

Una de las mayores utilidades o razones para utilizar un DDS es *cuan*do aplicas una lógica de negocio compleja para generar nuevos insights que deben ser guardados para análisis futuros.

Significa:

Cuando realizas cálculos complicados y específicos de tu negocio para descubrir algo nuevo y valioso, y ese descubrimiento es tan útil que no quieres tener que volver a calcularlo cada vez, así que lo guardas de forma permanente.

Desglosando los Componentes con Ejemplos Concretos

1. “Lógica de Negocio Compleja”

Esto se refiere a cálculos que van mucho más allá de un simple SUM o AVG. Implican múltiples pasos, conocimiento del dominio y, a menudo, modelos predictivos.

Ejemplo 1: Puntuación de Riesgo de Abandono (Churn Score)

Para calcular la probabilidad de que un cliente abandone la empresa, necesitas:

- **Unir** datos de compras, tickets de soporte y actividad en la app.
- **Calcular** *features* como “días desde la última compra”, “número de tickets abiertos en el último mes”, etc.
- **Aplicar** un modelo de *machine learning* (como una regresión logística) que toma todas esas *features* y produce una puntuación (ej: 0.85).

Toda esa secuencia de pasos **es la “lógica de negocio compleja”**.

Ejemplo 2: Segmentación de Clientes RFM

Para segmentar a tus clientes por su valor, calculas:

- **Recency** (Cuán reciente fue su última compra).
- **Frequency** (Con qué frecuencia compran).
- **Monetary** (Cuánto dinero han gastado).

Luego aplicas reglas para clasificarlos en segmentos como “Campeones”, “Clientes Leales”, “En Riesgo”, etc. El cálculo de R, F, M y las reglas de clasificación **son la “lógica de**

negocio compleja”.

2. “Generar Nuevos Insights”

El *insight* es el **resultado tangible y valioso** de aplicar esa lógica compleja. Es una nueva pieza de información que no existía en los productos de datos originales.

- En el Ejemplo 1, el *insight* es la **puntuación de churn** para cada cliente. Es una nueva columna: `customer_id | churn_score`.
- En el Ejemplo 2, el *insight* es el **segmento** al que pertenece cada cliente. Es una nueva columna: `customer_id | rfm_segment`.

3. “Que Deben Ser Guardados para Análisis Futuros”

Esta es la parte clave que **obliga a usar un DDS** y hacer una copia. ¿Por qué debes guardar estos *insights*?

- **Porque son Caros de Calcular:** Calcular el *churn score* de 10 millones de clientes puede llevar horas de cómputo. Es increíblemente ineficiente hacerlo cada vez que alguien necesita esa información. Es mucho más rápido y barato **calcularlo una vez al día y guardar el resultado en una tabla**.
- **Porque son Reutilizables:** El *insight* es valioso para muchos equipos diferentes.
 - El equipo de **Marketing** puede usar la tabla de *churn scores* para enviar una campaña de retención a los clientes con una puntuación > 0.8 .
 - El equipo de **Producto** puede usarla para ofrecer una nueva funcionalidad a los clientes “En Riesgo”.
 - El equipo de **Ventas** puede usarla para priorizar a qué clientes llamar.
- **Porque Crean Consistencia:** Al guardar el *insight* en una tabla centralizada dentro del DDS, te aseguras de que todos en la empresa estén usando exactamente la misma versión del “*churn score*” o del “segmento RFM”.

Resumen: La Diferencia en la Práctica

	Transformación Ligera (“Al Vuelo”)	Lógica de Negocio Compleja (Guardada)
Propósito	Responder una pregunta simple.	Crear un nuevo activo de datos reutilizable.
Complejidad	Baja (Filtros, Agregaciones simples).	Alta (Joins complejos, <i>feature engineering</i> , modelos de ML).
Resultado	Un número o un gráfico para consumo inmediato.	Un nuevo conjunto de datos (<i>insight</i>) con valor propio.
¿Se guarda?	No. El resultado es efímero.	Sí. Se materializa en una nueva tabla en el DDS.
Patrón de Consumo	Consumo Directo.	Consumo a través de un DDS.

En definitiva, la frase se refiere al proceso de **crear activos de datos de alto nivel** (como una segmentación de clientes) que son tan costosos de producir y tan valiosos para reutilizar que es indispensable guardarlos permanentemente en un espacio controlado por el consumidor, es decir, en un **Domain Data Store**.