

REUNION GREF NORTE EN VITORIA (SEDE CAJA VITAL KUTXA)

24 DE FEBRERO DE 2010.

ASISTENTES:

Jose Angel Quintanilla. BBK.

Rocío Oyarbide y Javier Romero. GUIPUZCOANO.

Jaione Manso y Sara Uriz. KUTXA.

Rosa Esteban. MULTICAJA.

Ricardo Astigarraga. CAJA LABORAL.

Vicente Porto y Eulogio Saez. VITAL

Eva Fernández. IBERCAJA.

Objetivos de la reunión:

- Explorar las posibilidades que se definen como “MEJORES PRACTICAS” en cada una de las Entidades reunidas.
- Intercambio de ideas y opiniones sobre la obtención de lo mejor de los mejores para la Organización y el Negocio.
- Análisis de las seis experiencias expuestas en Zaragoza para verificar su viabilidad en la puesta en marcha así como las posibles correcciones en cada experiencia.
- Celebración conjunta de la próxima jubilación del compañero Vicente Porto. Agradecemos todos la acogida en Vitoria (Sede de Caja Vital) y la fantástica comida que nos ofrecieron. Majestuosa y Preciosa sede de verdad.

PRIMERA PARTE DE LA REUNIÓN:

PUESTA EN COMUN POR ENTIDADES DE LAS MEJORES PRACTICAS Y SU REPERCUSIÓN EN LA ENTIDAD Y EN EL ENTORNO EN EL QUE PONE EN MARCHA.

CAJA VITAL	<ul style="list-style-type: none">▪ En el caso de Acceso a Empleados y Estudiantes en Prácticas, se instrumentaliza la formación con Formadores Internos. En el caso de Seguros, existe un sistema mixto de Formador Interno y Formador Externo.▪ Aprovechando el cambio de la intranet, se ha incorporado una serie de cursos realizados por personal interno que “traducía” aquellos conceptos
-------------------	---

	<p>complejos en el manejo de la herramienta.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Para resolver las incidencias en oficinas se hacen películas de empleados con las “buenas prácticas y las malas prácticas” (sobre todo para nuevos empleados). Se trata de minicasos con diálogos en Servicios Centrales desde la Dirección de Red.
MULTICAJA	<p>Mejores Prácticas a nivel Comercial.</p> <p>Las partes implicadas son el Director de Red, los Directores de Zona y el Director de área.</p> <p>Se analizan aquellas cosas que se han hecho bien y se envían pautas sobre cómo se está llevando a cabo.</p> <p>Dentro del Manual de Productos hay una pestaña que especificaba cómo lo hacían los mejores.</p> <p>La mejor práctica era la que resultaba implantada.</p> <p>El Objetivo final consistía en: Reconocimiento público de la oficina que realmente lo ha hecho bien y ha alcanzado unos resultados satisfactorios (mediante ratios y no tanto mediante resultados concretos).</p>
CAJA LABORAL	<ul style="list-style-type: none"> ▪ En esta Entidad es claramente enriquecedor la conjunción entre los Formadores Internos (que aportan la técnica) y los Técnicos de Activo (que aportan el conocimiento). ▪ La elaboración de píldoras (con una duración de 5-10 min. Máx) a nivel comercial se colgarán en la plataforma. ▪ Una hora formativa al mes para toda la Red que luego pueda impartirse por el director de cada oficina. Tercer miércoles de cada mes. Horario: de 07,45h a 08,45h. abriendo al público a las 09,00h. Se coloca un cartel en la entrada de la oficina indicando que se está realizando una acción formativa)
GUIPUZCOANO	<p>Es interesante las Mejores Prácticas respecto a Jubilados y Prejubilados. Los factores clave son:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Implicación con el banco. - Transmisión de conocimientos a la nueva plantilla. - Desligados del negocio aunque desean estar en activo. - La Formación a los Nuevos Directores, consiste en una jornada formativa en la que se explica la operatividad, herramientas, visitas, etc.. Se trata de un profesional

	de alto nivel que puede aportar y compartir el conocimiento adquirido.
KUTXA	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Se establecen Manuales, que son importantes para gestionar el conocimiento. Se trata casi de una “imposición” su realización evitando que se pierda el conocimiento propiciando la polivalencia y la rotación de información. ▪ Hay diferentes tipos de aplicaciones de este conocimiento: Conferencias, Jornadas (Del Equipo, Sobre emociones, Gestión del cambio), Negociación, etc... Todo ello se imparte en un entorno virtual. La mezcla de personas (multidepartamental) implica el conocimiento de personas, que hasta el momento, sólo habían coincidido físicamente. ▪ Existencia de Grupos de Trabajo: KIT “Kutxa Innovation Taldea”.
BBK	<p>Hay un proyecto de “causas” cada dos meses. Son a nivel comercial, sobre “el cómo se hace” en definitiva. La metodología es mediante una entrevista al interesado o protagonista.</p> <p>Estas entrevistas se cuelgan en la intranet corporativa; esto supone un hecho diferencial.</p> <p>También se sienten afines en la realización de algunas acciones que también han mencionado Caja Laboral o Kutxa.</p>
IBERCAJA	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Existencia de Formadores Internos para materias propias de la Entidad imposibles de desarrollar por proveedor externo. ▪ Recordatorios de cursos y el aprendizaje de los mismos mediante informes y toma de contacto con los alumnos que hayan asistido.

SEGUNDA PARTE DE LA REUNIÓN:

PUESTA EN COMUN DE LOS PUNTOS TRATADOS EN ZARAGOZA EN LOS EQUIPOS DE TRABAJO RELATIVOS A MEJORES PRÁCTICAS ¿CÓMO CONSEGUIR LO MEJOR DE LOS MEJORES PARA LA ORGANIZACIÓN Y EL NEGOCIO?.

E 40.

Las oficinas con mejores resultados, cuelgan sus comentarios, datos y resultados en la web o los comentan en foros, de manera que otras personas pueden ir a verlos, hacer preguntasel hecho es que se llaman entre las diferentes oficinas

Entendemos que este proceso necesita de un administrador para centralizar los comentarios. Lo que no se ha de permitir es que siempre existan los mismos participantes que emiten comentarios. Sería positivo también introducir alguna foto o texto sobre cómo vender, por ejemplo.

E 41.

Los asistentes estiman que se ha de potenciar Intranet con redes fáciles de utilizar, incluyendo la figura de dinamizadores, gestores que motoricen, ya sean voluntarios o informales, nombrados por la Organización o los propios tutores de las materias, etc. Cuando se incluye esta figura de “dinamizador” se logra un sensible rendimiento de las Tecnologías de la Formación, y la motivación a intervenir de los participantes aportando o recibiendo conocimientos y experiencias positivas.

Además de la intranet sería necesario que se dinamicen plataformas de formación. Ha de existir un material interesante sobre el cual dinamizar.

Provocar el hábito de que la gente, que ni siquiera conoce la plataforma, difícilmente pueda conocer en qué consiste o qué le puede aportar.

El “ranking” supone para muchos no tanta competición sino un aprendizaje entre unas oficinas y otras.

E 42.

Para la transmisión de las Mejores Prácticas, lo más eficiente es que sea vía comunicación informal, al menos inicialmente, y, una vez contrastadas su utilidad y eficiencia es necesario y conveniente pasarla a comunicación formal controlada por la Organización.

Una cosa es ofrecer canales de comunicación abiertos pero a la hora de plantear Mejores Prácticas, es necesario contar con el apoyo y refrendado/validado por la Entidad (alineado con los valores, la formativa, la ética, etc..)

E 43.

Es difícil extraer las Buenas Prácticas, ya sea por la carencia de tiempo del personal, como por los hábitos de trabajo que no facilita el detectar esas actuaciones de éxito ante incidentes críticos.

Las buenas prácticas no salen de la teoría, se extraen de realizar un trabajo, del hábito y el trabajo diario.

E 44.

Entre las Mejores Prácticas se mencionan acciones tales como la “Oficina Escuela”, “Talleres de Mejores Prácticas”, “Concursos de Ideas”, “Sugerencia de Mejora” etc. , ya que han sido contrastadas por algunos de los asistentes y reconocen que dan resultados positivos cuando se mantienen en el tiempo, y se realiza un adecuado seguimiento y reconocimiento de los participantes.

Consideramos que no tienen que ver unos conceptos con otros. Ha de existir una dirección alineada con potenciar estos valores, así como realizar el reconocimiento que motive la participación.

E 45.

Para llevar a cabo este tipo de herramientas es necesario que demos visibilidad a los que tienen el saber y el saber hacer y que Formación no adopte ningún protagonismo. Los protagonistas son ellos, y nosotros actuamos para plasmar sus ideas, sus conocimientos, y acercarlos a la Organización.

No pensamos que sea incompatible. La labor de coordinación ha de ser clave para gestionar y ser vehículo de contacto o comunicación entre los diferentes departamentos para la consecución de los objetivos formativos.

Es necesaria la “venta” de nuestro Departamento de Formación. También es importante tener aliados y hacerlos protagonistas de nuestros logros, lo cual no quita que tengamos un marketing o publicidad de nuestro Departamento.