

MUNDO BÚHO

PUBLICACIÓN INTERNA DE BANCO HIPOTECARIO



BANCO
Hipotecario

PREMIOS EIKON 2015





CATEGORÍA 18
Publicaciones institucionales
/multimedia

TÍTULO DEL PROGRAMA

Revista Mundo Búho

COMPAÑÍA
Banco Hipotecario

DEPARTAMENTO DE LA COMPAÑÍA
Comunicaciones Internas

CONSULTORA
Grupo Oxean

PERSONAS RESPONSABLES DEL PLAN DE COMUNICACIÓN
Equipo de Comunicación y Cultura

UN TWEET

Convertimos a nuestros colaboradores en periodistas. Participación y construcción 2.0. Eso es Mundo Búho.

INTRODUCCIÓN

1 - ACERCA DE LA COMPAÑÍA

Banco Hipotecario es una entidad financiera con un esquema de sociedad mixta y 129 años de historia, hecho que la convierte en una de las organizaciones más sólidas del sistema financiero argentino. Con 59 sucursales distribuidas en el país y 2.686 colaboradores, el banco se relaciona con la sociedad de manera sustentable y familiarmente responsable con prácticas y acciones que logran impactar positivamente en el entorno.

Desde su creación en 1886 hasta la actualidad, siempre tuvo la peculiaridad de facilitar el acceso a la primera vivienda a cientos de miles de argentinos, generando un fuerte vínculo en las comunidades donde está presente y favoreciendo su desarrollo socioeconómico. Además, se caracteriza por ser una organización que se centra en el valor de las personas en cada actividad que emprende, cuidando e integrando la vida personal y profesional de sus colaboradores. Su historia ligada a los préstamos hipotecarios permitió a más de 1,5 millones de familias argentinas acceder a su primera vivienda, convirtiéndose en la institución creadora de dueños por excelencia. A partir del 2006 sistematiza su involucramiento en la comunidad a través de los siguientes ejes de acción:

► INCLUSIÓN SOCIAL E INSERCIÓN LABORAL

Lleva adelante distintos programas e iniciativas que posibilitan, a través de la cultura del trabajo y del emprendedurismo, la integración social de diferentes grupos comunitarios como jóvenes, personas con alguna capacidad diferente y familias de comunidades vulnerables. 8 programas vigentes.

► VOLUNTARIADO

promueve una cultura solidaria a sus colaboradores de todo el país a través de un Programa de Voluntariado que impulsa una mirada atenta a las necesidades de la comunidad para fortalecer el vínculo con diferentes grupos vulnerables.

► MEDIOAMBIENTE

considera que es importante abordar el eje medioambiental para cuidar el entorno donde opera, promover impactos ambientales positivos y minimizar todas las consecuencias negativas sobre el medioambiente. 4 programas vigentes.

► EDUCACIÓN

trabaja junto a distintas organizaciones sociales en el desarrollo de programas que permitan la asistencia de jóvenes a la escuela a través del otorgamiento de becas, la formación permanente de los educadores para lograr una calidad superior en la enseñanza y el mejoramiento de la infraestructura de escuelas rurales en localidades cercanas a sus sucursales. 8 programas dentro de este eje.





IDENTIFICACIÓN DE LA CAUSA POR LA CUAL SE REALIZA LA REVISTA



En este marco de integración, nace Mundo Búho, una revista de construcción colectiva basada en la experiencia de los colaboradores, que desde sus inicios tuvo el objetivo de constituir un canal de comunicación participativo e integrador que funcione como la voz institucional del banco, pero con base en la experiencia de los colaboradores. De esta manera, el equipo de Comunicaciones Internas lanza este nuevo medio: la revista Mundo Búho, con la participación de un equipo de **15 CORRESPONSALES**, y la distribución de 2.300 ejemplares en octubre de 2012. Los contenidos son propuestos y desarrollados íntegramente por colaboradores de distintas áreas de Casa Central y Sucursales, contenidos que con el tiempo la consolidaron como un medio con sello de autor, superando toda expectativa posible. Hoy, Mundo Búho facilita y promueve el pasaje de un banco tradicional a uno más moderno – El Banco del Futuro – y es creadora de una cultura identitaria jamás imaginada.

OBJETIVOS Y LAPSOS

El objetivo de la revista es promover la participación de los colaboradores y su protagonismo en la transformación cultural y del negocio que atraviesa Banco Hipotecario en su pasaje a un banco más competitivo. Este medio de construcción colectiva integra a todas las áreas de la organización hacia un mismo norte, marcando los conceptos clave de la nueva cultura que están forjando.

Mundo Búho, no sólo permite comunicar a la comunidad BH los principales proyectos que desarrolla, sino que se convirtió en un espacio de intercambio, de participación y de creación de valor a través del rol de los corresponsales internos. Cada edición es creada por un equipo

VOLUNTARIO DE ESCRITORES Y FOTÓGRAFOS que reciben capacitación y, por sobre las expectativas de su puesto, generan contenido sobre los proyectos estratégicos de la organización, siendo ellos mismos promotores de una

identificación con la cultura de la productividad y de los resultados.

La primera edición de octubre de 2012 tardó 9 meses en salir a imprenta. Actualmente, se imprime un número cada 3 meses, con lo cual podemos afirmar que los tiempos se acortaron significativamente. Con un norte claro en cada edición y un trabajo que ya lleva años de experiencia, el proceso llegó a ser simple y fluido. Cada vez más son los voluntarios que quieren formar parte del grupo de corresponsales de la revista, porque se convirtió en un medio prestigioso y ampliamente reconocido por toda la organización.



PÚBLICOS INVOLUCRADOS

La revista involucra a todo el staff interno del banco; entre quienes se encuentran los gerentes de área, líderes y colaboradores. Una vez que la revista sale a imprenta y es compartida, emerge el público externo: familiares y amigos. También destacamos a Bacs y Seguros, dos empresas del grupo que reciben y leen la revista.



EQUIPO DE **COLABORADORES VOLUNTARIOS** QUE ACTÚAN COMO **REDACTORES Y FOTÓGRAFOS**





2 - EJECUCIÓN DEL PLAN

¿CÓMO SE ORGANIZA LA COMUNICACIÓN?

Como co-creadores de la revista, los corresponsales son quienes definen la tapa, proponen el sumario y toman las fotos que acompañan sus notas. Este es su espacio para contar una historia desde lo visual y lo textual, espacio que fue creciendo edición tras edición.

Como todo proceso, ha ido transformándose, y hoy la revista no es la misma que en 2012. En sus comienzos, el equipo de Comunicaciones Internas brindó un taller con "Tips para escribir mejor" coordinado por Vanesa Rosenthal, quien les enseñó a pensar la nota de manera integral, teniendo en cuenta la redacción y las fotografías. Por aquel entonces se tercerizaba en una agencia externa la responsabilidad de las fotos para algunas entrevistas principales, hasta que en 2013 los propios corresponsales asumieron ese rol. De esta forma surgen las duplas de trabajo compuestas por redactores y fotógrafos.

En 2014, a dos años de su nacimiento y con el proceso mejorado, se delegó la edición en una nueva agencia, junto a quien se decidió que **CADA NÚMERO TUVIERA UN EJE RECTOR**, una línea argumental que hablara del negocio a través de las personas. Esta decisión fue clave, porque cada nota se engloba en un concepto que refleja las estrategias de Banco Hipotecario.

Una vez tomada la decisión, se convocó a todos los corresponsales y se les brindó un **TALLER IN COMPANY** participativo para que comprendieran qué notas ir a buscar y cómo desarrollarlas según el eje. El taller es muy bien recibido por el grupo, porque es un espacio para interactuar con la agencia a cargo de la edición y el diseño, porque aprenden técnicas para realizar notas de buena calidad, porque surgen ideas y porque se refuerza la identidad corporativa en un contexto de libertad e integración de conocimientos. Hoy, muchos corresponsales son verdaderos periodistas y fotógrafos apasionados en su rol y cada vez son más quienes participan de estos talleres.

Al finalizar la capacitación se define el sumario y cada corresponsal avanza con su nota. La figura de la editora es clave, ya que es quien ayuda a mejorar la redacción, propone ideas y acompaña el desarrollo de cada nota, hasta la instancia de validación donde entra en juego el equipo de Comunicaciones Internas.

¡Festejamos la edición n° 3 de MUNDO BÚHO!

Te invitamos a celebrar nuestro trabajo y compromiso.

¡No te lo pierdas! Sortearemos una Valija Chica equivalente a \$800 y muchos premios más.

Jueves 31 de octubre
De 12.30 a 14.30 hs. - Almuerzo
Ex comedor de gerentes - 6to piso - Casa Central

SE VIENE LA 2° EDICIÓN DE LA REVISTA INTERNA ¡¡¡AHORA VOTAMOS SU NOMBRE!!!

73 colaboradores propusieron un nombre para nuestra revista y un comité eligió 5 opciones para que entre todos seleccionemos el nombre final. ¡SUMATE Y VOTÁ EL QUE MÁS TE GUSTE!

LA GACETA CANCHERA

EL BÚHO INFORMADOR

CONEXIÓN HIPOTECARIO

COMUNIDAD CANCHERA

MUNDO BÚHO



¡ASÍ SE ARMA MUNDO BÚHO!





¿CÓMO SE COMUNICA?

Una vez que el producto sale a imprenta, empiezan a circular internamente piezas de difusión de la revista, reconocimientos y premios para los corresponsales, invitaciones para formar parte del equipo y comunicaciones para sondear qué notas son más leídas y/o interesan más.

BANCO Hipotecario

A partir del miércoles 22/10

MUNDO BÚHO

EN TODOS LOS ESCRITORIOS!

En esta edición, compartimos historias de colaboradores que se convirtieron en protagonistas de su crecimiento y que, acompañados por la organización, encontraron el camino para su desarrollo integral.

Contestá la consigna de la sección JUEGOS haciendo click aquí.
¡Entre todos los participantes realizaremos un sorteo!

Anunciamos la ganadora

¡Felicitaciones
Marcela Mariana Barragán!

Sucursal *Buenos Aires*

Premio *Un par de entradas para el cine*

Compartimos las respuestas correctas:

¿Quién dijo qué? pág. 26

"Es lo único que te pido" – Fernando Rubin
"Tiempo al tiempo" – Esteban Vainer
"Que no nos pase que en casa de herrero, cuchillo de palo" – Sebastián Argibay Molina.

Adivina Adivinador – pág 28
Respuesta: Aldo Lombardi – Gcia. Alta de Productos

¡LLEGA LA EDICIÓN N°3 DE MUNDO BÚHO!

Mundo Búho | BANCO Hipotecario

PUBLICACIÓN INTERNA DE BANCO HIPOTECARIO | Año 3 | Número 3 | Octubre 2013

¡LA RED SIGUE CRECIENDO!

Este año, cuatro nuevas sucursales abrieron sus puertas: Flores, Villa Lengua, Cañadón Pico y Yerba Buena. ¡Les damos la bienvenida! Conocélas y enterate quiénes integran sus equipos.

Participá del concurso publicado en la página 20, entre los ganadores sortearemos un premio.

¡A partir del 31 de octubre en todos los escritorios!

MUNDO BÚHO | BANCO Hipotecario

PUBLICACIÓN INTERNA DE BANCO HIPOTECARIO | Año 4 | Número 8 | Mayo 2015

¡LLEGA UNA NUEVA EDICIÓN DE MUNDO BÚHO!

PROTAGONISTAS DE LA PRODUCTIVIDAD Y LA EFICIENCIA

¡NO TE PIERDAS EL EDITORIAL DE FERNANDO RUBIN!

UN NUEVO AÑO DE TRABAJO PARA HONRAR JUNTOS A NUESTRO BANCO

Este año, cuatro nuevas sucursales abrieron sus puertas: Flores, Villa Lengua, Cañadón Pico y Yerba Buena. ¡Les damos la bienvenida! Conocélas y enterate quiénes integran sus equipos.

Participá del concurso publicado en la página 20, entre los ganadores sortearemos un premio.

VOS TAMBIÉN PODÉS SER PROTAGONISTA. COMPARTÍ TU HISTORIA. SE CORRESPONSAL O FOTÓGRAFO DE MUNDO BÚHO.

Inscríbete haciendo **click aquí.**

MUNDO BÚHO | BANCO Hipotecario

PUBLICACIÓN INTERNA DE BANCO HIPOTECARIO

8

La revista conforma un circuito de comunicación que no se agota en sí mismo, porque vehiculiza ideas entre quienes trabajan en ella, entre los entrevistados e invitados a participar, y entre quienes disfrutan de leerla. Se comprobó con mediciones que la revista es leída y esperada por gran parte del banco. Asimismo, Mundo Búho se convirtió en un documento de repaso histórico, ya que es un instrumento utilizado en las inducciones que realiza el banco para orientar a nuevos colaboradores. La revista representa la marca empleadora, hacia adentro y hacia afuera de la organización.

AJUSTES Y/ O DIFICULTADES ENCONTRADAS

1

En junio de 2012 se presenta Pro.Cre.Ar, y el Banco Hipotecario debe responder con un fuerte trabajo a las necesidades del proyecto. Este trabajo demora la salida a imprenta de la primera edición, que tardó 9 meses en finalizarse. Pro.Cre.Ar significó una gran transformación para el banco, y también para la revista, ya que exigió modificar su contenido y ser incluido.

2

En 2014 se cambió de agencia de comunicación a cargo de la edición y el diseño, momento que implicó la revisión del proceso y armado de la revista, el afianzamiento del circuito de comunicación, la transferencia de conocimientos y la esencia y espíritu de Mundo Búho. La causa se produjo por el sucesivo cambio de editor en un lapso de tiempo muy breve que imposibilitó la consolidación de su figura dentro del grupo de corresponsales.

9





UN RESUMEN QUE REFLEJA LA PROGRESIÓN DE LA REVISTA:

EDICIONES A LA FECHA: 8

LA PRIMERA EDICIÓN LLEVÓ 9 MESES DE TRABAJO
LA SEGUNDA EDICIÓN, 6 MESES
A PARTIR DE LA TERCERA, SE GENERAN 3
EDICIONES AL AÑO Y SE PREVÉN 4 PARA 2015

A PARTIR DEL 4º NÚMERO
TRABAJAMOS SOBRE EJES PUNTUALES
QUE ARTICULAN TODAS LAS NOTAS,
TRANSMITIENDO UN MENSAJE TRANSVERSAL:
INNOVACIÓN COLABORATIVA,
BIENESTAR SUSTENTABLE, DESARROLLO
INTEGRAL, BANCO DEL FUTURO,
PROTAGONISTAS DE LA
PRODUCTIVIDAD Y
LA EFICIENCIA

CORRESPONSALES: 61 PASARON POR LAS
DIFERENTES EDICIONES

FOTÓGRAFOS: RED DE 25
FOTÓGRAFOS EN TODO EL PAÍS

5 TALLERES DE FORMACIÓN / CAPACITACIÓN
PARA CORRESPONSALES

EL NOMBRE MUNDO BÚHO
FUE PROPUESTO



POR UN

COLABORADOR Y

RESULTÓ

EL MÁS

VOTADO

ENTRE 746

QUE PARTICIPARON
DE LA ENCUESTA





3- EVALUACIÓN, COMPROBACIÓN Y PRUEBA

En el siguiente recuadro, se puede observar **cómo fue el progreso de la revista a lo largo de sus 8 ediciones**, que además de ser leídas por toda la organización, **comenzó con un tiraje de 2.300 ejemplares**, y a partir de la **4ta edición la cifra ya aumentó a 3.000**.

En simultáneo y a partir de la revista, se utilizan otros canales y **nuevas acciones de comunicación** para difundir sus contenidos, como la Intranet, mailing, carteleras, reuniones, talleres in company y recientemente, un newsletter. En definitiva, **Mundo Búho** es un gran disparador de acciones dentro del banco.



PROMEDIO POR EDICIÓN

Corresponsales	16
Fotógrafos	3,9
Talleres	1
Secciones	12,6
Notas	17,1
Páginas	26,5
Comunicaciones	2,4
Participación en encuestas (nuevos corresponsales, votación de nombre, comprobación de lectura)	245





EL VALOR DE SENTIRSE RECONOCIDOS. LA MILLA EXTRA. COMPROMISO. PERTENENCIA. PASIÓN.

TESTIMONIOS DE LOS CORRESPONSALES DE MUNDO BÚHO. RESPUESTAS A MAIL ENVIADO FELICITÁNDOLOS POR SU LABOR:



Muchas gracias por dejarme participar de este increíble equipo de corresponsales.

YAMILA - GCIA. CANALES DE ATENCIÓN.

Muchas gracias por este gesto, que seguro nos encanta a cada uno de los que colaboramos y muestra cómo siguen creciendo las Comunicaciones en el BH. El faro que Uds. muestran para comunicar es buenísimo. Un placer trabajar con Uds.

MARCELO - GCIA. DE DESARROLLO BANCA AUTOMÁTICA

Equipo, muchas gracias a Uds. por darme esta oportunidad de ser parte del staff de algo tan lindo, la fotografía es mi pasión y cuenten conmigo para una iniciativa o proyecto futuro. Saludos.

JUAN PABLO - SUCURSAL AVELLANEDA

Muchas gracias chicos, es un placer participar de la revista. Saludos,

REGINA - GCIA. ÁREA PRODUCTOS MINORISTAS

La verdad que es un orgullo formar parte del hermoso grupo de corresponsales que armaron y de un proyecto tan lindo como es la revista del Banco. A pesar de que la redacción no es uno de mis fuertes, el acompañamiento de ustedes y de la editora hicieron aflorar la escritora que hay en mí!

ROMINA - GCIA. DE CALIDAD

