

# “Estamos ayudando a las empresas en la gestión del cambio en los procesos de transformación digital”

El segmento financiero, que engloba las entidades bancarias y las compañías aseguradoras, es uno de los focos de negocio principales en Canon. Un segmento que no escapa a la exigencia de la transformación digital que abarca mucho más que las herramientas tecnológicas. Una premisa que, desde el proveedor, “imprimen” a fuego en todos los proyectos en los que han participado como *partner* tecnológico de este tipo de compañías. “Dejemos de pensar solo en tecnologías y pensemos en el cliente: es quien va a determinar hacia dónde van los procesos de transformación digital”, desvela Eva Sánchez-Caballero, responsable de negocio de Canon.



Eva Sánchez-Caballero, responsable de negocio de Canon

Observado el vasto campo en el que se aplican los proyectos de transformación digital, Eva Sánchez-Caballeo asegura que banca y seguros "son dos sectores que propician mucho el cambio". Sin embargo, llevarlo a buen puerto no es sencillo. En este proceso es dónde Canon pone el acento. "Estamos convencidos de que el camino que hay que seguir es ayudar a estas compañías a hacer una buena gestión del cambio". Un propósito que, insiste, no solo supone "enseñarles a utilizar, de manera óptima, las tecnologías y a aplicar los nuevos procesos, sino a hacer una labor de concienciación que incluye explicar a los usuarios por qué hay que hacer el cambio y, sobre todo, qué van a ganar con su aplicación", relata. Un proceso, sobre todo interno, que señala a los empleados como piezas fundamentales. "El éxito de un proyecto de trans-



*"Se tardan muchos años en consolidar un cliente y solo 5 minutos bastan para perderlo"*

formación digital está en la gestión del cambio", insiste. La oferta de Canon en este apartado va mucho más allá de lo que ha sido su foco más conocido de negocio, identificado con la impresión. "Tenemos una propuesta de valor que cuenta con una visión 360 grados que abarca, por supuesto, el área de oficina que incluye la gestión de la impresión, del documento y del dato, lo que supone una gestión completa de la gestión documental", recuerda. "En Canon contamos con una división de externalización de servicios, clave en este tipo de proyectos, y de un área consagrada a la videovigilancia y el vídeo IP, para desarrollar todo tipo de proyectos relacionados con la vigilancia, la movilidad o el tratamiento de zonas calientes y frías, por ejemplo", continúa. "Incluso un área médica".

## A la transformación del segmento financiero

Este carácter pionero que la responsable de desarrollo de negocio coloca al segmento financiero, sobre todo a los bancos, en la adopción de nuevos procesos tiene, sin embargo, una parte menos positiva. “Los bancos han marcado casi siempre las tendencias y han sido los más valientes a la hora de abordar proyectos de cambio; sin embargo, luego percibimos una cierta lentitud en la aplicación de los mismos”, puntualiza. Algo lógico, por otra parte, ya que se trata de “procesos muy complejos, con bases de clientes muy grandes”.

Se trata, a pesar de esta actitud valiente, de sectores muy tradicionales, que tienen que pensar en sus usuarios. “Uno de los aspectos que más le preocupa es que las transiciones sean fáciles y que la curva de aprendizaje, tanto de los clientes como de los empleados, sea lo más suave posible”, destaca. “Se toman mucho tiempo, por tanto, en la implantación de los procesos”.

Un proceso transformador que implica la adopción de estrategias que incluyen, por ejemplo, entre los nuevos “grandes” mantras la omnicanalidad. “Se habla tanto de los canales tradicionales como de los entornos



digitales”, recuerda. Ahora bien, “se trata de dar a cada cliente lo que quiere y por el canal que desea: muchas veces las entidades financieras envían la misma información por diferentes canales al mismo cliente, lo que no tiene ningún sentido”. La personalización, por tanto, marca una tendencia clara; junto a un profundo cambio de enfoque. “Se ha pasado de tener un enfoque claramente de empresa a pensar en el cliente. Ahora es el foco de todo”, insiste.

### Más valor para el empleado...

La automatización de determinados procesos marca otro elemento importante en el desarrollo de los procesos de transformación digital. Sánchez-Caballero reconoce que en el mercado financiero se mantienen, porque así se ha hecho siempre, muchos procesos manuales, absolutamente ineficaces; y que, sin embargo, una vez analizados, se percibe que la simplificación es posible. "El cliente demanda inmediatez: necesita una respuesta y la quiere ya", recuerda. "Y para ofrecérsela en el tiempo debido, no ayudan estos procesos manuales y largos". La responsable recuerda el entorno comercial tan competitivo en el que nos movemos, en el que la opción de cambio a algo mejor pasa por un solo *click*. "Se tardan muchos años en consolidar un cliente y solo 5 minutos bastan para perderlo", alerta. Se torna, por tanto, imprescindible, deter-



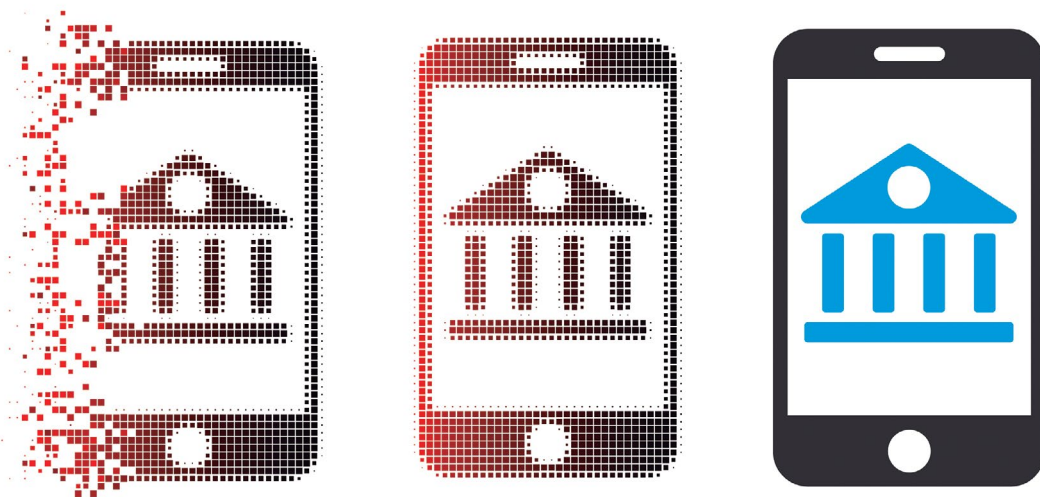
*"Las personas son críticas y por tanto los responsables de RRHH tienen un papel esencial en estos procesos"*

minar qué procesos son críticos y cuáles no. "Debemos ganar tiempo y eficacia, por lo que es básico determinar dónde aplica la automatización". Unos procesos en los que hay que cuidar la gestión de los empleados. "Muchos pueden percibir que la aplicación de las tecnologías que permiten la automatización va a acabar con determinados puestos de trabajo", resalta. "Sin embargo, las personas que están realizando estos procesos manuales posiblemente podrán realizar tareas de mayor valor". No olvida apelar a la buena sintonía que deben tener en estos procesos de transformación, el CIO con los responsables de recursos humanos. Pero va más allá. "Los directores de recursos humanos deberían estar más cerca, no solo de los CIO y de los CEO, sino también de los directores de operaciones y de estos "nuevos" papeles de responsables de transformación digital. Las personas son críticas y por tanto los responsables de RRHH tienen un papel esencial en estos procesos".

### Casos de éxito

- Uno de los casos más representativos en los que ha intervenido Canon ha sido el proyecto con **ING**, un banco nativo digital que decidió poner en marcha un nuevo modelo de oficinas. "Percibió que hay clientes que deseaban el "cara a cara" por lo que diseñó unas oficinas en las que se les atendiera de manera diferente".

El proyecto con ING contaba de tres pilares, siendo uno de ellos tratar de enriquecer la experiencia del cliente en estas oficinas. El sistema que ha puesto en marcha se basa en que cuando un cliente entra en una de ellas, un gestor le recibe para orientarle sobre cómo gestionar sus peticiones. Si su consulta puede ser realizada desde el portal de cliente de una manera sencilla, le acompaña al puesto que la entidad ha bautizado como "la flor": un centro digital con cinco puestos ("pétalos")



*"El objetivo que buscaba ING en las sucursales es que el cliente se sintiera atendido en todo momento pero no agobiado"*

individuales, equipados con ordenador, en los que es posible operar tanto en la web de la entidad como en las de otros bancos para realizar cualquier operación. Un centro en el que Canon ha instalado su plataforma de gestión uniFLOW para que se pueda operar e imprimir todo de forma confidencial y segura. "Se trata de una oficina inteligente que no ha perdido el mimo por el cliente", explica. "El objetivo que buscaban en las sucursales es que el cliente se sintiera atendido en todo momento pero no agobiado".

Junto a su participación en estas oficinas, Canon también llevó a cabo la renovación del parque de impresión de las oficinas centrales de la entidad así como en los gestores de las oficinas que tiene repartidas en el territorio nacional.

- **Unión Alcoyana Seguros** contaba con un parque de impresión integrado por multitud de equipos de distintas marcas, con diversidad

de tóneres y antigüedades, cuya gestión era complicada. La entidad renovó por completo el parque buscando disminuir el gasto relacionado con el servicio de impresión, escaneo y fotocopiado; y a la vez dar mayores opciones a los empleados con nuevas herramientas. Además necesitaban un sistema de medición y control de costes de impresión con el que administrar adecuadamente el servicio. Optaron por Canon que, no solo les proporcionó los equipos, sino que gracias a la plataforma uniFLOW acceden a datos concretos sobre el uso de cada equipo a nivel de persona y departamento.

- **Vislumbrando el futuro.** Sánchez Caballero explica que en el ámbito de las oficinas, Canon está empezando a diseñar proyectos que incluyan elementos de seguridad, de vídeo y de analítica, que permitan a las entidades saber, en tiempo real, quién es el cliente que accede a la sucursal para darle el tratamiento que le corresponde. "Las soluciones de videovigilancia permiten, no solo el reconocimiento de las personas, sino también mejorar, desde la analítica de la imagen, el negocio", explica. Y en un paso más, "lograr una personalización, con productos y servicios pensados para él, lo que le hace sentir único". La responsable de Canon explica que, por el momento, aún no hay ningún proyecto implantando de manera real. "Se está trabajando en ello porque la solución existe; sin embargo, estos procesos de analítica van muy lentos en su desarrollo".

*"Las soluciones de videovigilancia permiten, no solo el reconocimiento de las personas, sino también mejorar, desde la analítica de la imagen, el negocio"*

