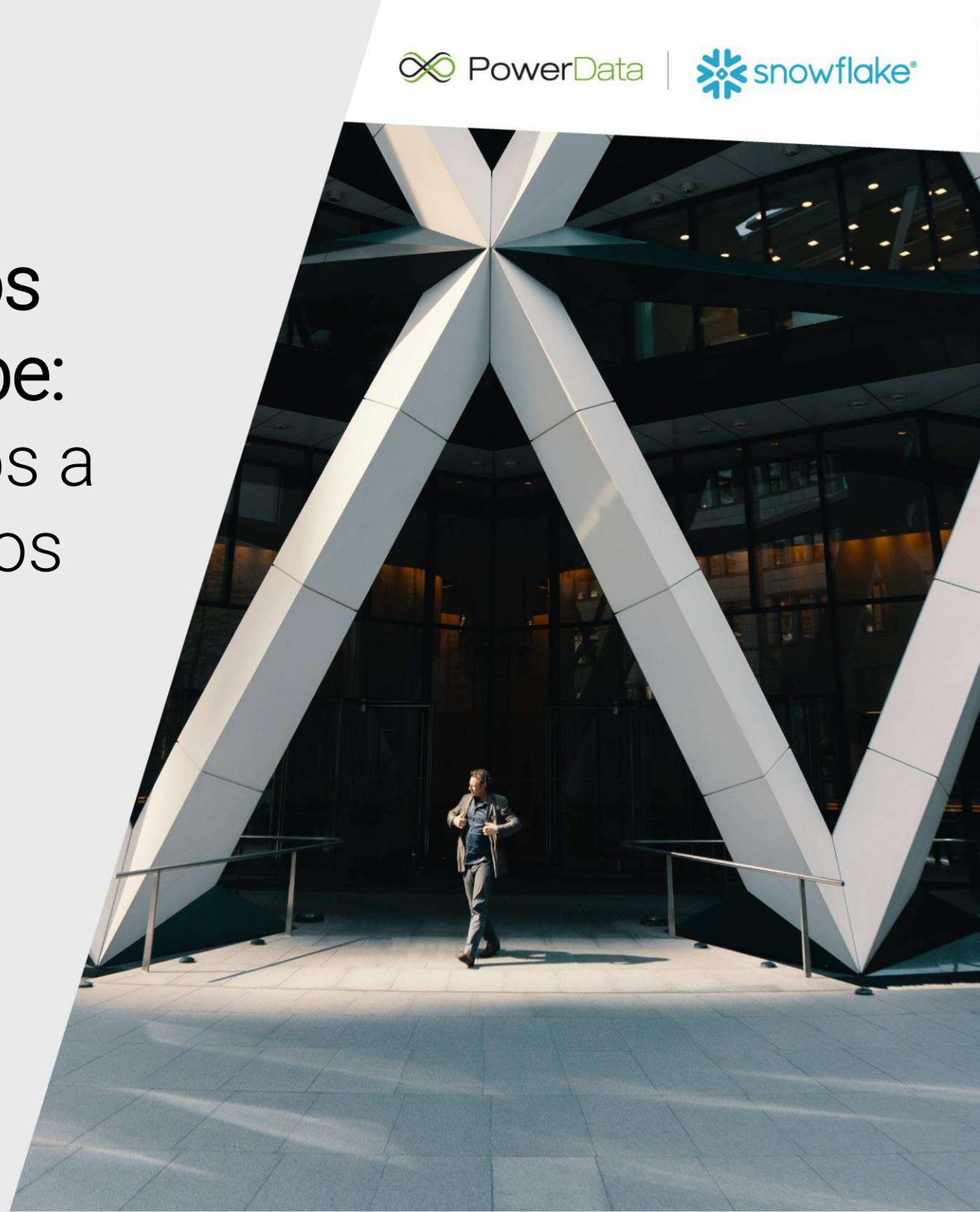


Evolución de los datos en la nube: Ventaja de datos a largo plazo de los Servicios Financieros

Reporte realizado por 'The Economist Intelligence Unit' y patrocinado por Snowflake



Romper los silos de datos en los servicios financieros

Los datos impulsan las transacciones en los servicios financieros (FS) modernos, pero el procesamiento fluido y rápido que la mayoría de las empresas del sector esperan lograr a menudo se ve obstaculizado por el hecho de que los datos se almacenan en silos en sistemas heredados y en aplicaciones específicas de productos o servicios.

Esto impide la evolución de los datos del sector de varias maneras. Sobre todo, la persistencia de los silos de datos pone una vista unificada de los datos fuera del alcance de muchas empresas de servicios financieros. Y eso, a su vez, les dificulta alcanzar objetivos estratégicos como ofrecer a los clientes individuales e institucionales una experiencia personalizada en todos los departamentos, canales y puntos de contacto; cumplir con los estándares regulatorios globales; detección y protección contra riesgos y fraudes; y aumentar la eficiencia operativa general.

Tomemos, por ejemplo, la banca minorista: según el Informe de banca minorista mundial de 2020 de Capgemini y la Asociación Europea de Gestión Financiera (Efma), la mayoría de los bancos no están capitalizando sus ventajas ricas en datos. El análisis muestra que solo una pequeña proporción de los bancos puede administrar, así como aprovechar, sus mejores y más útiles conjuntos de datos.¹ Mientras tanto, los proveedores de FS de todo tipo se enfrentan a amenazas competitivas planteadas no solo por rivales de datos, sino también por competidores disruptivos que van desde nuevas empresas de tecnología financiera hasta gigantes como Apple y Google.

¹ ["World Retail Banking Report 2020"](#), Capgemini Research Institute and Efma, 2020.



Y luego, está el covid-19. La pandemia ha sido un momento decisivo para la transformación digital en el sector, obligando a la adopción de canales digitales, particularmente pagos en línea y sin contacto, según un informe reciente de Deloitte y el Instituto de Finanzas Internacionales (IIF), que enfatiza que "las instituciones que invirtieron... en lo digital durante la última década han estado mejor preparados para navegar estos cambios y responder a la crisis".² Todo esto está generando un tsunami de datos que revolucionará aún más el sector en los próximos años.

El panorama de datos futuros es el foco de una encuesta reciente, realizada por 'The Economist Intelligence Unit' y patrocinada por Snowflake, de 914 ejecutivos globales en ocho industrias, incluidos 114 del sector de SF, seguros y banca (denominado "FS" en este documento). Es la industria con mayor probabilidad en toda la encuesta de ver la expansión de su base de clientes como la mayor oportunidad de utilizar conocimientos basados en datos, mencionada por el 34% de los encuestados, frente a un promedio de la encuesta del 29%. La mejora de las capacidades digitales y el aumento de la productividad de los empleados ocupan el segundo lugar (cada uno mencionado por un 26%), lo que tal vez refleje los desafíos impuestos por los silos de datos.

34%

de los encuestados de SF citan la expansión de su base de clientes como la mayor oportunidad de utilizar conocimientos basados en datos.

² "Realizing the Digital Promise: Covid-19 catalyzes and accelerates transformation in digital services". Deloitte and IIF, 2020.

Figura 1: Mayores oportunidades de utilizar conocimientos basados en datos

(Respuestas de la industria de servicios financieros; %. Los encuestados podían seleccionar más de una opción).



Fuente: The Economist Intelligence Unit

El paradigma de terceros en el intercambio de datos

El sector de SF tiene un largo historial de uso de datos de terceros en la toma de decisiones, que se remonta a fines del siglo XIX, cuando se usaba cinta perforada para transmitir información sobre el precio de las acciones a través de líneas telegráficas.³ Hoy en día, estos datos de terceros toman muchas formas diferentes: conjuntos de datos demográficos, encuestas de consumidores, presentaciones regulatorias corporativas, precios en tiempo real de bonos, a futuro y otras.

En nuestra encuesta, este sector valora los datos de terceros o socios más que cualquier otro. Estas fuentes son citadas por el 51% de los encuestados de esta industria como la fuente de datos más valiosa, muy por encima del promedio de la encuesta del 42%. Le siguen los datos de consumidores/clientes (43%), seguidos, a cierta distancia, por los datos del personal interno (21%).

51%

de los encuestados de SF dicen que los proveedores de datos sindicados/de terceros representa la fuente de datos más valiosa.

³ Adam Hayes, ["Ticker tape"](#), Investopedia, last updated July 2020.

Como reflejo de esto, en los últimos seis meses, casi seis de cada diez encuestados de FS (59%) dicen que su organización ha comprado datos de proveedores externos, ligeramente por encima del promedio de la encuesta del 58%. Aunque se espera que los presupuestos de SF para compras de datos crezcan durante los próximos tres años, lo harán a un ritmo mucho más bajo que en todos los demás sectores, lo que probablemente refleja grandes desembolsos pasados.

Figura 2: ¿Cuál de los siguientes proporciona actualmente la fuente de datos más útil para su organización?

(%. Los encuestados podían seleccionar más de una opción).



Fuente: The Economist Intelligence Unit

No faltan recursos, pero se necesita más inversión

Si bien la integración de datos sigue siendo un obstáculo para las empresas de SF, es probable que estén en mejores condiciones que otras industrias para comprometer recursos serios para superarlo. Más de la mitad de los encuestados de SF (5 %) está de acuerdo en que es difícil integrar datos de diversas fuentes, muy por debajo del promedio de la encuesta del 64%.

En términos de recursos, SF es la industria con menos probabilidades de señalar la falta de inversión suficiente en sistemas/infraestructura de datos como un obstáculo para la recopilación de datos (26%, frente a un promedio de encuesta de 32%). Y cuando se trata de extraer información de los datos, es menos probable que mencione la falta de talento interno para analizar datos (1 % frente a 22%) y el segundo menos probable (después de la venta al por menor/bienes de consumo) señale una falta de inversión en herramientas relevantes (17% versus 20%).

Dicho esto, las empresas de SF continúan invirtiendo a tasas superiores al promedio para lograr los niveles de intercambio de datos que necesitan para superar su problema de silo heredado. Los encuestados informan que los presupuestos en el sector han aumentado significativamente en los últimos tres años cuando se trata de analizar y extraer información de datos e integración de datos en los procesos de negocio y la experiencia del cliente.



De cara al futuro, las prioridades del sector para los próximos tres años incluyen invertir en herramientas de inteligencia artificial y aprendizaje automático (AI/ML) (citado por el 33%) y aumentar las capacidades de los empleados en torno a los datos (32%). AI/ML en particular ha visto aplicaciones crecientes a medida que numerosos bancos minoristas han lanzado chatbots, basados en el procesamiento del lenguaje natural, para interactuar con los clientes y ayudarlos con tareas como buscar saldos o verificar los límites de las tarjetas de crédito. En 2019, Kyobo Life Insurance de Corea del Sur lanzó lo que afirma es el primer suscriptor de inteligencia artificial del mundo, para analizar y aprobar nuevos contratos de clientes.⁴ Y el sistema basado en AI de JP Morgan Chase revisa los acuerdos de crédito comercial, reemplazando cientos de miles de horas de trabajo que antes realizaban abogados humanos.⁵

Figura 3: Principales prioridades para mejorar las capacidades de datos en los próximos tres años

(Respuestas de la industria de SF; %. Los encuestados podían seleccionar más de una opción)



Fuente: The Economist Intelligence Unit

4 ["Kyobo Life Insurance Launches the World's First AI Underwriter"](#), The Korea Herald, October 3th 2019.
5 ["JPMorgan Software Does in Seconds What Took Lawyers 360,000 Hours"](#), Bloomberg, February 27th 2017.

Esfuerzo y recompensa

Históricamente, los silos de datos han sido un obstáculo para el sector de SF, pero la pandemia de covid-19 ha dejado en claro la importancia para la competitividad futura de atraer y retener clientes brindándoles mejores experiencias digitales. Aunque todavía se requiere un esfuerzo sustancial para romper los silos, nuestra encuesta subraya el hecho de que este sector tiene los recursos y la voluntad necesarios para integrar datos de una variedad de fuentes de manera más estrecha en los procesos comerciales y las experiencias de los clientes. Estos próximos pasos en la transformación digital prometen impulsar el crecimiento y reducir la exposición al riesgo en todo el sector de SF.

26%

de los encuestados de SF apuntan a una falta de inversión suficiente en sistemas de datos/infraestructura como un obstáculo para la recopilación de datos.

Esta guía es una traducción al español de la versión original [“Data Evolution in the Cloud: Financial services’ long-time data advantage”](#) publicado por Snowflake.



Data Evolution in the Cloud

Financial services’ long-time data advantage

Breaking down data silos in financial services

Data powers transactions in modern financial services (FS)—but the smooth and speedy processing that most companies in the sector hope to achieve is often impeded by the fact that data is siloed away in legacy systems and in product- or service-specific applications.

This impedes the sector’s data evolution in a range of ways. Above all, the persistence of data silos puts a unified view of data out of reach for many FS firms. And that, in turn, makes it hard for them to achieve strategic goals such as offering individual and institutional customers a personalised experience across departments, channels and touchpoints; meeting global regulatory standards; detecting

and protecting against risk and fraud; and increasing overall operational efficiency.

Take, for example, retail banking: according to the 2020 World Retail Banking Report by Capgemini and the European Financial Management Association (Efma), most banks are not capitalising on their data-rich advantages. The analysis shows that only a small proportion of banks are able to manage, as well as leverage, their best and most actionable datasets.¹ Meanwhile, FS providers of all types face competitive threats posed not just by long-standing rivals, but also by disruptive challengers ranging from fintech start-ups to giants such as Apple and Google.

SPONSORED BY 

¹ “World Retail Banking Report 2020”, Capgemini Research Institute and Efma, 2020.

Acercas de PowerData

PowerData, es una compañía multinacional de origen español con gran presencia regional, está enfocada en todo lo relacionado con la Gestión y Gobierno de Datos, tiene una trayectoria de más de 22 años impulsando una cultura Data-Driven en las empresas de la mano de aliados tecnológicos que generan un gran impacto en los resultados de las organizaciones en todo el mundo.

El alcance de nuestra especialización en gestión de datos ha sido clave para que una empresa con ambiciones globales como Snowflake haya confiado en PowerData como partner para entregar lo mejor de su tecnología Data Cloud a clientes en Latinoamérica. Con esta alianza, potenciamos nuestra posición como especialistas en gestión de datos, aportando el valor agregado de la plataforma de Snowflake para enriquecer, con excelencia, su entrega de productos y servicios de datos construida en la nube.

PowerData acelera la transformación digital impulsada por los datos para aprovechar nuevas oportunidades de crecimiento.

Para obtener más información, visita:

WWW.POWERDATA.ES

