

Caso de Éxito

# SUPERVIELLE

**SUPERVIELLE**



SUPERVIELLE

Dispone de tu tiempo como quieras.  
Supervielle trabaja en cada momento.

## Caso de Éxito

# SUPERVIELLE

## Empresa

Grupo Supervielle es un grupo financiero privado de capitales nacionales cuyos orígenes se remontan a 1887 y que se concentra en la provisión de servicios bancarios y financieros a individuos y empresas a través de una amplia red de distribución en todo el país. Banco Supervielle es la principal subsidiaria de Grupo Supervielle, que completa su oferta de servicios financieros y no financieros. Banco Supervielle es el 8° banco privado más grande de Argentina en términos de préstamos y el 11° sumando los bancos públicos.

El Banco cuenta con presencia directa en las principales regiones y ciudades de Argentina, particularmente en el área metropolitana del Gran Buenos Aires, que es el área más importante a nivel comercial y más altamente poblada de Argentina, y en la región de Cuyo, que incluye a las provincias de Mendoza, San Juan y San Luis.

La infraestructura de la que dispone respalda su estrategia de distribución multicanal, con presencia nacional estratégica a través de 277 puntos de acceso, incluidas sucursales, sucursales bancarias dedicadas integralmente a jubilados y pensionados, 13 puntos de venta y recaudación; 500 cajeros automáticos, 218 terminales de autoservicio y 206 cajas rápidas con identificación biométrica.

**Banco Supervielle es el 8° banco privado más grande de Argentina en términos de préstamos y el 11° sumando los bancos públicos.**



Nicolás Schvartzer, líder del Área de Capacitación del Grupo Supervielle.

## Desafíos

### Evolución de la estrategia

El Grupo Supervielle se propuso seguir evolucionando su estrategia en materia de capacitaciones y del aprendizaje en general. Nicolás Schvartzer, responsable del área de Capacitación, nos cuenta que estaba centrada, mayoritariamente, en encuentros presenciales: lo que se conoce como estrategia cerrada. Este modelo traía ventajas porque era fácil llevar un registro, pero no era suficiente para potenciar el desarrollo humano y profesional en la empresa por lo que buscaban crecer hacia una estrategia más abierta.

### Tiempo

Otro desafío que tuvo el Grupo Supervielle, fue romper las barreras temporales. Dentro de la

industria bancaria, había rotaciones que tomaban mucho tiempo. También hay movimientos y apariciones de nuevos roles dentro de la empresa, inducciones generales y particulares según el sector. Esto generaba desorganización y pérdida de tiempo y fondos.

## Facilitar logística interna

Buscaban una herramienta que sirva para compartir contenido y ofertas de capacitación de manera abierta y democrática. Esto conllevaba ayudar a mejorar el manejo analógico en los registros. Esto conformaba un riesgo, por posible pérdida de información. El objetivo de sumar formadores internos genera un incremento en la gestión del conocimiento dentro de la empresa.



## Contexto

Si bien la idea de nueva estrategia de capacitación fue antes de la pandemia por el Coronavirus, la nueva realidad invitó a potenciar los cambios. La necesidad de tener que mudar todas sus capacitaciones hacia la virtualidad, fortaleció su idea de la evolución de la estrategia abierta.

El Grupo Supervielle se abrió a un análisis de diferentes tipos de plataformas y luego de contemplar varias buenas opciones se quedaron con el modelo que más se adaptaba a sus necesidades y desafíos.

## Soluciones

Luego del proceso de búsqueda, el Grupo Supervielle optó por la solución de Wormhole Live Learning Platform. “Un modelo más cercano, amigable y clientecéntrico” apuntó Nicolás Schvartzer, responsable del área de capacitación del Grupo Supervielle. “La plataforma permitió llevar a cabo la nueva estrategia pensada en democratizar y agilizar la incorporación de conocimiento y de aprendizaje. Con esto buscamos adaptarnos a las nuevas formas de consumo de las personas y no competir con ellas.” comenta Nicolás Schvartzer, encargado del área de capacitación del Grupo Supervielle.

“Lo que más me gusta del Campus es la posibilidad de diseñar experiencias de aprendizaje con diferentes formatos, poder hacer microlearning dándole un sentido más amplio. También que los colaboradores empoderen su aprendizaje, que sean protagonistas de su desarrollo.”

Nicolas Schvartzer, líder del Área de Capacitación del Grupo Supervielle.

Para lograr sus objetivos y planes de capacitación, Supervielle tuvo que “potenciar la curiosidad de sus colaboradores para promover una transformación y una cultura del aprendizaje”. Tener una herramienta innovadora no suponía el uso de la misma, sino que hay que acompañarla con un cambio cultural. **Los primeros 6 meses con la plataforma de Wormhole, tuvieron aproximadamente 18.000 horas de uso de la herramienta.**

La incorporación del resto de las compañías comenzó previo a la pandemia y se aceleró ingresa-

dos en la misma. De esa manera, en la segunda semana de cuarentena, ya el 100% de la nómina estaba activa en el campus. Hoy en día el **96% tiene actividad** en esta nueva cultura de aprendizaje.

Una de las claves para llevar a cabo el cambio cultural, fue implementar un plan comunicacional junto con la nueva plataforma. Se generó un proceso orgánico donde el equipo se fue acercando a la herramienta por voluntad propia.

Por otro lado, la CEO de Wormhole -Sally Buber- destacó el "enorme gusto" de trabajar en equipo con el Grupo Supervielle. "Su nivel de compromiso, profesionalismo y know-how, nos exige y nos desafía a ser mejores cada día; pensando soluciones, funcionalidades y acciones que mejoren sus procesos de entrenamiento y capacitación y aumenten el compromiso de todas las partes interesadas" concluyó.

## Resultados

### 1- Cultura de aprendizaje

Mediante la nueva plataforma se potenció la cultura de aprendizaje. Supervielle logró, mediante Wormhole, potenciar la curiosidad para promover la adquisición de conocimientos.

### 2- Asincronía

Posibilidad de disponer el aprendizaje sin límites de tiempo. Ya sea una inducción como un curso, la oferta ahora está disponible a todo momento. Esto libera de restricciones y da un amplio margen de flexibilidad a los usuarios de la plataforma.

### 3- Logística digital

Se logró migrar nuestros contenidos, usuarios y capacitaciones -casi en una totalidad- a la plataforma. Esto conlleva un conteo de horas detallado, reportes inmediatos y facilidad para proyectar.

### 4- Alcance

En el año **2019**, se llegó al pico de **80% de usuarios con actividad en el Campus**. Este año se dió un salto cuantitativo importante, ya que **el 96% de los usuarios** ya se encuentra **registrado y con actividad** en la plataforma. En lo que concierne al **2020** (enero-junio), **llevan 33.000 horas de formación**, mientras que en todo el año, **desde su lanzamiento** (julio-diciembre) **pasado sumaron 16.000 totales**.

### 5- Ahorro

Siguiendo los parámetros normales de la empresa, desde el lanzamiento de la plataforma, el Grupo Supervielle generó ahorro de tiempos y de presupuesto en un 7,1% en 2020. Este cálculo sale de contemplar la inversión estratégica sin la necesidad de contar con caterings, hoteles, traslados y demás cuestiones que conllevan las capacitaciones presenciales.

## Conclusiones

El Grupo Supervielle se propuso continuar desarrollando una cultura de aprendizaje de su empresa mediante una estrategia evolucionada, activa, abierta y con atención puesta en sus colaboradores y sus clientes. Wormhole ofrece soporte y soluciones brindando apoyo y dinamismo que se tradujo en ahorro, más llegada a sus colaboradores y un fortalecimiento de su comunidad.

“El Grupo Supervielle potenció la curiosidad de sus colaboradores para promover una cultura del aprendizaje con esta nueva estrategia”

Nicolas Schvartzter, líder del Área de Capacitación del Grupo Supervielle.