

CAJA DE AHORROS DE NAVARRA : ¿Innovación o Evolución?

Relator: Angel Arbonies (Director Técnico INNOACTION)

Si nos asomamos a una oficina de la CAN notamos aspectos diferentes. Para empezar las oficinas se llaman "Canchas", el diseño y el mobiliario no son los clásicos de una caja de ahorros llena de mostradores distantes. ¿Puro diseño para hacerse notar? ¿ Simple búsqueda de sensación de cercanía a los clientes? Parece que hay más, luego hemos comprobado que hay mucho más. Así que decidimos invitarles para indagar en su modelo de innovación. Aceptaron nuestra invitación y nos lo contaron en INNOACTION. ("Entre comillas sus expresiones")

"El concepto de Innovación de CAN pasa por tres premisas, 1) no solo queremos ideas sino implantarlas 2) no es algo temporal 3) no es cosa de unos pocos. Va a ser la materia genética de la CAN". Con esta determinación CAN se ha planteado un cambio en la forma de hacer que abarca a toda la organización y que se manifiesta en lo que vienen a llamar "diferenciación implantada". Pero midiendo resultados, nos advierten.

¿Cómo empezaron? Bien simple: se acercaron a sus clientes y les escucharon. Percibieron su frustración sobre el destino de la obra social. Un buen número de euros de los que no se percibía donde iban, y para que servían. Y de ahí el primer tirón "Que los clientes elijan el destino del dinero en obra social".

Lo que fue una idea, se convierte en un concepto, el dinero es de los clientes, luego tienen derechos. De participar en obra social, "se ofreció a los clientes estar informados acerca de lo que la caja gana con su dinero"; "poner la oficina al servicio de los clientes como locales para reuniones" ; "los clientes participan en los proyectos solidarios de la CAN". Y esto no es una campaña de agencia publicitaria. Es el "nacimiento de los derechos del cliente"¹.

Es un cambio cultural, afirman. "Hacemos lo de siempre y además innovamos". Todos los empleados saben que estamos en esto, que "están" en esto. Han establecido un diálogo social viable: "Vialogos" donde todos pueden proponer mejoras respecto al servicio de clientes. El sistema es abierto, es creíble y coherente. No parece un fuego de artificio como sucede a menudo. Dos personas están dedicadas a contestar todas las ideas. Hay algunos premios e incentivos pero parece que el clima de contribución ha superado ya las barreras de estos sistemas que la mayoría de las veces son muy efímeros. La credibilidad se gana cuando los empleados ven implantadas las ideas. La realidad coincide con el discurso.

Le llaman Banca Cívica, pero es sobre todo poner al cliente en el centro. De hecho su organización, ya no se representa con un organigrama, sino con una rueda de servicios alrededor del cliente. Y más allá de la representación todas las estructuras han cambiado en este sentido. "No ha sido fácil, porque dar derechos al cliente te cambia todo, desde los procesos, el flujo documental etc. etc."

¿Cuanta energía hay en tantas personas pensando? No se puede contabilizar. ¿Cuánta motivación se deriva? "Todo hace falta en un mercado que lucha a brazo partido con los mismos productos" "Damos a nuestros empleados 20 minutos al día para pensar, para cambiar el lenguaje, para hablar de los "NO" que hemos dado

¹ El mismo día de la presentación en INNOACTION, CAN anunciaba un nuevo derecho del cliente.

a quienes se nos acercan y que seguramente han acabado en la competencia ". En fin que parece que la innovación en CAN se puede ver. No está solo en el Power Point de los directivos.

Y el cambio coincide con mejores resultados. "No pensábamos ser los más innovadores, sino competir mejor". "Luego nos han dado premios que nos han llenado de orgullo, pero esto ha sido más una evolución que una innovación".

En todo caso es una innovación en el mundo financiero, que aplicamos al negocio" y se va implantando no solo en la obra social sino en la ampliación de servicios, a través de una política de alianzas y servicios, apoyo a emprendedores y mujeres, que son las titulares de las cuentas por defecto, 250 personas trabajan en movilidad, hemos abiertos canales de innovación social y la organización interna ha cambiado.

Es una emancipación: "Hemos pasado de sujetar el negocio, a empujarlo". Se trata simplemente de que hora colectivamente buscamos nuevas vías de ingresos. Así de simple, así de potente.

TAGS MENTALES

- **innovación social aplicada**
- **Proselitismo financiero**
- **Implicación de personas**