



Nicolás Scioli

La demanda de la digitalización

DIRECTOR DEL BANCO DE INVERSIÓN Y
COMERCIO EXTERIOR (BICE)

> 1 <

En BICE consideramos que la digitalización no es una opción para un banco que quiera operar y crecer como banco de desarrollo. Es una realidad y una demanda creciente que debemos escuchar y actuar en consecuencia. Hace unos años que el banco viene trabajando en este sentido y todavía hay un largo camino por recorrer.

Primero, se relevó la documentación pasible de ser digitalizada dimensionando el impacto que podría significar para la eficiencia organizacional y la calidad del servicio que ofrecemos a los clientes. También se contempló la normativa.

Se comenzó con el legajo del cliente, lo cual implicaba no circunscribirse a un solo producto sino a un proceso que atraviesa a todo el banco. Con este paso se dispuso de la información en un solo repositorio y con acceso a todos los actores. Así, se logró evitar tiempos de consulta, lectura y carga manual de información recibida.

Con respecto a los productos digitales que ofrecemos, se buscó desarrollar un servicio amigable y transparente. Para eso se decidió que la base a partir de la cual se construiría la digitalización sería la firma digital. En Argentina, la normativa otorga una serie de beneficios, como la presunción de autoría de quien la utiliza y aquellos documentos que la incorporan gozan de autenticidad e integridad. BICE fue el primer banco en Argentina en ser autoridad de registro: podemos otorgarles firmas digitales a nuestros clientes y con ellas darles una identidad que sirva para operar no solo con nosotros, sino también con cualquier otra entidad pública y privada.

De cara al futuro, entendemos que es fundamental crecer en el mundo digital basándonos en las mejores prácticas

BICE fue el primer banco en Argentina en ser autoridad de registro: podemos otorgarles firmas digitales a nuestros clientes y con ellas darles una identidad que sirva para operar no solo con nosotros, sino también con cualquier otra entidad pública y privada.

del mercado. Vemos este proceso como base de una mejora en la eficiencia de la gestión y necesario para que el banco tenga el alcance federal que necesitamos para acercarnos a cada rincón del país y desempeñarnos al máximo como un banco de desarrollo.

> 2 <

El principal desafío que tuvo el equipo que trabajó en la implementación fue generar un cambio cultural, por el apego a la manipulación de archivos físicos y cierta desconfianza en el proceso digital. Surgieron preguntas clásicas como: ¿Dónde queda la información? ¿No se perderá? ¿Quién la resguarda? ¿Quién tiene acceso? También hubo que encarar un importante trabajo de capacitación del equipo para poder ofrecer este tipo de servicios, sobre todo con la firma digital para nuestros clientes de todo el país. Además, se transitó un camino de cambios en la normativa interna y en los procesos, que implica repensar la forma de administrar la información y la documentación que llega en formato digital.

> 3 <

El primer producto digital fue una plataforma de factoring electrónico a través de la cual se pudieran descontar facturas de pymes que fueran proveedoras de una gran empresa e integraran una cadena de valor. Se diseñó un servicio a través de un sitio web específico,

donde aprovechamos la relación preexistente entre las grandes empresas y sus pequeños proveedores, junto a su historial crediticio. Así, las pymes descuentan en forma inmediata las facturas que se encuentran precargadas en la plataforma. Con este paso logramos eficientizar una herramienta que ya existía, porque el factoring tradicional es una herramienta usada en todo el sistema privado, pero que tiene varios costos agregados desde el punto de vista burocrático. La plataforma funciona desde fines de 2018 y hoy ya lleva descontadas más de 3500 facturas. Gracias a lo aprendido en ese primer producto, nos encontramos desarrollando una plataforma 100% digital para prefinanciación de exportaciones que esperamos lanzar este año, y un equipo ya se encuentra trabajando en un proyecto para ampliar nuestros servicios digitales.

> 4 <

Estas acciones contribuyen, sin duda, a eficientizar los tiempos para mejorar el servicio al cliente. También hay una ventaja con respecto al espacio físico por el trabajo sin papel y los tiempos de acarreo. Otro punto importante es la inmediata disponibilidad de la información desde cualquier puesto de trabajo: mejora la comunicación interna haciéndola más ágil y oportuna. Además, rompe barreras geográficas y muestra una unidad de criterio hacia el cliente.

