

# CULTURA Y COMUNICACIÓN INTERNA

Verónica Fretes, Gerente de Talento  
Humano, Cultura y Sostenibilidad

The logo for Basa, featuring a stylized blue 'BB' monogram followed by the word 'Basa' in a bold, sans-serif font.

# ¿QUIÉNES SOMOS?

- Un banco con **32 años** en el mercado
- 4 generaciones
- El **crecimiento exponencial** en poco tiempo nos impulsó a replantearnos la forma de hacer las cosas.

# TRANSFORMACIÓN CULTURAL

Iniciamos un proceso de cambio cultural en busca de ser un banco

+ *eficiente*

+ *orientado a resultados*

+ *enfocado en las personas*

Basa 2025



# ESTRATEGIA

1. Grupo impulsor de Cultura + Consultora y Agencia de comunicación ROW
2. Diseño de la estrategia de cultura y comunicación interna para gestionar el cambio poniendo a las personas en el centro

# CULTURA



Creación de conceptos transversales para el proceso de transformación: "**Somos Basa, un equipo que hace**" (resultados) y "**El lugar donde nos hallamos**" (personas).



Definición de los  
**"5 VALORES BASA 2025"**  
Trabajo en equipo; Eficiencia;  
Perseverancia; Competitividad;  
Iniciativa.

# AGENTES DE CAMBIO

Programa de entrenamiento “**EmBASAdores**” para agentes de cambio que viven los 5 valores + Competencia de ideas que generan eficiencia “**EmBASAtón**”.



# RECONOCIMIENTO

Comerciales del  
Trimestre



Programas de reconocimiento  
a colaboradores como  
**“Destacados Basa”** y  
**“Comerciales del trimestre”**.



# CAMPAÑAS

Campañas como  
**“Logros”**, evento en  
formato cine, El Lugar  
Donde Nos Hallamos”



# CANALES



Organización de la comunicación interna: canales, periodicidad de comunicaciones, categorías de contenido, responsables por área.



Iniciativas y espacios para impulsar la comunicación cara a cara en todos los niveles.



Entrenamiento de los líderes en habilidades para la comunicación estratégica.

# INSTAGRAM

El canal que busca la comunicación cercana y humanizada es el IG @somosbasa cuyo principal protagonista es BASILIO.



# INSTAGRAM 2.0



IG 2.0: Nuevos personajes ficticios que comunican contenidos específicos: **“Ferchu”**, **“Martí”** y **“Santi”**.

# BASI

Comunica contenido de cultura y logros.



# MARTI

Comunica  
contenido de  
sostenibilidad.



# FERCHU

Comunica contenido  
de Talento Humano.



# SANTI

Comunica contenido de  
ocio y entretenimiento.



# RESULTADOS

-  **150** EmBASAdores de diferentes áreas
-  NPS de los programas: **95**
-  Dimensión Cultura Basa | Encuesta de clima: **85% de índice de satisfacción**
-  En IG: **+ del 80% de colaboradores informados** e interacciones que perduran.

# ¡MUCHAS GRACIAS!



Basa2025  
Un equipo que está haciendo

6%  
disminución de  
gastos operativos

17%  
mejora de índice  
de eficiencia

147%  
aumento de ejecuciones  
en el PTH 2022

100%  
Objetivos de Proyectos  
Cumplidos 2022

incremento de  
margen operativo

57%