

Evolución del Perfil del Cliente

1. Teniendo en cuenta la organización que analizó durante la semana 1, especifique en profundidad cómo es su cliente, en función a la descripción de los nuevos criterios de segmentación. Mencione al menos ocho (8) características de su target de consumidores objetivo.

- **Tecnológicamente Conectado:** Los clientes del INE, incluyendo gobiernos, empresas y ciudadanos, están cada vez más conectados digitalmente, utilizando plataformas en línea para acceder y analizar datos económicos.
- **Orientado a la Información:** Estos clientes buscan información precisa y confiable para la toma de decisiones económicas, ya sea para políticas fiscales, estrategias de mercado o planificación personal.
- **Proactivos y Exigentes:** Esperan acceso rápido y fácil a los datos. Tienen un bajo umbral de paciencia para retrasos o datos inaccesibles.
- **Educación y Conocimiento:** Generalmente tienen un alto nivel educativo y un fuerte entendimiento de conceptos económicos, lo que les permite interpretar y utilizar los datos del IPC y otros índices de manera efectiva.
- **Multicanal:** Utilizan múltiples canales para acceder a la información, incluyendo sitios web oficiales, aplicaciones móviles y redes sociales (incluso podcasts).
- **Sensibles a la Transparencia:** Valorán la transparencia en los procesos de recopilación y análisis de datos. Esperan claridad en cómo se obtienen y calculan los índices.
- **Internacionalizados:** Además de los actores locales, hay un interés significativo de organismos internacionales y analistas económicos globales en los datos proporcionados por el INE.
- **Adaptabilidad:** A medida que las metodologías y tecnologías avanzan, los clientes del INE están dispuestos a adaptarse y aprender nuevas formas de interactuar con los datos y resultados.

2. Para optimizar su inversión en publicidad, y en función del último informe Hootsuite Digital, ¿cómo maximizaría los recursos invertidos para llegar a su público objetivo? (Seleccione canales, tipos de publicaciones y/o horarios de envío de mensajes).

En el contexto del INE, se pueden seguir las siguientes estrategias:

- **Redes Sociales:** Utilizar plataformas como Twitter y LinkedIn para compartir actualizaciones y análisis económicos, dado que son populares entre profesionales y organismos internacionales. Esto puede aplicarse en videos, simulaciones o incluso tableros interactivos para hacer la experiencia con clientes y, posibles, futuros clientes, más amena.
- **Sitio Web y Blog:** Mantener un sitio web actualizado con secciones dedicadas a informes y análisis detallados. Un blog puede ofrecer artículos en profundidad sobre temas económicos actuales (esto podría realizarse en plataformas como Medium aportando también a la comunidad tecnológica y estadística internacional). Además se podría implementar la idea de un podcast con temas relacionados con las nuevas metodologías y tecnologías implementadas últimamente, así como resolver dudas generales, tanto de los clientes, como del público en general.

3. Haciendo proyección de su oferta de valor en un horizonte de tres años, ¿qué tres (3) tipos de características debería desarrollar para enriquecer su oferta de valor en función a la evolución de su cliente ?

- **Big Data y Machine Learning:** Utilizar *big data* y algoritmos de *machine learning* para mejorar la precisión en la recolección y análisis de datos, permitiendo previsiones más exactas y análisis más profundos, así como mejorar la eficiencia al momento de tratar con grandes volúmenes de datos.
- **Plataformas Interactivas:** Como se mencionó anteriormente, crear plataformas digitales y aplicaciones móviles donde los usuarios puedan interactuar con los datos en tiempo real, personalizar gráficos y obtener informes específicos según sus necesidades.
- **Programas Educativos y Webinars:** Ofrecer programas educativos y webinars para distintos segmentos de usuarios, desde ciudadanos comunes hasta analistas y responsables de políticas, sobre cómo interpretar y utilizar los datos del IPC.