

Bancos e seguradoras subestimam a magnitude do desafio da transformação digital, aponta novo relatório da Capgemini

Um novo relatório do Instituto de Pesquisas da Capgemini revela que as empresas de serviços financeiros estão ficando para trás na transformação digital em comparação com outros setores da economia. Afinal, as companhias financeiras reportaram uma queda da confiança em suas capacidades digitais e a falta de habilidade, liderança e visão coletiva necessárias para moldar o seu futuro digital.

O relatório, parte do Global Digital Mastery Series da Capgemini, examina o sentimento sobre as capacidades de liderança e digital entre executivos de bancos e seguradoras comparando com um estudo equivalente de 2012. Mais de 360 executivos de 213 empresas, cuja receita combinada em 2017 representa aproximadamente US\$ 1,67 trilhão, foram entrevistados.

As principais constatações incluem:

Confiança nas capacidades de liderança e digital afundou desde 2012

Em comparação com 2012, uma proporção menor de executivos de serviços financeiros disse que suas organizações tinham as capacidades digitais necessárias para serem bem-sucedidas – com aqueles com “confiança” caindo de 41% para 37%. Desmembrando esse dado, embora mais executivos sentissem que tinham as capacidades digitais necessárias na experiência do cliente (40% em comparação com 35%), a confiança nas operações teve uma queda significativa. Apenas 33% dos executivos disseram que tinham as capacidades operacionais necessárias, em comparação com os 46% de 6 anos atrás.

Um déficit na questão da liderança também foi citado, com apenas 41% dos executivos dizendo que suas organizações têm a capacidade de liderança necessária, abaixo dos 51% de 2012.

Em algumas áreas específicas, a confiança na liderança caiu significativamente, incluindo governança (de 45% para 32%), engajamento (de 54% para 33%) e na relação entre TI e negócios (de 63% para 35%).

O domínio digital mostra-se ilusório

No framework de “digital mastery” (“domínio digital”), da Capgemini, apresentada no relatório, apenas 31% dos bancos e 27% das seguradoras são considerados “digital masters” ou “mestres digitais”, enquanto 50% e 56%, respectivamente, são classificados como iniciantes.

Os executivos também criticaram a falta de uma visão convincente para a transformação digital dentro de suas organizações. Apenas 34% dos entrevistados nos bancos e 24% nas seguradoras concordaram com a afirmação de que “nossa visão de transformação digital se alinha com o das unidades organizacionais internas”, enquanto apenas 40% e 26%, respectivamente, falam que “há um roadmap de alto nível para a transformação digital”.

A transformação bancária tomou o centro do palco, enquanto o mercado de seguros coloca o foco na automação

Embora as jornadas de transformação digital dos bancos estejam bem encaminhadas, o setor chegou a uma encruzilhada, cita o relatório, ao tentar atender às crescentes expectativas digitais dos clientes, gerenciar as pressões de custo e competir com as novas empresas de tecnologia. Menos da metade dos bancos (38%) afirmam ter as capacidades digitais e de liderança necessárias para a transformação digital. Mas o setor de seguros está se recuperando, com apenas 30% reivindicando ter os recursos digitais necessários e 28% admitindo ter os recursos de liderança necessários.

O setor bancário, no entanto, ultrapassa os setores de serviços não financeiros em recursos como experiência do cliente, capacitação da força de trabalho e alinhamento da tecnologia com os negócios. Dentre as empresas bancárias, 56% delas disseram que usam analytics para um marketing mais eficaz – em comparação com 34% de seguros e 44% do setor de serviços não financeiros. Mais da metade (53%) das organizações bancárias também afirma que o aprimoramento e a reciclagem de suas habilidades digitais são uma prioridade para elas, comparado com 32% para seguros e 44% para serviços não financeiros.

Um ponto de vantagem para as seguradoras é a automação operacional, com 42% dos executivos afirmando que usaram RPA (automação de processos robóticos, na tradução), contra 41% dos bancos e 34% relatando o uso de inteligência artificial nas operações – em comparação com 31% dos executivos de bancos.

Mais desafios à frente

Por outro lado, a inovação do modelo de negócios, definição de uma visão e propósito claros, cultura e engajamento são alguns pontos que são desafiadores tanto para o setor bancário quanto para o de seguros. Apenas 33% das seguradoras e 39% das organizações bancárias lançaram novos negócios baseados em tecnologias digitais, enquanto 41% do setor de serviços não financeiros o fizeram.

Enquanto o setor bancário está em linha com a média dos serviços não financeiros, apenas cerca de um terço (34%) dos bancos tinham uma visão digital alinhada com suas unidades organizacionais. O seguro está ainda mais atrasado, com apenas um quarto (24%) tendo uma visão abrangente. Também em termos de aspectos culturais, apenas 33% dos bancos e 25% das organizações de seguros acreditavam que seus líderes estavam adotando novos comportamentos necessários para a transformação digital, em comparação com os 37% nas organizações de serviços não financeiros.

“Esta pesquisa mostra que uma verificação da realidade ocorreu em todo o mercado de serviços financeiros, já que os executivos agora entendem a verdadeira extensão do desafio da transformação digital. Em um ambiente de crescente competição e expectativa do consumidor, a visão é muito diferente da de alguns anos atrás, e não surpreende que grandes organizações tenham se tornado mais realistas sobre suas capacidades”, disse Anirban Bose, CEO da Capgemini's Financial Services e membro da Conselho Executivo do Grupo.

“Ao mesmo tempo, esse é um alerta para que bancos e seguradoras reexaminem seus modelos de negócios. O modelo operacional do futuro é colaborativo, inovador e ágil. Os “digital masters” que analisamos estão trabalhando com um ecossistema de parceiros terceirizados, desenvolvendo e testando ideias mais rapidamente sob um modelo de MVP (Model View-Presenter) e alimentando uma cultura de inovação e experimentação de baixo para cima. A maioria das empresas de serviços financeiros precisa aprender com o pequeno

grupo de inovadores genuínos em seu campo”, concluiu Bose.

[O relatório pode ser baixado aqui](#) .

Metodologia

O Instituto de Pesquisa da Capgemini entrevistou 1.338 líderes empresariais no nível de gerentes ou acima de 757 organizações, com 71% das organizações relatando receitas de mais de US\$ 1 bilhão no ano fiscal de 2017. No setor de serviços financeiros, pesquisou 369 líderes empresariais no nível de gestores ou acima, em 213 organizações de serviços financeiros. Além disso, o setor bancário representa 200 entrevistados em 125 organizações e o de seguros inclui 169 entrevistados em 88 organizações.

Fonte: Ketchum, em 14.03.2019.
