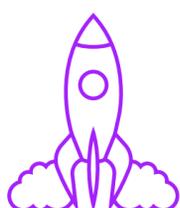


INTERMEETING

Premios Eikon 2024



INTERMEETING

Categoría: Comunicación interna

Título del programa: Intermeeting

Departamento/área que desarrolló el plan: People

Nombre de la compañía o institución: Interbanking

Presentado por: Interbanking

Descripción del caso (500 c): Con un modelo híbrido de trabajo, las personas valoran mucho más el cara a cara. En este contexto, los interbankers pedían una Intermeeting de jornada completa. Interbanking los escuchó, y propició ese espacio para el encuentro, que fortalece a una cultura corporativa que evoluciona hacia lo más grande: "apuntar a la luna", Un desafío de organización, storytelling y diseño de estrategias para recibir a casi 400 personas.

Descripción conceptual sintética (280 c):

Con un modelo híbrido de trabajo, las personas buscan conectarse desde otro lugar. Por eso Interbanking se animó a hacer su primera Intermeeting de jornada completa: un espacio para el encuentro y fortalecer la cultura y el objetivo del año: "apuntar a la luna".





De menor a mayor Introducción (planteo y diagnóstico)

Toda crisis deja aprendizajes y cambios que se implementan. En el caso de la pandemia provocada por el Covid-19, una de las transformaciones más notorias en el mundo laboral fue el arribo del **trabajo remoto**.

Interbanking fue una de las tantas empresas que optó por esa modalidad flexible, la que concretó a través de su programa **Smart Working**, un modelo de trabajo híbrido.

Pero eso no fue todo, la organización tomó la oportunidad para encarar un proceso de completa transformación, que abarca todas las áreas de modo cross: negocio, marca, productos, estrategia y cultura.

“El contexto en el que nos encontrábamos inmersos requería repensarnos como compañía y, por ende, como **interbankers** (como se denominan a los colaboradores de la firma). Con el foco puesto en esto, co-creamos en equipo nuestro nuevo **Propósito y nuestros nuevos Valores Culturales**, los que guían nuestro día a día y marcan la esencia de ser un interbanker”, detalla Valeria Czarnota, Chief People Officer de esta fintech orientada al mercado **B2B**.

Esto trajo varios resultados. El primero fue la definición de los 6 valores que hoy son la columna vertebral de **Interbanking**:



El **cliente** como prioridad



Lo **simple** como condición



El **coraje** como espíritu



La **curiosidad** como inspiración



La **colaboración** como elección



La **experiencia** como diferencial

El segundo vino de la mano de incorporar espacios que los conecten con la compañía, con su estrategia, con ellos mismos como interbankers, donde se reflejen esos valores. Así nacieron las Intermeetings, eventos que comenzaron siendo de media jornada en los que, dos veces al año, toda la empresa se encuentra para que su gente pueda conectarse y vincularse.



La prioridad

Como lo anticipan los valores, el cliente (el interno y el externo) está en el centro de la estrategia de **Interbanking**. Por eso la escucha activa de sus equipos es una constante en la empresa, y así rápidamente detectaron que los **interbankers** querían más tiempo para estar juntos. La idea de desconectar de la rutina para poder hacer foco en lo importante, que es lo que proponen las Intermeetings, funcionó para la compañía, y también para sus colaboradores. Habían encontrado una fórmula win-win.

Entonces, esta idea que comenzó en mayo de 2022 llegó a su sexta edición con un cambio trascendental: en abril de 2024 el encuentro fue de jornada completa. ¿Lo más importante? Fue el CEO quien puso la idea sobre la mesa, promoviendo un círculo virtuoso de escucha: su gente pidió relacionarse en mayor profundidad, y rápidamente se comenzó a organizar el próximo encuentro.

Además, es importante resaltar que muchos equipos tenían nuevos integrantes que demandaban mayor tiempo para conocerse.



La transformación es en conjunto

Propuesta y Estrategia

Desde su primera edición, las **Intermeetings** tuvieron en claro cuáles eran los tres grandes propósitos que funcionarían como guía para cada encuentro:

1) Ser un evento cultural que fortalezca la comunicación interna. Para eso se comparten con todos:



La mirada del CEO.



La estrategia y el avance de los objetivos corporativos.



Los proyectos clave de nuestras áreas.



Los hitos alcanzados en equipo.



El programa de reconocimientos cross compañía, que permite a cada colaborador reconocer con estrellas a cualquier otro interbanker



Un panel de lecciones aprendidas para resignificar el error y compartir reflexiones.





2) Impulsar la interacción a través de distintas dinámicas de teambuilding que están adaptadas a la temática del evento, que se complementan con momentos de socialización libre, para promover el intercambio genuino entre colaboradores.

3) Materializar el valor La experiencia como diferencial al festejar los logros alcanzados y hacer memorable el camino que los lleva hacia ellos.

Además, durante el encuentro los interbankers toman contacto con los objetivos del negocio, logrando así transparencia, claridad y compromiso. De esta forma cada colaborador dimensiona, no solo su contribución individual, si no también la de su propio equipo, como la de las demás áreas de la compañía.

¿Hasta la luna?

Desarrollo / Ejecución del Plan (Tácticas y Acciones)

Toda **Intermeeting** es un desafío en sí, pero encarar uno de jornada completa significó analizar nuevas variables y contemplar escenarios que hasta el momento no estaban visibles. Tanto que toda la preparación llevó dos meses de trabajo.

La organización tuvo varios puntos importantes: desde la elección del lugar (donde se hicieron los anteriores había quedado chico), el desarrollo de la temática y la comunicación en sí (con una participación activa del CEO). También la logística, el coacheo de los voceros y poder analizar el feedback de los **interbankers** de las ediciones anteriores.

Este año los objetivos de **Interbanking** son ambiciosos: la sintonía de pensar en grande se trasladó al evento.





Cuando decimos **“ir a la luna”** significa pensar cada paso que uno da desde otro lugar para conquistar esos objetivos tan desafiantes. Implica buscar nuevas formas de hacer las cosas, ‘pensar en grande’ tanto las iniciativas como los procesos, como al mismo equipo”, explicó la referente del equipo de People, una de las más involucradas en la organización.

Esta idea es la guía del trabajo de todos los **interbankers**. Por eso cada detalle estuvo alineado a la pregunta, a plantearse la posibilidad de llegar a la luna. Entonces, ya la elección del lugar respetó esto. Como el anterior escenario les quedó chico (por espacio y por el tiempo que ahora necesitaban), esta vez Tecnópolis, en especial la Nave de la Ciencia, fue el ambiente ideal.



Acá hay ya un reto: antes las **Intermeetings** se hacían a dos cuadras de la oficina, en Puerto Madero, y ahora no solo sumaban horas, había que lograr que los invitados se trasladaran a dos cuadras de la avenida General Paz. Entonces, se pusieron en marcha dos estrategias: favorecer el carpooling y también combis para redondear la logística.

Uno de los puntos que los organizadores analizaron para elegir Tecnópolis fue la disponibilidad de espacios que ofrecía, ya que por sus salones grandes permitía que el evento se realizara tanto en exteriores como en interiores.

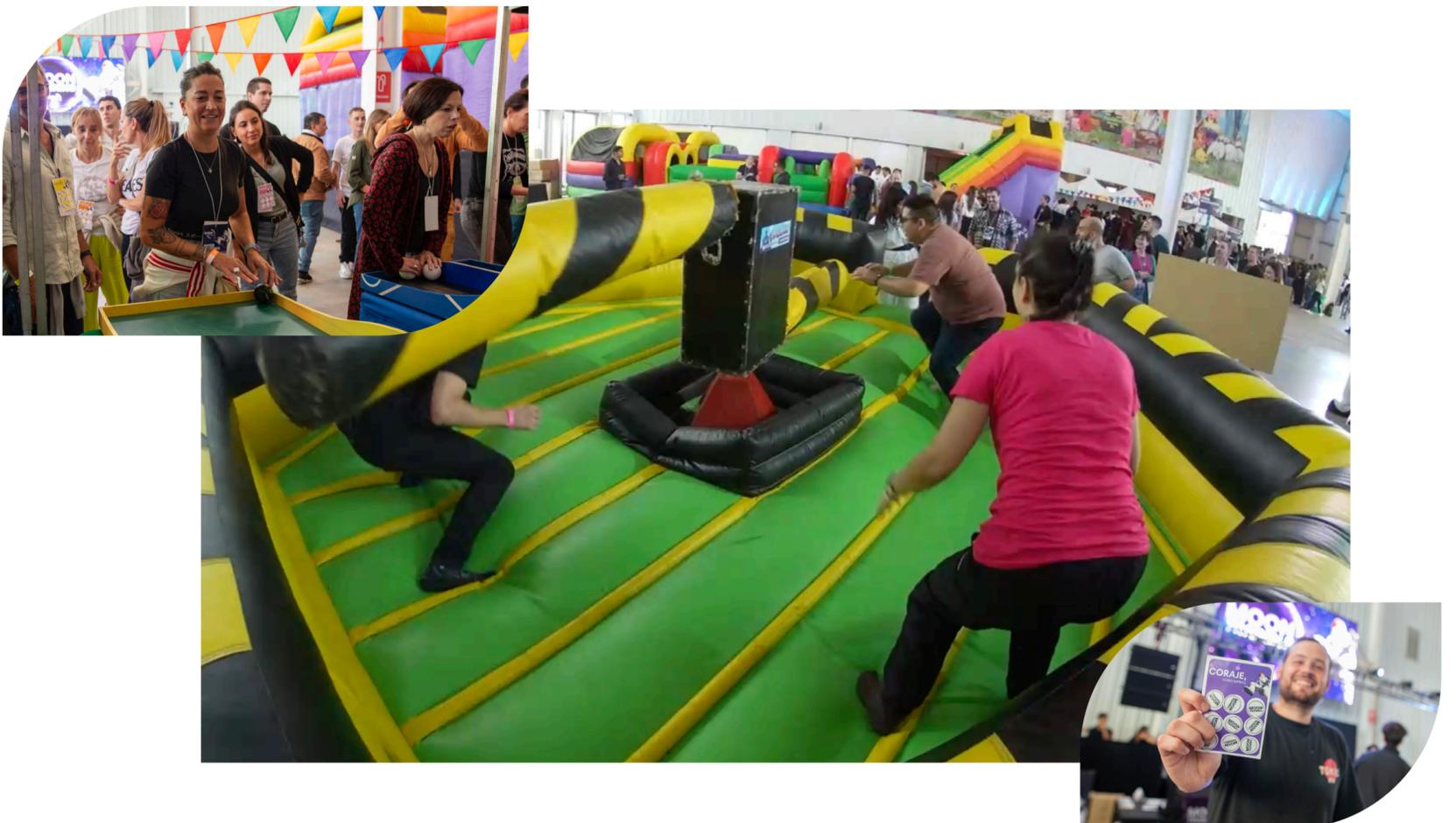


Lluvia de asteroides

Como el encuentro era a mediados de abril, en una primera instancia se pensó en hacerlo afuera, pero hubo dos condicionantes que impusieron los interiores. El primero fue que para la **Intermeeting** la empresa invita también a sus colaboradores que trabajan en el resto del país que no es el AMBA, entonces ellos ya tenían el viaje programado, con todo lo que eso significa: traslado, alojamiento, planificación familiar por parte de ellos.

El segundo condicionante fue inesperado: la crisis de la epidemia del dengue. Esto planteó varios retos, desde conseguir repelente en cantidades necesarias para que todos pudieran estar protegidos hasta evaluar y plantear la posibilidad de cambiar de fecha. Respetando el valor del cliente como prioridad, se cuidó la salud de los **interbankers** al minimizar los riesgos y ofreciendo repelente en diferentes rincones del salón.

Con todos estos problemas sobre la mesa, se decidió usar el interior de los salones, lo que significó volver a diseñar la dinámica de los juegos, evaluar si entraban los elementos de la ambientación (había inflables gigantes, por ejemplo) y sobre todo si la gente iba a estar cómoda.

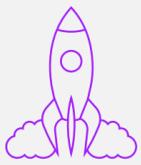


Bienvenido al espacio

La dinámica del evento comienza ya con el envío del Save The Date. La comunicación se hizo en diferentes etapas, develando en cada una diferentes sorpresas: que esta vez sería de jornada completa, luego el lugar, también cómo se pensó la logística y el tema convocante.

En este punto tienen un papel central los embajadores culturales, que son interbankers que asumen el rol de promotores internos. Ellos van midiendo el clima y la expectativa de la convocatoria.

El día del evento, el 16 de abril de este año, cada invitado entraba y ya podía vivir la temática espacial. Toda la ambientación tenía guiños en referencia al objetivo de apuntarle a la luna; todos podían llegar a ella. Hasta había actores caracterizados como astronautas paseando entre la gente para que nada quede librado al azar.



Como se dijo antes, este año se cambió de escenario, y eso tuvo que ver con los metros cuadrados, pero también con estar en un lugar ligado a los datos y a la ciencia.

Al momento de acreditarse, cada **interbanker** recibía una pulsera con un color (cada uno vinculado a uno de los **6 valores**). Luego, al momento de los juegos de postas (llamado Moon Training - "Entrenamiento para astronautas"), ya sabían a qué equipo pertenecían.

La variedad de juegos era enorme, había algunos de participación individual, otros requerían que hubiera más compañeros. Lo importante: cada uno sumaba puntos de modo personal, al equipo/valor que pertenecía; entonces, el esfuerzo propio terminaba aportando al propósito grupal, tal cual sucede en Interbanking con la metodología de **OKRS** corporativos.

Todos tenían nombres que hacían referencia a temas espaciales, desde Lluvia de asteroides hasta Choque de planetas.



Mirar el universo

Además de las palabras del CEO, uno de los puntos más salientes es cuando **interbankers** de diferentes proyectos pueden contar cómo van, qué resultados tuvieron y cómo el esfuerzo de sus áreas tuvo impacto en lo que se logró.

Para esto, los organizadores acompañan en la previa a los expositores mostrándoles cómo es el escenario, compartiendo datos del lugar, realizando una prueba técnica y apoyándolos con un coacheo hasta el día del evento. ¿El resultado? Se maravillaron porque la audiencia los escuchó atentamente.

Sin dudas, uno de los espacios disruptivos es el panel que modera Valeria Czarnota sobre lecciones aprendidas: dos **interbankers** que, en una charla casi íntima, le cuentan a la líder de People distintos imprevistos y errores que ocurrieron en un proyecto o tema determinado, cómo lograron sobrellevarlos y qué mensaje de reflexión comparten con el resto de la compañía para poner en valor sus aprendizajes.



De este panel participan varios interbankers, pero con el trabajo previo de moderación y producción se encuentran puntos en común entre los casos, y se los vincula a los valores y objetivos del negocio.

Claro está que hay una pregunta que sobrevuela: ¿ese día la empresa directamente no dio servicios? Por supuesto que eso no sucedió, hubo colaboradores que quedaron asignados a tareas operativas que no podían detenerse. Todos ellos recibieron al otro día una sorpresa para agradecerles el esfuerzo de haber hecho sus tareas, y también la invitación para la próxima Intermeeting.

Es un evento completamente nutritivo para todos los que participan, desde los interbankers hasta la compañía en sí.



Resultados y Evaluación

Esta edición de **Intermeeting** comenzó ya con entusiasmo, se sostuvo con comentarios durante el evento, y terminó aún mejor.

Al finalizar el encuentro, se hace una encuesta para medir cómo lo vivieron los **interbankers**, y esto dijeron:

- Satisfacción general del evento:
9.56 puntos (cuando la edición anterior había dado 8.7 puntos).
- **64%** respondió la consulta, un promedio por encima del que se venía teniendo.
- **9.13** puntos para las presentaciones corporativas.
- **9.71** puntos para el catering.
- **9.47** puntos para la actividad Moon Training.

Estos puntajes superaron las expectativas de los organizadores, y los **interbankers** habían quedado tan entusiasmados que no sólo ya preguntaban por el siguiente encuentro, también contaban sus sensaciones de esta edición en sus redes sociales, incluso lo hicieron antes de que la propia compañía usara sus redes para comunicarlo.

“Hermoso evento que me permitió saber en qué están trabajando varias áreas de la compañía con las que no tengo contacto directo. La dinámica me encanto, fueron muy divertidos los juegos y el poder conocernos más”, dijo un colaborador de Ventas.

Si las **Intermeetings** ya eran muy esperadas, ahora lo son aún más. Y como aseguró alguien de Accounting & Administration: **“¡Llegamos a la luna!”**

