



- **Número y nombre de la categoría a inscribirse:** 06 “Comunicación Identidad Corporativa”.
- **Capítulo:** General.
- **Título del caso:** Rally Forum 2023.
- **Nombre de la empresa o institución:** Forum Servicios Financieros.
- **Departamento que desarrolló el plan:** Subgerencia de Formación y Comunicaciones Internas, Gerencia de Talento y Cultura
- **Persona/s responsable/s:** José Galaz Thauby y Constanza Viejo Sierra.

1) Introducción (planteo y diagnóstico)

Forum Servicio Financieros S.A., líder en el financiamiento automotriz, fue creada en 1993, para otorgar financiamiento a personas y empresas que deseen adquirir un vehículo, ya sean nuevos o usados, a través de concesionarios y distribuidores asociados. A lo que se suma la colocación de seguros.

Desde 2006, forma parte del grupo BBVA, siendo su activo estratégico principal en Chile.

Forum opera a través de una red nacional de concesionarios, proporcionándoles productos financieros, tecnología y capacitación, para asegurar altos estándares de calidad en el servicio a los clientes.

Como parte del grupo BBVA, Forum se enfoca en el desarrollo de sus 785 colaboradores (a diciembre del 2023), a través de la plataforma de formación corporativa “Campus BBVA” que ofrece más de 5.000 recursos, incluyendo videos, cursos, programas y contenido online. También se fomenta mejorar resultados de la encuesta anual de compromiso “Gallup”.

Contexto y objetivo comunicacional

Lograr que los colaboradores autogestionen su desarrollo y crecimiento a través del uso de las herramientas que componen el Modelo de Desarrollo Profesional. Además de seguir fortaleciendo las áreas estratégicas de la cultura organizacional que promueven el compromiso.

2) Propuesta / enunciado de campaña (estrategia)

Creamos la campaña "**Rally Forum: Conocimiento, Crecimiento, Reskilling**", que contó con su 1° versión en el año 2022 y su segunda versión el año 2023, generando un espacio para mantenerse en el tiempo. En esta propuesta hablaremos de la campaña 2023.

Esta iniciativa se diseñó bajo el concepto de una competencia por etapas, compuesta por

una carrera individual y una carrera por equipos, que involucra a todos los colaboradores, fomentando un ambiente de sana competencia que estimula el crecimiento personal y profesional.

Objetivo general:

Fomentar la cultura de desarrollo y colaboración en toda la compañía, fortaleciendo el compromiso de los equipos, promoviendo el aprendizaje y la mejora continua.

Pilares de la estrategia:

1.- Visibilidad de oportunidades de desarrollo: A través de desafíos mensuales y actividades grupales e individuales, se promoverá la participación en programas de formación y desarrollo.

2.- Compromiso en los equipos: Mediante la competencia entre escuderías y la colaboración en desafíos grupales, se buscará fortalecer el sentido de pertenencia y el trabajo en equipo.

3.- Mejora en indicadores de formación: La participación activa en la competencia se refleja en el aumento de la capacitación y el desarrollo de habilidades, evidenciando mejoras en los indicadores de formación.

Estructura de la competencia:

- **Piloto (Colaborador):** participará en desafíos individuales y grupales para acumular puntos para su escudería y su posición individual en la tabla de posiciones.

- **Líder de escudería (Manager):** Será el líder motivador que guiará a su equipo hacia el éxito, fomentando la participación y el compromiso.

- **Escuderías (Equipos):** Competirá en desafíos mensuales y actividades grupales, trabajando en conjunto para alcanzar metas y objetivos comunes.

- **Challenge (Desafío mensual):** Cada mes se planteará un nuevo desafío relacionado con el desarrollo profesional y la colaboración, incentivando la participación y aprendizaje.

- **Carrera por Equipos:** Conjunto de actividades grupales que fortalecerán el trabajo en equipo y la cooperación entre los pilotos de una misma área.

- **Carrera Individual:** Desafíos específicos para que los pilotos puedan destacarse individualmente y contribuir al éxito de su escudería.

- **Tabla de Posiciones (Ranking):** Se llevará un registro público de los puntos acumulado por cada escudería y cada piloto, para incentivar la competencia y reconocer el rendimiento.

Distribución de las escuderías en categorías:

Para garantizar una competencia equitativa y justa, distribuimos las escuderías en 4 categorías en base a la cantidad de pilotos que las componen:

- Categoría Blue - Menos de 5 pilotos.
- Categoría Aqua - Entre 5 y 9 pilotos.
- Categoría Green - Entre 10 y 14 pilotos.
- Categoría Sand - Más de 14 pilotos.

Puntajes:

Para la **carrera individual**, se otorga puntaje a la realización de formación dentro de Campus BBVA. En el cálculo del puntaje se considera el total de horas formativas que el piloto ha realizado en Campus BBVA desde el comienzo del Rally. *Ejemplo: 200 horas de formación acumuladas por piloto - Multiplicado por 10. Total: 2.000 puntos.*

Para la **carrera por equipos**, se otorgan puntajes dependiendo del Challenge y la categoría en la que se encuentra la escudería.

Comunicación y promoción:

- Se promoverá el uso de términos deportivos relacionados con el “Rally” para crear un ambiente dinámico y motivador.
- Se utilizarán canales de comunicación interna para difundir información sobre la competencia, los desafíos y los logros alcanzados.
- Se organizan eventos de lanzamiento y cierre de cada desafío mensual para mantener el entusiasmo y la participación.

Seguimiento y evaluación:

- Se realizarán evaluaciones periódicas para medir el impacto de la competencia en los indicadores de desarrollo y compromiso.
- Se recopilaron retroalimentaciones de los pilotos y líderes de escudería para identificar áreas de mejora y ajustar la estrategia según sea necesario.

Formato:

Etapas: dividido en 2 etapas contempladas de enero a julio y de septiembre a diciembre, con premiaciones por cada etapa.

Pole position: Impulsamos 2 iniciativas (Creación de planes de acción según encuesta Gallup 2022 y Realización de cursos mandatorios en Campus BBVA) para la obtención de un “factor multiplicador” que dió ventaja grupal e individual en la Etapa 1 y la realización de reconocimientos en la Etapa 2.

Challenges grupales:

Etapa 1.

- Realizar planes de crecimiento. (Según puntajes en evaluación anual de los pilotos)
- Crear perfil en Open Mentoring. (Plataforma de conexión entre mentores y mentees para avanzar en carrera profesional o desafíos personales)
- Crear perfil en Mobility. (Plataforma de búsqueda para cambios de puestos de trabajos ya sea de forma local o global)
- Ingresar preferencias en Opportunity (Plataforma donde puedes revisar afinidad con otros roles según las skills requeridas y según puntajes obtenidos en evaluación anual de los pilotos)
- Cursos mandatorios faltantes en Campus BBVA.

Etapa 2.

- Participación en actividades digitales del día de los valores corporativos y en la actividad presencial “conectados por nuestro propósito”.
- Participación en actividades del mes de la ciberseguridad.
- Participación en actividades del mes de la diversidad.

- Creación de planes de acción según encuesta Gallup 2023.

Challenge individual: Realizar horas de formación en Campus BBVA / The Camp.

Raid: Concepto adoptado para hacer desafíos paralelos que pueden tener carácter grupal o individual. Y se constituyó por:

- Reconocimientos por brindar oportunidades a otros y por los valores corporativos.
- Realización del itinerario de “Lidera” en The Camp (exclusivo managers)

Sitio web: (Rally.forum.cl) Página alojada en nuestra intranet corporativa local. Contiene video del challenge mensual, links de acceso para realizarlo, puntajes a entregar, descripción del Rally, nomenclatura, bases del concurso y preguntas frecuentes. También, se puede revisar la “Tabla de posiciones” actualizada semanalmente.

Premios:

Los premios* representan más que un reconocimiento; son experiencias diseñadas para potenciar el espíritu de equipo y reforzar la cultura organizacional, siendo un catalizador para fortalecer las relaciones interpersonales y construir un equipo más unido y comprometido.

**Es importante señalar que tanto en esta versión del rally como en la anterior, los premios no se comunicaron hasta un mes antes de finalizar la Etapa 1.*

Premios para ganadores en carrera por equipos (Etapa 1 y 2):

Las escuderías ganadoras deben seleccionar una entre tres opciones de actividad: Karting, Paintball y Escape room. Instancia en son acompañados por un consultor que permite trabajar las fortalezas de la escudería en base a sus logros. Esta instancia es acompañada de un almuerzo en un restaurante.

Premios para ganadores en carrera individual (Etapa 1 y 2):

- 1° Lugar: Licencia POWER MBA + Licencia LinkedIn Learning.
- 2° Lugar: Licencia POWER MBA
- 3° Lugar: Licencia LinkedIn Learning.

3) Desarrollo/ejecución del plan (tácticas y acciones)

Creamos una identidad gráfica cuya creatividad refleja la energía, dinamismo e intensidad que emula una competencia de rally, para lo cual utilizamos elementos audiovisuales fáciles de vincular al concepto, tales como, tierra, marcas de ruedas, vehículos, etc.

En base a la imagen gráfica definida, se trabajó en el diseño del **logo, iconografía, imágenes y videos.**

Canales de comunicación:

Se creó un **sitio web** en la intranet que destacaba los ranking por equipos e individual, ofrecía detalles de los desafíos, las bases de la competencia y una sección de Q&A sobre la iniciativa.

Además se elaboraron **protectores de pantalla, comunicados** con insertos de textos y videos, **newsletter** de Talento y Cultura y **material audiovisual**. Para este último, contamos con la participación del Gerente General, Gerentes de área y colaboradores destacados por haber tenido éxito en los desafíos.

Eventos:

Se llevó a cabo un **webinar** para todos los empleados para efectuar el lanzamiento del Rally.

Relaciones públicas:

Creación de un **grupo en Hangout** con los líderes de escudería, con el propósito de mantenerlos informados con anticipación (spoiler) sobre algunos desafíos. Además de recoger consultas y sugerencias para mejorar la iniciativa.

Segmentación audiencia:

Se segmentó la audiencia en **2 grupos**: La totalidad de **la organización** para los desafíos del rally, y otro grupo conformado por **los managers**, en cuyo caso la comunicación estaba vinculada al desafío definido específicamente para ese grupo.

4) Resultados y evaluación

Se realizó un **seguimiento** de los porcentajes de lectura y apertura de **comunicados**, así como de la navegación en el **sitio web** en la intranet, con los siguientes resultados:

comunicaciones:

La campaña de comunicaciones contuvo **23 comunicados**, con un promedio de apertura del 83% y un promedio de engagement del 18%.

Además el **Site Rally Forum** recibió **9.105** ingresos, con un promedio de 758 visitas mensuales. Un tiempo promedio en la página de **2 minutos** y cerca de **7.434** instancias de engagement.

Resultados Cuantitativos:

Campus BBVA	2021	2022	2023
Horas de Formación	3.000	12.000	9.580
Participaciones	4.000	9.000	9.980

Reconocimientos	2021	2022	2023
Total de reconocimientos	239	403	1.499
Reconocimientos enviados	98	146	285
Reconocimientos recibidos	159	236	543
% de la dotación que recibió a lo menos 1 reconocimiento	22%	31%	69%

Estadísticas Generales	2021	2022	2023
Gallup: - Planes de Acción	0	52%	84%

Cursos Mandatorios: - Ciberseguridad - Código Conducta - Política Anticorrupción - Mandatarios Locales	30% 83% 70% 88%	78% 89% 82% 79%	88% 96% 88% 75%
Itinerario Lidera Valle: - Finalizados - Horas de Formación	13 72	108 594	143 675
Itinerarios The Camp: - Usuarios únicos - Valles finalizados - Horas de Formación	29 45 225	351 249 1.301	586 455 2.126
Planes de Crecimiento: - Usuarios únicos - N° de planes creados	28 80	273 417	417 592
Open Mentoring: - Mentees - Mentores - Relaciones	0 0 0	68 14 23	262 32 51

En el contexto de la implementación de esta **encuesta de compromiso Gallup**, la cual es una herramienta de evaluación diseñada para medir el compromiso de los colaboradores con la organización, obtuvimos una evolución positiva en las preguntas asociadas a *Reconocimiento, Interés en mí y Desarrollo*.

Cabe mencionar que la escala de evaluación de cada ítem es de 1 a 5, siendo 5 el mayor puntaje.

	2021	2022	2023
Reconocimiento	3,74	3,77	4,13
Interés en mí	4,01	3,05	4,32
Desarrollo	3,91	3,95	4,27

Reconociendo que la **equidad de género** se manifiesta de forma inherente en nuestra organización, esta competencia promueve dicho valor al garantizar una competencia justa equitativa, lo que se refleja en la igualdad de género entre los líderes de los equipos ganadores.

Resultados Cualitativos:

Algunos de los resultados cualitativos que hemos recogido de esta iniciativa son:

- *Evolución en la relación entre la Gerencia de Talento & Cultura con los managers y colaboradores, pasando de la reactividad a la interacción.*
- *Fomento de la autonomía en el aprendizaje a través de la exploración de herramientas de desarrollo.*
- *El uso de datos para potenciar la competencia permitió destacar líderes que inspiran a equipos y colaboradores que impulsan áreas.*

→ *Promoción de la iniciativa a través de una competencia sana, con énfasis en reconocer el esfuerzo, sin necesidad de premios declarados.*

Por último, hemos realizado una **encuesta de satisfacción con escala NPS**, respondiendo la pregunta: *“Considerando tu experiencia, ¿Qué tan probable es que recomiendes a otra persona participar de esta competencia? En una escala de 0 a 10 donde 0 significa “Con toda seguridad NO lo recomendaría” y 10 significa “Con toda seguridad SÍ lo recomendaría”*

NPS: 58 (escala de -100 a 100)	Promotores: 73,4%	Neutros: 10,9%	Detractores: 15,6%
--	--------------------------	-----------------------	---------------------------