

FIRST-PARTY DATA

Posted on 18. septiembre 2025 by Tomas

Los **First-Party Data (datos de origen)** son datos que **una empresa recopila directamente de sus usuarios o clientes**, es decir, sin **intermediarios**. Surgen, por ejemplo, a través del **seguimiento en un sitio web, suscripciones a boletines informativos, cuentas de cliente, compras o encuestas**.

Ejemplo: si alguien se registra en una **tienda online**, introduce su **nombre, correo electrónico** y genera un **historial de compras**, esos son First-Party Data.

¿Por qué son importantes los First-Party Data?

- Son **precisos y actuales**, ya que proceden directamente del usuario.
- En general, pueden **recopilarse de manera conforme al RGPD**, siempre que el usuario haya dado su consentimiento.
- Permiten realizar **publicidad personalizada** y **mejorar la comunicación con los clientes**.
- Ayudan a las empresas a **tomar decisiones basadas en datos reales** sobre el comportamiento e intereses de sus propios clientes.

Diferencia con los Third-Party Data (datos de terceros):

Mientras que los **First-Party Data se obtienen directamente del propio cliente**, los **Third-Party Data** provienen de **proveedores externos** (por ejemplo, a través de comerciantes de datos o del seguimiento en múltiples sitios web). Por ello, los **First-Party Data** se consideran de **mayor calidad, más fiables y sostenibles**.

Conclusión:

Los **First-Party Data son imprescindibles** en el **marketing online** moderno. Ayudan a las empresas a trabajar de forma **más orientada al cliente, eficiente y conforme a la ley**, y están ganando cada vez más relevancia frente a los Third-Party Data.