

# **La consultora AIS facilita a las empresas un retrato preciso de los hábitos de la sociedad española con la incorporación de nuevas tipologías de hogar e indicadores a su big data Habits**

**AIS Group ha lanzado una nueva versión de su Big Data Habits, que incorpora nuevos indicadores y tipologías de familias para ofrecer un retrato más actual y fiel de la sociedad española**

Habits es un conjunto de indicadores, principalmente económicos y sociodemográficos, que aportan un retrato estadístico preciso de la sociedad española y de su forma de vida, utilizado por los departamentos comerciales y de marketing para definir sus estrategias y por otras áreas de la empresa que necesitan conocer a fondo al cliente -real y potencial- para tomar decisiones de negocio óptimas.

## **Nuevas tipologías de hogares**

Una de las características distintivas de Habits es la segmentación de las familias españolas en tipologías a partir de sus rasgos sociodemográficos y económicos, que permite conocer la presencia y perfil de gasto de todas las tipologías de hogar en cada microzona. Es decir, Habits no sólo define los tipos de familia, sino que las sitúa geográficamente, de modo que puede saberse qué densidad de cada tipología hay en un territorio con una precisión de sección censal.

En su última versión de Habits, AIS ha revisado y actualizado las tipologías de familia con el objetivo de adecuarlas a la realidad social actual. Así, a partir de ahora, se incluyen nuevos segmentos como las familias monoparentales, las que conviven con algún abuelo o abuela o incluso aquellos hogares integrados por personas que comparten piso. Además, con esta actualización, AIS abre también la posibilidad de diseñar tipologías a medida para satisfacer necesidades específicas.

## **Crece el número de indicadores**

La actual versión de Habits incluye también nuevas fuentes de datos y, por tanto, nuevos indicadores de manera que el volumen de variables pasa de unas 1.800 a alrededor de 2.000. De esta manera, a datos tradicionales como el nivel medio de ingresos o de gastos en partidas como alimentación, ocio, seguros o equipamiento del hogar, se suman ahora cuestiones como las relativas al uso que hacen los españoles de la tecnología, a su capacidad económica o a la climatología o criminalidad en cada microzona.

## **Decisiones estratégicas en marketing y ventas**

Habits ofrece múltiples utilidades a las empresas y es una pieza clave en todo lo relacionado con la inteligencia de cliente. Sus indicadores pueden enriquecer sus bases de datos de clientes reales, ayudar a localizar un público objetivo nuevo, identificar los puntos de venta más adecuados para la comercialización de nuevos productos, realizar campañas de trade marketing o, incluso determinar el precio óptimo de los productos. Desde hace años, Habits es una herramienta fundamental para las

áreas de marketing y ventas ya que sus indicadores dan respuesta a cuestiones clave a la hora de definir sus acciones: quiénes son sus clientes, dónde están, cuántos hay y cómo se comportan.

#### Aplicación de los indicadores más allá de lo comercial

Habits es utilizado en banca por los equipos que analizan solicitudes de crédito, a los que facilita más información y solidez para evaluar las peticiones de financiación. Los equipos de logística utilizan sus indicadores para realizar cálculos de predicción de la demanda y optimizar la distribución. Por su parte, los servicers e inmobiliarias los utilizan para establecer el precio de alquiler o compra de inmuebles de todo tipo. Durante las primeras semanas de confinamiento a causa de la COVID-19, los servicios de emergencias de algunas ciudades utilizaron Habits para localizar personas mayores que vivían solas.

#### Analítica sobre el mapa

Los datos Habits son una fuente de información muy valiosa para alimentar modelos predictivos de cualquier naturaleza, incluidos los basados en inteligencia artificial. Para facilitar su análisis y transformarlo en conocimiento que favorezca las decisiones data-driven que cada vez más demandan las empresas, los indicadores pueden volcarse sobre sistemas de información geográfica (GIS), plasmando los resultados sobre el mapa.

#### Datos de contacto:

Jennifer  
620 059 329

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Sociedad](#) [Otros Servicios](#) [Innovación Tecnológica](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>