobre el proyecto



Entregables



Se incluyen las tablas utilizadas para la creación del modelo y un documento explicativo que detalla la información de cada tabla.

Memoria del Proyecto junto con la exportación de datos de la herramienta Monday que incluye el seguimiento realizado para este Proyecto.

Informe desarrollado en Power BI. Contiene dos páginas con el perfil digital y el perfil comprador implementados.

Presentación del Proyecto final que incluye una breve explicación sobre el uso del cuadro de mandos.

Solución tecnológica

Microsoft Power BI es la solución más utilizada según el mapa de Gartner del año 2022

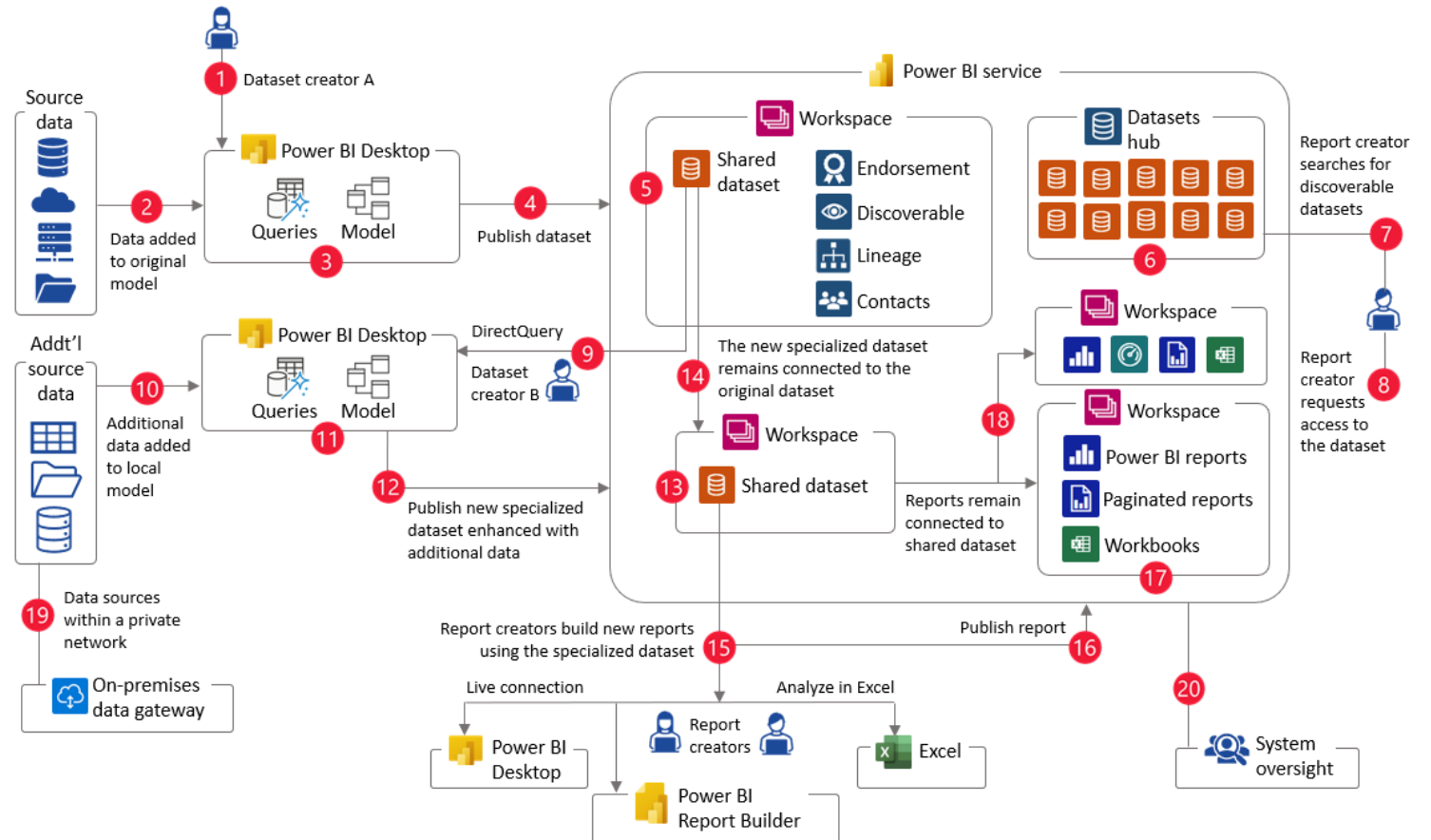
- **Power BI Desktop:** herramienta de análisis versión escritorio.
- **Power BI Web:** herramienta de análisis versión web



- **Extracción:** Data Import con Power Query
- **Transformación:** Power BI Desktop
- **Carga:** Power BI Desktop

Customizable managed self-service BI

Creating a new specialized dataset by extending and personalizing an existing dataset



Flujo de trabajo



Selección de método de conexión

Selección de fuentes
Conexión a las fuentes



Comprensión de los datos

Transformaciones a realizar



Modelado de los datos

Tablas de nueva creación
Relaciones entre tablas
Diseño de métricas



Diseño del cuadro de mandos

Objetivo
Mockup



Construcción de métricas

Construcción de objetos visuales



Publicación

Publicar el informe en Power BI (web).
Archivo *.pbix

1

Fuentes de datos

2

Análisis

3

Diseño

4

Visualización

5

Desarrollo

6

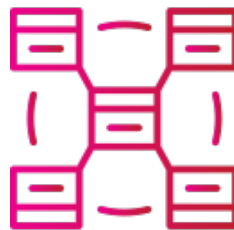
Publicación (compartir)



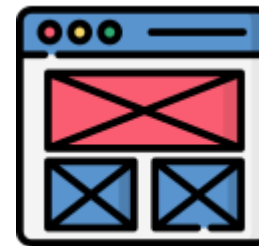
Excel
procedentes del
Portal
Europeo/INE



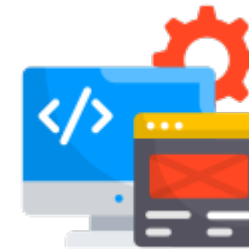
Power Query



Modelo de datos
relacional en
Estrella



Borrador del
cuadro de
mandos



Lenguaje DAX



Compartir



Agenda

01 Contexto

Introducción al Proyecto donde se explica la situación de partida y el objetivo perseguido.

02 Metodología

Descripción de la metodología de trabajo y la herramienta de seguimiento utilizada..

03 Contenido

Detalle de la solución construida, flujo de trabajo y retos encontrados en el Desarrollo del Proyecto.

04 Resultados

Uso práctico del cuadro de mandos del “Perfil Digital en España”.

05 Conclusiones

Reflexiones sobre el proyecto

Caso práctico



Tiene como público objetivo mujeres de entre 34 a 54 años

Cree que su público objetivo suele hacer regalos y además se encarga de ayudar a comprar a otros miembros de la familia y a amigos.



No tiene presupuesto para comprar un estudio de mercado ni para contratar una agencia de marketing



Quiere conocer mayor a su consumidora antes de invertir en el diseño de la tienda

Empresa de nueva creación que se lanza a la venta de regalos personalizados a través de Internet.

“Regalando”

35M

Muestra

Alta

Confianza

556.43

Gasto medio

Perfil Global



El perfil se encuentra por debajo de la media nacional en las habilidades digitales. Por otro lado, usa internet dentro de la media española. Usa varios dispositivos para acceder a internet. Confía bastante en Internet. Compra en internet, pero no de forma muy asidua. Su número de compras está por debajo de la media. En cuanto al valor de sus compras, supera la media nacional. Utiliza bastante los servicios de Internet.



Variables Demográficas

Convivencia en pareja

- Conyuges
- No conviven
- Pareja de hecho

Edad

- De 16 a 24 años
- De 25 a 34 años
- De 35 a 44 años
- De 45 a 54 años
- De 55 a 64 años
- De 65 a 74 años

Género

- Hombre
- Mujer

Hábitat

- <10.000
- >10.000 y <=20.000
- >100.000 habitantes
- >20.000 y <=50.000
- >50.000 y <= 100.000

Nacionalidad

Habilidad Digital



Nivel 5 - Avanzada



Nivel 4 - Básica



Nivel 3 - Baja



Nivel 2 - Reducida



Nivel 1 - Limitada



Nivel 0 - Sin Habilidades



Uso Multidispositivo



Tablet



36,20 %
Promedio
37,10 %
Media

Móvil



93,61 %
Promedio
93,90 %
Media

PC



31,20 %
Promedio
32,20 %
Media

Portátil



53,46 %
Promedio
54,10 %
Media

Otros



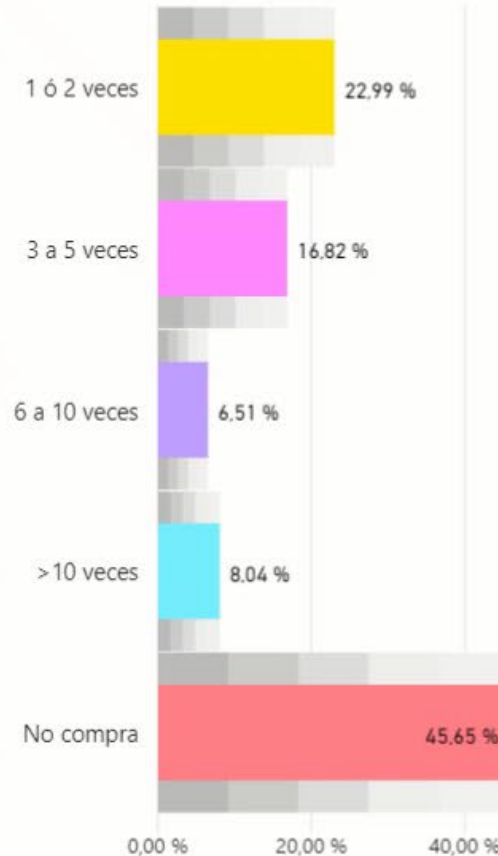
47,82 %
Promedio
48,20 %
Media

Compras



5

Nº Compras



Usuario Servicios



Aprender



32,44 %
Promedio
33,10 %
Media

Salud online



44,39 %
Promedio
45,00 %
Media

Comunicarse



77,18 %
Promedio
77,42 %
Media

Información



40,56 %
Promedio
40,74 %
Media

Política



14,22 %
Promedio
22,55 %
Media

Uso de Internet



Varias veces/día



Diariamente



Semanalmente



> 1 Semana y < 3 meses



> 3 meses y < 1 año



> 1 año



35M

Muestra

Alta

Confianza

556.43

Gasto medio

Perfil Global



El perfil se encuentra por debajo de la media nacional en las habilidades digitales. Por otro lado, usa internet dentro de la media española. No es un usuario multidispositivo. No confía mucho en Internet. Prefiere comprar de forma tradicional. Su número de compras está por debajo de la media. En cuanto al valor de sus compras, supera la media nacional. Utiliza bastante los servicios de Internet.



Variables Demográficas

 Convivencia en pareja

- Conyuges
- No conviven
- Pareja de hecho

 Edad

- De 16 a 24 años
- De 25 a 34 años
- De 35 a 44 años
- De 45 a 54 años
- De 55 a 64 años
- De 65 a 74 años

 Género

- Hombre
- Mujer

 Hábitat

- <10.000
- >10.000 y <=20.000
- >100.000 habitantes
- >20.000 y <=50.000
- >50.000 y <= 100.000

 Nacionalidad

Habilidad Digital



Nivel 5 - Avanzada



Nivel 4 - Básica



Nivel 3 - Baja



Nivel 2 - Reducida



Nivel 1 - Limitada



Nivel 0 - Sin Habilidades



Uso Multidispositivo



Tablet



37,00 %

Promedio

37,10 %

Media

Móvil



93,90 %

Promedio

93,90 %

Media

PC



26,50 %

Promedio

32,20 %

Media

Portátil



52,50 %

Promedio

54,10 %

Media

Otros



45,60 %

Promedio

48,20 %

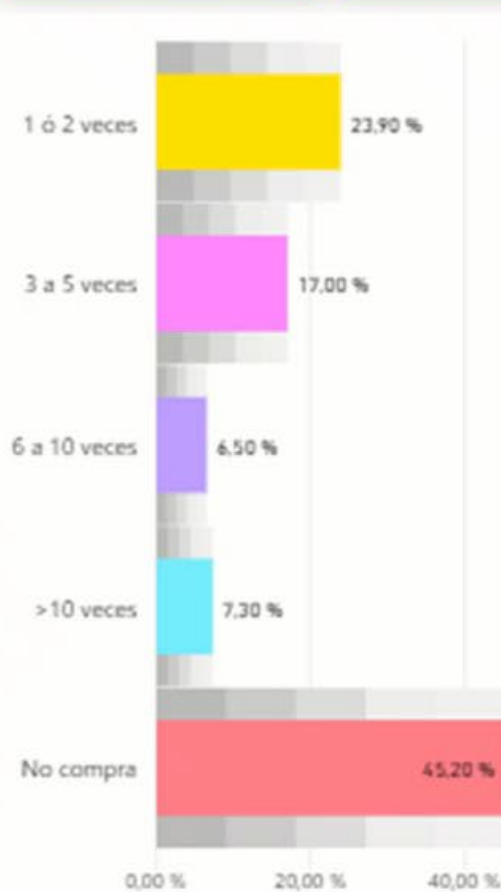
Media

Compras



4

Nº Compras



Usuario Servicios



Aprender



34,40 %

Promedio

33,10 %

Media

Cursos online



44,23 %

Promedio

45,00 %

Media

Comunicarse



78,05 %

Promedio

77,42 %

Media

Información



41,84 %

Promedio

40,74 %

Media

Política



12,90 %

Promedio

22,55 %

Media

Uso de Internet



Varias veces/día



Diariamente



Semanalmente



> 1 Semana y < 3 meses



> 3 meses y < 1 año



> 1 año



35M

Muestra

Alta

Confianza

556.43

Gasto medio

Perfil Global



El perfil se encuentra por debajo de la media nacional en las habilidades digitales. Por otro lado, usa internet con bastante frecuencia. Usa varios dispositivos para acceder a internet. Tiene una confianza moderada en Internet. Compra en internet, pero no de forma muy asidua. Su número de compras está por debajo de la media. En cuanto al valor de sus compras, supera la media nacional. Utiliza bastante los servicios de Internet.



Media

Confianza

467.17

Gasto

Habilidad Digital



Nivel 5 - Avanzada



0,0... 38,...

Nivel 4 - Básica



0,0... 26,...

Nivel 3 - Baja



0,0... 15,...

Nivel 2 - Reducida



0,00 % / 7,40 %

Nivel 1 - Limitada



0,00 % / 4,50 %

Nivel 0 - Sin Habilidades



0,00 % / 8,50 %

Uso Multidispositivo



Tablet



40,70 %

Promedio

37,10 %

Media

Móvil



96,77 %

Promedio

93,90 %

Media

PC



31,10 %

Promedio

32,20 %

Media

Portátil



55,40 %

Promedio

54,10 %

Media

Otros



50,70 %

Promedio

48,20 %

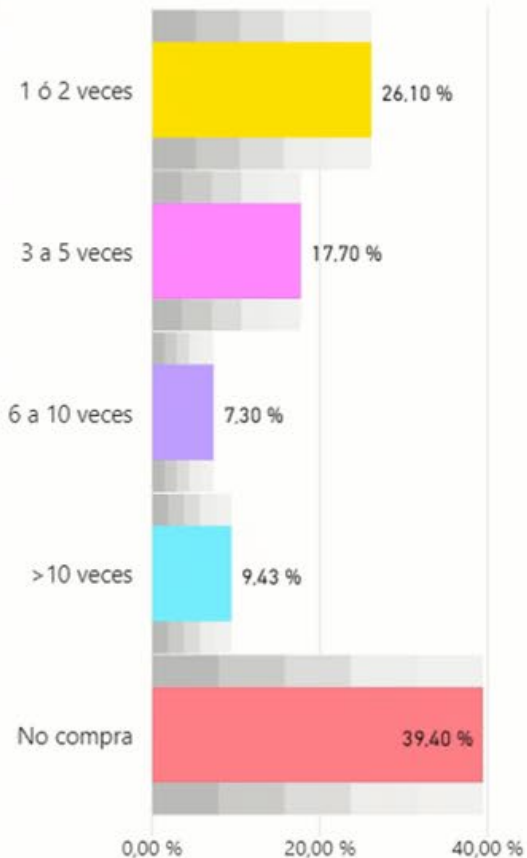
Media

Compras



5

Nº Compras



Usuario Servicios



Aprender



34,63 %

Promedio

33,10 %

Media

Clases online



49,84 %

Promedio

45,00 %

Media

Comunicarse



80,91 %

Promedio

77,42 %

Media

Información



43,34 %

Promedio

40,74 %

Media

Política



14,72 %

Promedio

22,55 %

Media

Uso de Internet



Varias veces/día



0,0... 82,...

Diariamente



0,00 % / 3,20 %

Semanalmente



0,00 % / 6,00 %

> 1 Semana y < 3 meses



0,00 % / 2,10 %

> 3 meses y < 1 año



0,00 % / 0,60 %

> 1 año



0,00 % / 0,60 %

Variables Demográficas

Convivencia en pareja

- Conyuges
- No conviven
- Pareja de hecho

Edad

- De 16 a 24 años
- De 25 a 34 años
- De 35 a 44 años
- De 45 a 54 años
- De 55 a 64 años
- De 65 a 74 años

Género

- Hombre
- Mujer

Hábitat

- <10.000
- >10.000 y <=20.000
- >100.000 habitantes
- >20.000 y <=50.000
- >50.000 y <= 100.000

Nacionalidad

35M

Muestra

Alta

Confianza

556.43

Gasto medio

Perfil Global



El perfil se encuentra por debajo de la media nacional en las habilidades digitales. Por otro lado, usa internet dentro de la media española. Usa varios dispositivos para acceder a internet. Tiene una confianza moderada en Internet. Prefiere comprar de forma tradicional. Su número de compras está por debajo de la media. En cuanto al valor de sus compras, supera la media nacional. Utiliza bastante los servicios de Internet.



Habilidad Digital



Nivel 5 - Avanzada



0,0... 38,...

Nivel 4 - Básica



0,0... 26,...

Nivel 3 - Baja



0,0... 15,...

Nivel 2 - Reducida



0,00 % 6,35 % 7,40 %

Nivel 1 - Limitada



0,00 % 3,55 % 4,50 %

Nivel 0 - Sin Habilidades



0,00 % 5,70 % 8,50 %

Uso Multidispositivo



41,45 %

Promedio

37,10 %

Media



Móvil

96,15 %

Promedio

93,90 %

Media



PC

30,15 %

Promedio

32,20 %

Media



Portátil

55,95 %

Promedio

54,10 %

Media



Otros

52,55 %

Promedio

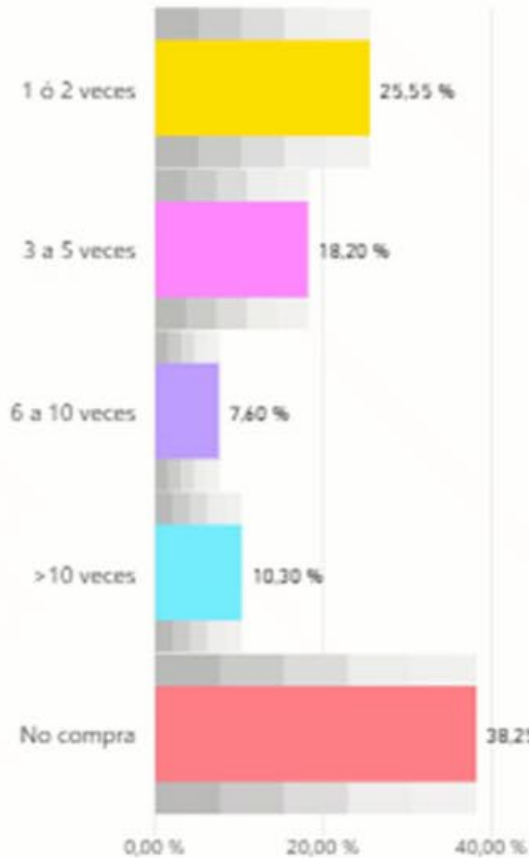
48,20 %

Media

Compras

**5**

Nº Compras



Usuario Servicios



Aprender

36,12 %

Promedio

33,10 %

Media



Servicios online

49,78 %

Promedio

45,00 %

Media



Comunicarse

81,85 %

Promedio

77,42 %

Media



Información

43,80 %

Promedio

40,74 %

Media



Política

15,05 %

Promedio

22,55 %

Media

Uso de Internet



Varias veces/día



0,0... 82,...

Diariamente



0,00 % 3,00 % 3,20 %

Semanalmente



0,00 % 4,45 % 6,00 %

> 1 Semana y < 3 meses



0,00 % 1,40 % 2,10 %

> 3 meses y < 1 año



0,00 % 0,50 % 0,60 %

> 1 año



0,00 % 0,55 % 0,60 %

Variables Demográficas

 Convivencia en pareja

- Conyuges
- No conviven
- Pareja de hecho

 Edad

- De 16 a 24 años
- De 25 a 34 años
- De 35 a 44 años
- De 45 a 54 años
- De 55 a 64 años
- De 65 a 74 años

 Género

- Hombre
- Mujer

 Hábitat

- <10.000
- >10.000 y <=20.000
- >100.000 habitantes
- >20.000 y <=50.000
- >50.000 y <= 100.000

 Nacionalidad

35M

Muestra

Alta

Confianza

556.43

Gasto medio

Perfil Global



El perfil se encuentra por debajo de la media nacional en las habilidades digitales. Por otro lado, usa internet con bastante frecuencia. Usa varios dispositivos para acceder a internet. No confía mucho en Internet. Prefiere comprar de forma tradicional. Su número de compras está por debajo de la media. En cuanto al valor de sus compras, supera la media nacional. Utiliza bastante los servicios de Internet.



Baja

Confianza

467.17

Gasto

Variables Demográficas

Convivencia en pareja

- Conyuges
- No conviven
- Pareja de hecho

Edad

- De 16 a 24 años
- De 25 a 34 años
- De 35 a 44 años
- De 45 a 54 años
- De 55 a 64 años
- De 65 a 74 años

Género

- Hombre
- Mujer

Hábitat

- <10.000
- >10.000 y <=20.000
- >100.000 habitantes
- >20.000 y <=50.000
- >50.000 y <= 100.000

Nacionalidad

Habilidad Digital



Nivel 5 - Avanzada



Nivel 4 - Básica



Nivel 3 - Baja



Nivel 2 - Reducida



Nivel 1 - Limitada



Nivel 0 - Sin Habilidades



Uso Multidispositivo



Tablet



38,10 %

Promedio

37,10 %

Media

Móvil



95,95 %

Promedio

93,90 %

Media

PC



29,75 %

Promedio

32,20 %

Media

Portátil



53,40 %

Promedio

54,10 %

Media

Otros



46,30 %

Promedio

48,20 %

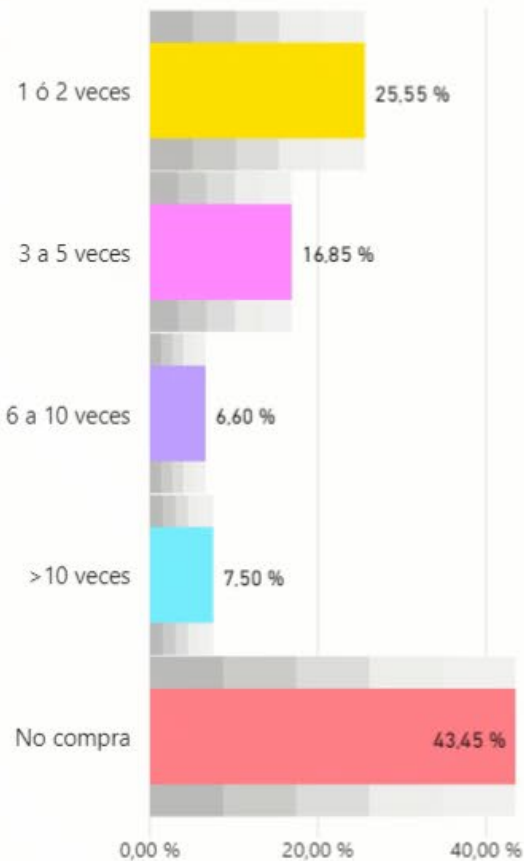
Media

Compras



5

Nº Compras



Usuario Servicios



Aprender



33,02 %

Promedio

33,10 %

Media

Clases online



47,10 %

Promedio

45,00 %

Media

Comunicarse



78,54 %

Promedio

77,42 %

Media

Información



42,13 %

Promedio

40,74 %

Media

Política



13,48 %

Promedio

22,55 %

Media

Uso de Internet



Varias veces/día



Diariamente



Semanalmente



> 1 Semana y < 3 meses



> 3 meses y < 1 año



> 1 año



35M

Muestra

Alta

Confianza

556.43

Gasto medio

Perfil Global



El perfil se encuentra por debajo de la media nacional en las habilidades digitales. Por otro lado, usa internet con bastante frecuencia. Usa varios dispositivos para acceder a internet. Tiene una confianza moderada en Internet. Compra en internet, pero no de forma muy asidua. Su número de compras está por debajo de la media. En cuanto al valor de sus compras, supera la media nacional. Utiliza bastante los servicios de Internet.



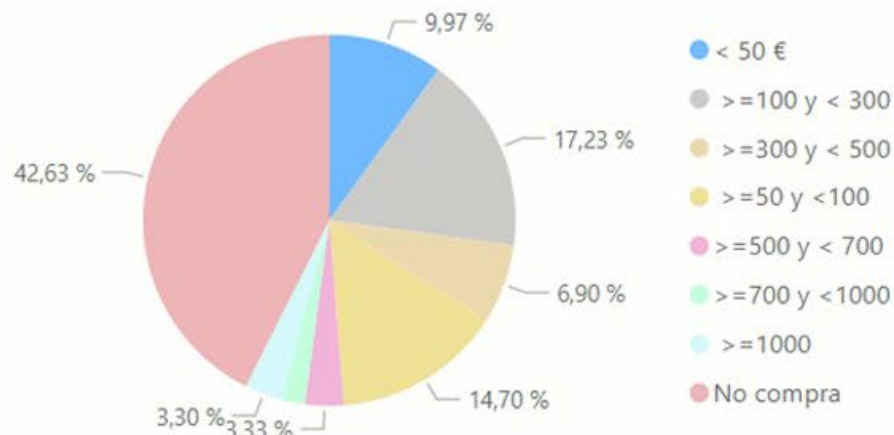
Media

Confianza

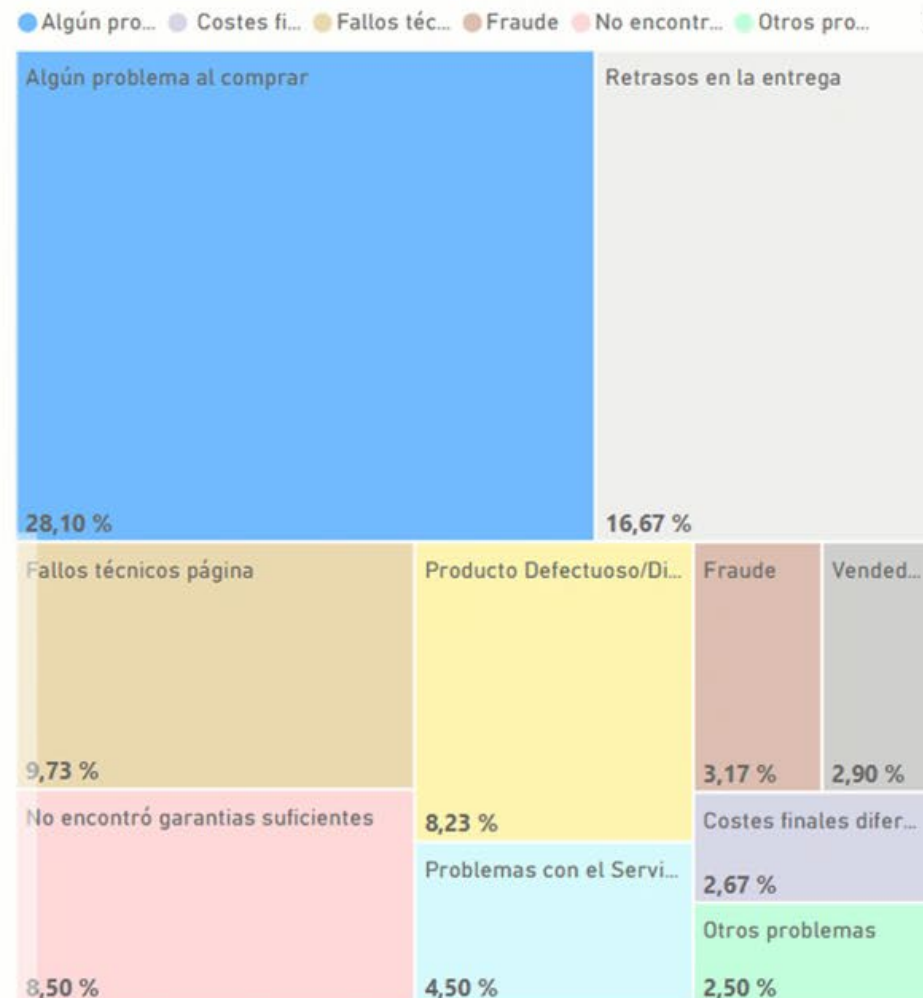
467.17

Gasto

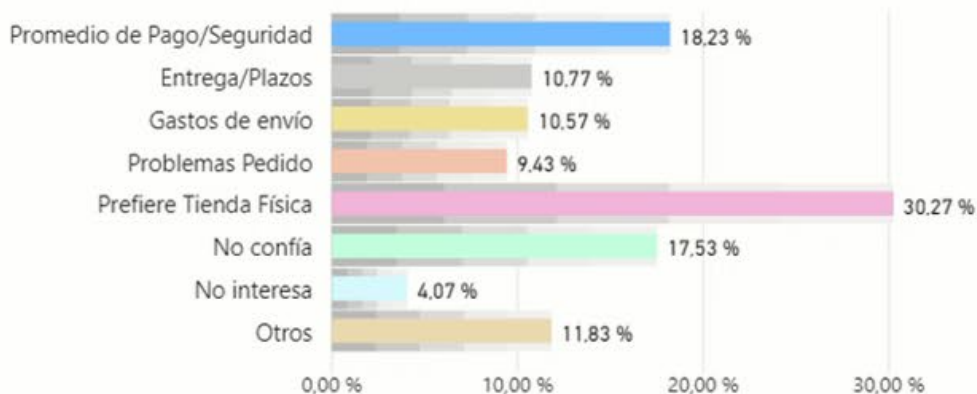
Valor de las compras realizadas



Problemas encontrados al comprar



Motivos para no Comprar



Search

Convivencia en pareja (3)

- Conyuges
- No conviven
- Pareja de hecho

Edad (6)

- De 16 a 24 años
- De 25 a 34 años
- De 35 a 44 años
- De 45 a 54 años
- De 55 a 64 años
- De 65 a 74 años

Género (2)

- Hombre
- Mujer

Hábitat (5)

- <10.000
- >10.000 y <=20.000
- >100.000 habitantes
- >20.000 y <=50.000
- >50.000 y <= 100.000

Nacionalidad (2)

Insights



Gasto medio

Gasta entre 100 y 300 euros cuando compra por Internet.



Compra

No muy frecuentemente y prefiere tienda física



Multidispositivo

Sí, preferiblemente usa móvil



Internet

Lo usa a diario y está presente en RRSS. También usa servicios de forma habitual.



Nivel de confianza

Confía en Internet, pero le preocupa la seguridad en el pago y los plazos de entrega.

Decisiones de negocio

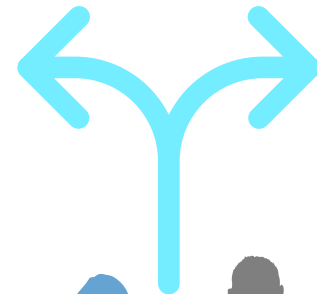
Es fundamental fidelizar a esta compradora para establecer una relación a largo plazo.

Dado que no compra con frecuencia en Internet, hay que ofrecerles productos diferenciadores que no encuentra habitualmente en tienda física.

La tienda tiene que estar adaptada a tablet y móvil porque son los dispositivos de mayor preferencia.

Puede añadir medios de pago novedosos porque su consumidora no tiene problemas en el uso del medio digital. El mejor medio para acceder a ella es a través de las RRSS.

Busca un buen servicio y hay que ofrecerle seguridad en el pago y cumplir las promesas, sobre todo en lo relacionado con los plazos de entrega.





Agenda

01 Contexto

Introducción al Proyecto donde se explica la situación de partida y el objetivo perseguido.

02 Metodología

Descripción de la metodología de trabajo y la herramienta de seguimiento utilizada..

03 Contenido

Detalle de la solución construida, flujo de trabajo y retos encontrados en el Desarrollo del Proyecto.

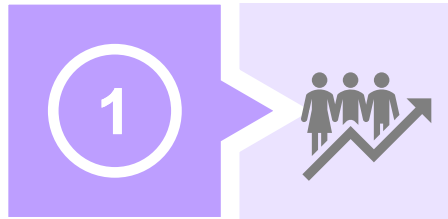
04 Resultados

Uso práctico del cuadro de mandos del “Perfil Digital en España”.

05 Conclusiones

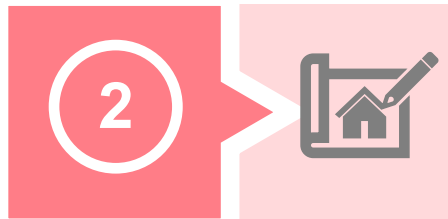
Reflexiones sobre el proyecto

Principales retos



Fuentes de datos

Datos anonimizados, estructurados y agrupados con filas por variables sociodemográficas con diferentes porcentajes por columna y fila (**encuestas multivaluadas y muestra duplicada**).



Diseño del modelo

Modelo en **Estrella relacionado a través de las variables demográficas excepto 3 tablas** utilizadas para mostrar el perfil en texto, imágenes e iconos (Arquetipado del perfil).



Desarrollo

Complejidad del Desarrollo por la estructura de datos (DAX): 37 métricas para obtener los datos objetivo, 17 métricas para el Arquetipo de perfil, 3 perfil persona, 11 generales para cálculos intermedios y 8 columnas calculadas



Publicación y Compartición

Licencia básica no permite compartir usando el espacio personal gratuito.



Posibles Evoluciones

1 Upgrade Licencia Microsoft

Publicar y compartir el informe a través de la web con otros miembros del equipo de trabajo de la empresa

2 Nuevas fuentes

Explorar nuevos datos del Portal de Datos Europeo o del Instituto Nacional de Estadística para aportar más información de calidad al perfil digital.

3 Integración con herramientas

Incorporar datos de CRM, resultados de campañas en medios digitales, métricas del funnel de conversión etc.

4 Exportar el modelo de datos

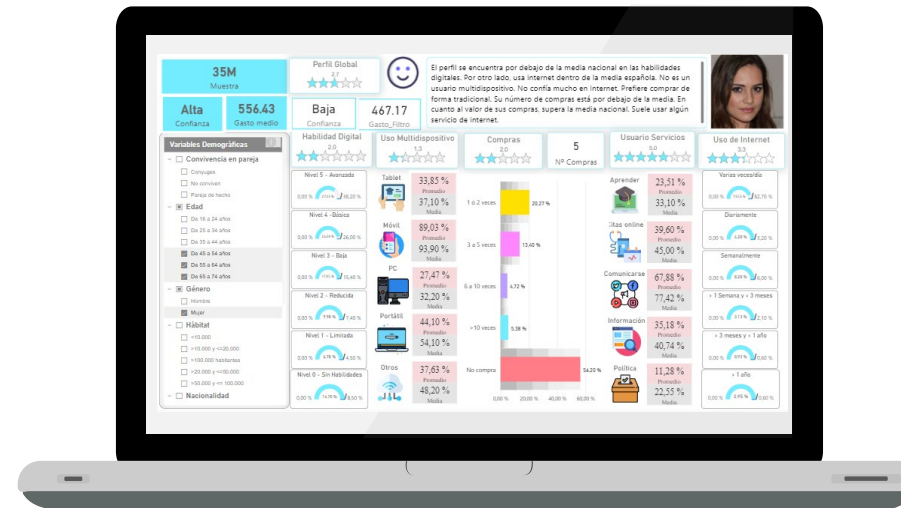
Migrar el modelo hacia una base de datos SQL o a un servicio propio de la empresa para seguir ampliando el modelo actual.

5 Ampliar el informe

Añadir más información cualitativa: gráficos de calor, comparativas entre perfiles etc.

6 Datos en tiempo real

Mejorar la base tecnológica obteniendo la información a través de servicios Web para información disponible en tiempo real (estudios de mercado externos etc.)



Conclusiones

Perfil Digital

Es posible utilizar herramientas potentes de inteligencia de negocio, sin que sea necesario realizar una inversión económica grande para poder integrarlas en la operativa de las pequeñas empresas



Permite a las pequeñas empresas obtener **una visión 360** de la capacidad que tiene el **consumidor en España** para enfrentarse al medio digital.



Identifica cuáles son los principales obstáculos que se deben resolver para llegar a ese consumidor.



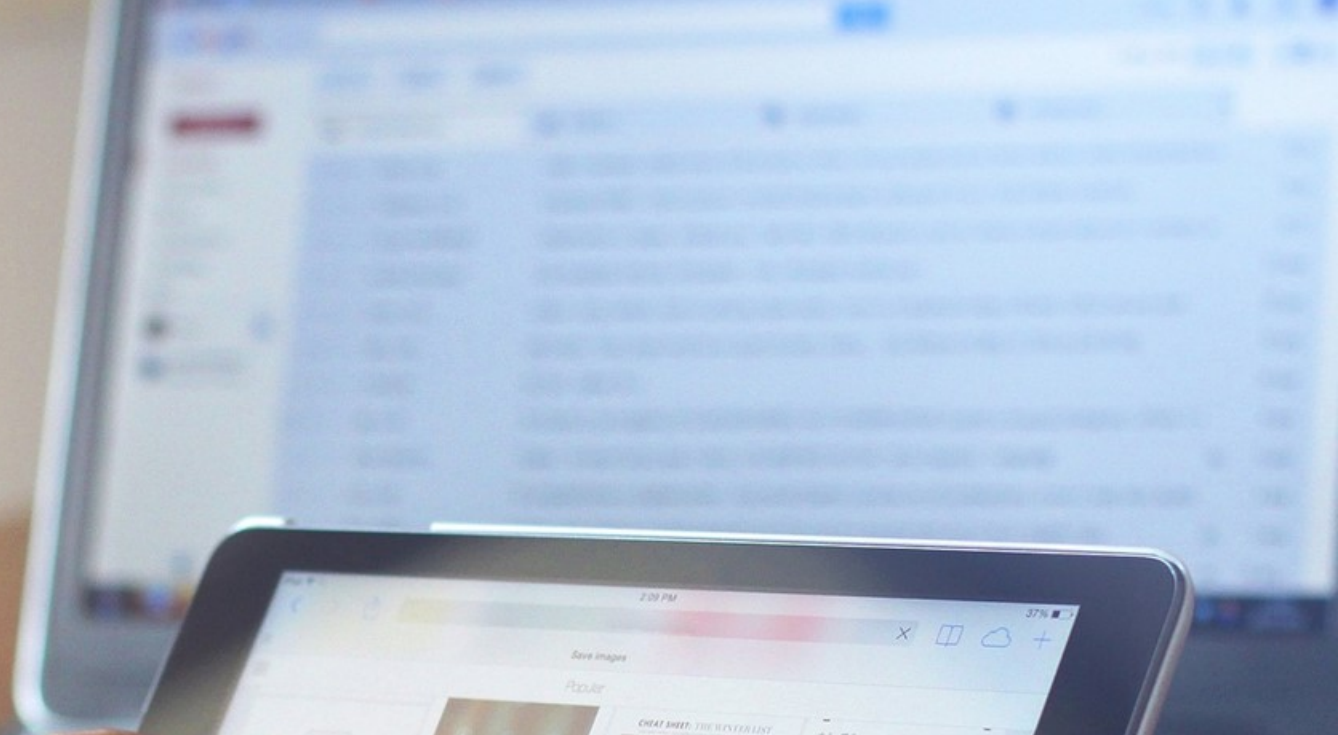
Las empresas pequeñas pueden así tomar decisiones basadas en los datos, identificar oportunidades de negocio y satisfacer a la demanda con una mayor calidad.



La clave de este proyecto está en el conocimiento que se tiene de los datos, los objetivos que se persiguen con su análisis y cómo se desea explotar esa información para aportar valor a la empresa.



Gracias



Ana Isabel Durán Pulido