



**Contactos de prensa:**  
Pablo. S. Bou Guirola  
Tel: +52 55 5980 3665  
Celular: (044) (55) 35236064  
eMail: [Pablo.bou@pprww.com](mailto:Pablo.bou@pprww.com)

## **Bancos y aseguradoras subestimaron el desafío de la Transformación Digital: Capgemini**

**París, 19 de marzo de 2019 - Un nuevo informe del [Capgemini Research Institute](#) encontró que las firmas de servicios financieros se están quedando atrás en la Transformación Digital, en comparación con otros sectores de la industria. Las empresas que integran los servicios financieros reportaron una caída en la confianza de sus capacidades digitales y una escasez de habilidades, liderazgo y la visión colectiva necesaria para moldear el futuro digital.**

El informe, parte de la [Serie de Maestría Digital](#) Global de Capgemini, examina la opinión sobre las capacidades digitales y de liderazgo entre los ejecutivos de seguros y bancos, comparándolo con un estudio de [2012](#). Para ello, se encuestaron a más de 360 ejecutivos de 213 compañías, cuyos ingresos combinados de 2017 fueron de aproximadamente \$1.67 billones de dólares.

Principales hallazgos:

### **La confianza en las capacidades digitales y de liderazgo se ha hundido desde 2012**

En comparación con 2012, un pequeño grupo de ejecutivos de servicios financieros dijo que sus organizaciones tenían las capacidades digitales necesarias para tener éxito, con la confianza de unos pocos cayendo del 41% al 37%. Es decir, aunque más ejecutivos sintieron que tenían las capacidades digitales requeridas en la experiencia del cliente (40%, en comparación con 35%), la confianza en las operaciones experimentó una caída significativa. Solo el 33% de los ejecutivos dijo que tenía las capacidades de operaciones necesarias, en comparación con el 46% de hace seis años.

También se menciona un déficit en cuanto a liderazgo, con solo el 41% de los ejecutivos afirmando que sus organizaciones tienen las capacidades de liderazgo necesarias, en comparación con el 51% en 2012. En algunas áreas específicas, la confianza en el liderazgo se redujo significativamente, incluida la gobernabilidad (45% a 32%), compromiso (54% a 33%) y relaciones entre TI y negocios (63% a 35%).

### **La maestría digital resulta ser ilusoria**

En el marco de la presentación del informe [Serie de Maestría Digital](#) de Capgemini, solo 31% de los bancos y 27% de las aseguradoras fueron considerados maestros digitales, mientras que el 50% y el 56%, respectivamente, se clasificaron como principiantes.

Los ejecutivos también criticaron la falta de una visión convincente para la Transformación Digital de sus organizaciones. Solo 34% de los encuestados del sector bancario y 24% del asegurador estuvieron de acuerdo con la declaración: "nuestra visión de Transformación Digital cruza las unidades organizacionales internas", mientras que solo el 40% y 26%, respectivamente, dicen que "existe un mapa de alto nivel para la Transformación Digital".

### **La transformación bancaria ha tomado un lugar central, mientras que los seguros se centran en la automatización**

A pesar de que la Transformación Digital en los bancos está bien encaminada, la industria ha llegado a una encrucijada, cita el informe, ya que intenta satisfacer las crecientes expectativas digitales de los clientes, administrar las presiones de costos y competir con las nuevas tecnologías.



Menos de la mitad de los bancos (38%) consideran que tienen las capacidades digitales y de liderazgo necesarias para la transformación. El sector asegurador está alcanzando solo 30% de las capacidades digitales requeridas y 28% las de liderazgo.

Sin embargo, el sector bancario supera a los sectores de servicios no financieros en capacidades tales como la experiencia del cliente, la capacitación de la fuerza laboral y la alineación de la tecnología con las necesidades de la empresa. El 56% de las firmas bancarias dijeron que utilizan el análisis para una estrategia de marketing más efectiva (en comparación con el 34% de los seguros y el 44% del sector de servicios no financieros). Más de la mitad (53%) de las organizaciones bancarias también dijeron que la mejora de las calificaciones y la preparación de habilidades digitales es una prioridad para ellas (32% para seguros y 44% para el sector de servicios no financieros).

Un área de ventaja para las aseguradoras fue la automatización operativa, con el 42% de los ejecutivos diciendo que utilizaron la automatización de procesos robóticos, contra el 41% de los banqueros, y el 34% informó el uso de Inteligencia Artificial (AI) para la realización de sus operaciones (en comparación con el 31% de los ejecutivos de los bancos).

### **Más desafíos por delante**

Por otro lado, la innovación del modelo de negocio, la definición de una visión y un propósito claro, así como la creación de una cultura y el compromiso, son algunas de las áreas que representan un desafío tanto para la banca como para los seguros. Solo el 33% de los seguros y el 39% de las organizaciones bancarias han generado nuevos negocios basados en tecnologías digitales (41% en el sector de servicios no financieros). Si bien la banca está en línea con el promedio de servicios no financieros, solo alrededor de un tercio (34%) de los bancos tenía una visión digital que cruzaba las unidades organizativas. El seguro se queda aún más atrás, ya que solo alrededor de una cuarta parte (24%) tiene una visión integral. También en términos de aspectos culturales, solo el 33% de las organizaciones bancarias y el 25% de las compañías de seguros pensaron que sus líderes estaban adoptando nuevos comportamientos necesarios para la transformación, en comparación con el 37% de las organizaciones de servicios no financieros.

*"Esta investigación muestra que se ha verificado la realidad en la industria de servicios financieros, ya que aquellas compañías que estaban liderando el cambio ahora comprenden la verdadera magnitud del desafío de la Transformación Digital. En un entorno de creciente competencia y expectativas de los consumidores, la visión es muy diferente a la de hace unos años, y no sorprende que las grandes organizaciones se hayan vuelto más realistas sobre sus capacidades",* dijo Anirban Bose, Director Ejecutivo de Servicios Financieros de Capgemini y miembro de La Junta Ejecutiva del Grupo.

*"Al mismo tiempo, esta es una llamada de atención para que los bancos y las aseguradoras vuelvan a examinar sus modelos de negocio. El modelo operativo de mañana es colaborativo, innovador y ágil. Los maestros digitales que analizamos están trabajando con un ecosistema de socios externos, desarrollando y probando ideas con mayor rapidez bajo un modelo de MVP, y fomentando una cultura de innovación y experimentación de abajo hacia arriba. La mayoría de las empresas de servicios financieros deben aprender del pequeño grupo de compañías que lidera la transformación",* concluyó Bose.

Este reporte puede ser descargado [aquí](#).

### **Metodología**

El Instituto de Investigación Capgemini encuestó a 1,338 líderes empresariales de nivel gerencial o superior en 757 organizaciones. El 71% de las organizaciones reportaron ingresos de más de \$ 1 mil millones de dólares en el año fiscal 2017. Dentro del sector de servicios financieros se encuestó a 369 líderes empresariales a nivel de gerente o superior en 213 organizaciones de servicios financieros. De esto, el sector bancario representa a 200 encuestados en 125 organizaciones y el seguro incluye a 169 encuestados en 88 organizaciones.



### **Acerca de Capgemini**

Líder global en consultoría, servicios de tecnología, y transformación digital, Capgemini está a la cabeza de la innovación para enfrentar las oportunidades de nuestros clientes en el cambiante mundo de la nube, digital y plataformas. Basándose en su sólida herencia de 50 años y profunda experiencia específica de las industrias, Capgemini habilita a las organizaciones a alcanzar sus ambiciones de negocio a través de un conjunto de servicios que van desde la estrategia hasta las operaciones. Capgemini se impulsa por la convicción que el valor de negocio de la tecnología viene de y a través de las personas. Es una compañía multicultural con 200,000 miembros del equipo en más de 40 países. El Grupo reportó ingresos globales de 13.2 miles de millones de Euros en 2018.

Visítanos en [www.capgemini.com/mx-es/](http://www.capgemini.com/mx-es/). *People matter, results count.*

### **Acerca de Capgemini Research Institute**

Capgemini Research Institute es el grupo de expertos interno de Capgemini sobre todo lo digital. El Instituto publica investigaciones sobre el impacto de las tecnologías digitales en las grandes empresas tradicionales. El equipo aprovecha la red global de expertos de Capgemini y trabaja de la mano de académicos y aliados tecnológicos. El instituto cuenta con centros de investigación dedicados en India, Reino Unido y Estados Unidos. Recientemente fue clasificado en la posición número uno como analista independiente debido a la calidad de sus investigaciones.

Visítanos en <https://www.capgemini.com/researchinstitute/>