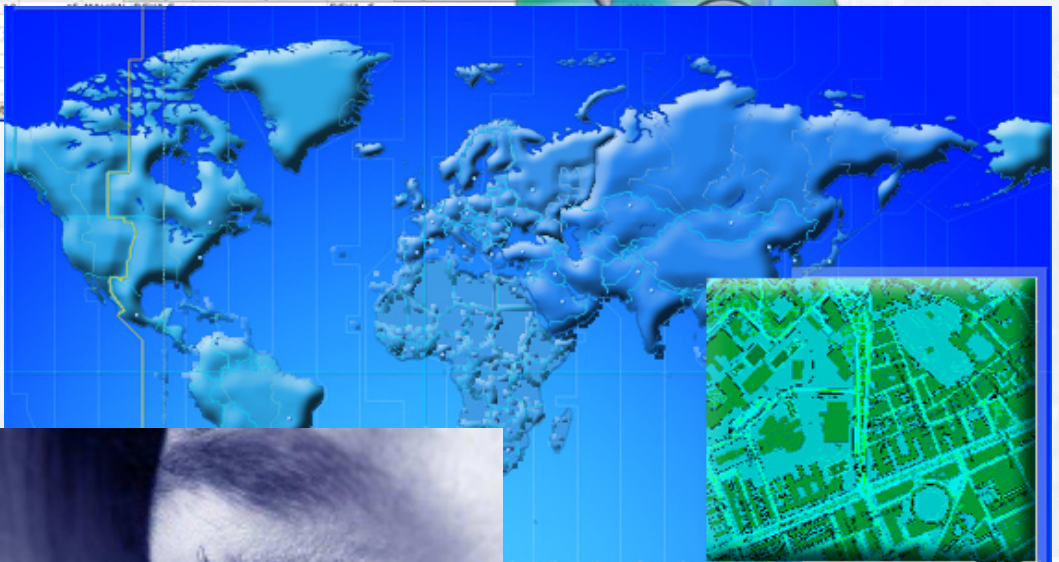


# SPATIAL DATA MINING

*Soluciones GIS para Geomarketing*

ID Sucursal	Territorial	Zona	Sucursal	Nombre	Domicilio	Cod Postal	Entorno
1	38	32	1	MADRID, PL. DE CANALEJAS,1	PLAZA DE CANALEJAS, 1	28014	U
2	15	12	4	GRANADA, G.V. DE COLOM,3	GRAN VIA DE COLOM, 3	18001	U
3	34	1	7	A CORUÑA, CANTON GRANDE,4	CANTON GRANDE, 4	15001	U
4	68	1	8	VALENCIA, BARCAS,8	BARCAS, 8	46002	U
5	71	2	10	EJEA DE LOS CABALLEROS	PO. DEL HIRIO, 34	50002	R
6	15	4	12	HUELVA, CONCEPCION,27	CONCEPCION, 27	21001	U
7	57	7	13	BADAJOS, PL. DE ESPAÑA, 6 A	PL. DE ESPAÑA, 6 A	06001	U
8	68	5	14	ALCOY, AV. PAIS VALENCIA,23	AV. PAIS VALENCIA, 23	38001	R
9	57	4	16	VALDEPEÑAS	SEIS DE JUNIO, 42	13300	U
10	30	14	18	BILBAO, P. V. LOPEZ DE HARO,4	GRAN VITICION DIEGO LOPEZ DE HARO, 4	48001	U
11	16	1	20	VALLADOLID, CONSTITUCION,8	CONSTITUCION,8	47001	U
12	16	7	24	SORIA, EL COLLADO,5A	EL COLLADO,5A	42002	R
13	68	8	28	CARTAGENA, PL. S. FRANCISCO,5	PL. DE SAN FRANCISCO, 5	30001	U
14	68	9	29	PALMA, SINDICATO,6	SINDICATO, 6	07002	U
15	34	3	31	VIGO, URZALIZ,2	URZALIZ, 2	36001	U
16	71	2	32	CALATYUD	PO. CORTES DE ARAGON, 3	50000	U
17	10	32	33	FIGUERAS	RANSA, 21	17000	U
18	10	12	34	OLOT	SAN RAFAEL, 8-10	17000	U
19	71	6	36	TUDELA	GATTASIDE,3	50000	U
20	29	1	40	LAS PALMAS, MURO, S-N	MURO, S-N	47000	U
21	15	11	41	LINARES	ISAAC PERAL, 2	17000	U
22	29	68	43	STA. CRUZ TP, VALENTIN SANZ,17	VALENTIN SANZ, 17	38000	U



# SOLUCIONES SIG PARA MARKETING FINANCIERO Y COMERCIAL: BUSINESS SPATIAL ANALYST.

Los departamentos de marketing de empresas y entidades bancarias pueden mejorar la toma de decisiones utilizando los informes obtenidos a partir de los datos espaciales o de estudios y análisis realizados con sistemas de información geográfica (SIG):

- Cuáles son mis mejores clientes y qué opciones tengo para mantenerlos.
- Dónde está el principal mercado potencial de mi producto para encontrar nuevos clientes.
- Cuales son las mejores localizaciones para ampliar nuestra red de sucursales.
- Disponemos de una red de oficinas optimizada para alcanzar un máximo rendimiento.
- Cuáles son las pautas de comportamiento de mis clientes y como se relacionan con el lugar donde viven.

Las respuestas a cada una de estas cuestiones tienen un componente geográfico de gran importancia. Las funciones SIG nos proporcionan herramientas de análisis espacial que nos ayudan a comprender cómo influye la apertura de nuevas sucursales sobre las oficinas ya existentes o cómo afecta a un determinado target de mercado.



Con el objeto de ofrecer al mercado productos basados en las tecnologías de geomarketing y análisis de mercado, ISIG – Meydis han establecido un modelo de colaboración. La experiencia de Meydis, con más de 25 años tratando con información para el análisis y estudio de mercados unida a la experiencia de ISIG en la implantación de Sistemas de Información Geográfica, permite poner a su disposición el valor de las sinergias que resultan de los años de experiencia de ambas empresas en sus respectivos campos:

- Datos sociodemográficos y económicos de los diversos actores del mercado (clientes, sucursales, distribuidores, puntos de venta, etc...) y datos cartográficos enlazados convenientemente y con las codificaciones asignadas por diversos Organismos Oficiales.
- Software para los procesos de normalización y georreferenciación de los datos y para la posterior resolución de las preguntas relacionadas con la información espacial.



# PROCESOS

**NORMALIZACION  
DE LOS DATOS**

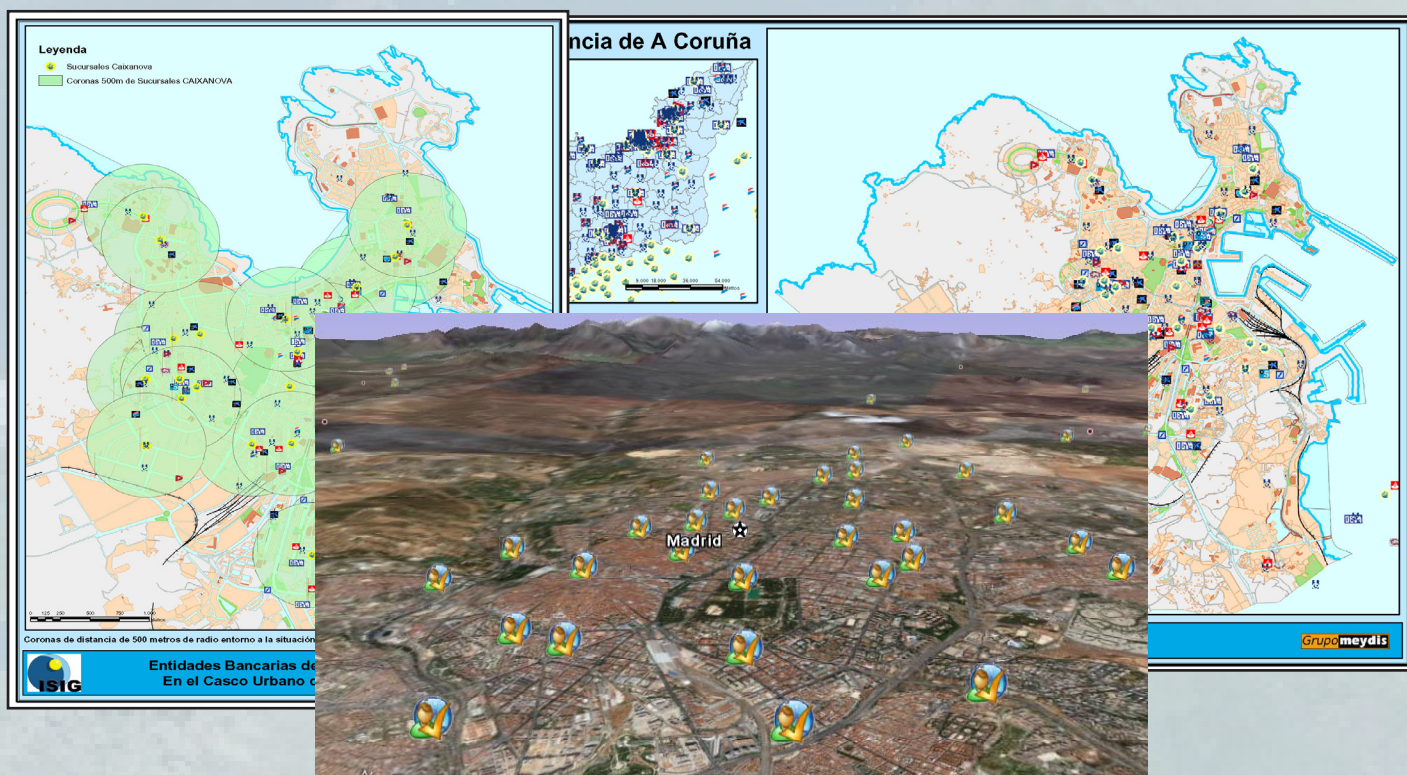
**Captura de datos.  
Validación y Deduplicación.  
Limpieza y Supresión.  
Normalización.**

**BUSINESS  
DATA QUALITY**

**Enriquecimiento de Datos.  
Segmentación y Optimización.  
Scoring y Modelización.**

**REFERENCIACION  
GEOGRAFICA**

**Análisis de Superficies.  
Customer Profiling.  
Map Business Intelligence.  
Mercados Potenciales.**



## MICROZONAS

La microzona es la unidad geográfica mínima de la que se dispone información.

Hasta ahora la unidad geográfica básica del análisis geodemográfico en España es la Sección Censal. En España hay 385000 secciones censales.

Nuestros análisis ofrecen una nueva perspectiva: el salto a una unidad geográfica inferior como es el tramo de vía. De esta manera, podemos dividir España en 650000 microzonas.

Esto ha sido posible gracias a las nuevas tecnologías del tratamiento de información que hemos desarrollado. Ahora disponemos de la posibilidad de hacer cluster tridimensionales, que permiten agregar información de distintos años, niveles geográficos y fuentes de datos para ofrecer mayor detalle en el análisis de la población con su hábitat.

<b>GRUPO A: Elites</b>	<b>6,90%</b>
A01 Elites clásicas	2%
A02 Elites urbanas	2,4%
A03 Elites residenciales	1%
A04 Nuevas elites residenciales	1,5%

<b>GRUPO B: Urbanitas</b>	<b>13,7%</b>
B05 Cosmopolitas asentados	0,7%
B06 Cosmopolitas emergentes	3,6%
B07 Profesionales urbanos mayores	2%
B08 Éxito aparente	3,9%
B09 Áreas de inmigración urbana	1,6%
B10 Empleados urbanos modestos	1,9%

<b>GRUPO C: Éxito provincial</b>	<b>11,9%</b>
C11 Realizados provinciales	4,4%
C12 Consolidados centro histórico	2,7%
C13 Trabajadores consolidados	2,6%
C14 Consolidado áreas de veraneo	2%
C15 Mayores realizados	0,2%

<b>GRUPO D: Juventud en expansión</b>	<b>6,9%</b>
D16 Jóvenes emergentes de éxito	1,6%
D17 Nuevos trabajadores jóvenes	2,9%
D18 Jóvenes PYME	1%
D19 Jóvenes áreas mixtas	1,4%

<b>GRUPO E: Profesionales maduros</b>	<b>10,7%</b>
E20 Profesionales estables	1,9%
E21 Profesionales de éxito	1,8%
E22 Profesionales emergentes	3%
E23 Profesionales asentados	2%
E24 Profesionales medios	2%

<b>GRUPO F: Turismo</b>	<b>2,4%</b>
F25 Industria y turismo	0,2%
F26 Zonas turísticas	1,7%
F27 Zona turística multicultural	0,5%

<b>GRUPO G: Industria</b>	<b>7,8%</b>
G28 Industria clásica	1,9%
G29 Áreas de inmigración	4%
G30 Industria tradicional	1,9%

<b>GRUPO H: Áreas mixtas</b>	<b>15,3%</b>
H31 Áreas mixtas de inmigración	2,5%
H32 No cualificados áreas mixtas	3,2%
H33 Áreas mixtas pequeño	2,8%
H34 Áreas mixtas dispersas	2,7%
H35 Áreas mixtas pequeña	3,6%
H36 Seguridad y defensa	0,5%

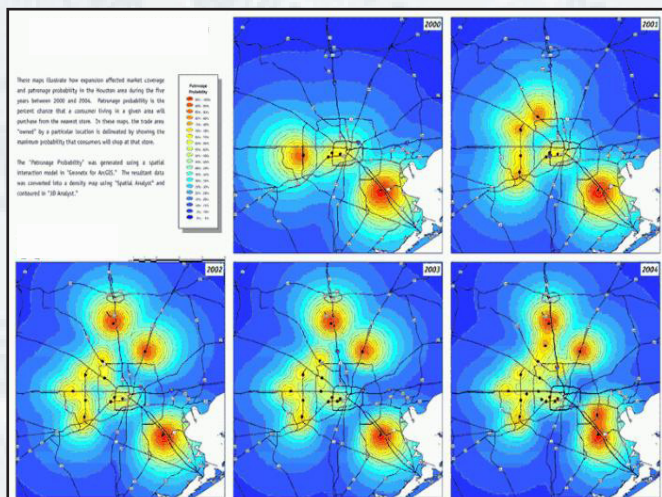
<b>GRUPO I: No cualificados</b>	<b>8,4%</b>
I37 Trabajadores no cualificados	2,5%
I38 Agricultores estables	2,4%
I39 No cualificados modestos	1%
I40 No cualificados estables	2,5%

<b>GRUPO J: Agricultura</b>	<b>5,5%</b>
J41 Áreas de inmigración	0,5%
J42 Agricultores mayores	3%
J43 Jornaleros maduros	2%

<b>GRUPO K: Áreas pasivas</b>	<b>9,7%</b>
K44 Turismo rural	0,6%
K45 Rural PYME	1%
K46 Retirados satisfechos	0,7%
K47 Rural mayores	1,3%
K48 Rural tradicional	1,8%
K49 Rural jubilados	2,5%
K50 Rural modestos	0,8%

# RESULTADOS

- Cuál es el nivel de penetración de nuestro producto en una determinada zona
- Dónde estamos haciendo nuestras campañas de publicidad y que alcance tienen.
- Cuál es la accesibilidad para nuestros clientes de nuestros centros.
- Dónde está localizada la competencia.
- En qué lugar es más interesante abrir una nueva sucursal de nuestra red de distribución.
- Análisis de la competencia y de su presión competitiva.
- Estudios para la localización de nuevas oportunidades de negocio.
- Dónde viven mayoritariamente los clientes que compraron un determinado producto.
- Cuál es el establecimiento más cercano a cada uno de mis clientes.
- Cuál es la tipología de los clientes de cada una de las sucursales.



- Qué tipo de empresas predominan en un determinado barrio.
- Detección de zonas de canibalización dentro de mi red de distribución.
- Situación de los Huecos de mercado adaptados a las características de nuestros productos.

Las soluciones Meydis- ISIG realizan un estudio por menorizado de cada cliente para analizar sus necesidades de geomarketing. Cada cliente es asesorada según sus requerimientos y posibilidades, tanto para la adquisición de software como para la adquisición de información alfanumérica o cartográfica.



Ingeniería de Sistemas  
Información Geográfica, ISIG SL

Príncipe de Vergara, 211 1º5  
28002 Madrid  
Tlfn: 915637090 Fax:912632028  
e-mail: [isig@isig.es](mailto:isig@isig.es)  
Visitanos en : [www.isig.es](http://www.isig.es)



Grupo MEYDIS S.A.  
Publicidad y Marketing Directo

P.I. los Frailes, Parcela 132-A  
28814 Daganzo de Arriba, Madrid  
Tlfn: 918304650  
e-mail: [comercial@meydis.com](mailto:comercial@meydis.com)  
Visitanos en : [www.meydis.com](http://www.meydis.com)