

**Monográfico de Cuadernos de pedagogía**

**ARTÍCULO COMPLETO**

**¿Qué pueden hacer las empresas? Segunda parte**

*Enrique Goñi Beltrán de Garizurieta*

Ref:	Proy-0407-07
Versión:	1.0
Fecha:	28/04/2007
Estado:	Publicado

## ¿Qué pueden hacer las empresas? Segunda Parte

*La revolución silenciosa... en una caja. [o cómo los clientes de Caja Navarra se movilizan ejerciendo un nuevo derecho, el de decidir el destino de la obra social]*

**Autor: Enrique Goñi Beltrán de Garizurieta**

*Director General de Caja Navarra*



“África me da mucho, y apoyar este proyecto en Zanzíbar (un taller para elaborar y montar reflectores solares destinados a cocinas comunitarias) me permite devolverle algo”. Así nos explicaba un cliente de Barcelona, José María Losa, por qué había elegido destinar los beneficios que genera su dinero en Caja Navarra a ese proyecto social. Él decidió apoyar una acción que se desarrolla en África porque ama ese continente, al cual viaja cada año por puro placer. Su testimonio es un ejemplo entre los miles de buenas razones que motivan a nuestros clientes para elegir proyecto social en nuestra entidad.

Cuando en 2004 en CAN nos arriesgamos a poner en manos de los clientes la obra social, lo hicimos movidos por una intuición: que sólo cuando uno elige y decide por sí mismo, es decir, se hace responsable de su vida, se compromete. Hasta entonces, la obra social de nuestra caja vivía un tanto adormecida. Pocos clientes sabían qué hacíamos con ese dinero, de dónde salía, en qué se invertía. Y, peor aún, nadie la sentía como algo propio, que había que cuidar y querer porque era importante. A diario recibíamos cientos de propuestas para que, como entidad líder en nuestro mercado, financiáramos las más diversas actividades, desde grandes exposiciones, eventos deportivos, costosas restauraciones, hasta pequeñas iniciativas de carácter más local. Nuestra obra social era un maremagnum difuso y confuso... ¿Qué podíamos hacer?

Decidimos movernos, pasar a la acción y preguntar a los propios clientes cómo nos percibían, en qué podíamos mejorar, qué hacíamos mal o regular, qué esperaban de nosotros como entidad financiera y también como entidad social... No preguntamos para cubrir el expediente sino para averiguar qué era lo que realmente les preocupaba, les movía, les motivaba... Y nos interesaron mucho sus respuestas, tanto, que a partir de ellas empezamos a trabajar en una nueva dirección.

Una idea empezó a cobrar fuerza: recuperar la faceta social con la que nacimos como caja de ahorros y que nos diferencia claramente de un banco. Si tenemos un deber para con la sociedad, cumplámoslo de la manera más honesta posible. ¿Cómo? Devolviendo el poder a la gente, a nuestros clientes, que son quienes generan el dinero que luego invertimos en obra social. Pero para conseguir esto, quien hasta entonces había decidido en qué invertir esa importante cantidad de dinero (26,4 millones en 2006), es decir, el Consejo de Administración de CAN, tuvo que ceder ese poder de decisión a los clientes. Sin darnos cuenta, estábamos asistiendo al alumbramiento de un nuevo derecho.

No fue una tarea fácil al comienzo, porque la gente no está acostumbrada a decidir (y aquí entráis en juego los educadores, que podéis hacer una gran labor ayudando a nuestros jóvenes a pensar, analizar, valorar... para escoger lo que sea, pero con criterio). Empezamos ofreciendo a los clientes un abanico de ocho grandes líneas de proyectos (cooperación, medio ambiente, discapacidad, investigación, conservación del patrimonio, bienestar-deporte-ocio, cultura, empleo-emprendedores) y una universal, ‘todos’, que integraba a todas ellas. Dos años después, dimos un paso más: ampliamos las posibilidades de elección a más de mil proyectos con el fin de que los clientes pudieran concretar mejor sus aspiraciones sociales, culturales, cívicas... queríamos llegar más cerca de sus ideas y también de su corazón, de lo que les mueve.

Hoy son ya más de 400.000 los clientes que han hecho el pequeño gesto de señalar con la ‘X’ lo que más quieren... y de ellos, cerca de 200.000 han “aterrizado” hasta elegir el proyecto social que quieren financiar. Más allá de las cifras, para mí ésta es una acción sin precedentes, una revolución silenciosa que moviliza a miles de personas hacia la construcción de una sociedad más digna para todos. Son pequeños gestos que, sumados, hacen realidad muchísimos sueños, muchas ‘empresas’. ¿O no es acaso un sueño, un ideal, un cierto tipo de empresa?

Los profesionales de las finanzas tenemos fama de poner más acento en el hacer que en el pensar. Quizás sea verdad. A nosotros, y también a los empresarios, a los emprendedores, nos gusta ver que las cosas se mueven que, mal que bien, avanzamos... Compruebo con cierta preocupación que en las escuelas no se anima a los alumnos a emprender, a asumir riesgos, a innovar, a hacer. No es de extrañar que las vocaciones empresariales no surjan entre los más idealistas de nuestros jóvenes, porque se sigue alimentando la idea de que hacer una empresa no aporta gran cosa ni a uno mismo, ni a la sociedad. Sin embargo, para poner en marcha una idea, sobre todo si se trata de una idea que trasciende a la sociedad, se necesita movilizar recursos, valores y conocimientos que tienen mucho que ver con la labor de emprender. Y en este punto las cajas de ahorros podemos servir de gran apoyo, alentando esos magnos (o discretos) ideales de mejora social.

En Caja Navarra hemos alumbrado un derecho, un nuevo derecho. Y el ejercicio de ese derecho está modificando la condición de cliente para llegar a ser ‘ciudadano que toma decisiones’. Este derecho representa un viaje hacia la autenticidad, hacia la consciencia, una travesía para recuperar el sentido con que nacimos las cajas, su ‘santo grial’. Ahora los clientes son mucho más relevantes, porque toman decisiones que afectan a la empresa y la transforman; se han convertido en creadores de la obra social, son sus autores, lo cual les compromete a ellos... y a nosotros como administradores.

Nada me motiva más que participar en esta **revolución silenciosa**, participar activamente en la mejora de este mundo convulso, inquieto y revuelto como el actual. Gandhi dijo: “Be the change you want to see in the world”, lo que podríamos traducir como “si quieres cambiar el mundo, empieza por ti”. Bien, empecemos a dar pasos.

*Enrique Goñi Beltrán de Garizurieta*