

Joan Quintana, director de Instituto Relacional

# Banca relacional: cuidar las relaciones y hacerlas recíprocamente beneficiosas

*Tradicionalmente, el sector financiero y la sociedad mantuvieron una relación de confianza: la gente acudía a las oficinas bancarias de sus barrios buscando consejo y ayuda de profesionales cercanos y atentos. Sin embargo, la crisis, las abundantes noticias de malas prácticas y la percepción de insensibilidad corporativa han roto el vínculo de antaño. Hoy en día la banca quiere y necesita recuperar una percepción de utilidad social. Y es aquí donde el Instituto Relacional presta una ayuda muy estimable a los operadores del sector. Joan Quintana Forns es su director.*

**La calidad relacional, ya sea en el ámbito presencial, online o personal, ¿es un factor de diferenciación competitiva para la banca?**

Completamente. En el sector bancario hay organizaciones que se centran principalmente en ofrecer productos financieros. Sin embargo, hoy en día cualquiera de los productos en los que pueda pensar o son muy parecidos o son fácilmente replicables. Por lo tanto, el valor competitivo crucial no es el producto, ni siquiera el precio. El más importante es la capacidad de generar vínculos estables, y de construirlos desde una confianza mutua entre la organización y el cliente.

**En estos momentos, en el discurso de los directivos de banca, lo relacional es clave. ¿Este nuevo discurso se explica sólo por la crisis, o hay otros elementos que lo expliquen?**

La crisis sin duda es un factor muy importante. Pero también hay otros dos factores que han reconfigurado la relación entre la banca y los clientes. Por una parte, la banca electrónica y por otra, la banca sectorizada: empresa, privada, personal. Así pues, aunque la oficina bancaria sigue teniendo un peso importante como eje de relación, las entidades bancarias están dialogando con sus clientes a través del entorno online, y con una relación individualizada que exige competencias de relación para generar un vínculo estable.

**En el caso de la banca electrónica, donde la transacción se produce a través de Internet, no parece que exista ninguna relación aparente...**

Pues existe, y es muy importante. Porque todo lo que sucede en el mundo virtual reproduce bastante bien todo aquello que sucede en el mundo presencial. Fíjese, la banca virtual encarna también la proximidad, la calidad relacional y la calidad de servicio...

**¿Cómo?**

La proximidad tiene que ver con la accesibilidad, la posibilidad de acceder al servicio con rapidez y seguridad. La calidad relacional tiene que ver con el cuidado y con la atención que el banco le dedica al cliente. Y la calidad del servicio tiene que ver con la capacidad de dar respuesta a las necesida-

des cambiantes del cliente. Así que en el ámbito virtual, donde se ve a la primera si el servicio es o no accesible, es atento o es eficaz, también se puede afirmar que existen relaciones de alta calidad y de baja calidad.

**En el Instituto Relacional han iniciado una línea de trabajo dedicada a la banca relacional...**

Algunos de nuestros integrantes son profesionales con gran experiencia y conocimiento previos del sector. Desde su perspectiva, la actividad bancaria es una actividad fundamentalmente relacional, y por este motivo, el Instituto ha diseñado una forma específica de aplicar su Modelo de Transformación Relacional.

**¿Y en qué consiste esta aplicación de banca relacional?**

Ayudamos a las entidades bancarias a cuidar sus relaciones y a hacerlas recíprocamente beneficiosas. Les acompañamos a la hora de dialogar con los clientes y les enseñamos a escuchar sus necesidades y a reconocer las situaciones en las que se encuentran. Y a ofrecerles aquello que sea preciso y necesario. En este sentido, el Modelo de Transformación Relacional nos permite trabajar

con una serie de actos presentes en la relación entre profesionales y con los clientes (pedir, ofrecer, acordar, escuchar y reconocer) que facilitan enormemente la construcción de beneficios comunes y de relaciones equilibradas entre las dos partes.

**Desde luego, esto es útil para la relación entre las entidades y sus clientes...**

Sí. Pero no hay que olvidar que el modo de relacionarse con el cliente y el modo de relacionarse internamente deben ser coherentes. No puede darse una relación de transparencia con el cliente si previamente no existe la transparencia y la confianza internas. Y el Modelo de Transformación Relacional propone trabajar igualmente la calidad de las relaciones internas para lograr así la calidad en las relaciones externas.

**Este aspecto interno, ¿cómo lo trabajan?**

De forma escalada, integrando a todas las personas, desde las direcciones corporativas, territoriales, zonas y con los equipos de las oficinas. Les proporcionamos a todos ellos unos modelos de eficiencia y de eficacia que les ayudarán individualmente y a sus equipos a construir unas relaciones positivas y a mantener las conversaciones necesarias entre todos. Lo hacemos a través de un conjunto de sesiones de trabajo, con acompañamientos personales y grupales, y una metodología de trabajo pautada y contrastada y con resultados reconocidos por los responsables comerciales.

**Ya han desarrollado programas para distintas entidades bancarias, como Caixa Bank. ¿Cómo lo valoran?**

Muy positivamente. Todas ellas tienen claro que es necesario consolidar la proximidad, la transparencia, la claridad en la comunicación y la generación de vínculos de confianza. Tan sólidos como los que siempre habían existido. Y eso es aplicable a todos los ámbitos de la actividad: personal y en las redes online para generar una experiencia cliente mutuamente beneficiosa.

**Así pues, los operadores se dan cuenta de que si la banca no cuida sus relaciones, no será sostenible...**

La banca mercenaria genera clientes mercenarios. La banca debe estar vinculada al desarrollo local, de un país. Y también debe estar vinculada a unos valores éticos y de compromiso con la comunidad. Sólo de esta manera podrá tener un papel nuclear para la actividad económica y dignificar su presencia en la sociedad, siendo una banca relacional n



