



Las nuevas técnicas de análisis impulsan la transformación de los datos en la banca

Resumen informativo de IDC, patrocinado por SAP | Mayo de 2017

Las nuevas formas de aprovechamiento de los datos suponen una transformación para el conjunto de la sociedad

Facebook utiliza algoritmos para predecir con quién deberíamos estar en contacto. Los comercios minoristas utilizan análisis para adivinar qué nos apetece comer. Spotify sabe qué música nos gusta antes de que la hayamos escuchado. La explosión de los datos **está transformando notablemente la experiencia de los clientes en el sector bancario. El análisis predictivo y el aprendizaje automático pueden ayudar a los bancos a anticiparse a las necesidades de los usuarios y a ofrecerles los productos adecuados en el momento preciso.**

Mediante su asociación con comercios minoristas, los bancos pueden empezar a ofrecer créditos instantáneos en el momento en que se realiza una compra, o bien, proporcionar opciones de acceso a moneda extranjera al iniciar un viaje. Los bancos deben emprender su propia **transformación de los datos**. Esto significa que los datos estructurados deben combinarse con **nuevas fuentes de datos no estructurados**, como las redes sociales u otras fuentes externas, y todo ello debe suceder en tiempo real si los bancos quieren triunfar a la hora de proporcionar un servicio instantáneo y personalizado a sus clientes.

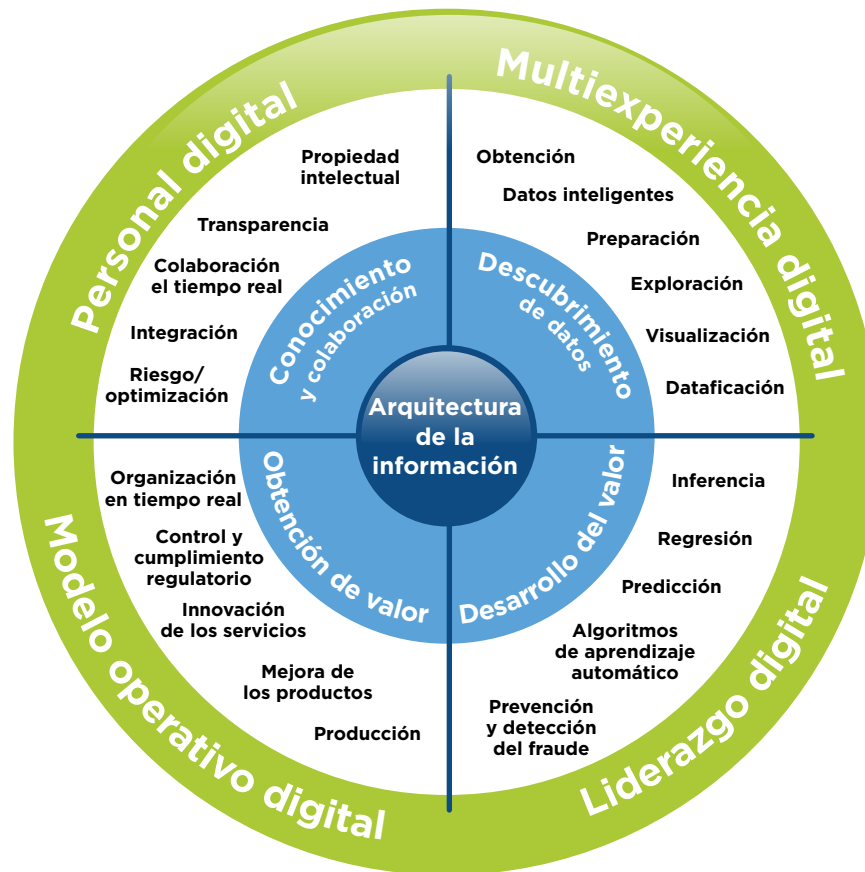
Gracias al análisis predictivo, los bancos, en asociación con comercios minoristas, pueden empezar a ofrecer créditos instantáneos en el momento en que se realiza una compra, o bien, proporcionar opciones de acceso a moneda extranjera al iniciar un viaje.



La información es la base de los modelos empresariales bancarios del futuro

Que los bancos sean capaces de llevar a cabo una transformación digital adecuada dependerá en gran medida de cómo utilicen la información y los datos (nuevos) en los modelos empresariales del futuro.

Los bancos deben aprovechar y gestionar su activo de mayor crecimiento: la información es la moneda de la era digital.



El director digital tendrá un papel clave en el éxito de todas las iniciativas.

Perspectiva de IDC: Las cinco fases de la transformación de la información

Específica



Específica

La información se almacena en silos y su valor no se reutiliza. Los problemas de calidad e integración de los datos limitan su uso a ámbitos restringidos.

Oportuna



Oportuna

El valor de la información está muy poco definido. El almacenamiento de datos estructurados proporciona funciones de análisis rudimentarias. Se valora la seguridad.

Repetible



Repetible

La información se gestiona como un activo y se establece un valor digital intrínseco. Incluye fuentes internas y externas, y todos los formatos de datos. La seguridad es un factor esencial.

Gestionada



Gestionada

La información proporciona ventaja competitiva digital. Existe una plataforma de información integral que incluye datos procedentes de redes sociales, dispositivos móviles y el Internet de las cosas con análisis avanzado.

Optimizada



Optimizada

La información es el máximo diferenciador de valor digital. La gestión de la información en tiempo real proporciona fuerza competitiva e ingresos significativos.

¿Qué afirmación describe mejor la arquitectura de la información de su empresa?

8 %

La arquitectura de la información respalda la transformación empresarial digital y posibilita el uso de todo tipo de funciones de análisis.

31 %

La arquitectura de la información permite efectuar análisis avanzados tanto de datos estructurados como no estructurados.

40 %

La arquitectura de la información incluye datos empresariales y análisis esenciales.

21 %

Disponemos de una arquitectura de la información rudimentaria pero solamente para datos operativos básicos.

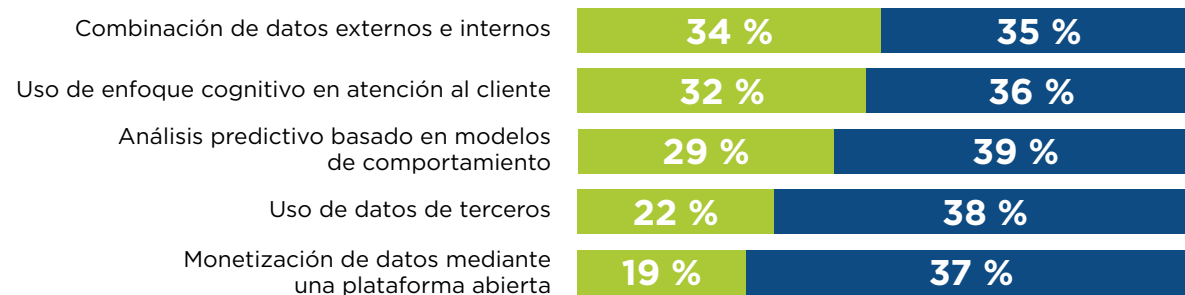
Los motivos más habituales para invertir en datos

Para la banca minorista, empresarial y comercial, el principal motivo para implementar soluciones de análisis es mejorar la experiencia de los clientes.

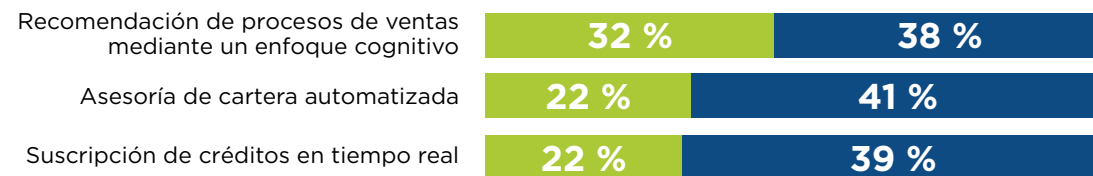
Hasta el momento, menos de uno de cada cinco bancos del mundo ha desarrollado una plataforma abierta para monetizar sus datos. **Más del 30 % tiene previsto hacerlo en los próximos 24 meses.** Sin embargo, no será posible si no disponen de un repositorio de datos integrado.

¿Qué afirmación describe mejor la arquitectura de la información de su empresa?

Banca minorista



Banca corporativa y comercial



- Ya implementado/En proceso de implementación
- Implementación prevista en los próximos uno o dos años

Caso de uso n.º 1:

La transformación de los datos impulsa el servicio al cliente y su fidelidad

A medida que la actividad financiera se traslada al mundo digital, los bancos pierden la oportunidad de interactuar con sus clientes en persona, lo cual limita las relaciones y dificulta el hecho de ofrecerles un servicio personalizado.

Para compensar esta pérdida de información, la mejor opción para los bancos es aprovechar al máximo los datos de los que disponen acerca de sus clientes, intentar ampliarlos mediante la interacción digital con ellos, y combinarlos con fuentes externas de información, como los datos regionales y demográficos.

El uso de análisis predictivos basados en estos datos permite a los bancos identificar qué mensajes de marketing se adaptan mejor a qué clientes, y cuándo resultan más apropiados. El objetivo de los bancos debería ser demostrar a los clientes hasta qué punto pueden ofrecerles ayuda en el momento preciso en que estos la requieren.

El aprendizaje automático permite analizar las opiniones e impresiones de los clientes mediante canales digitales con el fin de mejorar la eficiencia de las respuestas y la satisfacción de los clientes.

Esta es la opción que tienen los bancos para mejorar el servicio al cliente y fomentar su fidelidad a largo plazo.

Las inversiones bancarias en inteligencia artificial cognitiva se multiplicarán por diez y pasarán de 984 millones de dólares en 2015 a 9.300 millones en 2020.

La entidad polaca mBank implementó una solución de análisis predictivo de SAP que le permitió aumentar en un 400 % el índice de respuesta de sus campañas de marketing. Ahora, las campañas están más focalizadas gracias a los modelos de puntuación y los algoritmos de SAP, que permiten a mBank prever las compras de los clientes particulares. SAP Predictive Analytics aporta mayor precisión al programa de fidelización de la entidad y permite desarrollar campañas de descuentos personalizadas y basadas en la información sobre el historial de compra de los clientes.

Caso de uso n.º 2:

La transformación de los datos para el cumplimiento regulatorio

El volumen de datos necesario para cumplir con las regulaciones y normativas ha aumentado exponencialmente, lo que supone mayores costes y quebraderos de cabeza para los bancos. Los organismos reguladores esperan que los bancos proporcionen estadísticas para numerosos escenarios con muchas variables, lo que significa que sus exigencias cada vez están más centradas en los datos.

Paralelamente, las nuevas normativas sobre privacidad, como las del Registro General de Protección de Datos en Europa, también exigen a los bancos una gestión mucho mejor de los datos disponibles. Los bancos deben ser capaces de responder a las solicitudes de los clientes acerca de sus datos, estar informados del uso interno que se hace de ellos y eliminarlos si se lo piden.

Estos dos imperativos regulatorios obligan a los bancos a transformar la forma en que almacenan los datos a petición de sus clientes y su capacidad de realizar análisis basados en dichos datos.

Una estrategia de control de los datos integral para toda la empresa, unida a inversiones para el control y análisis de los datos, constituye la forma más eficiente de hacer frente a la creciente atención de las regulaciones y normativas que afectan a los datos.

Dado el volumen de datos existente, la nube debe desempeñar un importante papel en la transformación de los datos a la hora de satisfacer los objetivos de cumplimiento regulatorio y control del fraude.

Disponer de soluciones de análisis en la nube permitirá a los bancos escalar soluciones fácilmente sin costes de hardware asociados.

Un banco líder de Nueva Zelanda ha implementado una solución de análisis como parte de sus esfuerzos contra el blanqueo de dinero y los delitos financieros. Dichos análisis le permiten controlar el tráfico de pagos. Además, esta solución de análisis permite rastrear actividades de pagos no usuales y establecer relaciones de pagos.

Las nuevas técnicas de análisis impulsan la transformación de los datos en la banca

Caso de uso n.º 3: Análisis de fraudes y riesgos en la banca corporativa

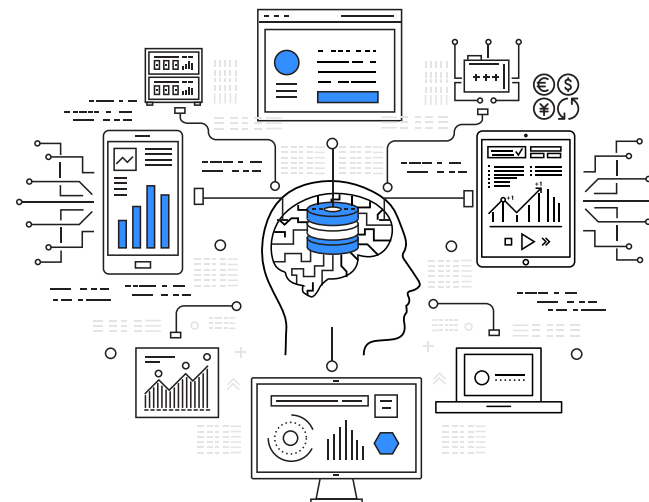
La transformación de los datos puede llevar a las funciones de detección de fraudes de los bancos a alcanzar nuevos niveles de efectividad.

La incorporación de los registros de transacciones a las soluciones de análisis predictivo ofrece a los bancos una mejor oportunidad para detectar comportamientos fraudulentos, dado que las soluciones aprenden de los patrones de pago sospechosos.

La implementación de soluciones de aprendizaje automático puede permitir al personal identificar actividades fraudulentas mediante el análisis de mensajes de correo electrónico y registros de mensajería. En el pasado, las personas que cometían fraudes podían utilizar un lenguaje encubierto para ocultar sus actividades, pero mediante el análisis de volúmenes de datos antes imposibles, el aprendizaje automático permite detectar dichas prácticas. La automatización y el aprendizaje

automático también pueden detectar palabras clave en datos estructurados y no estructurados para identificar fraudes y garantizar el cumplimiento regulatorio.

Los beneficios de implementar sistemas de análisis de riesgos y de detección de fraudes efectivos son infinitos, dados los posibles daños catastróficos a la reputación de una entidad y los costes derivados que puede provocar la aplicación de sanciones o de regímenes de control en relación con el blanqueo de dinero.



Un procesador de pagos con sede en EE. UU. ha implementado una solución de aprendizaje automático para supervisar el comportamiento online de los clientes y tomar decisiones antrifraude inmediatas. La solución de aprendizaje automático proporciona a los clientes comerciales análisis de comportamientos adaptables que permiten reducir el número de falsos positivos detectados como posibles fraudes. El aprendizaje automático permite al procesador de pagos prepararse para un mundo de pagos instantáneos.

Los desafíos de la transformación de los datos



La tecnología en silos y los sistemas heredados constituyen un gran desafío para la transformación de los datos. Los sistemas existentes, a menudo creados hace décadas, no están diseñados para permitir un acceso y análisis rápido de los datos históricos. Por ello, resulta de vital importancia desarrollar una estrategia que permita realizar análisis de estos datos internos.



Es necesario garantizar la participación de todas las partes implicadas para resolver los problemas que plantean las tecnologías heredadas. Debe realizarse una tarea de concienciación en el ámbito de toda la empresa e incentivar los esfuerzos en este sentido para que todo el personal comprenda cómo deben recopilarse, almacenarse, etiquetarse y utilizarse los datos. Pero esta participación debe contar, además, con el compromiso de la junta directiva para asignar a la transformación de los datos la prioridad y el nivel de inversión que merece, lo que significa inculcar la idea de que los datos deben considerarse un activo estratégico en el conjunto de la entidad bancaria. El resultado debería ser una estrategia de datos común a toda la empresa.

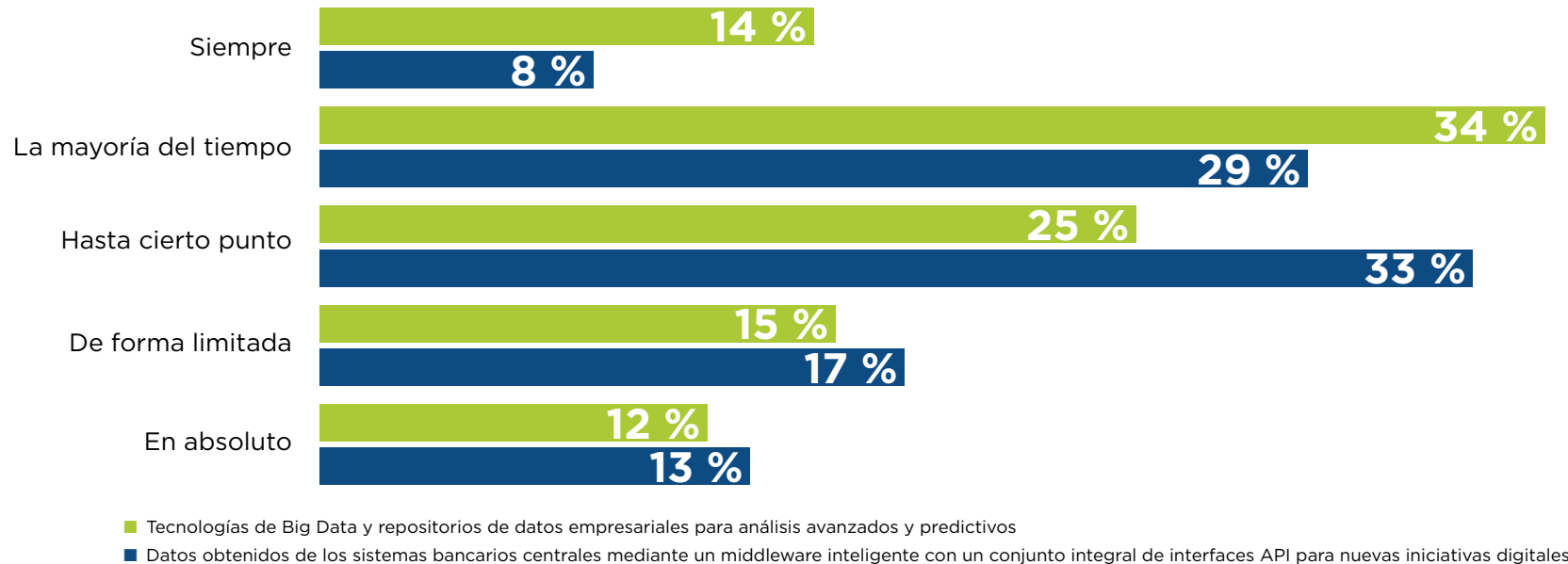


La regulaciones sobre la privacidad de los datos constituyen un tercer desafío para la transformación de los datos. Las nuevas normativas sobre privacidad, como las del Registro General de Protección de Datos en Europa, dictan de forma exacta cómo deben almacenarse y utilizarse los datos, e imponen nuevas obligaciones por parte de los bancos respecto a sus clientes. El cumplimiento de dichas regulaciones es ineludible para todos los bancos europeos y sus partners tecnológicos, pero, dado que el Registro General de Protección de Datos establece de forma precisa qué está permitido y qué no, los bancos tienen la oportunidad de innovar dentro de estas directrices.

Disponibilidad limitada de los análisis de datos

Los bancos aún tienen un largo camino por recorrer en lo que respecta a lograr que los datos estén disponibles para todas sus operaciones. Solamente en el 37 % de los bancos, los datos del sistema bancario central están disponibles la mayoría del tiempo, o todo, mientras que en menos de la mitad de los bancos aquellos que necesitan análisis de Big Data disponen de esta posibilidad. Todo ello demuestra que los bancos todavía no utilizan todo el potencial de los datos disponibles en su sistema.

¿En qué medida los siguientes activos de TI comunes a toda la organización se ponen a disposición de los equipos de las distintas funciones y de innovación central para sus iniciativas digitales?



Las nuevas técnicas de análisis impulsan la transformación de los datos en la banca

Necesidad de una nueva forma de llevar a cabo la transformación digital

Las investigaciones de IDC muestran que el uso de los datos, ya sea para la obtención de información, como servicio o directamente para su monetización, es una de las principales tareas pendientes. En numerosas empresas, los datos y la información han evolucionado sin un plan estratégico.

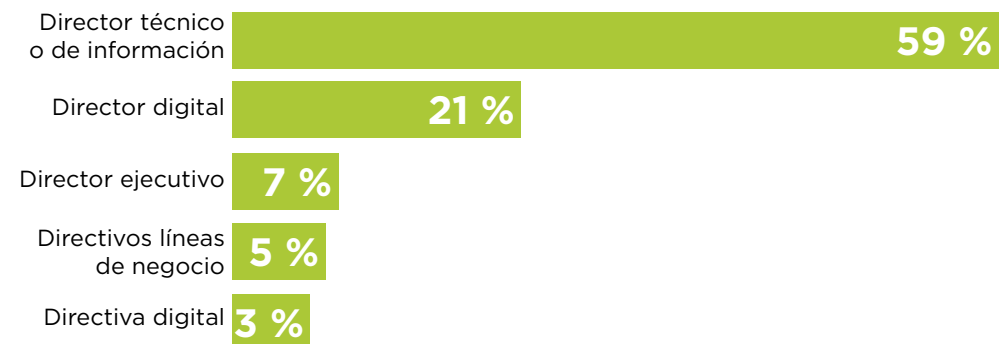
Esto significa que, en la mayoría de los casos, los datos están demasiado fragmentados y son poco accesibles, lo que afecta ostensiblemente al conjunto del negocio:

- Resulta difícil comprender qué ocurre dentro de la empresa para poder optimizar los costes y la rentabilidad
- Resulta difícil actuar con agilidad para hacerse con nuevos mercados
- Resulta difícil comprender a los clientes para desarrollar mejores relaciones a largo plazo y mayor valor

Como consecuencia, es mucho más complejo hacer negocios si los datos del banco se encuentran fragmentados que si este supera el desafío de gestionar esos datos de forma integral.

Para que los esfuerzos de transformación tengan éxito, a menudo es necesario un nuevo enfoque a la hora de desarrollar y utilizar los sistemas de TI y las fuentes de datos. IDC considera crucial el papel emergente del director digital, a corto y medio plazo, y su función de identificar, integrar y aunar en una plataforma la información en beneficio de la empresa.

Líderes de la transformación digital



Cómo avanzar por las etapas de la transformación digital

Orientación de IDC



Orientación de IDC: Identificación del soporte externo adecuado

Para contar con las máximas oportunidades de llevar a cabo con éxito la transformación de los datos, los bancos deben buscar la ayuda de los mejores partners tecnológicos.

- Los bancos deben buscar proveedores que puedan gestionar la escala y el alcance de sus necesidades de transformación de los datos.
- La lista de candidatos debe estar encabezada por aquellos proveedores que ofrezcan una combinación de capacidades de integración demostradas, ancho de banda de alojamiento y, en una época en que los científicos de datos tienen una especial relevancia, personal experto en datos.

De nuestro patrocinador: Para obtener más información sobre las soluciones de SAP, [haga clic aquí](#).

