# Free Power análisis para marketinianos digitales







La analítica de datos no tiene que ver con las herramientas, sino con la capacidad de detectar patrones en los datos y de transformar los datos brutos en información y la información en conocimiento. Las herramientas son vehículos, no son destinos



- Digital Marketing Manager de la Fundación Universidad Empresa de la Región de Murcia
- Co-Director y Profesor del Máster de Marketing Digital de ENAE Business School
- Director Congreso EN@E Digital Meeting <a href="https://www.enae.es/enae-digital-meeting-2020">https://www.enae.es/enae-digital-meeting-2020</a>



### Se acerca una nueva edición. Loading... #ENAEDM21

Apunta: 25 de septiembre de 2021

Ya tenemos confirmados algunos de los cracks del marketing digital que nos acompañarán este año: **Loreto Gómez, Guillermo de Haro, César Aparicio y Sico de Andrés.** ¿Quieres ser el primero en enterarte de todo?

iiHaz ya tu prereserva!!







El día a día para un responsable de marketing en la gestión de los datos genera problemas y puede terminar...... "quemándonos"

EO BILBA

- Herramientas que "no pueden" con el volumen de datos.
- Datos que sirven para ver las tendencias pero que tienen problemas de fiabilidad y falta de exactitud.
  - Recoger los datos de diferentes fuentes y trabajar en su calidad (limpieza, homegeneización, etc)
  - Analizar la información, extraer conclusiones.
- Elaborar informes y compartirlos..





Tenemos muy buenas herramientas a nuestro alcance para ayudarnos con la gestión de los datos:

- Google Analytics
- Google Sheets
- Google Data Studio
- Google Cloud Computing services
- Etc...





# Google Analytics

La herramienta que usamos la mayoría para analizar nuestros datos de marketing digital.

Es una herramienta fantástica pero.....





# ¿Tienes claro <u>dónde</u> están los límites de Google Analitics?



	Límites de Googe Analytics y diferencias entre la versión estándar (gratuita) y la de pago (360)					
Recolección de datos / procesamiento		Google Analytics estándar	<b>Google Analytics 360</b>			
Volumen de datos		10 millones de hits por mes (500.000 sesiones aproximadamente)	Más de 1.000 millones de hits por mes (100 millones de sesiones aproximadamente)			
Dimensiones y Métricas personalizadas		20 por propiedad	200 por propiedad			
Métricas calculadas		5 por vista	50 por vista			
Vistas por cuenta		25	25+			
Agrupación de propiedades		No disponible	Incluido			
Actualización de datos		24+ horas	Entre 1 y 4 horas			
Variables per	sonalizadas	5	50			
Max. filas de datos		50.000 filas en exportaciones .csv	3.000.000 filas en .csv			





https://support.google.com/analytics/answer/3123951?hl=es#limits

### Total de segmentos

1000 por usuario para los segmentos que se pueden aplicar o modificar en cualquier vista (Disponibilidad del segmento: Puedo leer y editar el segmento en cualquier vista).

100 por usuario y por vista para los segmentos que solo puede aplicar o modificar el usuario en esa vista (Disponible del segmento: Puedo aplicar y editar el segmento en esta vista).

100 por vista para los segmentos en los que todos los usuarios pueden aplicar o modificar en esa vista (Disponibilidad del segmento: Los colaboradores y yo podemos leer y editar el segmento en esta vista).

### Periodos

En los segmentos basados en usuarios, puede aplicar un periodo máximo de 93 días a los informes. Si el periodo que ha configurado supera este tiempo, cuando cree un segmento basado en usuarios Analytics restablecerá el periodo en 93 días a partir de la fecha de inicio.

Los segmentos basados en la opción Fecha de la primera sesión están limitados a un periodo máximo de 31 días.



# Muestreoooo <

by Romain Laurent



¿Tomas decisiones en base a los datos de Google Analytics?

Los datos de Google Analytics no son exactos y uno de los principales culpables es <u>el muestreo</u>

# Umbrales de muestreo en Google Analytics



La frecuencia del muestreo varía de consulta a consulta dependiendo del **número de** sesiones durante un periodo para una vista determinada.

Si está utilizando **Google Analytics estándar**, el muestreo comenzará dentro de la interfaz de Google Analytics en aproximadamente **500.000 sesiones** dentro del rango de fechas que está consultando o **10.000.000 de hits** al mes.

Este **muestreo se produce a nivel de propiedad**. Al muestrear la propiedad, los filtros de nivel de vista no afectan el tamaño de la muestra.

A diferencia de Google Analytics estándar que muestrea a partir de medio millón de sesiones, **Google Analytics 360** aplica el muestreo a partir de **100 millones de sesiones o 1.000 millones de hits** y **el muestreo se realiza a nivel de Vista**, lo que permite al usuario crear filtros de nivel de Vista para reducir la "sobrecarga" total de las sesiones que se muestrearán.



# Cuándo se aplica el muestreo en Google Analytics?



## **1.Los informes predeterminados en Google Analytics**

Los informes predeterminados o estándar, **no se muestrean** en Google Analytics si no se superan los **umbrales**.

Hay algunas **excepciones** en cuanto a la ausencia de muestreo de los informes predeterminados:

- Una es que si usa la *función de anulación de UTM*, puede haber muestreo en algunos de los informes de Google Ads.
- Cuando se realizan algunas de las acciones que modifican un Informe predeterminado, lo que podría desencadenar el muestreo:
  - Hacer una comparación de fechas
  - Aplicar un segmento avanzado
  - Agregar una dimensión secundaria
  - Crear o usar un informe personalizado



# • • • Muestreo / Sampling en Google Analytics



• El límite de consulta para los informes de Google Analytics

En última instancia, para cualquier rango de fechas, las consultas en Google Analytics devolverán un máximo de **1 millón de filas para un informe,** agregando todas las filas en exceso como "(**otro**)".

Google Analytics tiene **límites de cardinalidad**. Si excede estos límites, es decir, envía más valores únicos para una dimensión que el límite, ese nuevo valor se consolida en una sola fila de datos etiquetados (**otro**).

Si estás mirando <u>un solo día</u>, las filas adicionales se acumularán en la etiqueta (**otro**) si supera los **50.000 valores** (es decir, filas) con el producto gratuito, o **75.000 filas** con GA 360.

Para acelerar los informes con rangos de fechas más largos, Google Analytics también crea tablas procesadas de varios días que contienen <u>4 días de datos</u>. Estos se crean a partir de las tablas procesadas diariamente. Los límites se incrementan aquí a **100.000 filas** para el producto gratuito, y **150.000 filas** para Google Analytics 360. Como antes, cualquier cosa por encima de estos límites se acumulará en un valor de "(**otro**)".



# Muestreo / Sampling en Google Analytics



## 2. Informes personalizados / ad hoc

Si crea un informe personalizado con una combinación de dimensiones y métricas que no existe en un informe predeterminado, estará generando una consulta específica de datos de Analytics. Las consultas específicas están sujetas a muestreo si el número de sesiones del periodo que está utilizando excede el umbral de su tipo de propiedad.

## **3.Otros informes**

Informes de embudo multicanal y de atribución

Como sucede con los informes predeterminados, el muestreo no se aplica a menos **que modifique el informe**, por ejemplo, cambiando la ventana de conversión o las conversiones que se incluyen, o bien añadiendo un segmento o una dimensión secundaria. Si modifica el informe de alguna manera, se devolverá una **muestra máxima de 1 millón de conversiones**.

### Informes de visualización del flujo de tráfico

Los informes de visualización del flujo de tráfico ("Flujo de usuarios", "Flujo del comportamiento", "Flujo de eventos" y "Flujo de objetivos") se generan a partir de un **máximo de 100 mil sesiones** durante un periodo determinado.

Hay un **límite de 200.000 rutas de conversión únicas** en cualquier informe. Las rutas de **convers** adicionales se acumularán en (otro).





Efectivamente, es una locura saber hasta qué punto nos afecta el muestreo y cardinalidad



Para controlar estos problemas, a veces, surgen superhéroes que nos echan un cable de manera altruista



Desde <u>IKAUE</u> publicaron este <u>Dashboard de Google Datastudio</u>. Una herramienta fantástica para, entre otras muchas cosas, estudiar y calcular el **muestreo y la cardinalidad** de una cuenta de Google Analytics.





Datos de muestreo de una cuenta de Google Analytics.

#### DATA SAMPLING ANALYSIS

i - More Info About Data Sampling in GA

Aprox. Sampling Average (Calculated based on total sessions\*) Real Sampling (in dataStudio\*) % Max Data Sample % Complex Query Data Sample 2 Years Oueries: 2 Years Oueries: ← Find and click the "Show 30% 12% Sampling" link at the bottom of this dashboard to view this values. % Complex Query Data Sample % Max Data Sample 1 Year Queries: 1 Year Queries: 62% 25% Void boxes are not sampled queries. % Max Data Sample % Complex Query Data Sample 6 Months Queries: 6 Months Queries: 100% 54% % Max Data Sample % Complex Query Data Sample 3 Months Queries: 3 Months Oueries: 100% 100% % Complex Query Data Sample % Max Data Sample 1 Month Queries: 1 Month Queries: 100% 100% % Complex Query Data Sample % Max Data Sample 1 Week Queries: 1 Week Queries: 100% 100% % Complex Query Data Sample % Max Data Sample 1 Day Queries: 1 Day Queries: 100% 100%

\* These data are an approximation to what you will find when working with GA

\* Datastudio sampling is usually less than in GA internal queries and API







# ¿Cómo podemos traspasar los límites de Google Analitycs?

# Herramientas para combatir el muestreo



### 1. Unsampler

<u>Unsampler</u> que permite realizar informes personalizados con datos no muestreados. Básicamente lo que hace la herramienta es dividir los datos en marcos de tiempo más pequeños y luego los agrega nuevamente en un rango, evitando el muestreo por completo. Una vez generado el informe se puede exportar sin muestreo en un archivo CSV o en TDE (Tableau Data Extract).

### 2. Integración API de Google Analytics

Otra forma de evitar problemas asociados con el muestreo es a través del <u>complemento de hoja de cálculo de Google</u> <u>Analytics</u> que se utiliza para consultar datos de la API de Analytics en Hojas de cálculo de Google.

):	
Google Analytics	Create new report
Get add-ons	Run reports
Manage add-ons	Schedule reports
	Help

Para evitar el muestreo, se pueden extraer los datos de GA en rangos de tiempo separados y luego usar fórmulas para volver a unir todo (proceso muy similar al que utiliza Unsampler).



# Herramientas para combatir el muestreo



### 3. Procesos de automatización de informes

Hoy por hoy, las empresas están dedicando muchos esfuerzos a crear y gestionar Datawarehouses o "almacenes de datos".

Con la automatización de estos almacenes de datos, esencialmente puede limitar el tiempo que le toma a los analistas extraer, transferir y cargar datos para reportarlos y analizarlos.

### 4. Google Analytics 360

En muchas de las empresas actualmente la fiabilidad de los datos es fundamental para la toma de decisiones. Por ello Google Analytics 360 es una buena solución cuando el volumen de facturación online amortiza el coste de su implementación y mantenimiento. El mayor beneficio de este producto es que aumenta el umbral de muestreo de 500.000 sesiones a 100 millones, lo que le permite obtener una imagen real de sus datos.



### 100.000€

Mientras que **Google Analytics** Free es como su nombre indica, gratuito, **Google Analytics 360** tiene un coste aproximado de 100.000€ fijos anuales, que normalmente se dividen y se facturan mensualmente. La pregunta natural ahora es, ¿**vale la** pena pagar estos 100.000€ anuales para la versión GA360? 15 jun. 2017





# Herramientas para combatir el muestreo

## 5. Windsor.ai

Fácil, rápido y económico. Además del conector de Google Analytics con el que se pueden obtener los datos sin muestreo, la herramienta ofrece multitud de conectores y plantillas para Power BI, Google Data Studio, Google Sheets, Excel y Tableu.

## Connecting all marketing data

See the value and ROAS of every marketing touchpoint User Touchpoints and Flow Multi-touch marketing Get all your marketing data and attribution models metrics into any tool Get Started > Email-P SKODA Trusted at companies Google Marketing € VICTORINOX SCOUT 24 large and small Audi





Betty Bossi



La solución de Scitylana permite extraer los datos en bruto, **sin muestrear** y a **nivel de hit** de tus vistas de Google Analytics. Además de obtener los datos sin muestreo y a nivel de hit, Scitylana captura, modela y transforma los datos en Power BI dejándolos preparados para ser analizados, ofreciendo con su solución una **plantilla de Power BI** lista para ser usada con todos los datos básicos de Google Analytics.

EVENTO SEO BILBAC

#SeoB

Con Microsoft Power BI se pueden instalar **conectores gratuitos** para Facebook Ads, Facebook Pages e Instagram pages. La herramienta ofrece además la posibilidad de acceder a el **histórico de datos** a nivel de hit y sin muestreo.

SCITYLANA funciona con todo tipo de herramientas (BigQuery, Azure, Amazon S3, Data Studio, Tableau, Qlik, etc.), la empresa recomienda usar el software de Microsoft Power BI facilitando una plantilla que automatiza la descarga de datos, modelándolos y dejándolos listos para su análisis.







Pensándolo bien, fuera del ecosistema Google también tenemos herramientas estupendas.

> **Tienes a tu alcance** el....

# **Power Bl**

# <u>Power BI</u> es un software de análisis de datos que ha revolucionado el mercado debido a que es de uso gratuito y Power BI Pro está disponible a un bajo precio por usuario. Además del precio Power BI proporciona las <u>siguientes ventajas</u>:

- **1. Semanal y mensualmente incorpora actualizaciones** que mejoran las características y funcionalidades de Power BI y que se basan en las miles de ideas que envía anualmente una comunidad internacional compuesta por más de medio millón de miembros.
- Puede conectar datos de cientos de orígenes locales y basados en la nube, como Dynamics 365, Salesforce, Azure SQL DB, Excel, SharePoint y Big Query entre otros.
- 3. La carga, transformación, integración, análisis y colaboración compartiendo los datos se facilita enormemente con Power BI.
- 4. Se pueden **crear informes** con visualizaciones de datos interactivas mediante un lienzo simplemente **arrastrando** y colocando **cientos de objetos visuales** actuales de datos.

#### Comparación del tipo de licencia por usuario

	Gratis	Pro
Conexión a más de 70 orígenes de datos	<ul> <li>Image: A second s</li></ul>	~
Publicación en Web	$\checkmark$	~
Exportación a PowerPoint, Excel y CSV	<ul> <li>Image: A second s</li></ul>	~
Distribución empresarial		
Aplicaciones	×	~
Suscripciones de correo electrónico	×	~
API y controles insertados	×	~
Colaboración		
Uso compartido entre iguales	×	~
Áreas de trabajo de la aplicación	×	~
Análisis en Excel y en Power BI Desktop	×	~



# • • • ¿Por qué POWER BI?



# ••• ¿Por qué POWER BI?

#### Figure 1: Magic Quadrant for Analytics and Business Intelligence Platforms

 Gartner, Inc. Lleva nombrado varios años consecutivos a Microsoft <u>líder del Cuadrante</u> <u>Mágico</u> de las plataformas de análisis e inteligencia empresarial.

El grupo Gartner es una empresa de consultoría e investigación del mercado de las nuevas tecnologías dedicada exclusivamente a investigar y analizar las tendencias del mercado.

Sobre esas conclusiones, elabora un ranking de los fabricantes con mejores soluciones y productos. Los resultados son presentados bajo el nombre de "cuadrante mágico de Gartner".







# • • • ¿Por qué POWER BI?



# Licenciamiento



# Nueva licencia <u>Premium por usuario</u>

Disponible desde el 2 de Abril de 2021

Incluye todas las capacidades de la licencia PRO junto a funcionalidades IA, informes paginados y otras muchas características que solo estaban disponibles en licencia Premium



# **POWER BI DESKTOP**

### Power BI Desktop

Obtener datos

- Orígenes recientes
- Abrir otros informes



#### Introducción a Power Bl Desktop





Creando informes consultas

Cargando informes

Ver todos los vídeos

#### Mostrar esta página al inicio

#### FOROS

Visite el foro de Power BI para realizar preguntas o interactuar con otros usuarios de la comunidad de Power BI. ×

#### **BLOG DE POWER BI**

Manténgase al día con las últimas noticias, recursos y actualizaciones del equipo de Power BI.

#### TUTORIALES

Analizando datos de ventas Analítica de Facebook Importando datos de una página web





# Ana María Bisbé York - <u>linkedin.com/in/ambynet</u>

Microsoft Partner Power BI Microsoft Data Platform MVP







Ana María Bisbé York - linkedin.com/in/salvadorramos

Microsoft Data Platform MVP – SQL Server MVP



José Luis García Molina - enae.es/profesor/garcia-molina-jose-luis

QlikView 11 Designer Certified y varias certificaciones Microsoft, entre ellas: MCSA MS Certified Solutions

Associate SQL Server 2008, MCITP MS Certified IT Professional – Socio Director de BITEC



# Ejemplo de conexión a un origen de datos de un sitio web

Se puede obtener los datos directamente desde un sitio web y crear visualizaciones que muestren los datos.

Como ejemplo vamos a importar los datos de la población de España por comunidades autónomas, desde la web del diario expansión a un archivo de Power BI Desktop.

Cance

### **Para importar los datos:**

- 1. En la pestaña de la cinta de opciones Inicio de Power BI Desktop, despliegue la flecha que está junto a Obtener datos y luego seleccione Web.
- 2. En el cuadro de diálogo Desde la web, pegue la dirección URL

https://datosmacro.expansion.com/demografia/poblacion/esp ana-comunidades-autonomas

From Web

Basic O Advanced

URL

rro.expansion.com/demografia/poblacion/espana-comunidades-autonomas

#### Get Data Search Other 🕀 Web All SharePoint list File OData Feed Database Active Directory Power Platform Microsoft Exchange Azure Hadoop File (HDFS) Online Services ☆ Spark Other R script Python script ODBC OLE DB Facebook Ads Facebook Pages Instagram in LinkedIn BI360 – Budgeting & Financial Reporting (Beta) Certified Connectors

SEO BILBAO

Cancel

**EVENTO** 

# Ejemplo de conexión a un origen de datos de un sitio web

ρ

- **EVENTO** SEO BILBAO
- 3. Power BI Desktop detecta los tipos de datos, en este caso vemos como aparecen dos: "Document" y "Table 0". Si seleccionamos esta última podremos ver una previsualización de los datos de la tabla detectada.  $\Box \times$

Navigator

Display Options	Ŧ		

Interpreter American Americ

2

Document

✓ Ⅲ Table 0

CCAA	Densidad	Población	Población2	Var.
Andalucía [+]	96	8426405		
Aragón [+]	28	1320794		
Asturias [+]	96	1022293		
Cantabria [+]	109	581684		
Ceuta [+]	4242	84843		
Castilla y León [+]	26	2408083		
Castilla La Mancha [+]	26	2035505		
Canarias [+]	296	2207225		
Cataluña [+]	236	7565099		
Extremadura [+]	26	1065371		
Galicia [+]	91	2700330		
slas Baleares [+]	238	1187808		
Murcia [+]	131	1487698		
Vladrid [+]	827	6640705		
Vlelilla [+]	7060	84714		
Navarra [+]	63	649966		
País Vasco [+]	301	2178048		
.a Rioja [+]	62	313582		
Comunidad Valenciana [+]	214	4974475		



Cancel

# Ejemplo de conexión a un origen de datos de un sitio web

**EVENTO** 

SEO BILBAO

3. Hacien do clic en el botón "Load" cargaremos los datos en el modelo pudiendo entonces, presentarlos a través de las visualizaciones más adecuadas. Una vez que tenemos los campos disponibles, seleccionamos una visualización "Filed Map" y arrastramos el campo **CCAA** de la tabla a la sección "*Location*" de la visualización. Hacemos lo mismo con el campo **Población** en "*Legend*"



# Conectores en Power BI



Una de las grandes ventajas de trabajar con Power BI en marketing digital radica en la posibilidad de recoger, modelar y consolidar datos de diferentes fuentes de tráfico.

Para ello podemos utilizar conectores existentes y orígenes de datos genéricos (como ODBC, OData, OLEDB, Web, CSV, XML y JSON).

Los desarrolladores pueden crear extensiones de datos, a las que se hace referencia como conectores personalizados que pueden llegar a convertirse en conectores certificados.

## **Conectores personalizados**

Los conectores personalizados pueden incluir una amplia gama de posibilidades, desde pequeñas API críticas para el negocio, hasta servicios de gran tamaño específicos del sector para los que Microsoft aún no ha publicado un conector.

**Para usar un conector personalizado**, de colocarse en la carpeta [Documentos]\Power BI Desktop\Conectores personalizados (si tienes instalada la versión inglés: \Documents\Microsoft Power BI Desktop\Custom Connectors), además es necesario ajustar la configuración de seguridad.

Para usar conectores certificados no es necesario ajustar la configuración de seguridad.





### **Conectores en Power BI**

### **Conectores personalizados de Scitylana**

Scitylana facilita una serie de conectores gratuitos personalizados para obtener datos desde las fuentes principales del marketing digital:

- Facebook Page Insights: Datos desglosados por tipo de acción y día de una página de empresa de Facebook.
- Facebook Ad Insights: Datos desglosados por anuncio y día de campañas de publicidad digital en Facebook.
- Instagram Insights: Datos de engagement, impresiones, seguidores, etc. de una página de empresa en Instagram.

Para usar los conectores de Scitylana podemos acceder a su página web <u>https://www.scitylana.com/connectors/</u> o bien, a través de su cuenta en Github <u>https://github.com/mbilling/pbiconnectors</u> donde podremos obtener todo tipo de recursos relacionados, así como una explicación técnica detallada para configurar y usar cada uno de los conectores teniendo en cuenta los requisitos de cada plataforma.







#### Ejemplo de configuración y uso del conector personalizado de Facbook Page a través de archivos .mez SCITYLANA

- 1. Cerrar Power BI desktop si está en ejecución.
- 2. Descargar el archivo FacebookPages.mez de Facebook Page Insights desde la página de Scitylana <u>https://www.scitylana.com/connectors/</u>
- 3. Guardar el archivo .mez en la carpeta Documents\Power BI Desktop\Custom Connectors
- 4. Además del conector descargamos la plantilla Facebook Page.pbit de Power BI y ejecutamos el archivo.
- 5. Al ejecutar el archivo de la **plantilla Facebook Page.pbit, se abrirá** Power BI desktop aparecerá un mensaje indicando la detección de conectores Conectores no certificados certificados por Microsoft. Para poder activar los no no podemos comprobar si es seguro usarlos: conectores es necesario cambiar la configuración de seguridad FacebookAds de Power BI Desktop. FacebookPages





**EVENTO** SEO BILBAO

Download Template Download Connector

#SeoBilbao

V

 $\times$ 



### Ejemplo de configuración y uso del conector personalizado de Facebook Page a través de archivos .mez

**EVENTO** SEO BILBAO

Aceptar

Cancelar

6. Habilitar configuración de seguridad para usar conectores no certificados. Desde el menú "Archivo" situado en la parte superior izquierda de Power BI Desktop, hacemos clic en "Opciones y configuración" y, a continuación en la columna de opciones hacemos clic en "Seguridad".





# Ejemplo de configuración y uso del conector personalizado de Facebook Page a través de archivos .mez

- 7. Ejecutar de nuevo el archivo de la plantilla Facebook Page.pbit
- 8. Al ejecutarse la plantilla se abrirá Power BI y lo primero que nos aparecerá será la ventana para hacer login de la página de Facebook a la que queremos conectarnos.



Al hacer clic en "Sign in" aparecerá la ventana para introducir los datos de Facebook y al aceptar veremos la ventana de la cuenta con la confirmación de que actualmente estás conectado.



	Facebook Pag	ges	$\times$
Organizational account	Facebook Pages	-	
	You are currently signed in.	3	
	Sign in as different user	9	
		Connect Cance	4

**EVENTO** 

## **Conectores en Power BI**



#SeoBilbao

### Ejemplo de configuración y uso del conector personalizado de Facebook Page a través de archivos .mez

Una vez autorizados los conectores V después de hacer login en la página de 31 mil Facebook a la que queremos conectar la plantilla de Power BI Desktop, el informe actualizará se automáticamente descargando datos de los últimos 90 días, presentándolos en las visualizaciones aue incluye la plantilla.



# Referencias y recursos



### TAGA Technical Audit for GA (by IKAUE):

https://datastudio.google.com/u/0/reporting/1AZ\_0OhqQ4A0oM54GnWF\_9bvtPF1A-fbI/page/iirKB?hl=en

- Unsampler: http://www.unsampler.io/
- Complemento de hoja de cálculo de Google Analytics:

https://developers.google.com/analytics/solutions/google-analytics-spreadsheet-add-on

- Windsor.ai Template Galery: <a href="https://www.windsor.ai/template-gallery/">https://www.windsor.ai/template-gallery/</a>
- Scitylana Free Power BI Connectors: <u>https://www.scitylana.com/connectors/</u>
- Scitylana Power BI Desktop file demo data:

https://drive.google.com/uc?export=download&id=1X4SCntSjDpVyJXDJr9GajKgPvFYksRPp

- Documentación de Power BI: https://docs.microsoft.com/es-es/power-bi/
- Máster en Data Science For Business de ENAE: https://www.enae.es/master/master-en-data-science-business
- Biblioteca de vídeos de ENAE Business School: https://www.enae.es/biblioteca-de-videos
- Listado de cursos de ENAE Business School: <u>https://www.enae.es/cursos-postgrado-y-profesionales</u>
- Listado de Programas Ejecutivos de ENAE Business School: <u>https://www.enae.es/programas-ejecutivos</u>
- <u>Congreso de Marketing Digital EN@E Digital Meeting</u>: <u>https://www.enae.es/enae-digital-meeting-2020</u> #SeoBilbao