

Digital Banking Expert Survey 2016

La mayoría de los bancos ha puesto en marcha su estrategia de banca digital, pero muy pocos han concluido su implementación.

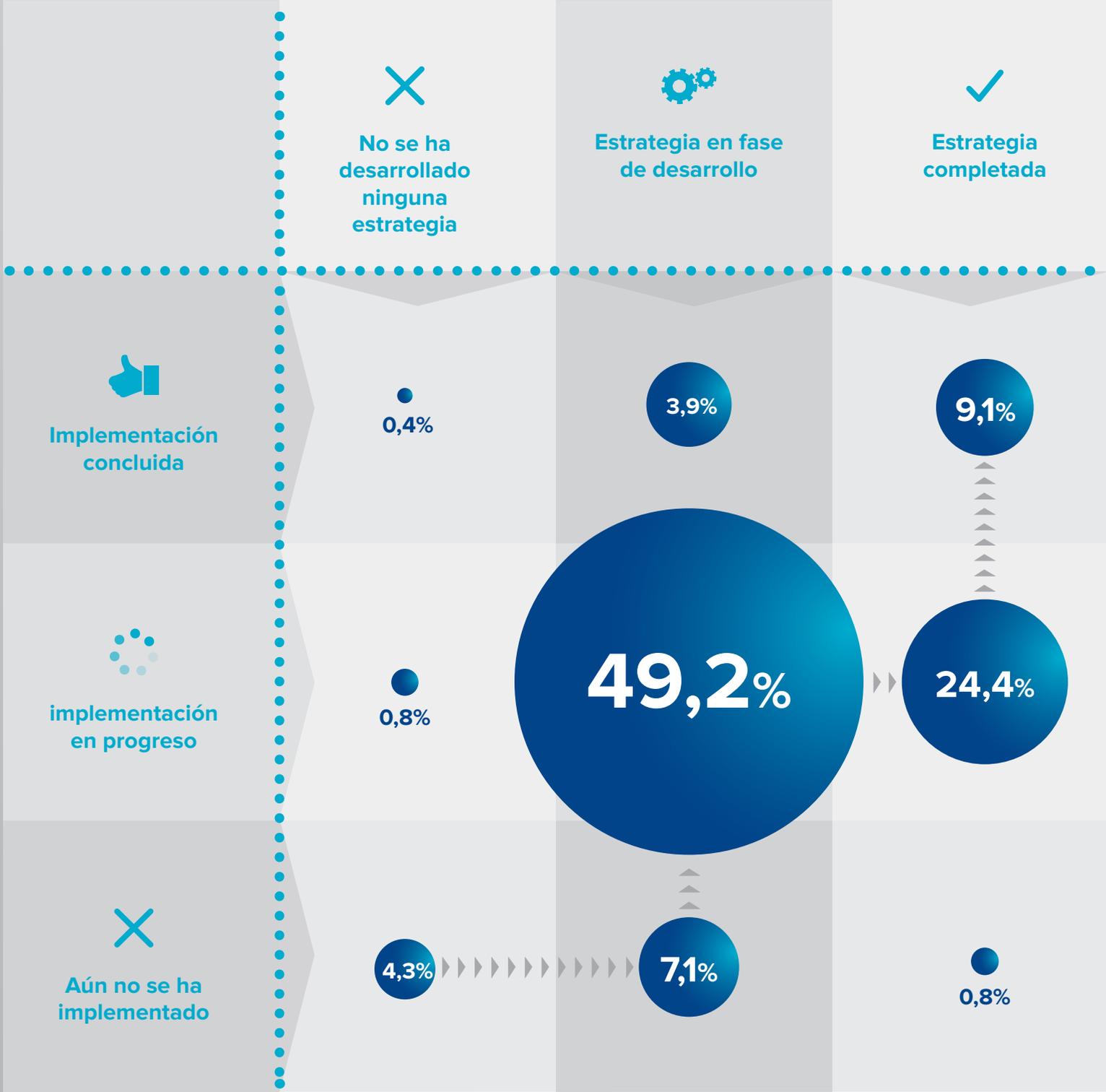
Estrategia de banca digital y grado de implementación

**9%****2016****7%****2015**

En comparación con 2015, ha aumentado de manera muy leve el número de bancos que ha implementado completamente una solución de banca digital basada en una estrategia definida.



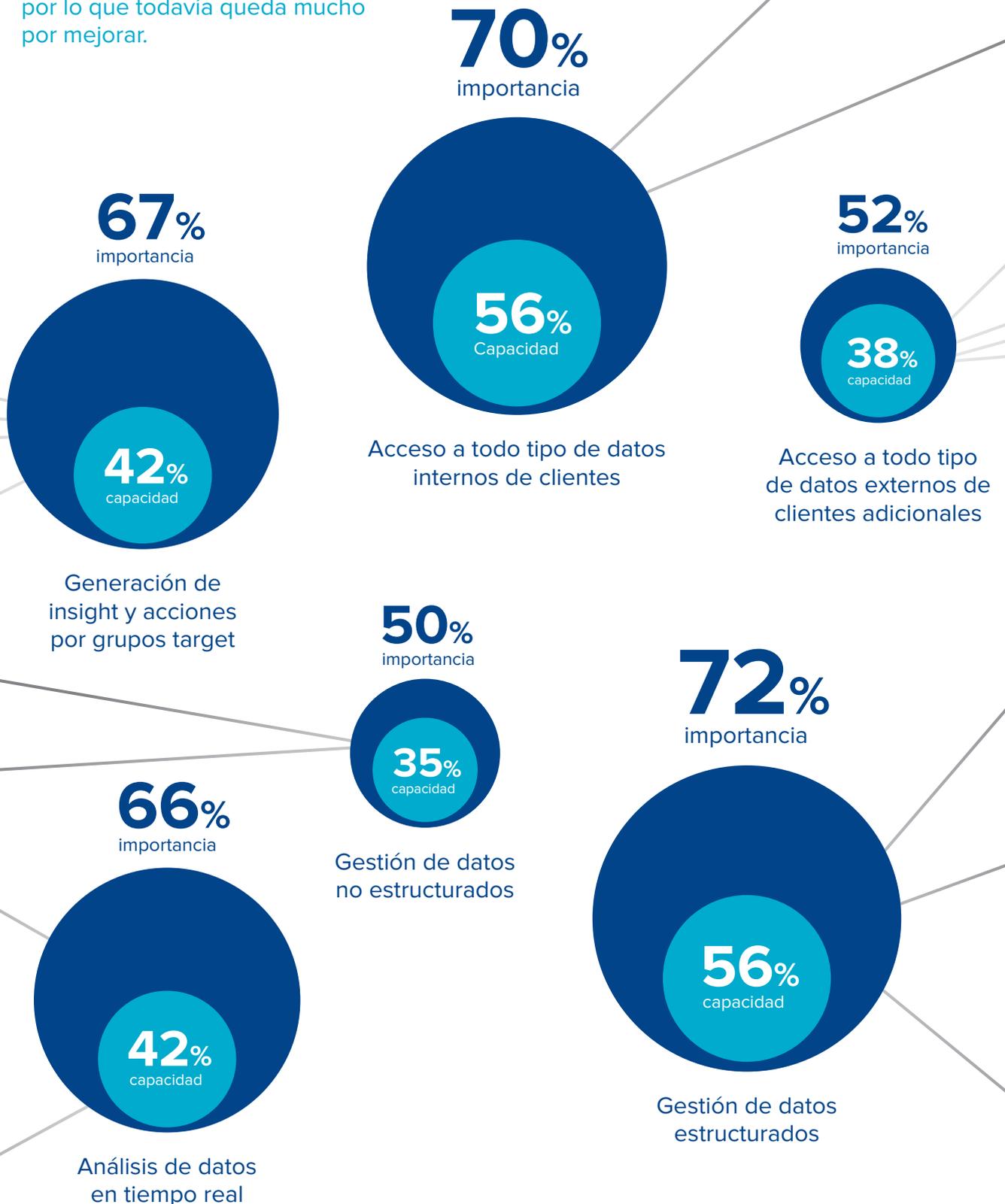
Desarrollo e implementación



Datos de clientes

Aspectos según importancia y capacidad

La capacidad de gestionar los datos es inferior a la importancia que se le otorga en cada área, por lo que todavía queda mucho por mejorar.



Factores clave de éxito

Elementos más importantes en la ejecución de la estrategia de banca digital



Principales obstáculos

Retos para implementar la estrategia de banca digital



() = cifras comparativas de 2015

Factores clave de negocio

Objetivos más importantes de la estrategia de banca digital



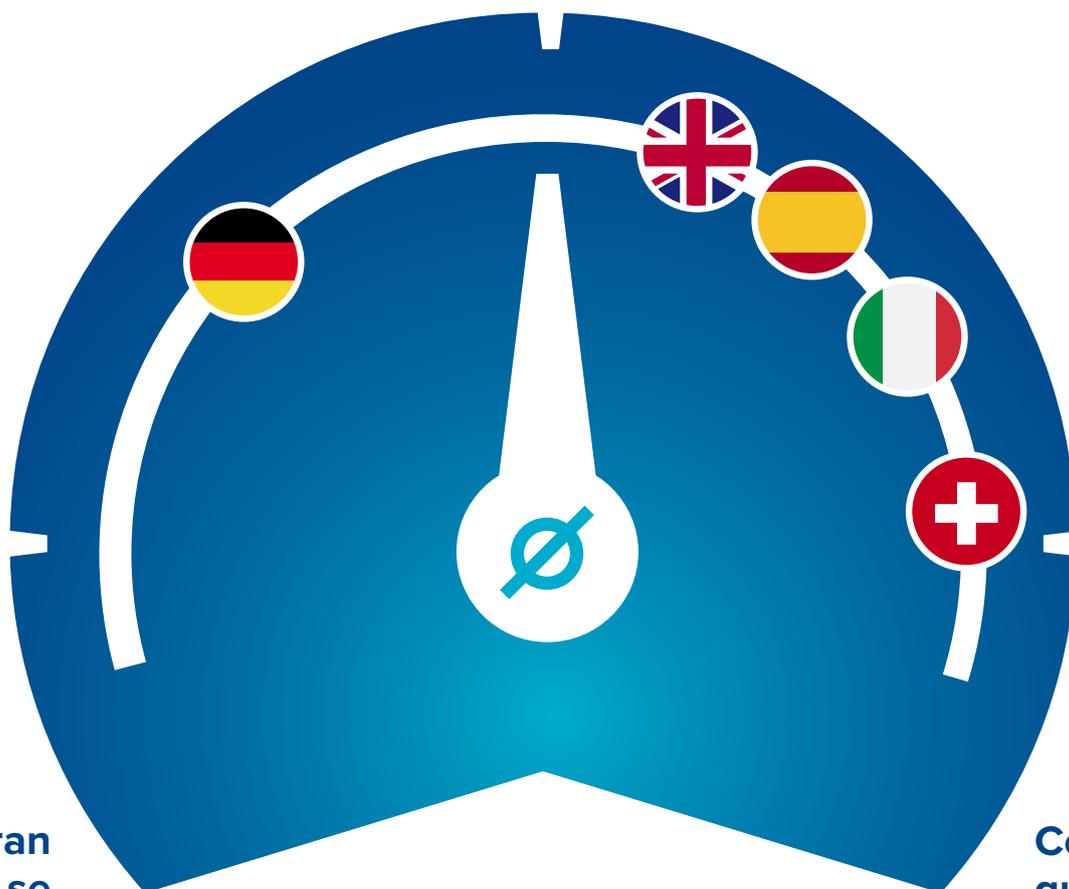
Centrarse en el cliente sigue siendo lo más importante en la revolución de la banca digital, pero la seguridad ha pasado a ser un aspecto crítico y está ralentizando el progreso.

Autopercepción

Cómo se valoran los bancos a sí mismos en materia de banca digital en relación a sus competidores

Los bancos alemanes son más conservadores en lo que se refiere a soluciones de banca digital en comparación con otros países.

Consideran
que están al
mismo nivel



Consideran
que se
quedan
atrás

Consideran
que van por
delante

26%

Sucursal mixta

Gran capacidad en ambas modalidades (personal y self-service)

23%

Self-service

Alto nivel de digitalización; predomina el modo self-service para las funciones básicas / sin personal ni asesoramiento

19%

Sucursal de servicio completo

Nivel medio de digitalización y oferta completa de servicios personalizados

17%

Sucursal flagship

Alto nivel de digitalización y servicios experimentales

10%

Sucursal in-store

Pequeña oficina bancaria integrada dentro de la tienda de un socio externo

5%

Sin sucursales

Tipos de sucursales del futuro

Las sucursales bancarias seguirán existiendo en el futuro, pero la digitalización y el self-service adquirirán mayor relevancia en los próximos años.

Sobre GFT

GFT 

GFT Technologies SE (GFT) es una consultora de negocio y tecnología en la que confían instituciones financieras líderes a nivel mundial para resolver sus retos de negocio. GFT da respuestas al constante cambio regulatorio actual e innova continuamente para satisfacer las demandas de la revolución digital. GFT aúna el asesoramiento, la creatividad y la tecnología con la innovación y el conocimiento especializado del sector financiero para transformar los negocios de sus clientes.

Gracias a la plataforma de innovación CODE_n, GFT conecta a startups, pioneros tecnológicos y compañías consolidadas en una red global, lo que permite aprovechar las tendencias disruptivas del sector financiero y aprovechar al máximo el espíritu innovador de los participantes.

Con sede en Alemania, GFT obtuvo unos ingresos consolidados de cerca de 374 millones de euros en 2015. GFT está presente en doce países y cuenta con un equipo global de más de 4.000 empleados. Sus acciones cotizan en la Bolsa de Frankfurt en el TecDAX (ISIN: DE0005800601). En España, la compañía opera desde 2001, donde cuenta con sedes en Sant Cugat (Barcelona), Alicante, Lleida, Madrid, Valencia y Zaragoza.

Contacta con GFT y descubre en qué fase se encuentra tu estrategia de digitalización.

digitalbanking@gft.com
www.gft.com/expertsurvey2016

Nota importante: debido al tamaño de la muestra por países, los resultados de este estudio deben considerarse como tendencias generales, en lugar de evidencias estadísticas precisas de las circunstancias del mercado.