

**PREMIO EIKON 2021**

**CATEGORÍA: 10 - Comunicaciones financieras o con los inversores**

**CAPÍTULO: General**

**TÍTULO DEL PROGRAMA: Memoria Anual Reporte Integrado 2020**

**NOMBRE DE LA COMPAÑÍA: BBVA Argentina**

**ÁREA: Relaciones Institucionales**

**RESPONSABLE: Maria Martha Deleonardis**

## **1. INTRODUCCIÓN**

### **SOBRE BBVA ARGENTINA**

BBVA Argentina es una de las principales instituciones financieras en el territorio argentino que opera desde 1886. Desde 1996 su principal accionista es el Banco Bilbao Vizcaya Argentaria S.A., lo que le otorga a la entidad una ventaja competitiva gracias a la experiencia global de su casa matriz.

BBVA Argentina se centra en las necesidades reales de los clientes para ayudarlos a cumplir sus objetivos vitales y generar un impacto positivo en la vida de las personas y en el crecimiento de los negocios. En esta línea, su modelo de banca responsable aspira a lograr una sociedad más inclusiva y sostenible, para lo cual desarrolla acciones enfocadas en las finanzas sostenibles y la educación e inclusión financiera.

6.019 colaboradores son parte del talento BBVA en el país. El Banco cuenta con una red de canales físicos – 247 sucursales, 888 cajeros automáticos y 857 terminales de autoservicio– y digitales –plataforma online y aplicaciones móviles– que le permite estar presente en todas las provincias de la Argentina. Así, cuenta con más de 2,8 millones de clientes de banca minorista, más de 62.900 clientes PyME y más de 800 clientes de banca corporativa.

El ejercicio económico 2020 cerró con un resultado neto ajustado por inflación de 12.032 millones de pesos, equivalente a un retorno sobre el patrimonio neto (ROE) del 11,8%, resultado destacable en el complejo entorno del año.

### **LIDERAZGO Y TRAYECTORIA EN RENDICIÓN DE CUENTAS**

BBVA Argentina cuenta con un historial de presentación voluntaria de informes anuales sobre la gestión social y ambiental desde el año 2007. De esta forma, el Banco asumió un compromiso con una rendición de cuentas basada en estándares y lineamientos internacionales.

Desde su primer Informe de Banca Responsable, utilizó los lineamientos de Global Reporting Initiative (GRI), el marco internacional más utilizado para elaborar reportes de sustentabilidad, así como también mostró su contribución a los 10 Principios del Pacto Global de Naciones Unidas. Desde 2015 también comunica su contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas.

Asimismo, los informes contaron con la revisión de terceras partes independientes, con el objetivo de garantizar la calidad y precisión de la información.

### **EVOLUCIÓN HACIA UN REPORTE INTEGRADO**

Los inversores y los analistas de mercados bursátiles evalúan el desempeño de las empresas desde la perspectiva de triple impacto y demandan un nuevo modelo de gobierno corporativo que se comprometa con la visión a largo plazo.

En este contexto, BBVA Argentina se planteó la necesidad de elaborar un Reporte Integrado, es decir, un informe anual que presente de forma conjunta la información financiera y de sostenibilidad, dando una visión integral sobre el modelo de negocio, y los riesgos y oportunidades a los que se enfrenta. De esta forma, se buscó consolidar dos procesos (Memoria que se presenta junto a los Estados Contables y el Informe de Banca Responsable) en uno solo.

Además, para este proceso utilizó el Marco del Consejo Internacional de Reporte Integrado (IIRC), en su versión actualizada a enero de 2021, que se basa en el concepto de capitales y la creación de valor bajo el esquema de seis capitales: Financiero, Industrial, Intelectual, Humano, Social, y Natural.

De esta manera, el Reporte Integrado de BBVA Argentina tuvo como objetivo consolidar la información financiera y no financiera para generar un documento que se convierta en el informe de referencia para los stakeholders.

## **2. PROPUESTA Y ENUNCIADO DE CAMPAÑA**

### **OBJETIVOS DE LA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN DEL REPORTE INTEGRADO**

La Alta Dirección de BBVA Argentina decidió avanzar hacia la elaboración de un Reporte Integrado, así como también se comprometió a difundir interna y externamente este nuevo paso. Esta campaña de comunicación del primer Reporte Integrado 2020 tuvo como objetivos:

- Contribuir al posicionamiento de BBVA Argentina como entidad financiera líder comprometida con el desarrollo sostenible.
- Comunicar el hito del primer reporte integrado.
- Difundir aspectos destacados de la gestión 2020, especialmente aquellos relacionados con la transformación digital, la inclusión y la educación financiera, finanzas sostenibles y los aportes durante COVID-19.

El cronograma de trabajo estipuló la elaboración del Reporte entre diciembre 2020 y marzo 2021 y la difusión de la campaña de comunicación entre abril y mayo de 2021. El plan de comunicación constó de distintas etapas: divulgación a accionistas e inversores, foco en la comunicación interna, comunicación a prensa y extensión a todos los públicos de interés.

### **PÚBLICOS**

La campaña buscó alcanzar una Comunicación 360º que llegará a todos los grupos de interés del Banco. Así, los públicos elegidos para ser abordados por la campaña de difusión del Reporte Integrado 2020 fueron:

- Accionistas, inversores y analistas.
- Colaboradores.
- Clientes.
- Proveedores.

- Líderes de opinión: Prensa, académicos, referentes del sector.
- Organizaciones de la sociedad civil aliadas.
- Gobierno y reguladores.
- Cámaras empresariales.

## MENSAJES CLAVE

Con el objetivo de unificar los mensajes a transmitir mediante los distintos canales de comunicación, se elaboraron y difundieron internamente, a los responsables de las distintas áreas, los conceptos clave y destacados del nuevo Reporte Integrado de BBVA Argentina.

Así, estos mensajes abordaron los siguientes temas: presentación del Primer Reporte Integrado; lineamientos internacionales utilizados; elaboración de un micrositio navegable con información destacada; avances en transformación digital; liderazgo en finanzas sostenibles; educación e inclusión financiera; sostenibilidad ambiental; y desempeño económico- financiero.

## CANALES DE COMUNICACIÓN

De acuerdo con la selección de públicos a ser incluidos en la campaña, se eligieron los canales de comunicación a ser utilizados para la difusión:

- Presentación a accionistas, inversores en la Asamblea de Accionistas desarrollada el 21 de abril de 2021.
- Correo electrónico a accionistas, inversores y analistas; clientes; colaboradores; prensa; cámaras empresariales; proveedores; gobierno; y organizaciones de la sociedad civil aliadas.
- [Sitio web de la CNV](#).
- [Sitio web institucional](#).
- [Sitio web Relación con Inversores](#).
- [Sitio web Banca Responsable](#).
- [Sitio web de notas bbva.com](#).
- Intranet para colaboradores.
- Envío por whatsapp a colaboradores y organizaciones aliadas.
- Redes sociales institucionales: [Twitter](#), [Instagram](#) y [LinkedIn](#).
- Perfil de LinkedIn del CEO, [Martin Zarich](#)
- Embajadores en LinkedIn: empleados de BBVA Argentina que comparten información en sus perfiles de LinkedIn.

## 3. DESARROLLO Y EJECUCIÓN DEL PLAN

### ELABORACIÓN DEL PRIMER REPORTE INTEGRADO

La elaboración del primer reporte integrado constó de varias etapas:

- **Definición del alcance del trabajo:** coordinación entre áreas de Relaciones Institucionales y Finanzas, para unificar procesos existentes.

- **Definición de los contenidos del Reporte:** Se realizó un análisis de materialidad, lo que permitió definir los aspectos clave a ser incluidos en el Reporte, de acuerdo con el Principio de Materialidad de los Estándares GRI. Este análisis de materialidad incluyó una consulta a los grupos de interés de BBVA Argentina.
- **Creación del equipo de trabajo:** Se definió que 13 colaboradores de distintas áreas del Banco fueran los Single Points responsables de relevar la información, así como también de dar respuesta a consultas o dudas de los responsables de la elaboración del Reporte.
- **Capacitación:** Se brindó capacitación sobre la importancia del Reporte Integrado y los pasos a la Alta Dirección así como a los colaboradores involucrados en el proceso.
- **Relevamiento de información:** Por medio de una plataforma online colaborativa, se dio inicio al proceso de relevamiento de información, donde cada área contaba con una herramienta online específica para ser completada.
- **Redacción y diseño:** Con la información relevada, se realizó un proceso de redacción que contempló el cumplimiento de los estándares internacionales utilizados: Estándares GRI, Principios del Pacto Global de Naciones Unidas, Objetivos de Desarrollo Sostenible y Principios de Banca Responsable. Los contenidos fueron volcados a un diseño que respetara el manual de marca de BBVA.
- **Revisión independiente:** La firma KPMG en Argentina realizó una revisión independiente y entregó su Informe de Aseguramiento Limitado.
- **Revisiones internas y validación:** Las áreas responsables se aseguraron de dar su aprobación al documento, que luego fue aprobado formalmente por la Asamblea de Accionistas.
- **Publicación y traducción:** La publicación se realizó el día 21 de abril de 2021.

## MEMORIA ANUAL REPORTE INTEGRADO 2020

Los documentos obtenidos como resultado del proceso son:

- [Reporte integrado 2020 en español.](#)
- [Reporte integrado 2020 en inglés.](#)

## PIEZAS ELABORADAS PARA LA COMUNICACIÓN

Como parte de la campaña de comunicación, se elaboraron las siguientes piezas:

- [Micrositio](#) con destacados del Reporte Integrado 2020.
- [Video resumen](#) con destacados del Reporte Integrado 2020.
- [Video del CEO](#) con mensaje sobre importancia del Reporte Integrado 2020.
- Mailing HTML.
- Imagen para compartir por Whatsapp.
- Apertura de perfil de LinkedIn del CEO, Martin Zarich, con su primera publicación sobre el lanzamiento del Reporte Integrado 2020.
- [Nota en sitio web bbva.com.](#)
- Nota de prensa.
- Encuesta a grupos de interés en plataforma SurveyMonkey.
- Pieza para la comunicación interna.

De esta forma, se utilizaron los canales de comunicación detallados en el punto anterior, para difundir las piezas elaboradas.

#### 4. RESULTADOS Y EVALUACIÓN

##### RESULTADOS DE DIFUSIÓN EXTERNA

- **Accionistas, inversores y analistas:** Presentación del Reporte en la Asamblea de Accionistas y carga en el sitio web de la CNV.
- **Envío de nota de prensa:** 70 periodistas y medios.
- **Repercusiones de prensa:** 14 medios nacionales (Tier 1) y especializados en el tercer sector.
- **Nota en BBVA.com:** Más de 471 visitas.
- **Envío por correo a cámaras empresarias y organizaciones de la sociedad civil:** Más de 400 contactos.
- **Envío por correo electrónico a clientes:** Más de 350.000 de segmento Premium y Premium World.
- **Posteo en LinkedIn:** 1.579 visualizaciones.
- **Posteo en Twitter:** 7.422 impresiones.
- **Posteo en Instagram:** + 78.000 seguidores
- **Posteo del CEO Martín Zarich en su perfil personal de LinkedIn.**
- **[Video resumen](#) con destacados del Reporte Integrado 2020:** 345 visualizaciones.
- **[Video del CEO](#) con mensaje sobre importancia del Reporte Integrado 2020.**

##### RESULTADOS DE DIFUSIÓN INTERNA

- **Correo electrónico a colaboradores:** 6.048 empleados en Argentina y 150 en España.
- **Publicación en Intranet** con acceso por parte de todos los colaboradores.

##### BENEFICIOS

BBVA Argentina considera que la elaboración del Reporte Integrado no es sólo una herramienta de comunicación sino también de gestión ya que permite sistematizar datos e identificar oportunidades de mejora. De esta forma, permite visualizar posibles cambios en los procesos y en el negocio. Al mismo tiempo, al tratarse de un documento voluntario, permite anticiparse a futuros requerimientos legales y detectar y gestionar riesgos.

El Banco considera que la elaboración del Reporte Integrado, junto con la campaña de comunicación que difunde su publicación, permite generar reputación positiva y aumentar el valor en la marca, posicionándose como una empresa con visión de largo plazo. Respecto de los inversores y accionistas, genera ventajas competitivas debido a que cada vez demandan más información y tienen preferencia por invertir en empresas transparentes. Así, esta campaña de comunicación ha contribuido con la construcción de confianza en los grupos de interés de BBVA Argentina.