

Matemáticas para luchar contra el coronavirus

La consultora AIS Group, especializada Big Data y Analytics, colabora en la iniciativa Acción Matemática contra el coronavirus cediendo una selección de sus indicadores sociodemográficos y económicos Habits para que estén a disposición de los investigadores que trabajan en proyectos y estudios relacionados con el COVID-19

Coordinada por el Comité Español de Matemáticas, la iniciativa pone a disposición de las autoridades la capacidad de análisis y modelización de la comunidad matemática para comprender el comportamiento y el impacto de la pandemia.

“Desde el mes de marzo, cedemos información estadística sobre la población a los ayuntamientos y organizaciones que nos la solicitan para contribuir a su tarea de frenar los efectos sanitarios y económicos del coronavirus”, explica Ramon Trias, presidente de AIS Group. “Ahora la ponemos también al servicio de los investigadores”, comenta. “Entre estos indicadores destacan algunos que permiten localizar a los grupos más vulnerables, como las personas mayores que viven solas, y los relativos a la tasa de ocupación de los hogares, las zonas con mayor densidad de población o la distribución de la población en riesgo de pobreza, etc,” señala Trias.

Desde hace más de 30 años, AIS Group desarrolla modelos matemáticos, estadísticos y de inteligencia artificial para actividades como el marketing, la optimización de procesos industriales, el cálculo del precio de inmuebles y la gestión del riesgo en el sector financiero. “Una cuarta parte de la plantilla de AIS Group está formada por matemáticos y estadísticos, por lo que estamos convencidos de que los resultados que los distintos grupos de trabajo de Acción Matemática contra el Coronavirus van a ser realmente útiles tanto para combatir la pandemia, las futuras contingencias y la vuelta a la normalidad”, concluye Ramón Trias.

¿Qué es Habits?

Habits presenta una segmentación de las familias españolas en tipologías a partir de sus rasgos sociodemográficos y económicos. Permite conocer la presencia y perfil de gasto de cada tipología de hogar en cada zona, ya sea CCAA, provincia, municipio o sección censal. Es decir, no sólo define los tipos de familia, sino que las sitúa geográficamente, de modo que puede saberse la densidad de cada tipología que hay en cada zona.

Además de toda la información relativa a los perfiles de consumo, los ingresos y las tipologías de las familias, Habits dispone de otra información demográfica como la tasa de paro total y por tramo de edad en cada área. También indicadores económicos, información catastral y datos relacionados con la vivienda (como el precio medio del m2 en la zona y el precio de venta y/o alquiler de todos los inmuebles), información relativa a las empresas, al comportamiento de los usuarios en redes sociales e incluso detalles sobre la climatología de cada zona. Otros indicadores facilitados son los de Riesgo de Pobreza e Índice de Capacidad Económica.

El objetivo principal de Habits es dotar a las compañías de un profundo conocimiento del cliente (real y potencial), para que puedan tomar las decisiones más acertadas para el negocio y emprender así acciones de marketing, de distribución y de expansión más efectivas y rentables, explica el presidente de AIS.

Sin embargo, en un momento como el presente, lejos de su aplicación habitual, desde AIS han optado por poner la parte de esta información que determinamos más útil al servicio de las autoridades que combaten la actual pandemia.

Datos de contacto:

Paula Espadas
620 059 329

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

Categorías: [Marketing](#) [Madrid](#) [E-Commerce](#) [Ciberseguridad](#) [Otras ciencias](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>