



CIENCIA DE • DATOS •

CIENCIA DE • DATOS •

FUENTES DE DATOS APLICACIÓN EN MARKETING

Las fuentes de datos pueden ser diversas y adoptar diferentes formatos. Pueden provenir de hojas de cálculo, sensores en dispositivos de Internet de las Cosas (IoT), o incluso pueden ser extraídos de sitios web. Una vez recopilados, estos datos pueden ser almacenados en diferentes tipos de bases de datos que a su vez pueden actuar como fuentes de datos para otros programas u organizaciones.



Es importante tener en cuenta el origen de los datos y los pros y contras de las diferentes fuentes de datos. Desde una perspectiva no técnica, por ejemplo, los especialistas en marketing podrían definir las fuentes de datos de la siguiente manera:



Datos de Primera Parte (First-Party Data): Son los datos recopilados sobre los clientes y prospectos, como detalles de la cuenta, historial de transacciones e interacciones con su sitio web o aplicación. Estos datos pueden ser especialmente valiosos e informativos cuando se pueden conectar los puntos entre las fuentes de datos previamente aisladas dentro de su organización.

Datos de Cero Parte (Zero-Party Data): Algunas organizaciones tienen una clasificación separada para la información que los clientes comparten voluntariamente, como sus preferencias de comunicación y resultados de encuestas. Este tipo de datos puede ser útil para reflejar los deseos e intereses de los clientes, lo que puede usarse para personalizar aún más sus mensajes y recomendaciones.

Datos de Segunda Parte (Second-Party Data): Los datos de primera parte de otra organización pueden ser sus datos de segunda parte si los compra o tiene una asociación que implica compartir datos o colaborar en datos. Los datos de segunda parte pueden ser útiles porque se sabe exactamente de dónde proviene la información y puede complementar la información que ya tiene sobre los clientes o prospectos.



Datos de Terceros (Third-Party Data): Los datos de terceros provienen de agregadores que recopilan y organizan información de múltiples fuentes. Pueden enriquecer aún más su visión del cliente para mejorar el marketing, la suscripción, el servicio al cliente y los esfuerzos de cobro1.





Las organizaciones utilizan la ciencia de datos para dar sentido al flujo de información cada vez más grande que proviene de diversas fuentes de datos. Tener una visión clara puede ser importante para impulsar el crecimiento y responder a los cambios en las preferencias de los consumidores y la incertidumbre económica. Por ejemplo, se puede segmentar a los clientes de manera más precisa en función de datos geográficos, demográficos, comportamentales y psicográficos confiables, o combinar fuentes de datos para obtener una visión más precisa del riesgo del consumidor e incrementar las capacidades de toma de decisiones de riesgo crediticio impulsadas por IA.



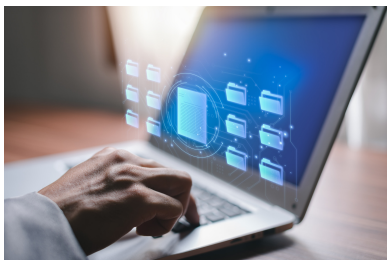
Sin embargo, construir y escalar sistemas de datos manteniendo una buena calidad no es fácil. Muchas organizaciones tienen que gestionar múltiples fuentes de datos internas y externas, y estos pueden alimentar bases de datos que no siempre se comunican entre sí.



En términos de eficiencia y compensación de la falta de habilidades, la mayoría de las organizaciones (85 por ciento) están [recurriendo a la automatización](#). También están invirtiendo en tecnología para ayudarles a monitorear, reportar y visualizar los datos, lo que facilita su comprensión y uso.

CIENCIA DE • DATOS •

El acelerado avance digital ha hecho que el acceso a datos de calidad sea más importante que nunca. Esto incluye aprender a recopilar y gestionar tus datos de cero y primera parte. **Es posible mejorar los conjuntos de datos** con datos de segunda y tercera parte. Por ejemplo, Experian, una de las empresas líderes en el campo de la Ciencia de Datos, tiene información sobre más de 245 millones de consumidores y 32 millones de empresas, incluyendo activos de datos propietarios.



Estos incluyen datos tradicionales de burós de crédito, datos de crédito alternativos, datos automotrices, datos de crédito comercial, datos de "compra ahora, paga después", datos de fraude y datos de propiedad residencial. Además, es posible acceder a fuentes de datos de terceros adicionales dentro de la misma interfaz utilizando su portal de desarrolladores de API.

CIENCIA DE • DATOS •

En conclusión, las fuentes de datos **son indispensables** en la Ciencia de Datos. Proporcionan la materia prima para los modelos y algoritmos, permiten el **descubrimiento de patrones**, posibilitan la realización de predicciones y proyecciones, ayudan a la validación de hipótesis y crean valor. La diversidad y calidad de las fuentes de datos a las que se tiene acceso pueden **determinar en gran medida** la efectividad y el valor de los resultados obtenidos en la Ciencia de Datos.



A medida que avanza la digitalización y la generación de datos continúa aumentando, la importancia de las fuentes de datos solo puede crecer. Es esencial que los científicos de datos **comprendan, gestionen y utilicen** eficazmente estas fuentes para aprovechar al máximo el potencial de la Ciencia de Datos.