

Bancos brasileiros são os que mais valorizam estrategicamente a Inteligência Artificial, aponta estudo global da GFT

Estudo da GFT revela o estágio sobre a adoção da Transformação Digital pelos bancos do Brasil e do mundo

Novembro de 2017 - O Estudo Global sobre Digital Banking da GFT, companhia de Tecnologia da Informação especializada em Transformação Digital para o setor financeiro, aponta que 94% das instituições financeiras de grande porte enxergam valor em soluções de IA (Inteligência Artificial). Em nível global, a Inteligência Artificial (AI) pode ser vista como um dos tópicos de maior interesse no setor bancário hoje. A pesquisa revela ainda que a abordagem de “Bank as a Platform” (BaaP), para criar um modelo aberto de negócios usando APIs, é considerada um elemento relevante que irá moldar o banco digital futuro.

Realizado com 285 profissionais de pequenos, médios e grandes bancos de varejo – com dois participantes no máximo por instituição financeira, o estudo revela as informações e o nível de maturidade sobre Transformação Digital, Inteligência Artificial e Bank as a Platform (BaaP). Os entrevistados ocupam posições de diretoria e gerência em bancos de varejo, tanto em áreas de negócios quanto em TI. A pesquisa foi realizada em oito países: Brasil, Alemanha, Itália, México, Espanha, Suíça, Reino Unido e EUA.

Dentre os principais desafios apontados sobre a implementação de uma estratégia digital estão: a integração de sistemas legados com novas tecnologias (59%), as questões de segurança e privacidade (57%) e a falta de competências internas (51%). O motivador principal para a digitalização, especialmente para grandes bancos de atuação global, é satisfazer ou exceder as expectativas dos clientes.

Inteligência artificial a caminho

A IA está preparada para transformar o setor bancário ao longo da próxima década. A pesquisa mostrou que 83% dos entrevistados veem a importância da IA. O Brasil, o Reino Unido e o México lideram o caminho em termos de reconhecimento da importância da IA, enquanto na Alemanha e na Suíça, países tradicionalmente mais cautelosos, apenas alguns percebem a IA como estratégica.

Com a implementação da IA, os especialistas questionados esperam obter avanços em uma ampla gama de funções empresariais, desde o back office até o contact center, passando pelo planejamento financeiro pessoal e as funções de vendas. Como resultado da aplicação dessas tecnologias, espera-se a redução de custos operacionais (71%) e o maior engajamento do cliente (64%).

“A indústria de banco de varejo, em especial, tem acesso a uma grande quantidade de dados multi estruturados que, atualmente, não está sendo utilizada na sua totalidade. Ao utilizar algoritmos cognitivos, esses dados podem ser processados e organizados para gerar modelos de apoio à tomada de decisão para atender melhor os clientes e se diferenciar competitivamente”, afirma o managing director Latam da GFT, Marco Santos.

Status da transformação digital no Brasil

Atualmente, quase metade (47%) dos bancos no Brasil estão desenvolvendo estratégias de transformação digital, enquanto que 36% consideram já ter concluído esse processo, elevando o total de bancos brasileiros que dispõem de uma estratégia de transformação digital para 83%.

Em comparação com outros países, o Brasil é o principal país a reconhecer a importância da IA. Cerca de 30% dos entrevistados a consideram estratégica e outros 33% a veem como de importância tática. Somente 3% não acreditam em sua importância.

As três principais soluções de IA a serem adotadas no País compreendem: assistente virtual para clientes, com 52% de intenção de adesão, similar ao observado em outros países, com tecnologias de reconhecimento de linguagem natural; RPA – Robot Process Automation, com foco em eficiência do back office, com 38%; e Robot Advisory com 31%.

Os três principais benefícios da implementação de IA percebidos são: maior engajamento do cliente (66%), seguido de custos operacionais mais baixos (55%) - benefício número um citado mundialmente e, por fim, redução de riscos (28%).

Embora o Brasil seja o país mais empolgado em relação à IA, a pesquisa mostra que os níveis de preparo dos sistemas de TI estão abaixo da média mundial. Os principais desafios no País são infraestrutura técnica escalável (interna versus nuvem), a disponibilidade de especialistas para preparar e fazer curadoria do sistema cognitivo, a infraestrutura capaz de alimentar os algoritmos e as parcerias com fintechs e fornecedores de IA.

Em relação ao BaaP, cerca de 20% dos bancos brasileiros possuem uma estratégia em andamento, embora somente 13% começaram a implementá-la. Entre os países pesquisados, o Brasil ainda está em um nível intermediário de maturidade em relação a adoção da estratégia Bank as a Platform. Os três principais benefícios do BaaP esperados no Brasil são: redução dos custos operacionais (47%), capacidade de desenvolver novos aplicativos (47%) e maior engajamento dos clientes (43%).

Já os três principais desafios enfrentados pelos bancos brasileiros são similares aos dados mundiais: 63% antecipam dificuldades com a complexidade dos sistemas existentes

na organização, 57% em questões de segurança e 43% em falta de experiência e habilidades adequadas.

Entre os entrevistados com conhecimento em BaaP, a modernização de aplicativos é a mudança citada com mais frequência (50%), seguida da migração de dados para a nuvem (38%) e a aquisição de uma nova plataforma bancária centralizada (25%).

Principais motivadores para a transformação digital

Os resultados mostram que o motivador número um para avançar na transformação digital dentro das organizações financeiras é satisfazer as expectativas dos clientes, segundo as respostas de 60% dos participantes. Em seguida, vem o aumento de receitas a partir de novos serviços ou produtos (51%) e a redução de custos operacionais (47%).

Um número considerável de bancos já tem uma estratégia definida de transformação digital sendo implementada ou desenvolvida. Cerca de 34% dos entrevistados afirmam ter uma estratégia de transformação digital definida, já 53% possuem uma estratégia em fase de desenvolvimento. O Reino Unido e a Suíça estão na vanguarda desta área: 100% das instituições de todos os tamanhos afirmam que já definiram ou estão desenvolvendo sua estratégia de transformação digital.

A abordagem Bank as a Platform como um passo importante na agenda da transformação digital

Bank as a Platform é uma abordagem de negócios na qual o banco e seus parceiros disponibilizam serviços de qualquer tipo aos clientes, e onde os clientes vem para obtê-los e consumi-los. Essa abordagem tem várias implicações na arquitetura de negócios e tecnologias das instituições, como por exemplo o uso de APIs para expor serviços, a necessidade de garantir simetria de informação entre os vários players da plataforma e o desenho de novos produtos a partir de componentes de vários participantes da plataforma.

Cerca de 69% de todos os bancos participantes já consideraram o BaaP como estratégia de negócios e acreditam que o BaaP terá um impacto de grande a moderado em seu modelo de negócios. Os principais benefícios do BaaP são aumento do engajamento do cliente com 62%, seguido da capacidade de desenvolver novas aplicações com 55% e menores custos operacionais (51%). O Reino Unido e a Espanha lideram a adoção do BaaP, enquanto o México, o Brasil e a Itália continuam cautelosos, sendo que muitos bancos ainda não consideram implementar uma estratégia.

[Clique aqui](#) para fazer o download do relatório completo com os resultados da pesquisa e participe do webinar para apresentação dos principais insights no dia 22 de novembro - [clique aqui para se inscrever](#).

Sobre a GFT

A GFT é uma multinacional de consultoria e projetos de tecnologia da informação dedicada ao segmento financeiro. Somos uma das empresas mais reconhecidas do mundo em projetos de API e integração de Sistemas para Canais Digitais e temos extensa experiência em viabilizar mudanças nos negócios para resolver os desafios mais críticos de nossos clientes.

A GFT é uma parceira para bancos e seguradoras em suas estratégias de transformação digital, oferecendo assessoria, capacidades criativas e tecnológicas aliadas a uma cultura de inovação e conhecimento especializado da indústria financeira.

Por meio da plataforma de inovação CODE_n, a GFT oferece às startups internacionais, aos pioneiros de tecnologia e às empresas estabelecidas no mercado o acesso a uma rede global, o que lhes permite aproveitar as tendências disruptivas do mercado de serviços financeiros e aproveitar ao máximo seu pensamento inovador.

A GFT prevê gerar uma receita consolidada de cerca de 415 milhões de euros no seu exercício de 2017. Fundada em 1987 e com sede na Alemanha, a GFT Technologies SE conta com uma equipe global que abrange 11 países e quase 5.000 colaboradores. As ações da GFT estão listadas na Bolsa de Frankfurt no TecDAX (ISIN: DE0005800601).

Para mais informações, acesse: www.gft.com/br

Informações para imprensa:

IMAGE Comunicação

Fone: (11) 5072-9960

Dani Portela (MTB 30377)

daniportela@imagecomunicacao.com.br

Celular: (11) 98162-9833

Renata Negri (MTB 57355)

renata.negri@imagecomunicacao.com.br

Celular: (11) 96227-7819

Raíssa Ociski – (MTB 82597)

raissa.ociski@imagecomunicacao.com.br

Celular: (11) 99382-0907