

English version

A guide to machine learning

Even today, talking about terms linked to machine learning is still unfamiliar to us, and it is a relatively new concept in our lives. Specifically, within this field is machine learning, which, contrary to what it may seem, is a concept as accessible as it is useful for your marketing strategies.

Machine learning, known in Spanish as aprendizaje automático, is a data analysis system. Its peculiarity is that it gives computers the ability to identify patterns and make predictions. In other words, machine learning generates patterns that learn automatically and are an important advantage when handling large amounts of data.

Machine learning in everyday life

This branch of computer science is present in our daily life in an increasingly evident way, since its learning capacity is used from the improvement of search engines such as Google, to the field of robotics, through the detection of fraud in our online shopping transactions.

In a world dominated by a large volume of big data, companies are increasingly aware of the value of the information at their fingertips. Knowing how to extract it, process it and use it represents a huge competitive advantage that should be exploited. It is here where machine learning comes into action and becomes essential.

Machine learning data should be quality over quantity

Despite the great potential of this type of computer science discipline, it is necessary to work on an important volume of information to provide valid answers, without forgetting to what extent the quality of the data is essential: it is preferable to have reliable and useful, even if they are smaller, to have a large quantity that cannot be analysed. Once again, quality prevails over quantity.

Although machine learning was originally born to tackle very basic tasks, later, researchers began to consider how and to what extent it could be developed, in addition to evaluating what could be achieved thanks to machine learning.

From here, it was developed until reaching the current point in which, thanks to the incorporation of new data, the system is learning, improving and adapting completely autonomously, without human intervention. To do this, it identifies a large series of complex patterns, based on previous calculations and generating totally reliable results.

Machine learning is constantly improving due to the increasing amounts of data

The key to machine learning ability is based on the construction of previously known data using algorithms, capable of studying them and predicting future behaviors.

The digital consumption of users offers machine learning an increasing amount of information, allowing new knowledge and detecting trends more quickly and efficiently. But for it to continue developing, it will be necessary to continue improving this machine learning and it is businesses that will also need to understand basic principles to continue improving their productivity. Its adaptability has a lot of potential in very different disciplines. In the case of the digital marketing sector, it allows adjusting to changes in consumer behaviour and the environment.

Meta title: A guide to machine learning - Think with Google

Meta description: Find out everything you need to know about machine learning and big data with our comprehensive guide on machine learning.

slug: /machine-learning-big-data-guide

[SEO Keywords in English - UK]

1. machine learning (100,000 sv)
2. big data (100,000 sv)
3. ai machine learning (1,000 sv)

LSI Keywords:

- what is big data concept
- big data examples
- types of big data
- types of ai machine learning
- how does ai machine work
- medium ai machine learning

Spanish version

Meta title: Una guía sobre machine learning - Think with Google

Meta description: Descubre todo lo que necesitas saber sobre machine learning y big data con nuestra guía exhaustiva sobre machine learning.

slug: /machine-learning-big-data-guía

[SEO Keywords in Spanish - ES]

1. machine learning (10,000 sv)
2. big data (100,000 sv)
3. aprendizaje automático (1,000 sv)

LSI Keywords - to be used once each if possible:

- machine learning big data
- machine learning google
- principios de machine learning
- para que sirve el big data
- visión artificial y aprendizaje automático

Palabras relevantes: learning / machine / datos / artificial / información / aprendizaje / data / algoritmos

Otras palabras importantes: ¿qué / Más / qué / aprender / patrones / vez / cómo / redes / ejemplo / todos / automático / tecnología / sistema / estos / está / algoritmo / modelo / análisis / base / big / ver / también / Facebook / esto / modelos / ejemplos / web / máquina / Google / sistemas / otros / nuestra / mundo / caso / supervisado / técnicas / gran / utiliza / Deep / años

H1:Una guía sobre machine learning

Aún en la actualidad, hablar sobre términos ligados a aprendizaje automático nos sigue resultando poco familiar, y es que es un concepto relativamente nuevo en nuestra vida. Concretamente, dentro de este campo se encuentra el machine learning que, contrario a lo que pueda parecer, es un concepto tan accesible como útil para tus estrategias de marketing.

El machine learning, conocido en español como aprendizaje automático, es un sistema de análisis de datos. Su particularidad es que dota a los ordenadores de la capacidad de identificar patrones y hacer predicciones. Dicho de otra forma, el machine learning genera unos patrones que aprenden de manera automática y suponen una ventaja importante a la hora de manejar una gran cantidad de datos.

H2: Machine learning en el día a día

Esta rama de las ciencias informáticas está presente en nuestra vida diaria de una forma cada vez más evidente, ya que su capacidad de aprendizaje se emplea desde la mejora de motores de búsqueda como Google, hasta el campo de la robótica, pasando por la detección de fraudes en nuestras transacciones de compras online.

En un mundo dominado por un gran volumen de big data, las empresas son cada vez más conscientes del valor de la información que tienen a su alcance. Saber extraerla, procesarla y

utilizarla supone una enorme ventaja competitiva que es conveniente aprovechar. Es aquí donde el machine learning entra en acción y se hace imprescindible.

H2: En machine learning, la calidad de los datos prevalece sobre la cantidad

A pesar del gran potencial de este tipo de disciplina de las ciencias informáticas es necesario trabajar sobre un volumen de información importante para aportar respuestas que sean válidas, sin olvidar hasta qué punto la calidad de los datos es imprescindible: es preferible contar con aquellos fiables y útiles, aunque sean más reducidos, a tener una gran cantidad que no pueda ser objeto de análisis. Una vez más la calidad prima por encima de la cantidad.

Aunque en un principio, el Machine learning nació para afrontar tareas muy básicas, posteriormente, los investigadores empezaron a plantearse cómo y hasta qué punto se podía desarrollar, además de evaluar qué se podía conseguir gracias al aprendizaje automático.

A partir de aquí, fue desarrollándose hasta llegar al punto actual en el que gracias a la incorporación de nuevos datos, el sistema va aprendiendo, mejorando y adaptándose de manera totalmente autónoma, sin intervención humana. Para ello identifica grandes series de patrones complejos, teniendo como base los cálculos previos y generando resultados totalmente fiables.

H2: El machine learning está en constante evolución debido a la creciente cantidad de datos

La clave de la capacidad de aprendizaje automático se basa en la construcción de datos previamente conocidos mediante algoritmos, capaces de estudiarlos y predecir comportamientos futuros.

El consumo digital de los usuarios ofrece al machine learning una cantidad de información cada vez mayor, permitiendo nuevos conocimientos y detectando tendencias de manera más rápida y eficiente. Pero para que continúe desarrollándose, será necesario seguir mejorando este aprendizaje automático y son los negocios quienes también necesitarán entender principios básicos para continuar mejorando su productividad. Su capacidad de adaptación tiene mucho potencial en disciplinas muy dispares. En el caso del sector del marketing digital permite ajustarse a cambios en el comportamiento de los consumidores y el entorno.