# Historia y Evolución de la Analítica de Datos









- Interacciones en el medio online más bien escasas
- Uso de información de negocio offline para analizar el comportamiento de un cliente
- Analista digital
  - Perfil técnico/programador con rudimentarias herramientas orientadas a recopilar los escasos datos de negocio que se podían obtener
- Datos de naturaleza monocanal
  - Procedentes de sistemas de logs.





- 1993 WebTrends
  - Primera herramienta de analítica web
  - Ordenaba y mostraba los logs de forma legible
- 1994 NetGenesis Accrue
  - Herramientas de análisis de log del MIT
- 1995 Analog
  - Primera herramienta de análisis de logs gratuita
  - Mostraba informes completos pero comprensibles
  - Incluía gráficas que permitían percibir tendencias y desviaciones





#### Hitos

- 1996 Web-counter
  - Permitía añadir un contador de visitas a un sitio web













#### Limitaciones

- No diferenciaban usuarios únicos
- No ofrecían información detallada sobre el comportamiento de los usuarios





### Analítica web 2.0

- Aumenta el número de interacciones online
- Información más allá de métricas primitivas
- Información monocanal
- Analista digital
  - Perfil no técnico
    - Nuevas herramientas y tecnologías
  - Recolecta y procesa datos
  - Representa la información de manera sencilla y visual
    - Accesible a todos los perfiles de la empresa





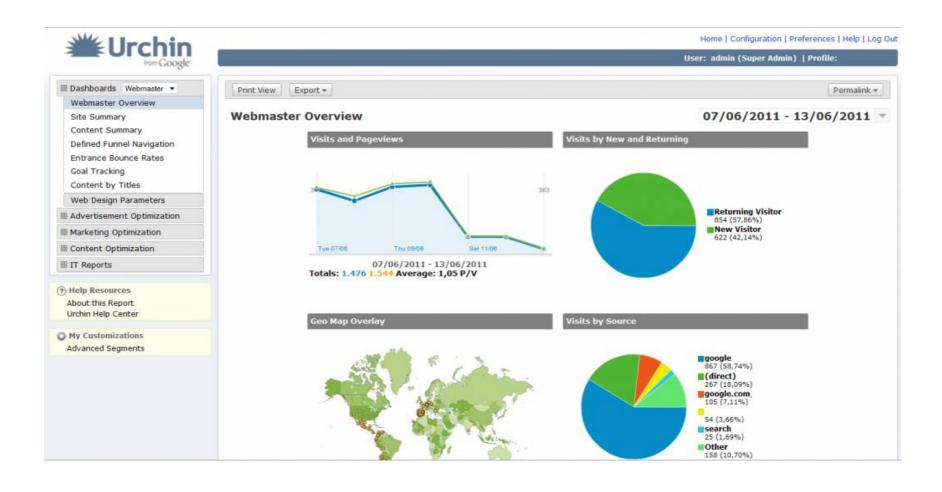
## Analítica web 2.0

- ◆ 1997 Urchin
  - Herramienta de análisis web base de Google Analytics
- 2000 Seguimiento tags JavaScrip
  - Recoger muchos de las acciones que se realizan en los sitios web
- 2004 WAA (Web Analytics Association)
  - Estandarización en el sector
    - > Términos, definiciones y buenas prácticas
- 2005 Primera versión de Google Analytics
  - Google adquiere Urchin Corps.





## Analítica web 2.0







- Big bang de datos
- Se multiplican los canales digitales y los dispositivos con los que interactúan los usuarios
- Explosión de datos multicolor y multiforma
- Se aborda el análisis del comportamiento de los usuarios entre canales y dispositivos
- Información omnicanal
- Auge de Facebook, Twiter e Instagram
  - Análisis de interaccione en RRSS





- Integración herramientas Big Data y Machine Learning
  - Predecir el comportamiento del usuario
- Google Tag Manager
  - Seguimiento sin necesidad de tocar el código





- Analista digital
  - Sofisticadas tecnologías
    - Integrar múltiples fuentes de datos
    - Analizar complejos procesos de conversión
    - Representar la realidad oculta en números en sencillas historias
    - > Entender y mejorar la experiencia de los clientes





- 2010 código JavaScript asíncrono
  - Cargar código de seguimiento y recolección en segundo plano
  - No interfiere en la carga de contenidos de la página
  - Reduce errores
  - Mejora la velocidad de carga y recolección
- 2011 Versión 5 Google Analytics
  - Real Time
  - Embudos multicanal
  - Modelos de atribución





#### Avances claves

- Análisis de sentimiento en redes sociales
- Personalización y segmentación avanzada
- Automatización de informes y dashboards en tiempo real





- Datos en cualquier lugar en cualquier momento
- Uso de la geolocalización
  - "Costumer journey" no comienza en una página web o app
  - Conocer las costumbres en un entorno físico
  - Influencia de las campañas online en la compra offline
- Interacción diferente con el medio online
  - Búsqueda por voz, relojes, wearables







- 2013 Google Universal Analytics
  - Librería getión Tags, dimensiones y métricas personalizadas, ....
- 2017 Librería unificada Google (gtag.js)
  - Integrar los tags de todas las herramientas en una sola
- 2018 Reglamento General Protección Datos
  - Mayor atención sobre la privacidad de los datos
  - Revisar y ajustar las prácticas de recopilación y uso
- 2019 Paradigma de medición basado en Firebase
  - Medir sitios webs y aplicaciones móviles





- 2020 Google Analytics 4.0
  - Datos basados en eventos en vez de sesiones
- Actualidad
  - Integración de Inteligencia Artificial, Machine Learning y Data Science
  - Analítica prescriptiva
    - No solo analizar sino proponer recomendaciones y acciones para mejorar
  - Analítica predictiva y automatizada
  - Insights más avanzados y personalizados sobre el comportamiento del usuario.





## **Evolución Google Analytics**

