



**Número y nombre de la categoría a inscribirse:** N°07 - Comunicación Interna

**Capítulo:** General

**Título del caso:** Cóndores

**Nombre de la empresa o institución:** Banco de Chile

**Departamento, área que desarrolló el plan:** Subgerencia Comunicaciones Internas

**Persona/s responsable/s del plan de comunicación:** Paulina Valdivieso Scholz



Banco de Chile es una institución financiera con más de 130 años de historia. Fue fundada en Chile en 1893 a partir de la fusión de los bancos de Valparaíso, Agrícola y Nacional de Chile.

## Algo de historia

Se ha destacado en la industria financiera nacional desde antes de la apertura del Banco Central en 1926 y de la aprobación de la Ley General de Bancos. Ha sido un actor importante en la estabilización del sistema bancario chileno por su solvencia, rentabilidad y apoyo al desarrollo del país, siendo un pilar fundamental para el crecimiento económico y un referente financiero y empresarial.

## Los Cóndores vuelan más alto

La extraordinaria campaña de la selección adulta de rugby, que le permitió en 2022 clasificar por primera vez en la historia del deporte nacional a un mundial de la especialidad, impulsó al Banco a ser auspiciadores de Los Cóndores apoyándolos durante todo el camino de preparación y participación en la cita mundialista. La campaña hizo eco en el esfuerzo y los valores del equipo chileno que el Banco reconoció como guías de la institución. Destacando el respeto, la integridad, la solidaridad, la disciplina, el trabajo colaborativo, en equipo, la cohesión y por sobre todo la pasión.





# PROPUESTA **ENUNCIADO DE CAMPAÑA**

Las postales de los jugadores cantando el himno nacional con los ojos humedecidos fueron vistas en todo el mundo como un símbolo de pasión, esfuerzo y amor por Chile. Esa energía es la que impulsó la campaña “Así como los Cóndores”, en la que se planteó el desafío de vincular los valores de la selección de rugby con el trabajo que se desarrolla en el Banco y cómo la colaboración, actitud y el liderazgo son fundamentales para enfrentar los desafíos corporativos.

## **Identificación**

Hasta el día de hoy se les denomina el grupo de “Cóndores” a los líderes de la organización que compartieron con la Federación Chilena de Rugby para hablar de las similitudes y la inspiración que significaban en el Banco de Chile.

# ASÍ COMO LOS CÓNDORES

SON LOS **MEJORES RUGBISTAS** DEL PAÍS





# MÁS DE 70 ACCIONES

## ENTRE MARZO Y DICIEMBRE DE 2023

La estrategia se desarrolló en este periodo para inculcar en nuestros colaboradores los conceptos y valores identificados en los Cóndores.

Se internalizó primero la idea de la importancia de la alianza entre la selección nacional y el Banco. Esta instancia general estrechó la relación afectiva con el equipo y transmitió la intensidad emocional del deporte al área de interés de la organización.

Aquí se cuentan acciones como:

Dónde habitan los Cóndores, un sitio en intranet donde se alojó todo el contenido

Una visita a un partido de los Cóndores contra Namibia, donde los hijos de los colaboradores con otros estudiantes de colegios fueron niños escolta.

Se invitó a los colaboradores a hacer videos con arengas para la selección

Se implementó un pasillo en las sedes del banco con información de los jugadores

Los trabajadores elaboraron una lista colaborativa en Spotify con canciones que sirvieran como motivación a los jugadores.

### Somos Cóndores

También se realizaron actividades orientadas a públicos específicos:

Los gerentes divisionales fueron invitados a participar en una sesión de fotos, vestidos con la polera de los Cóndores. La imagen de cada uno se convirtió en un afiche con una frase inspiracional relacionada con el rugby.

Se viralizó el manifiesto y los valores de los Cóndores.

Los gerentes divisionales tuvieron reuniones para hablar de estrategia simulando la experiencia de estar en un camarín discutiendo estrategias y caminos para ganar el próximo partido.

Además se intervinieron instancias como los cursos distintivos, la Escuela de Liderazgo, la encuesta de clima, el Desafío de Ética, entre otros, con el relato de este deporte.

Previo al Mundial de Rugby, se invitó a los colaboradores a realizar un juego de personalidad. La actividad promovía la conexión con el rugby y el trabajo diario.

En agosto y septiembre se realizaron activaciones todos los viernes para generar expectación previa a los partidos.





# ALGUNAS DE LAS **ACCIONES DESARROLLADAS**

## **DÓNDE HABITAN LOS CÓNDORES**

Se destinó espacio en intranet para alojar todo el contenido relacionado con la Selección de Rugby: videos, reels, fotos, noticias, etc.

## **NUESTRA CANCHA**

Se diseñó una versión de la “media naranja” en formato de cancha de rugby dejando los seis tramos del campo de juego como las seis dimensiones de gestión.

## **CON LA CAMISETA PUESTA**

### **Algunas de las propuestas realizadas:**

Cada vez que un "Cóndor" (gerente o subgerente) participó en un encuentro presencial en el que se abordaran conceptos de estrategia, se vistió especialmente para la ocasión con la camiseta de del equipo.

Se realizaron fotografías de los gerentes divisionales con poleras de Cóndores más una frase inspiradora.

Se realizaron videos sobre el manifiesto y los valores de los Cóndores.

## **CURSO DE HABILIDADES DISTINTIVAS**

Dos integrantes de los Cóndores prepararon una analogía de un scrum con los 7 cursos de habilidades distintivas. Se trabajó con la idea-fuerza: “Así como los Cóndores, desarrolla tú también tus habilidades distintivas”.

## **PASILLO DE LOS CÓNDORES**

Previo al Mundial de Rugby, se invitó a los colaboradores a enviar un video con una arenga para la selección.



# ALGUNAS DE LAS **ACCIONES DESARROLLADAS**

## **¡EN EL CHILE SOMOS EL BANCO DEL RUGBY Y TODOS APOYAMOS A LOS CÓNDORES!**

Se invitó a los hijos de los colaboradores a la liga infantil de rugby Los Tarucas y a alumnos del colegio Nosedal a sumarse al partido de Los Cóndores vs Namibia, como niños escolta. Esta actividad se transformó en una oportunidad para que los niños y niñas pudieran vivir el deporte más de cerca, conocer atletas profesionales y compartir en familia.

## **ARENGA A LOS CÓNDORES**

10 mil plumas para las alas de los Cóndores

## **PLAYLIST CÓNDORES**

Se invitó a los colaboradores del Banco a enviar las mejores canciones para motivar a los Cóndores previo a un partido.

## **DIME CÓMO JUEGAS Y TE DAREMOS TU LUGAR EN LA CANCHA**

TEST VIRTUAL

Se desarrolló y aplicó un test de personalidad laboral para definir cualidades relacionadas al rugby. Se trabajó con la siguiente propuesta: “Mediante esto definiremos qué tipo de jugador eres o qué lugar usarías en la cancha”.



# UNA GRAN SATISFACCIÓN

# 93%



El 93% de los encuestados por esta campaña recuerdan haber recibido información de Los Cóndores durante el año.

# 88%



La evaluación general alcanzó el 88% de satisfacción.

Sin embargo, más allá de los números, el principal valor de la campaña es que, a través de ella, el Banco de Chile logró potenciar algunos valores esenciales en su trabajo apelando a la gamificación y a aspectos cotidianos de la vida de sus trabajadores.





# Banco de Chile