

NUESTRO PROPÓSITO

IBERCAJA BANCO

MANAGEMENT TALKS
21 de mayo 2020



iberCaja 

Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

IBERCAJA EN UN VISTAZO...



10º
Grupo Bancario
en España



5.053
empleados



1.084 oficinas



ESTRUCTURA DE PROPIEDAD DEL BANCO

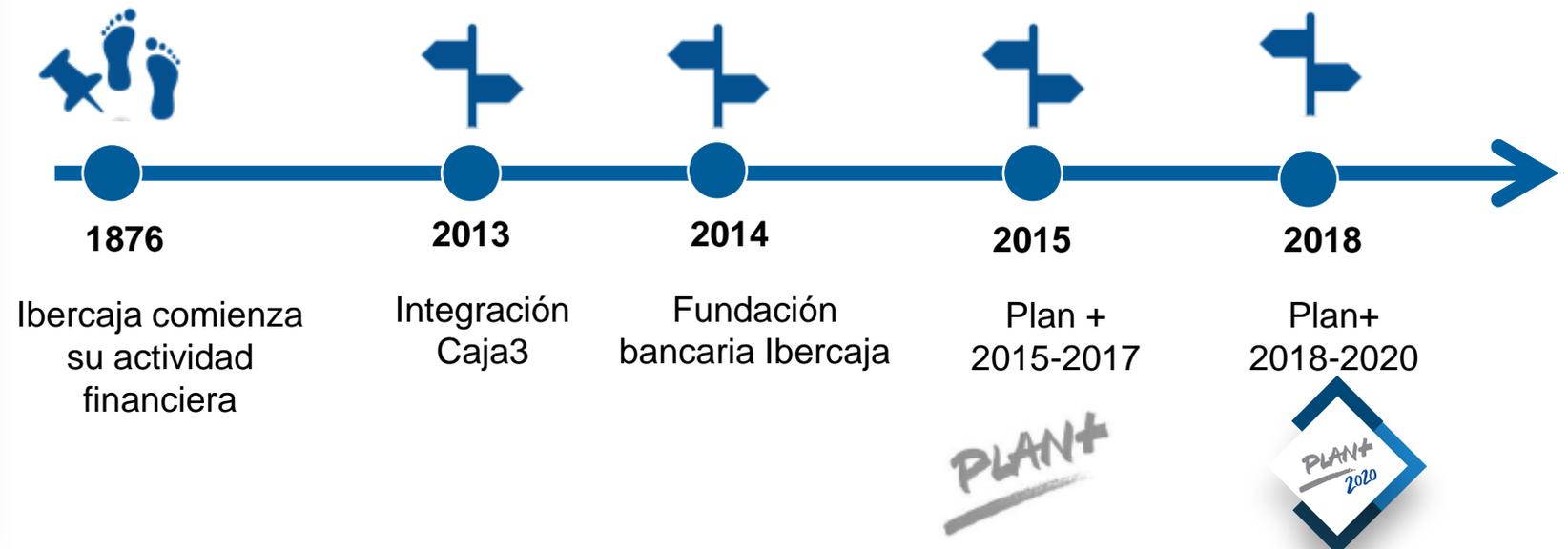
Los accionistas de Ibercaja Banco son
Fundaciones con fines sociales



NUESTRA HISTORIA, nuestro propósito...



Más de **140 años** de historia....**135** como **Caja de Ahorros**
 Ahora somos un **Banco**, con un gran compromiso social



PUNTO DE PARTIDA: Plan Estratégico 2018-2020

3 claves del proceso de diseño del Plan+



MAPA 20 TEMAS CLAVE

1º

*Diferenciarnos desde nuestro **Propósito** como Organización y hacerlo realidad en nuestro día a día.*

El rol esperado de nuestro propósito:

*"En un mundo que cambia más rápido que nunca, y que es más incierto que nunca, **el propósito de una Organización actúa como la estrella del norte**"*

(Mark A. Weinberger, presidente de Ernst & Young)

“Una razón aspiracional para existir, que **INSPIRA y **MOVILIZA** a la acción y que aporta un beneficio a la sociedad”**

CARACTERÍSTICAS

- 1 Es **humanista:** pone a la persona en el centro
- 2 Debe ser **motivacional:** la empresa hace lo que hace “por alguien más”
- 3 **Inspirador** y que **movilice** a la acción
- 4 Conecta con un aspecto **emocional** con el que los grupos de interés se puedan identificar
- 5 Debe estar expresado de forma **clara y concisa**
- 6 Debe identificar cuál es nuestra **aportación de valor** a la sociedad, qué es lo mejor que sabemos hacer
- 7 Debe aunar **valor empresarial** y **valor social**

¿CÓMO LO HICIMOS?

EQUIPO PROPÓSITO



ÁREAS IMPLICADAS

Área de Personas

Marketing

Red de Oficinas

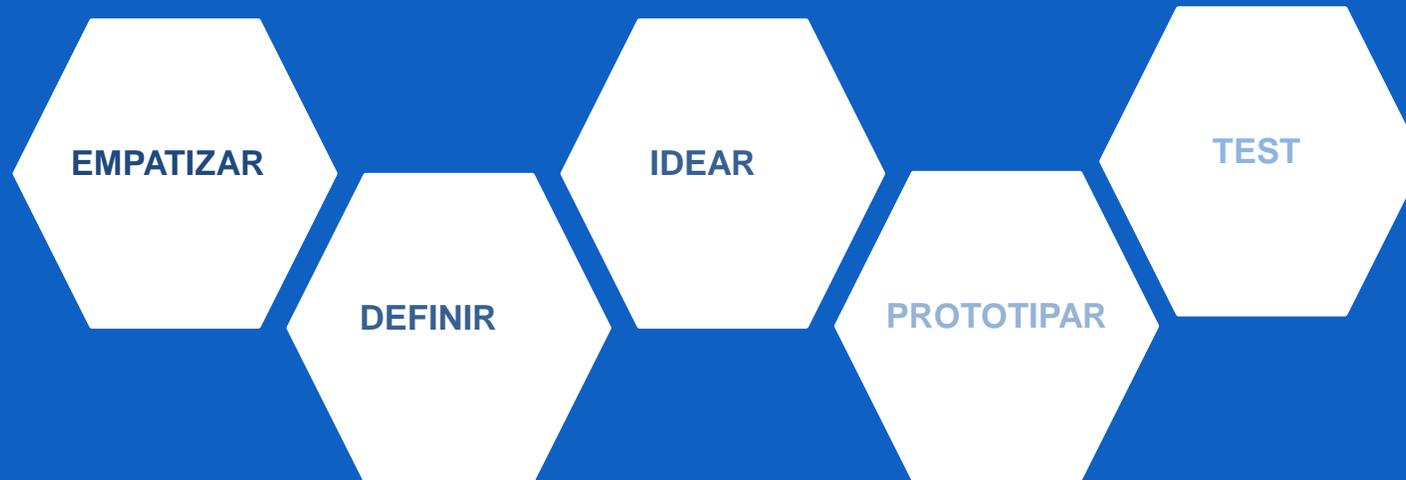
Comunicación

Grupo Financiero

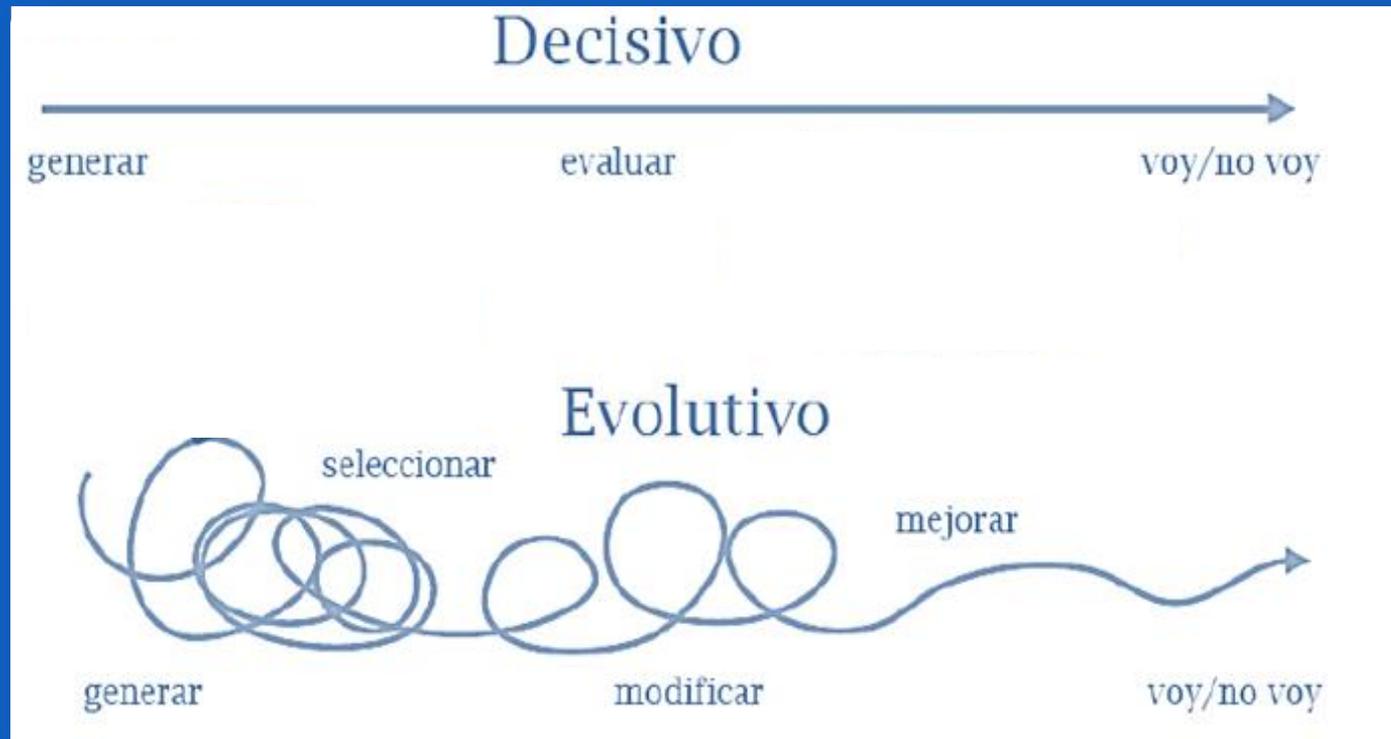
Cumplimiento Normativo

Estrategia

Apoyándonos en la metodología Design Thinking...



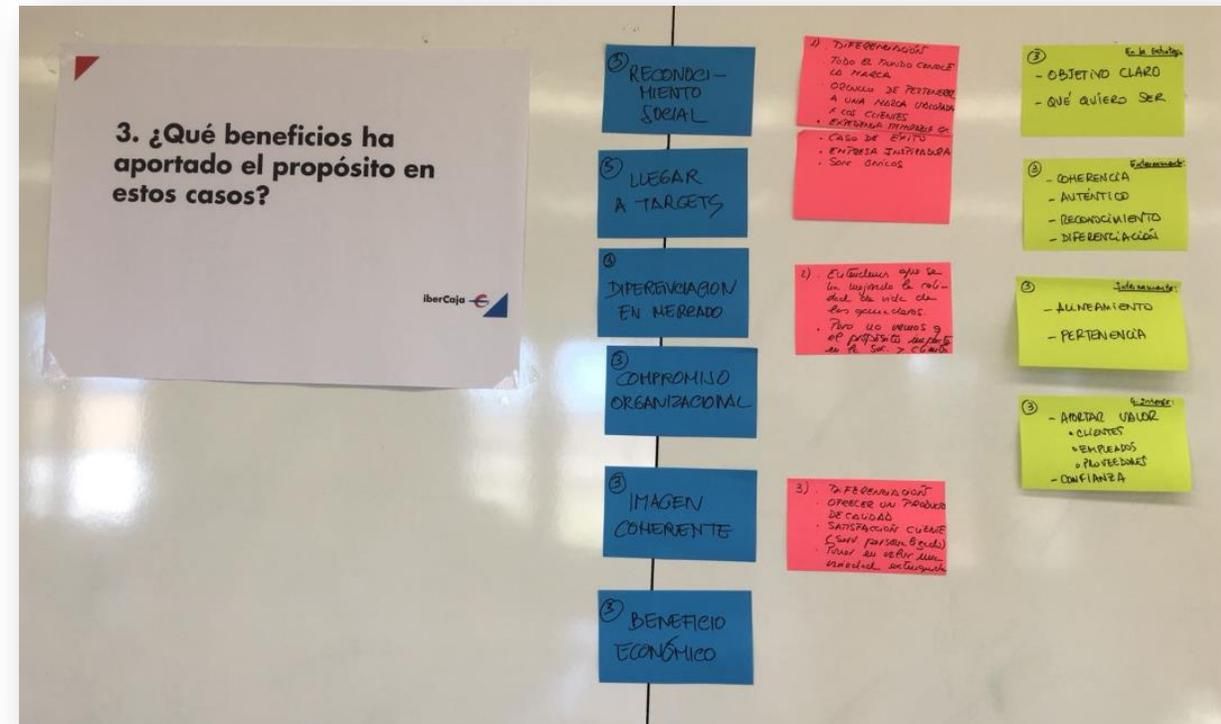
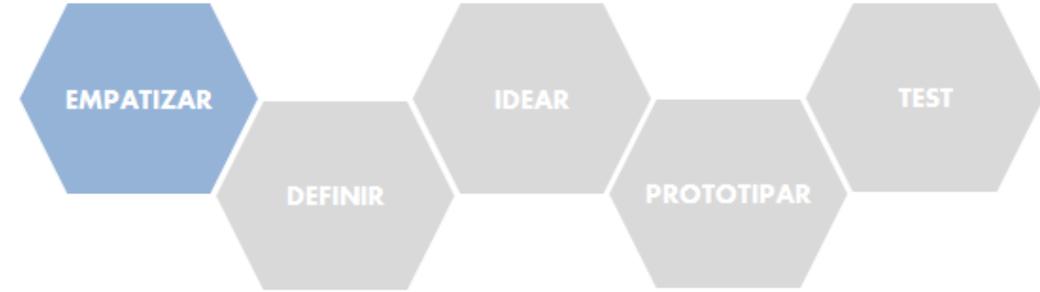
Apoyándonos en la metodología Design Thinking...



PROCESO Design Thinking

1ª JORNADA: empatizar

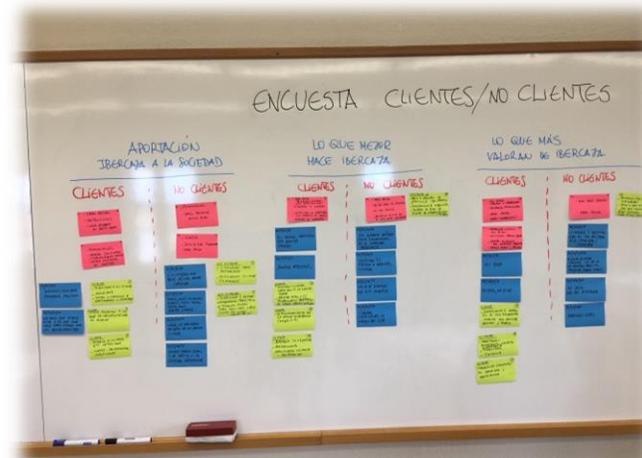
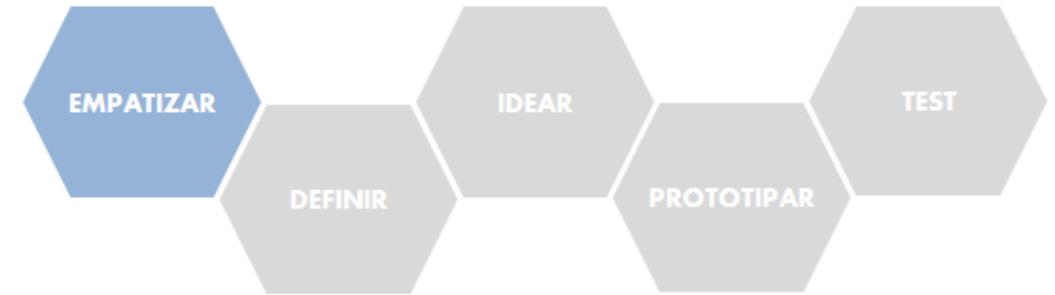
Comprensión profunda del concepto de PROPÓSITO



PROCESO Design Thinking

2ª JORNADA: definir

- » Conclusiones reflexión estratégica
- » Encuesta a empleados: 2.300 respuestas
- » Encuesta clientes/no clientes realizadas por el equipo



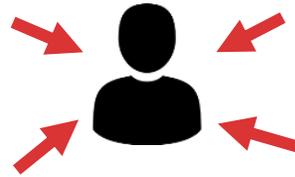
PROPÓSITO CORPORATIVO

RAZÓN DE EXISTIR

Lo que sabemos hacer



Por quién lo hacemos



Principal aportación
(empresarial + social)



Emocional, inspirador...

PROPÓSITO CORPORATIVO



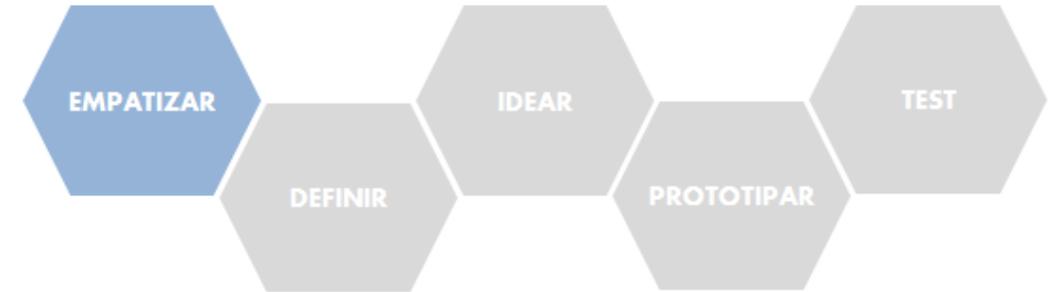
PROCESO Design Thinking

3ª JORNADA: idear

Responder a nuestro reto: enunciar el propósito

Herramientas:

- » Palancas del propósito
- » Dinámicas finales:
 - » Arquetipos generacionales y empleados
 - » Lo que más te gusta
 - » Imagen que te evoca
- » **Consenso**



¡GRACIAS EQUIPO PROPÓSITO!



NUESTRO PROPÓSITO:

**AYUDAR A
LAS PERSONAS A
CONSTRUIR LA
HISTORIA DE SU
VIDA, PORQUE SERÁ
NUESTRA HISTORIA**

A photograph of a dirt path winding through a dense forest. Sunlight filters through the trees, creating a dappled light effect on the path and the surrounding greenery. The path leads towards the background, disappearing into the woods.

“Ayudar a las personas a construir la historia de su vida,
porque será nuestra historia”

Ayudar es más que acompañar. Supone **involucrarse, comprometerse** para que las personas consigan sus objetivos. Es **escucha activa**, soporte y apoyo.

Humanismo. Las **personas** son el centro , los propietarios y actores principales de la vida y nosotros les hacemos protagonistas de la nuestra.

Construir implica **avanzar, progresar...** se construye **en equipo.**



“Ayudar a las personas a construir la historia de su vida,
porque será nuestra historia”

La historia de su vida. El ciclo vital, el camino, la ruta que recorreremos.

Historia. Somos una entidad con una gran historia detrás, con arraigo y con un gran futuro por delante. **Será.** Es la proyección de nuestro **futuro** ayudando a las personas.

Hacemos a las personas protagonistas de nuestra historia: con **cercanía**, supone un **compromiso mutuo**.

PROPÓSITO - misión, visión, valores

**“Ayudar a las personas a construir la historia de su vida,
porque será nuestra historia”**

MISIÓN

Contribuir a hacer mejor la vida de familias y empresas, ayudándoles a gestionar sus finanzas ofreciendo un servicio financiero global personalizado, que les facilite alcanzar sus propios objetivos.

VISIÓN

Ser un banco excelente y mejorar cada día, anticipándonos a las necesidades de nuestros grupos de interés

VALORES

**CERCANÍA
PROFESIONALIDAD
COMPROMISO
EXCELENCIA
SOLIDEZ
CAPACIDAD DE ADAPTACIÓN**

HACER REALIDAD EL PROPÓSITO

ACTIVACIÓN DEL
PROPÓSITO

- 1 **DEFINICIÓN** y “relato”
- 2 **COMUNICARLO:** comunicación interna y externa
- 3 **TRANSFORMACIÓN INTERNA:** interiorizarlo, cultura corporativa alineada con el propósito
- 4 **ESTRATEGIA:** integrarlo en los proyectos y la toma de decisiones
- 5 **EXPERIENCIA:** trasladarlo a todos los puntos de contacto con los grupos de interés
- 6 **MEDIR:** identificar indicadores y medir para seguir

...con **COHERENCIA** y **CONSISTENCIA**

La importancia de:

El momento

**Implicación al más
alto nivel**

El equipo

**Lo valioso del
proceso:
cocreación**

La escucha activa

La “activación”

¡MUCHAS GRACIAS!



@ibercaja

@mcampobernal

