



CÓMO PUEDEN APROVECHAR LAS EMPRESAS DE SERVICIOS FINANCIEROS LOS DATOS DE TERCEROS EN SUS ANÁLISIS

Enriquezca sus datos y obtenga nueva información más rápido con un acceso gobernado y en tiempo real a los datos externos



CHAMPION
GUIDES

eBOOK

ÍNDICE

- 3** Resumen ejecutivo
- 4** Por qué el acceso fluido a fuentes de datos externas es ahora un imperativo
- 5** Tres formas de descubrir el valor oculto de sus datos
- 6** Los desafíos de la obtención de datos de terceros
- 7** El Data Cloud resuelve los problemas tradicionales del data sharing
- 8** Snowflake Data Marketplace: con tecnología Snowgrid
- 9** Conviértase en un consumidor de datos capacitado hoy mismo
- 10** Acerca de Snowflake

RESUMEN EJECUTIVO

Los datos de terceros —que son datos que proceden de fuentes externas a una organización— permiten a los bancos comerciales, los bancos de inversión, las empresas de gestión de activos, las compañías de seguros y las empresas de capital de inversión y capital riesgo optimizar el rendimiento de los modelos de datos, mejorar la toma de decisiones según previsiones más precisas y ofrecer experiencias personalizadas. Los datos externos permiten a los equipos tomar mejores decisiones basadas en datos, especialmente cuando se integran con datos propios. Sin embargo, los métodos tradicionales para obtener datos de terceros son ineficientes y poco seguros. Es posible que los marketplaces tradicionales de datos no puedan ampliarse, y las antiguas tecnologías de transferencia de datos (FTP, API) pueden requerir un gran trabajo de ingeniería antes de poder utilizar los datos. Esta situación puede provocar retrasos, datos obsoletos y análisis de datos deficientes.

En este eBook, aprenderá a:

- **acceder a datos de terceros en tiempo real sin extracción, transformación y carga (extract, transform, and load; ETL), de manera que los datos estén inmediatamente disponibles para su análisis o para fusionarlos con sus propios datos;**
- **detectar con facilidad conjuntos de datos de terceros, como datos de transacciones o de cuestiones medioambientales, sociales y de gobernanza (ASG), que mejor se adapten a sus necesidades empresariales; y**
- **usar servicios de enriquecimiento para mejorar la calidad de los datos propios compartiendo de forma segura segmentos de sus datos con los proveedores.**

POR QUÉ EL ACCESO FLUIDO A FUENTES DE DATOS EXTERNAS ES AHORA UN IMPERATIVO

Dado el auge de un modelo más centrado en el cliente en los últimos años, así como un mayor énfasis en el modelado sofisticado para impulsar análisis tradicionales y predictivos, las empresas de servicios financieros aspiran a obtener cada vez más datos para una amplia variedad de objetivos.

Por ejemplo, los datos demográficos y psicográficos se pueden utilizar para personalizar las experiencias del cliente y mejorar el retorno de la inversión (ROI) en marketing, mientras que los datos sobre el mercado se pueden aprovechar para tomar decisiones de inversión más inteligentes en tiempo real. Incluso los datos no financieros pueden ayudar a optimizar una estrategia de inversión. Por ejemplo, los datos meteorológicos o los datos epidemiológicos sobre la COVID-19 en tiempo real ayudan a prever las repercusiones en las cadenas de suministro que podrían afectar negativamente a la rentabilidad de una empresa.

El problema radica en acceder a los datos externos en el momento oportuno y de una forma rentable. Las empresas suelen crear y mantener docenas, si no cientos, de flujos de datos y gestionar una gran variedad de formatos de datos, lo que puede provocar que los científicos de datos dediquen gran parte de su tiempo a tareas de procesamiento de datos de valor relativamente bajo. Los complejos procesos de ingesta también pueden hacer que la calidad de los datos se resienta y que la tasa de errores sea alta.

A pesar de estos desafíos, las empresas están invirtiendo en datos de terceros más que nunca. Gartner prevé que, para 2022, más de un tercio de las grandes organizaciones (el 35 %) venderá o comprará datos a través de marketplace de datos en línea formales, lo que supone un aumento con respecto al 25 % de 2020¹.

Los datos de terceros, generados por personas, empresas y sensores del Internet de las cosas (IdC), proceden de diversas fuentes y pertenecen a categorías muy variadas, como las siguientes:

- **Consumidores (transacciones y confianza de los consumidores)**
- **Personas concretas (empleo y trabajo, crédito)**
- **Empresas (publicidad, precios, valoraciones y reseñas, ubicaciones de tiendas)**
- **Eventos (satélite y meteorología, detección de eventos)**
- **Comportamiento en línea (búsquedas, redes sociales, uso de aplicaciones, tráfico web y geolocalización)**
- **Datos agregados (datos del IdC, rastreo web, B2B y datos abiertos)**

Al combinar conjuntos de datos de terceros con sus propios datos, las empresas de servicios financieros pueden personalizar las experiencias omnicanal, dar un impulso a la optimización y a las decisiones basadas en datos, descubrir información valiosa sobre sus carteras y mucho más. La clave es que las fuentes de datos externas tengan una baja latencia y se actualicen continuamente.



TRES FORMAS DE DESCUBRIR EL VALOR OCULTO DE SUS DATOS

Aunque las ventajas de utilizar datos externos ofrecidos por un proveedor de datos están claras, las organizaciones obtienen aún más valor de ellos cuando los integran con datos y análisis propios.

A continuación, se muestran tres ejemplos de cómo los datos de terceros, cuando se combinan con conjuntos de datos propios, pueden dar un impulso a las decisiones de inversión, revelar información que ayuda a predecir el rendimiento de la empresa y ayudar a personalizar el contenido y las ofertas.

TOMAR DECISIONES DE INVERSIÓN FUNDAMENTADAS Y MITIGAR LOS RIESGOS

Las empresas de servicios financieros pueden usar los datos de terceros para enriquecer el análisis de su cartera y determinar si alguna inversión es arriesgada o cuestionable desde el punto de vista ético. Por ejemplo, pueden adquirir un conjunto de datos ASG externos y combinarlos con sus propios datos de pérdidas y ganancias, lo que les mostrará qué puntuación ASG se ha asignado a sus inversiones.

Las puntuaciones ASG abarcan una amplia gama de actividades y comportamientos, desde la reputación de una empresa en materia de igualdad racial hasta sus prácticas laborales relacionadas con la COVID-19. Además, los datos ASG pueden ayudar a las organizaciones a invertir de una forma más responsable desde el punto de vista social y a evitar las inversiones en empresas con prácticas que ponen en peligro su rentabilidad. Los inversores también pueden optar por integrar en sus modelos de aprendizaje automático varias fuentes de datos ASG que les ayuden a tomar decisiones en tiempo real sobre cuándo comprar y vender.

PREDECIR EL RENDIMIENTO DE LA EMPRESA ANTES DE UNA PRESENTACIÓN TRIMESTRAL EN LA COMISIÓN DE BOLSA Y VALORES (SEC)

Cuando una empresa pública emite informes trimestrales que informan al público sobre su situación financiera, los inversores utilizan esta información para decidir si compran o venden acciones de esa empresa. Sin embargo, los inversores inteligentes reconocen que un balance contable es tan solo una imagen del estado de la empresa en ese momento. Por ello, los fondos de cobertura y otras organizaciones de servicios financieros utilizan datos alternativos o datos recogidos de fuentes no tradicionales. Gracias a la combinación de flujos de redes sociales, datos de empleo, imágenes por satélite y mucho más, los datos alternativos ayudan a estas organizaciones a predecir si una empresa cotizada cumplirá su previsión de ingresos antes de que se anuncien públicamente las cifras financieras tradicionales.

Por ejemplo, el análisis financiero se puede reforzar con datos de afluencia de clientes a la tienda, que demuestran si los consumidores acuden masivamente a las tiendas de una empresa o si hay una tendencia a la baja. Esta información se puede superponer con datos demográficos para determinar si los consumidores que compran en las tiendas coinciden con el público objetivo de esta empresa. Al analizar los datos anónimos sobre las transacciones de tarjetas de crédito, las devoluciones de productos y las ventas en diferentes ubicaciones, los analistas pueden obtener una visión más completa de una empresa y determinar si es probable que sus cifras aumenten o disminuyan el próximo trimestre.

PERSONALIZAR EL CONTENIDO PARA MEJORAR EL ROI EN MARKETING

Al utilizar datos demográficos y datos sobre acontecimientos vitales de terceros (que podrían incluir información sobre el tamaño de la vivienda, el número de hijos en el hogar, el patrimonio neto, el estado de propiedad de la vivienda y el tipo de propiedad), los bancos y otras instituciones financieras pueden completar la información de los clientes que ya tienen en sus bases de datos y realizar análisis integrales de estos. A partir de ahí, pueden perfeccionar sus estrategias de segmentación y orientación de la publicidad para aumentar la probabilidad de que los clientes reciban contenido y ofertas que les resulten realmente relevantes.

Por ejemplo, una campaña de promoción de hipotecas será más eficaz si se orienta a personas con bastantes ahorros que no tengan ya una hipoteca. Por su parte, una campaña sobre programas de matrícula calificados debería centrarse en los padres de niños pequeños, ya que aún tienen tiempo para ver crecer una inversión inicial antes de que sus hijos vayan a la universidad.

LOS DESAFÍOS DE LA OBTENCIÓN DE DATOS DE TERCEROS

Aunque los motivos para obtener datos de terceros están bien fundamentados, las prácticas tradicionales para hacerlo son poco eficientes. Muchas organizaciones de servicios financieros se topan con dos obstáculos principales:

- Los métodos tradicionales de acceso a los datos externos requieren una gran cantidad de tiempo y recursos monetarios.
- Las metodologías antiguas de uso compartido de archivos son propensas a errores y no son seguras.

Obtener datos en los marketplace tradicionales de datos puede resultar abrumador. ¿Cómo hacer la elección correcta ante la multitud de marketplace de datos que hay? ¿Por dónde empezar? ¿Cómo se puede determinar qué proveedores son fiables, qué datos serán más útiles y qué valor aporta realmente cada conjunto de datos?

Estas preguntas dan una pista del coste, el tiempo y el esfuerzo que conlleva encontrar y seleccionar los datos más adecuados de terceros. Al final, es un problema de escalabilidad. No existe un proceso eficiente para contactar con cada proveedor, evaluar sus datos y adquirirlos.

Las empresas gastan enormes cantidades de dinero contratando personal para esta tarea tan laboriosa. Algunas empresas delegan este proceso de adquisición en sus científicos de datos, pero con esto se desperdician costosos recursos en algo mucho menos valioso que aquello para lo que se lo contrató: crear modelos de datos. Otras empresas utilizan agregadores y agentes de datos para facilitar las transacciones del marketplace de datos. Esta solución tiene sus ventajas, pero no resuelve los problemas que presenta la dependencia de las metodologías tradicionales de uso compartido de archivos.

Los proveedores siguen empleando FTP, API y otras técnicas de descarga de archivos para transferir datos, lo que a menudo requiere que se copien archivos y que se lleve a cabo una ardua labor de ingeniería para la ETL de los datos. Incluso las API son un lastre, ya que los desarrolladores se ven obligados a mantener varias API de distintos proveedores de datos y solucionar los problemas que dificultan su funcionamiento. Además, cada API tiene diferentes métodos de seguridad y autenticación, lo que supone trabajo adicional para los equipos de seguridad de una empresa y plantea riesgos potenciales. Y, por si fuera poco, las API son una solución poco eficiente a la hora de recibir grandes volúmenes de datos.

Sin embargo, la mayor complicación de estos métodos de data sharing es que dan lugar a copias de datos obsoletas que son casi imposibles de gobernar de forma segura. El trabajo de transferencia manual es una fuente común de errores humanos, y las empresas se enfrentan a posibles problemas de seguridad y cumplimiento. Lo peor de todo es que se quedan con datos cuestionables que resultan en análisis deficientes.

En conjunto, estos desafíos plantean la siguiente pregunta: ¿cómo se pueden utilizar los datos externos a escala sin perder tiempo, dinero ni recursos, y sin comprometer la seguridad ni el cumplimiento?



EL DATA CLOUD RESUELVE LOS PROBLEMAS TRADICIONALES DEL DATA SHARING

Si las empresas pudieran minimizar el tiempo dedicado a crear y gestionar métodos ad hoc de data sharing, podrían asignar más recursos a extraer información valiosa de esos mismos datos. Sin embargo, los marketplaces tradicionales de datos y las antiguas prácticas de data sharing presentan numerosas barreras que hay que derribar para que las empresas puedan detectar y evaluar fuentes de datos con facilidad y combinar datos externos con datos internos para realizar un análisis rápido.

Snowflake Data Cloud es la solución moderna para los problemas relacionados con los datos. Gracias a su arquitectura de datos compartidos multiclúster, la plataforma de Snowflake centraliza todos los datos en una ubicación única y segura en el Data Cloud, la red que conecta a los clientes, partners, proveedores de datos y proveedores de servicios de datos de Snowflake de distintas regiones y proveedores de nube pública. ¿El resultado? Se derriban las barreras que suelen dificultar el data sharing y se eliminan los silos de datos. Las empresas se benefician inmediatamente del acceso a datos seguros y gobernados, que se pueden compartir entre las empresas y dentro de ellas.

Esto se debe a que Snowflake se ha creado con Snowgrid, una tecnología única de alcance mundial que conecta regiones y nubes, y permite un data sharing gobernado y seguro.

Con Snowgrid, puede compartir datos en directo y listos para consultar, y acceder a ellos, en distintas nubes y regiones, sin ETL ni API. Cualquiera que tenga acceso a un conjunto de datos solo tiene que hacer referencia a los datos de forma controlada y

segura, sin necesidad de obtener su custodia física. De este modo, el acceso a los datos es revocable, lo que permite cumplir mejor las normativas del sector, como el Reglamento General de Protección de Datos (RGPD). Además, dado que los cambios se realizan en una sola versión de los datos, están siempre actualizados para todos los consumidores de datos que tengan acceso, sin problemas de latencia o contención debido a usuarios simultáneos.

Con los datos propios y de segundas y terceras partes unificados en el Data Cloud, los datos compartidos se pueden combinar al instante con los datos actuales para un análisis más rápido. Los datos están disponibles en un formato listo para consultar sin replicación, transformación ni procesamiento. En definitiva, los retrasos del análisis de datos son cosa del pasado.

Gracias a la arquitectura de Snowflake, compatible con cualquier nube, las empresas tienen acceso inmediato y fluido a todos los datos compartidos, con independencia de la infraestructura de nube, la ubicación geográfica o el proveedor de nube (AWS, Azure o Google Cloud Platform).

SNOWFLAKE DATA MARKETPLACE: CON TECNOLOGÍA SNOWGRID

Snowflake Snowgrid es la base tecnológica para el marketplace de datos moderno.

Los consumidores de datos pueden acceder a datos y servicios de terceros en directo y listos para consultar en Snowflake Data Marketplace. En lugar de perder el tiempo buscando proveedores y descargando datos obsoletos, los consumidores pueden utilizar Snowflake para evaluar datos externos en directo y acceder a ellos con facilidad de una manera segura, controlada, fluida y virtual.

Sin el lastre que supone la transformación de los datos, integrar los datos externos con los datos actuales se convierte en una tarea rápida y sencilla. Así, el análisis de datos puede comenzar de inmediato.

Además, puede mejorar la calidad de sus datos con servicios de enriquecimiento sin tener que seguir los pasos tradicionales de copiar y transformar datos, que requieren mucho tiempo y pueden originar complicaciones de seguridad y cumplimiento. En vez de eso, mediante Snowflake Data Marketplace puede compartir segmentos de sus datos con el proveedor de datos para enriquecerlos y perfeccionarlos, y los datos enriquecidos se comparten de forma segura directamente en su cuenta de Snowflake.

Puede que use datos externos para perfeccionar los conjuntos de datos con el fin de mejorar los análisis de negocio, o tal vez para entrenar modelos de inteligencia artificial o aprendizaje automático aplicados a la data science. En cualquier caso, las ventajas de Snowflake Data Marketplace están claras:

- **Facilidad de detección.** Disfrute de las ventajas de un único lugar desde el que acceder a una amplia variedad de conjuntos de datos que pueden consultarse, unirse con datos internos, utilizarse en el modelado de datos o agregarse a herramientas de inteligencia empresarial (BI), todo ello con gran rapidez y facilidad.
- **Datos actualizados y en directo.** No volverá a preocuparse por los datos obsoletos. No hace falta ninguna intervención manual ni programar actualizaciones, ya que todas las actualizaciones que realice el proveedor de datos externos se reflejan inmediatamente en sus conjuntos de datos.

- **Reducción de costes.** Elimine los gastos innecesarios en análisis de datos relacionados con la carga y transformación de datos y la integración y gestión de API. Como no hay movimiento de datos (solo acceso a ellos), tampoco se pagan gastos de almacenamiento para los datos de terceros.
- **Personalización.** Solicite fuentes de datos personalizadas y seguras ofrecidas por proveedores que se adapten a sus necesidades de datos específicas.
- **Datos internos enriquecidos.** Use servicios de enriquecimiento para mejorar la calidad de los datos propios compartiendo de forma segura segmentos de sus datos con los proveedores.
- **Acceso global.** Acceda rápidamente a datos de terceros alojados en cualquiera de los principales proveedores de nube.

CONVIÉRTASE EN UN CONSUMIDOR DE DATOS CAPACITADO HOY MISMO

Gracias a Snowflake Data Marketplace y su capacidad de acceder de forma segura a los datos de terceros, así como de combinarlos rápidamente, podrá identificar tendencias únicas, optimizar las estrategias de inversión y personalizar las experiencias de los consumidores.

Descubra por qué Snowflake Data Marketplace marca un antes y un después en las empresas. Visite snowflake.com/data-marketplace para obtener una prueba gratuita. Encontrará datos de transacciones, del mercado, demográficos, sobre ASG y muchos otros, y podrá empezar a consultar estos conjuntos de datos de inmediato.

Solo queda una pregunta: ¿quiere extraer más valor de sus propios datos?





ACERCA DE SNOWFLAKE

Snowflake permite a cualquier organización movilizar sus datos con Snowflake Data Cloud. Los clientes utilizan Data Cloud para unificar, descubrir y compartir datos de forma segura, y ejecutar diversos workloads analíticos. Independientemente de la ubicación de los datos o de los usuarios, Snowflake ofrece una experiencia de datos única que abarca varias nubes y regiones geográficas. Miles de clientes de numerosos sectores, incluidas 543 de las empresas que figuran en Forbes Global 2000 (G2K) (2022), a fecha del 31 de octubre de 2022, utilizan Snowflake Data Cloud para impulsar sus negocios.

Más información en [snowflake.com](https://www.snowflake.com)



© 2021 Snowflake Inc. Todos los derechos reservados. Snowflake, el logotipo de Snowflake y el resto de nombres de productos, funciones y servicios de Snowflake mencionados en este documento son marcas registradas o marcas comerciales de Snowflake Inc. en Estados Unidos y otros países. El resto de logotipos o nombres de marcas mencionados o utilizados en este documento se usan únicamente con fines identificativos, y pueden ser las marcas comerciales de sus respectivos titulares. Snowflake puede no estar asociado con, patrocinado o apoyado por cualquiera de dichos titulares.

CITAS

¹ gtnr.it/3rr5KVJ