

Romildo Rolim

Pioneros en innovación



PRESIDENTE DEL BANCO DO NORDESTE (BNB), BRASIL

> 1 <

Históricamente, el Banco do Nordeste (BNB) ha sido pionero en la adopción de nuevos modelos de negocio y de nuevas tecnologías para aprovechar negocios. Así fue con la creación del Crediamigo, nuestro programa de microfinanzas urbanas, un ejemplo de negocio innovador creado hace más de 20 años y que actualmente está mostrando un nuevo nivel de innovación.

El programa Agroamigo, pionero en el microcrédito rural en Brasil, opera la aplicación Agroamigo Móvil, por medio de tabletas utilizadas por los agentes, hecho que proporcionó

más agilidad al proceso de liberación del crédito. La iniciativa fue, incluso, premiada por ALIDE, como una de las que contribuyen a impulsar la innovación y buenas prácticas en el sector agropecuario en Latinoamérica.

Seguimos esta tendencia con la creación del Hub de Innovación Banco do Nordeste, al ser el primer banco público con una iniciativa como esta en 2016. A partir de entonces, además de la concesión de crédito, pasamos a apoyar el emprendimiento innovador con oferta de espacio para *coworking* a nuevas empresas residentes, promoción de eventos y debates sobre temas relacionados con el ecosistema de innovación, impulso de *networking*

y desarrollo de productos y servicios que aceleran la transformación digital.

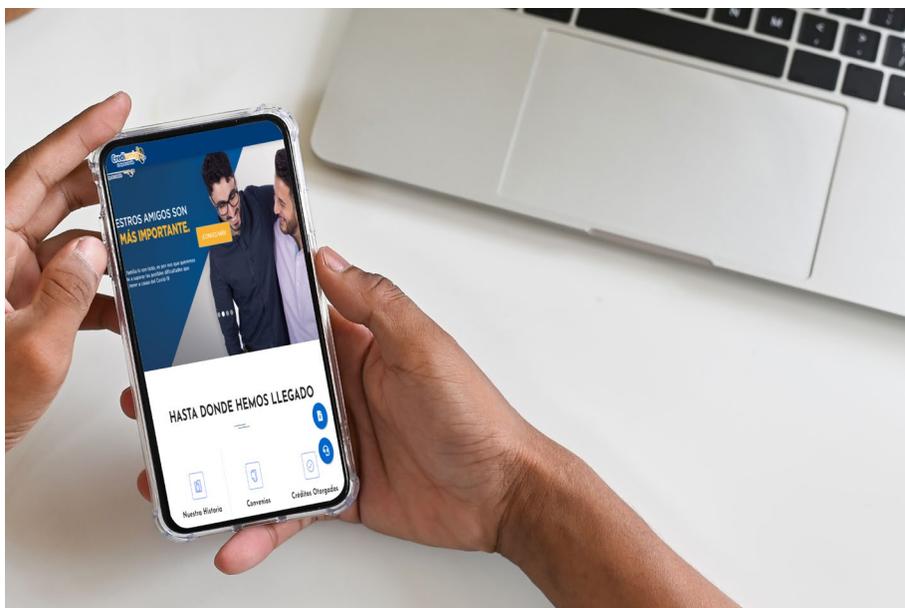
Corporativamente, creemos que cuando el emprendimiento se asocia a la innovación, promueve la mejora continua en la productividad de las empresas, y en la generación de productos y servicios que se ajusten a las necesidades del mercado, generando empleos e ingresos directos e indirectos.

Siguiendo el camino del espíritu pionero, lanzamos en febrero el programa de crédito FNE Startup, única línea de financiación bancaria para nuevas empresas en América Latina. Es un producto nacido de ese diálogo constante y cercano establecido por el banco con el mercado digital. Se trata de una línea de crédito para financiación de proyectos de innovación de productos, servicios, procesos y métodos organizativos, con disponibilidad de R\$ 2,9 millones, a partir de 2020.

Todo este movimiento de transformación digital de BNB ha requerido esfuerzos de participación de las áreas de negocio, tecnología y compañeros del mercado. Podemos destacar la necesidad de inversión en tres pilares: reestructuración de los procesos internos, transformación cultural de los empleados y participación de los clientes en los nuevos canales de atención. Ilustra este escenario el hecho de que el uso de canales digitales por los clientes del banco ya predomina en las transacciones realizadas, correspondiendo a la marca del 52,51% de todas las impulsiones financieras realizadas por clientes del banco, principalmente a través de *mobile banking*.

Con cada servicio o producto digital, trabajamos redefiniciones de procesos y la gestión de los cambios. El banco ha invertido con énfasis en la capacitación de sus empleados y en la comunicación con sus clientes y compañeros. Nuestra gama de interesados es muy variada: pequeñas, medianas y grandes empresas, gobiernos, microemprendedores, así como grandes y pequeños productores rurales;

El resultado de este esfuerzo es que el acceso a los productos y servicios digitales por parte del *mobile banking*, en la actualidad supera el acceso del *online banking* y es, también, superior al nivel de acceso presencial en las agencias y terminales de autoservicio.





además, tenemos financiación estudiantil. Cada segmento de cliente requiere una forma adecuada de relación. Nuestros servicios digitales se construyen observando las expectativas de cada público.

> 2 <

Los bancos tradicionales, en su proceso de transformación digital, se están reinventando para satisfacer las expectativas de sus clientes. El reto es crear un entorno armonioso entre procesos tradicionales que demandan un tiempo mínimo viable para modificarse (por ejemplo, la arquitectura tecnológica) y nuevos procesos digitales, que posibilitan el autoservicio del cliente.

Los nuevos modelos de negocio digitales requieren mayor atención en aspectos que pasan a ser más valorados. La experiencia del cliente en relación con el banco pasa a ser tan importante como el bajo costo de los productos y servicios ofrecidos. Otro aspecto a destacar se refiere a la búsqueda de metodologías ágiles para la creación e implementación de productos y servicios. El cliente desea una mejora continua y rápida.

> 3 <

Las iniciativas de transformación digital están alineadas a nuestro enfoque de actuación como banco de desarrollo: el

proceso de concesión de crédito especializado y el proceso de concesión de microcréditos. La jornada del cliente ha sido definida y cada paso ha sido adaptado para ofrecer una experiencia digital a los usuarios de nuestros productos y servicios.

De forma integrada, hubo evolución de los productos y servicios bancarios. Actualmente, el BNB ofrece a sus clientes, incluso, una nueva plataforma de atención: la Oficina Digital. La iniciativa completa el ciclo de innovaciones y actualizaciones tecnológicas iniciado con el lanzamiento de productos y servicios digitales, como el registro digital persona física y entidad legal, la apertura de cuenta digital, aplicaciones, retiro sin tarjeta, concesión de capital de giro digital, tarjeta BNB y simuladores digitales, entre otros. Todas nuestras soluciones digitales están disponibles en <bnb.gov.br/solucoes-digitais>.

Y el trabajo continúa. El banco supervisa el mercado en términos de transformación digital, siempre con una mirada atenta a los modelos y procesos de negocio y una forma óptima de utilizar la tecnología para la mejora continua de la experiencia de los clientes, con soluciones y servicios.

La palabra «innovación» ha regido nuestras acciones, convergiendo tecnología y negocios. El resultado de este esfuerzo es que el acceso a los productos y servicios digitales por parte del *mobile banking*, en la actualidad supera el acceso del *online banking* y es, también, superior al nivel de acceso presencial en las agencias y terminales de autoservicio.

> 4 <

Las iniciativas de transformación digital del Banco do Nordeste han contribuido, en primer lugar, a la mejor atención de nuestro cliente, trayendo la comodidad deseada siempre aliada a la seguridad.

Al mismo tiempo, elevamos la eficiencia operativa de los procesos. Ampliamos el volumen de negocios y reducimos el costo de la operación. El desafío es mantener esa transformación continua incorporando la innovación en el día a día del trabajo de todas las áreas de negocio. La transformación digital requiere transformación cultural. Con ese objetivo, la Universidad Corporativa ofrece nuevos programas de capacitación al cuerpo funcional, y el Hub de Innovación BNB lidera programas de innovación abierta con la participación de nuevas empresas de la región.