05

Negocios y **Actividades**

Productos sostenibles
50 operaciones colocadas en Banca Empresas

Presencia en la Argentina
243 sucursales en todo el país, 881 ATMs y 856 ATSs.

Préstamos otorgados
Pesos 59.365 millones.

Minoristas
3.584.000 clientes activos.

Sucursales digitales
76 sucursales digitales.

Promoción de tecnologías limpias
Tasa 0% para vehículos eléctricos e híbridos.

Acceso inclusivo
Servicio de interprete de lengua de señas.

Sucursales sostenibles
11 sucursales con paneles solares.

01 Entorno Macroeconómico
02 BBVA Argentina
03 Banca Responsable
04 Solvencia y Desempeño Financiero
05 Negocios y Actividades
06 Transparencia y Control
07 Talento BBVA
08 Contribución a la Sociedad
09 Sostenibilidad Ambiental
Volver al Indice

Negocios y Actividades

BBVA Argentina busca brindar a sus clientes un servicio de excelencia, atento a sus necesidades. Para ello, trabaja en sus productos y servicios apoyándose en la innovación tecnológica, una continua mejora de sus procesos, atención personalizada y beneficios exclusivos.

Líneas de Negocio

El Banco busca impulsar el crecimiento de sus clientes, de diferentes sectores y posibilidades de negocio. Por eso, pone a su disposición servicios y productos adecuados a sus necesidades mediante un sistema de atención ágil y eficiente.

En 2022, lanzó nuevas propuestas pensadas específicamente para los distintos segmentos de clientes, acompañó el paso a la autogestión de sus clientes e impulsó la transformación digital dentro y fuera de la organización.

Banca Minorista

3.584.000
clientes individuos

BBVA Argentina ofrece una amplia variedad de productos y servicios para sus clientes minoristas, que van desde cuentas para administrar sus fondos, opciones de inversiones financieras, seguros, entre otros, a través de los cuales busca brindarles la mejor experiencia bancaria.

Préstamos

Préstamos personales

- **Pesos 53.065 millones en préstamos otorgados**
- **155.933 préstamos contratados por canales digitales**
- **6,24% de participación en el mercado de préstamos personales[26]**

En 2022, el Banco implementó tres importantes mejoras:

- **Desarrollo del motor de precios.** Se incorporó una tasa por plazo a este motor que asigna una tasa por cliente definida por el score de riesgo y la probabilidad de compra.
- **Optimización del motor de venta de préstamos personales (Funnel).** Se agregó información e hizo más intuitiva la plataforma que brinda al cliente las herramientas para autogestionar su préstamo.
- **Automatización Journey.** Posibilita la planificación mensual de las acciones comerciales y la comunicación a realizar sobre el producto.

26) Sin tomar la cartera ajustada por UVAs.

01 Entorno Macroeconómico
02 BBVA Argentina
03 Banca Responsable
04 Solvencia y Desempeño Financiero
05 Negocios y Actividades
06 Transparencia y Control
07 Talento BBVA
08 Contribución a la Sociedad
09 Sostenibilidad Ambiental
Volver al Indice

Préstamos prendarios

- **Pesos 6.300 millones en préstamos otorgados[27]**
- **7.700 clientes accedieron a préstamos prendarios**
- **2,06% participación en el mercado de préstamos prendarios a nivel individual y 9,89% a nivel consolidado[28]**

Asimismo, en línea con su estrategia global de sostenibilidad, el Banco siguió avanzando con líneas especiales de tasas promocionadas para la financiación de vehículos eléctricos e híbridos.

En 2022 se realizaron campañas a tasa 0% de las dos principales alianzas que tiene el Banco: Simpa e Iraola. Las mismas incluyen las marcas KTM, Bajaj, Kawasaki, Royal Enfield y Husqvarna, entre otras. Estas marcas son las que concentran la mayor parte de los trámites.

Seguros

Durante 2022 hubo un crecimiento en las carteras de Seguros de Hogar, Integrales de comercio y Autos. Estos crecimientos en Hogar, Integrales y Autos se explican por el fuerte foco que han tenido los canales más importantes en dichos productos (con mayor prima mensual) durante el último año.

La venta digital ha empezado a mejorar su participación sobre el total de la venta que realiza la entidad. Nuevamente entre los productos más destacados se encuentran Hogar y Autos.

Durante el año se consolidó la alianza estratégica con la aseguradora La Caja mediante la firma de un nuevo acuerdo (La Caja co-asegura los Seguros de Hogar y se prevé adicionar otros a futuro). Este acuerdo busca aportar *know how* en la venta digital de seguros además de sumar otras nuevas tecnologías y productos. Por otro lado, la alianza aportará nuevas herramientas que van a permitir mejorar el nivel de servicio y reducir los niveles de rotación de la cartera.

Ventas de Seguros | 2022 Cantidad de pólizas

TOTAL: 189.790

27) Alcance: Banco.
28) Alcance: Banco BBVA Argentina S.A. y las siguientes sociedades vinculadas/subsidiarias: Rombo Compañía Financiera S.A, PSA Finance Argentina Compañía Financiera S.A. y Volkswagen Financial Services Compañía Financiera S.A. Fuente: En base a información diaria del BCRA, saldos de capital al último día del período (diciembre 2022)

BBVA Creando Oportunidades

01 Entorno Macroeconómico
02 BBVA Argentina
03 Banca Responsable
04 Solvencia y Desempeño Financiero
05 Negocios y Actividades
06 Transparencia y Control
07 Talento BBVA
08 Contribución a la Sociedad
09 Sostenibilidad Ambiental
Volver al Indice

Gestión de activos

16 fondos registrados:
8 que permiten suscripciones y rescates y 8 que permiten sólo rescates.

Gestión de activos	Monto acumulado al 31.12.22 en millones de pesos	Variación Interanual [1]	
		En millones de pesos	En porcentaje
Patrimonio total administrado	**433.901,26**	**234.594,30**	**+117,71%**
Patrimonio administrado en Fondos de plazos fijos	407.893,45	232.083,48	+132,01%
Patrimonio administrado en Fondos de mercado	26.007,82	2.510,82	+10,69%
Patrimonio administrado en Fondos de mercado – Fondos de renta fija	19.850,20	-1.180,56	-5,61%

1) La variación de los patrimonios de los FCI es histórica.

Fondo	Situación
FBA Renta Pesos, FBA Bonos Argentina FBA Ahorro Pesos, FBA Renta Pública I, FBA Renta Fija Plus, FBA Renta Mixta, FBA Calificado y FBA Acciones Argentinas	Aceptan suscripción y rescate
FBA Horizonte, FBA Horizonte Plus, FBA Bonos Globales, FBA Retorno Total I y FBA Acciones Latinoamericanas	Aceptan solo rescate
FBA Gestión I y FBA Renta Fija Local	Se encuentran registrados pero no vigentes. No se realizó un lanzamiento comercial.

BBVA Creando Oportunidades

01 Entorno Macroeconómico
02 BBVA Argentina
03 Banca Responsable
04 Solvencia y Desempeño Financiero
05 Negocios y Actividades
06 Transparencia y Control
07 Talento BBVA
08 Contribución a la Sociedad
09 Sostenibilidad Ambiental
Volver al Indice

Medio de pago

MODO

MODO, una solución de pago innovadora

+900.000 clientes de BBVA Argentina registrados en MODO

+200.000 personas pagaron con QR MODO (+222 % que en 2021)

Durante el último año, esta billetera virtual incorporó la funcionalidad de acreditación inmediata de reintegros por promociones y la posibilidad de pago en más de 77 tiendas online. Asimismo, se realizaron acciones comerciales exclusivas para incentivar su uso y adhesión, como beneficios en cafeterías, restaurantes, peluquerías, jugueterías y cafeterías.

Tarjetas de crédito y débito

En 2022, el Banco implementó **Apple Pay** para sumar las tarjetas de crédito y débito VISA y realizar pagos sin contacto, de manera más fácil y segura. También incorporó la **funcionalidad "Pausar" y "Activar"** en tarjetas de débito y crédito VISA, banca online y app *mobile*, para brindar mayor seguridad a sus clientes.

En relación con la **app BBVA Go**, se trabajó en el *login* por biometría para mejorar la experiencia del usuario y facilitar el uso de la herramienta, mediante la incorporación de reconocimiento facial y huella digital entre otras innovaciones de diseño.

Finalmente, con respecto a la estrategia de fidelización de clientes a través del **Programa de Beneficios Puntos BBVA**, se llevaron a cabo las siguientes acciones:

- Migración de la cartera de clientes Premium, Premium World y Adquirencia a Puntos BBVA. De este modo, se finalizó la alianza con LATAM Pass y se mantuvo un programa de fidelización único para todos los clientes.
- Campañas y acciones comerciales junto a Despegar durante todo el año, para ofrecer una propuesta atractiva en turismo a los clientes.

Como resultado, el Banco se convirtió en una de las principales alianzas de la empresa de viajes y se generó la mayor facturación entre todas las *white labels* del grupo.

- Lanzamiento de la funcionalidad de sorteos, donde los clientes tuvieron la posibilidad de canjear sus Puntos BBVA por chances para participar del sorteo de 10 paquetes para viajar al mundial de fútbol a ver a la selección argentina. El 88 % de los clientes que canjeó, utilizó por primera vez sus Puntos BBVA.

Consumo de tarjeta de crédito – *Real Time*

El informe quincenal del indicador de tarjetas de crédito y débito de BBVA Argentina construido a partir de *big data* se consolidó como referente en el mercado y fue incorporado a los procesos internos de construcción de escenarios del Banco. Asimismo, se sumó valor a la base datos de transferencias de InterBanking con desarrollo indicadores de Valor Agregado Bruto por ramas de la industria aplicando tecnología de *big data*.

01 Entorno Macroeconómico
02 BBVA Argentina
03 Banca Responsable
04 Solvencia y Desempeño Financiero
05 Negocios y Actividades
06 Transparencia y Control
07 Talento BBVA
08 Contribución a la Sociedad
09 Sostenibilidad Ambiental
Volver al Indice

Partners y alianzas comerciales

Durante 2022, el Banco continuó realizando alianzas con socios estratégicos. Se destacaron las llevadas a cabo con Frávega y Sodimac, con beneficios para personas en la primera compra, así como la financiación para la compra de motos a clientes de Grupo Simpa y Grupo Iraola.

Plazo Fijo

El Banco lleva a cabo múltiples acciones comerciales dirigidas a clientes y al mercado para aumentar las ventas de plazos fijos. Durante el 2022 las tasas de Plazo Fijo se mantuvieron reguladas por el BCRA. El Banco mantuvo las ventas digitales en un 98 % y aumentó el stock de plazos fijos minoristas en un 130%, pasando de Pesos 128.000 millones a Pesos 310.000 millones en depósitos.

Adquirencia

53.376 clientes
con adquirencia activa
a diciembre

En este sentido se mejoró la oferta de valor de comercios otorgando una bonificación de paquetes mientras sostenga el volumen de acreditación de cupones, se creó el estado de resultados (P&L, por sus siglas en inglés) del producto para el seguimiento mensual y se trabajó con las administradoras en el circuito de contracargos recuperando fondos.

Por otro lado, se lanzó el Plan Puntos BBVA para comercios y el agrupador de pagos Openpay mejorando la oferta de valor para los pequeños y medianos comercios y cumpliendo con iniciativas regionales.

Pequeña y Mediana Empresa

Gracias a los motores de preaprobados que ayudan a cumplir con la targetización, se lograron los objetivos del año

El Banco ofrece productos y servicios que favorecen el crecimiento de clientes y negocios de todos los tamaños y sectores. Para ello, los asesora sobre las opciones financieras más adecuadas para sus necesidades.

BBVA Creando Oportunidades

01 Entorno Macroeconómico
02 BBVA Argentina
03 Banca Responsable
04 Solvencia y Desempeño Financiero
05 Negocios y Actividades
06 Transparencia y Control
07 Talento BBVA
08 Contribución a la Sociedad
09 Sostenibilidad Ambiental
Volver al Indice

Destacados 2022 en Pequeña y Mediana Empresa

Crecimiento de clientes

Durante 2022, la cantidad de clientes subió más del 10 % gracias a acciones como:

- la generación de más sinergia entre colaboradores comerciales de red minorista y el negocio de empresas,
- el lanzamiento de procesos de ventas digitales,

  la realización de campañas comerciales con ofertas de valor asociadas como cuenta bonificada, premios, *cashback* y tasas preferenciales,
- la inclusión de analítica para *cross sell* (clientes que ya tienen un producto) y *attrition* (evitar la fuga de clientes), y el uso de motores de calificación.

Además, el Banco quiere potenciar el negocio de aquellas pymes que aún no son clientes. Por ello, ha lanzado el nuevo Motor Digital, una herramienta que permite que aquellos que aún no están vinculados a la entidad puedan saber qué tipo de crédito y monto disponible tiene la empresa ingresando sólo cuatro datos y pudiendo dividir el monto asignado entre cuatro tipos de productos básicos.

Autogestión

Se siguió profundizando la digitalización de los clientes empresas, con énfasis en:

- la adquisición de clientes por canales alternativos,
- las calificaciones preaprobadas y
- la mejora de productos existentes –a través de las fábricas de COMEX y *Cash Management*— para hacerlos más funcionales a las necesidades de las empresas.

Por otro lado, más del 80 % de las altas de descuento de cheques fueron realizadas por canal digital y el 65 % de su *stock* estuvo conformado por operaciones totalmente digitales.

Como novedad, el Banco ofrece a sus clientes una nueva solución financiera: préstamo *One Click*, que permite acceder a una financiación especial a través de la web. Los clientes pueden conocer al instante el monto máximo de asistencia con una oferta en firme, elegir los productos y armar su propuesta a medida sin adjuntar documentación contable.

Cuotas de mercado activos

Este mercado estuvo enfocado en la Rentabilidad sobre el Capital Regulatorio (RORC, por sus siglas en inglés *Return on Regulatory Capital*) de los clientes de la banca debido al contexto de tasas reguladas y programas de líneas especiales de financiación, donde los principales ganadores fueron los bancos públicos y se volvió fundamental la colocación de activos principalmente en clientes con posibilidad de incrementar el cross. Además, creció la cuota de más de 100 PBS (puntos básicos) y la cartera aumentó hasta superar en un 104% la del cierre del año anterior.

01 Entorno Macroeconómico
02 BBVA Argentina
03 Banca Responsable
04 Solvencia y Desempeño Financiero
05 Negocios y Actividades
06 Transparencia y Control
07 Talento BBVA
08 Contribución a la Sociedad
09 Sostenibilidad Ambiental
Volver al Indice

PyMEs y emprendedores

109.000 clientes PyME

+47.000 nuevos clientes PyME durante 2022

Para BBVA Argentina, la cartera de PyMEs y emprendedores es clave para el crecimiento económico del país. Por eso, ofrece servicios financieros principalmente a las empresas locales de gestión privada y personas físicas con actividad comercial que forman parte de este sector y busca ampliar su base de clientes a partir de una atención diferenciada en toda su red de sucursales y soporte con productos personalizados y soluciones transaccionales.

Esta cartera cuenta con productos de financiamiento, *factoring*, cuentas corrientes, depósitos a plazo, servicios transaccionales y de nómina, seguros y productos de inversión. En 2022, se destacó por su margen de rentabilidad, que superó ampliamente el retorno sobre el capital de los demás.

Además, durante el año se difundió su oferta de valor mediante campañas de comunicación en medios, redes, web y eventos, así como también se buscó captar más clientes por medio de las siguientes estrategias:

- todos los ejecutivos -PyME, de Sucursales y Direct- tuvieron incentivada la adquisición de clientes de Empresas y
- se hicieron acciones de atribución en conjunto con el equipo de Analítica de forma centralizada.

Productos sostenibles

En 2022, el Banco se enfocó en la detección e impulso de las operaciones con destinos sostenibles (energías renovables y alternativas, eficiencia energética, social -salud, educación e infraestructura social-, movilidad, agro y economía circular) y prevé desarrollar soluciones para cada una de las bancas para ampliar su gama de productos financieros sostenibles.

Por otro lado, la Banca de Empresas registró un crecimiento de operaciones como resultado del impulso brindado por el área de negocio, la formación y capacitación recibida en la red y la estructura para la detección de operaciones potencialmente sostenibles. En 2022, se colocaron en ella 50 operaciones sostenibles.

Comex

5.256 clientes operando en comercio exterior

Durante 2022, se destacó la productividad de la **Fábrica Digital Comex** como un modelo de gestión integral del Negocio Comercio Exterior, donde convergen multidisciplinariamente las áreas de Negocio, Productos, Comerciales, Normativa, Operaciones, Sistemas y Procesos. Así, en un contexto de gran volatilidad normativa cambiaria, se pudo conformar una estructura de toma de decisiones en comercio exterior y acompañar con desarrollos de sistemas con visión *end to end* para acercar soluciones a clientes internos y externos para operar en el mercado de cambios. La Fábrica entregó 29 proyectos propios y participó en 4 iniciativas *Single Development Agenda* (SDA).

De esta manera, BBVA Argentina obtuvo destacados resultados como:

- Dólares estadounidenses 6.649 millones (+2 % que en 2021) de flujo en Importación
- Dólares estadounidenses 10.758 millones (+27 % que en 2021). de flujo en Exportación
- Dólares estadounidenses 20 millones en comisiones ganadas
- Dólares estadounidenses 190,2 millones en el cierre de stock de la Cartera Financiera
- Dólares estadounidenses 4,1 millones de margen financiero
- 5,81 % en cuota de financiación dentro del sistema financiero

01 Entorno Macroeconómico
02 BBVA Argentina
03 Banca Responsable
04 Solvencia y Desempeño Financiero
05 Negocios y Actividades
06 Transparencia y Control
07 Talento BBVA
08 Contribución a la Sociedad
09 Sostenibilidad Ambiental
Volver al Indice

Agro

7.668 clientes agro

Durante 2022, la actividad se vio afectada por las restricciones a productores con acopio de soja y trigo para tomar las tasas subsidiadas. Los préstamos en dólares estadounidenses no tuvieron una gran demanda, pero se compensaron con los préstamos en pesos con seguro de cambio. Por otra parte, hacia fin de año y por la propia estacionalidad del sector, la cartera se vio compensada por la toma de deuda en la tarjeta agro.

Entre las principales acciones de esta cartera, se destacaron:

- *upgrades* de límites de las tarjetas,
- inclusión del concepto de precampaña dentro de la política de riesgos,
- desarrollo de préstamos digitales con vencimientos acordes a los productores,
- participación en AgroActiva, y
- avances en el desarrollo del motor agro, a ser implementado en los *dealers*.

Así, en 2022 la cartera dentro de la banca alcanzó el 35 % en la inversión rentable y 10,5 % en clientes. Se vincularon 500 clientes en el año, para llegar a un total de 7.668, con una inversión rentable total superior a los Pesos 60 millones.

Productos transaccionales

Crecimiento en **33.138 productos transaccionales brutos**

Pesos 398.192 millones de flujo transaccional

Los productos de cobro y pago incluidos en esta línea de negocio son los siguientes:

Productos de cobro

Recaudaciones: Recepción de depósitos a favor del cliente Empresa en toda la red de sucursales, autoservicios inteligentes, webs habilitadas y entidades no bancarias, que facilitan la conciliación mediante información online.

Débito directo: Herramienta que permite a los clientes Empresa ordenar débitos automáticos de cuentas de BBVA Argentina o de otros bancos.

PMC: Servicio de cobros mediante la red de cajeros automáticos Banelco y/o internet, "pagomiscuentas.com.ar".

DEBIN: Método de pago que utiliza el mecanismo de transferencias inmediatas entre cuentas, previa solicitud del vendedor y autorización del comprador. Disponible para débitos en pesos y Dólares estadounidenses.

OPENPAY: plataforma de cobro para las empresas, destinada a ampliar el acceso a los pagos electrónicos en comercios, emprendedores y empresas de todo el país.

OPENPAY, la nueva solución de comercio electrónico en Argentina

La llegada de Openpay permite ofrecer diferentes alternativas para que los comercios puedan incorporar los pagos electrónicos en su día a día. El servicio se materializa a través de una app o de la web, y permite la visualización de un panel de control de ventas e información adicional sobre la actividad. Además, opera con OpenControl, un sistema para la prevención del fraude, y cuenta con la certificación ISO 27001 de seguridad de la información.

BBVA Creando Oportunidades

01 Entorno Macroeconómico
02 BBVA Argentina
03 Banca Responsable
04 Solvencia y Desempeño Financiero
05 Negocios y Actividades
06 Transparencia y Control
07 Talento BBVA
08 Contribución a la Sociedad
09 Sostenibilidad Ambiental
Volver al Indice

Flujo acumulado anual en Recaudaciones: **Pesos 1.885.500 millones.**

Productos de pago

Pago a proveedores: Pago de una empresa a sus proveedores mediante el envío de la instrucción de los pagos a través de Net-Cash, canal por donde también puede recibir diariamente la actualización del estado de estos y realizar el seguimiento conciliando la información contable en su sistema de gestión.

Pagos AFIP: Herramienta en Internet que permite a los clientes cancelar sus impuestos, hacer pagos aduaneros y cargas previsionales de manera online, de acuerdo con la reglamentación vigente.

Tranferencias: Operación en la que una persona física o jurídica le ordena al Banco que debite fondos de una cuenta suya y los acredite en una cuenta propia o de otra persona física o jurídica en BBVA Argentina u otra entidad, mediante la Banca electrónica (Net-Cash o Inter-Banking).

Flujo acumulado anual en Pago a Proveedores: **Pesos 1.233 millones**

Tour de Empresas

El Banco realizó por cuarto año consecutivo este evento de *networking* en el cual analiza la coyuntura actual con analistas especializados y hace foco en la relación con sus clientes empresas. El compartir las experiencias con las compañías permite a BBVA adecuar su propuesta financiera a cada región y a cada cliente, y detectar oportunidades de negocio.

El 2022 significó el regreso del Tour a la presencialidad, lo que permitió realizarlo en Mar del Plata, Mendoza, Rosario, Córdoba, Tucumán y Neuquén, ciudad de Buenos Aires y Gran Buenos Aires.

Banca Corporativa

A través del sector *Corporate & Investment Banking* (C&IB), el Banco ofrece servicios a 886 empresas multinacionales, del sector privado local, tanto grandes como medianas empresas, y estatales. Entre los clientes institucionales y gubernamentales se encuentran fondos de pensiones, compañías de seguros y bancos.

En términos de activos, a diciembre 2022 la cartera de Inversión es de Pesos 64.951 millones, lo que significó un aumento del 30,64%, mientras que los depósitos cerraron en Pesos 223.651 millones, en este caso significando un aumento del 95,50%.

Para esta línea corporativa, el Banco se apalanca en la presencia global y la estructura interconectada del Grupo BBVA, cubriendo la línea de negocios corporativa en todo el mundo. Los productos de *Corporate & Investment Banking* incluyen cuentas corrientes, cajas de ahorro, depósitos a plazo fijo y préstamos bilaterales que permiten a los clientes globales tener una financiación estructurada. Además, el Banco ofrece servicios de asesoramiento en fusiones y adquisiciones, ofertas públicas iniciales y financiación de empresas y proyectos.

Por medio de la unidad de tesorería el Banco ofrece servicios de negociación, y también está involucrado en los mercados de capitales, mercados de dinero y mercados de divisas, servicios de intermediación en relación con valores de renta fija, derivados, leasing y servicios fiduciarios.

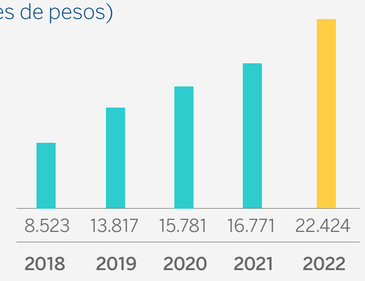
BBVA Argentina continuó liderando la línea de negocio de Banca Corporativa con un muy buen desempeño tanto en el negocio de crédito como en los servicios bancarios transaccionales. Durante 2022 el área se centró en el logro de objetivos estratégicos, que incluyen, entre otros, el liderazgo tanto en Banca Corporativa como en Banca de Inversión, optimización de la asignación de capital y aumento de los márgenes de venta cruzada. El Banco está trabajando para lograr estos objetivos mediante una mayor consolidación comercial, eficiencia de procesos y el establecimiento de relaciones a largo plazo con los clientes.

01 Entorno Macroeconómico
02 BBVA Argentina
03 Banca Responsable
04 Solvencia y Desempeño Financiero
05 Negocios y Actividades
06 Transparencia y Control
07 Talento BBVA
08 Contribución a la Sociedad
09 Sostenibilidad Ambiental
Volver al Indice

Las cuatro áreas comerciales principales dentro de la Banca Corporativa son:

Finanzas Globales

Inversión Rentable IB&F (millones de pesos)

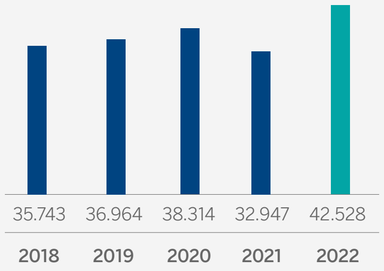


Mercados Globales

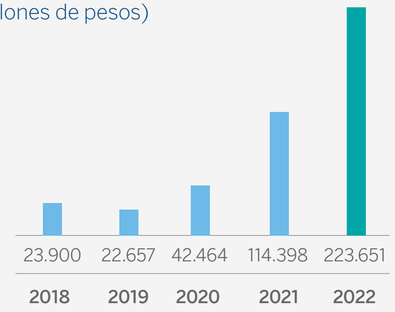
Resultados Global Market (millones de pesos)

Banca Transaccional Global (*Global Transaction Banking*)

Inversión Rentable Global Transaccional Bankig (millones de pesos)



Recursos Gestionados *Global Transaccional Banking* (millones de pesos)



Corporate Finance

Durante 2022, se mantuvo la operación con BBVA Pivot, vigente en 15 países, lo que facilita la gestión diaria de las compañías multinacionales a través de soluciones digitales. Esta solución permite activar los servicios de tesorería en todos los mercados necesarios y por el canal deseado para pagos, cobros, financiación de la cadena de suministro y posición única de cuentas.

BBVA Creando Oportunidades

01 Entorno Macroeconómico
02 BBVA Argentina
03 Banca Responsable
04 Solvencia y Desempeño Financiero
05 Negocios y Actividades
06 Transparencia y Control
07 Talento BBVA
08 Contribución a la Sociedad
09 Sostenibilidad Ambiental
Volver al Indice

Transformación Digital

El Banco continúa en el camino de potenciar sus canales digitales y la venta digital de sus principales productos a partir de una cartera más calificada y productos disponibles sin necesidad de asistencia crediticia.

Para lograrlo, ha transformado la experiencia de gestión en canales de texto de sus clientes mediante la habilitación de nuevas vías de atención a través de WhatsApp y un *chatbot* renovado y robusto para identificar y resolver sus necesidades.

Aumento de la digitalización de operaciones de los clientes.

Salud

BBVA entiende la salud financiera y su mejora, como parte de la responsabilidad hacia sus clientes y la sociedad, pero también como una forma de pensar en el futuro del negocio.

Ser organizado y ejercer una buena administración tiene un impacto positivo en la vida diaria, en la planificación a futuro y, en términos generales, contribuye a un bienestar que se traduce luego en salud financiera.

A través de la App BBVA y la herramienta Mi Día a Día lanzada en 2021, el cliente puede analizar y gestionar sus finanzas personales, y tomar decisiones en base a los datos y reportes generados por la herramienta, que categoriza el 100% de los movimientos de las distintas cuentas y tarjetas de crédito que el cliente tenga a su nombre.

Nuevo modelo de atención al cliente: hacia la digitalización

Más del 85% de los clientes que contactaron al call center, se autogestionaron mediante operaciones del IVR.

35% de los clientes de Alta Renta fueron migrados al Modelo de Atención Remota.

La atención remota de la cartera Clásica se expandió a todo el país.

De acuerdo con su estrategia multicanal y de visión 360, BBVA continuó enfocándose en la experiencia de sus clientes. Por eso, trabajó en el desarrollo de las mejores prácticas para sus canales de contacto, según las necesidades de cada usuario, y se apoyó en la innovación mediante la implementación de nuevas tecnologías y procesos.

Sus principales ejes de acción fueron:

01 ser el mejor banco apalancado en la experiencia de sus clientes,

02 ofrecer las mejores soluciones digitales y

03 ser disruptivo en nuevas formas de hacer.

En 2022, el Banco siguió impulsando mejoras en las experiencias digitales mediante nuevos procesos de gestión remota, una app renovada, más funcionalidades en Banca Online, nuevos canales de autogestión las 24 horas y la transformación de sus sucursales acompañando a los clientes en este periodo acelerado de transformación digital. Para lograrlo:

- continuó con el proceso de transformación de la Red de sucursales, potenciando la gestión de clientes Emprendedores y PyME,
- impulsó la digitalización de clientes,
- reconvirtió los roles de atención para dar un asesoramiento integral,
- transformó procesos presenciales en remotos,
- potenció la gestión personalizada a través del Modelo de Atención Remota y
- fortaleció los canales de atención digital como el *chatbot*, dispositivos automáticos para que el cliente se gestione 7x24.

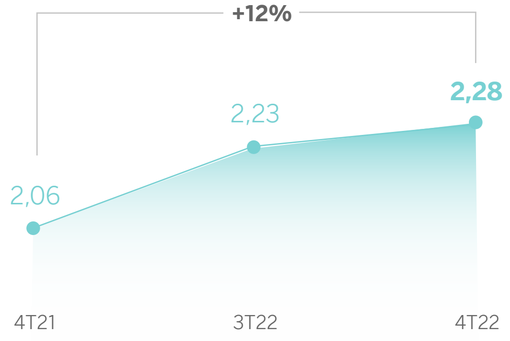
BBVA Creando Oportunidades

01 Entorno Macroeconómico
02 BBVA Argentina
03 Banca Responsable
04 Solvencia y Desempeño Financiero
05 Negocios y Actividades
06 Transparencia y Control
07 Talento BBVA
08 Contribución a la Sociedad
09 Sostenibilidad Ambiental
Volver al Indice

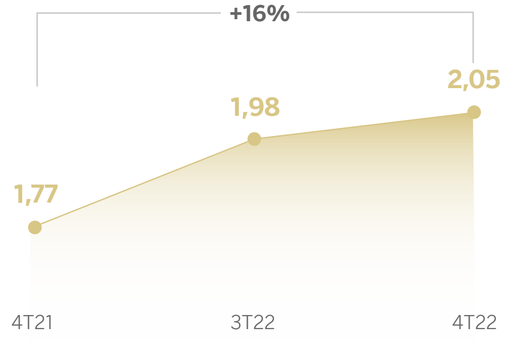
Por otra parte, desde el *call center*, continuó el proceso de migración a canales de gestión automática y se potenciaron las herramientas de gestión de consultas y reclamos en la célula online a través de la implementación de Salesforce.

Con respecto a BBVA Seguros, se renovó la web corporativa que ahora ofrece la contratación de seguros de manera 100% online. Además, el cliente ahora cuenta con un área de autogestión personalizada, en donde podrán revisar la póliza, modificar las formas de pago, hacer denuncias online, entre otras opciones. BBVA Seguros sigue trabajando en el portal de gestión exclusiva para los PAS, con nuevos desarrollos y productos.

CLIENTES DIGITALES ACTIVOS (MILLONES)



CLIENTES MOBILE ACTIVOS (MILLONES)

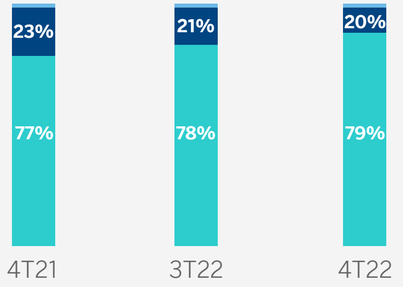


Clientes digitales:
número de clientes minoristas que han ingresado en cualquiera de las plataformas digitales del Banco al menos una vez en cada uno de los últimos 3 meses.

Clientes móviles:
número de clientes minoristas que han ingresado en la app móvil del Banco al menos una vez en cada uno de los últimos 3 meses.Es un sub-grupo de los clientes digitales.

Los canales remotos, con mayor participación que los canales físicos

Transacciones monetarias por canal



Remoto*

ATM+ATS

Cajas

* Incluye banca online y mobile, Net Cash online & mobile corresponsales no bancarios incluyendo MODO
Caja representa menos del 1%

BBVA Creando Oportunidades

01 Entorno Macroeconómico
02 BBVA Argentina
03 Banca Responsable
04 Solvencia y Desempeño Financiero
05 Negocios y Actividades
06 Transparencia y Control
07 Talento BBVA
08 Contribución a la Sociedad
09 Sostenibilidad Ambiental
Volver al Indice

Principales canales de atención digitales

Durante el 2022, con el objetivo de mejorar la experiencia de los clientes, se realizó una importante reingeniería en los procesos de atención de empresas. Se incorporó la priorización de los reclamos y las respuestas a brindar a los clientes. En lo que respecta a la Respuesta de Voz Interactiva (IVR) se realizaron cambios que permiten que los clientes encuentren una respuesta más rápidamente.

También se comenzó a realizar la integración de sistemas de posventa para una mejor identificación positiva de clientes, optimizando los tiempos, ya que no se debe realizar una doble identificación al ingresar al canal.

En la Línea BBVA, se incorporó una nueva opción de autogestión para que los clientes puedan gestionar el bloqueo de sus canales digitales y telefónicos en caso de detectar alguna operación fraudulenta las 24 horas de todos los días de la semana.

Durante el año se registraron un total de 9.124.000 interacciones de clientes, de las cuales el 9% se derivaron a gestión con un operador. De ese total, el 18% ingresaron por el canal de *WhatsApp*, el 32% por la web pública y el 50% desde Banca On Line.

Durante el 2022 ya se estuvo trabajando en el relanzamiento del Chatbot que se realizará el próximo año, con un nuevo formato conversacional más cercano a la experiencia que los clientes quieren recibir.

1.767.463 clientes digitalizados móviles[29]

189.000 nuevos usuarios de canales digitales

84% de los productos se vendieron por canales digitales

62% de clientes digitales sobre el total

29) Incluye clientes que tuvieron al menos un ingreso por mes durante los últimos tres meses del año.

Los principales canales de atención digitales son:

- Línea BBVA
- Banca electrónica
- Banca móvil
- Banca Online
- App BBVA Móvil
- App BBVA Go
- Asistente Virtual a través de WhatsApp

BBVA Creando Oportunidades

01 Entorno Macroeconómico
02 BBVA Argentina
03 Banca Responsable
04 Solvencia y Desempeño Financiero
05 Negocios y Actividades
06 Transparencia y Control
07 Talento BBVA
08 Contribución a la Sociedad
09 Sostenibilidad Ambiental
Volver al Indice

Avances en la Banca Digital

Crecimiento de clientes

189.000 clientes nuevos por canales digitales.

Soluciones de ventas digitales

Lanzamiento de Motor de PYME (Reactivo Web) y Motor de Emprendedores E2E. Rediseño flujo Simulador PP para Clientes, Seguro de Auto, Referidos con Compartir Link y Referidos OM.

Tarjetas de crédito

Se incorporaron 150.600 clientes con un paquete asociado. Se sigue explorando la incorporación de los mismos a través de biometría.

Inversiones

Mejoras en la contratación de diferentes inversiones y la creación del perfil inversor en banca *online*, en conjunto con el equipo de *User Experience*.

Calidad y experiencia del cliente

26% índice de recomendación neta Empresas

26% índice de recomendación neta PyMEs

38% índice de recomendación neta Retail

Desde hace más de diez años, el Banco utiliza la herramienta *Net Promoter Score* (NPS) para validar la alineación entre sus iniciativas y las expectativas y necesidades del cliente.

De este modo, a través de su Comité Estratégico de Experiencia de Cliente, el Banco realiza un seguimiento mensual de los principales *insights* de sus clientes con los puntos de contacto disponibles y los planes de acción de negocio asociados a la mejora de dicha experiencia. En 2022, se impulsó una mejora en el NPS de los clientes Retail y Empresas.

Atención al cliente en Banca Empresa

Durante 2022, BBVA Argentina inició la evolución de su Modelo de Dirección y Gestión en Banca Empresas como palanca clave para conseguir los exigentes objetivos del Negocio.

- El Modelo de Dirección en Banca Empresas ordena la relación entre líderes y colaboradores con el objetivo general de optimizar la ejecución del Modelo de Gestión y la generación de resultados sostenibles en el tiempo.
- El Modelo de Gestión busca ordenar toda la relación con los clientes del Banco a través de hitos y procesos, con el objetivo de conseguir una relación duradera a mediano plazo. El modelo tiene dos pilares: La experiencia del cliente y la productividad.

Para este proyecto, se realizó un diagnóstico completo del estado de la Banca Empresas que permitió detectar las áreas de mejora y las buenas prácticas. En base a este diagnóstico, se determinó un plan de acción de 2 años, que permite tener mejoras en la experiencia del cliente y la productividad desde el inicio de su ejecución.

01 Entorno Macroeconómico
02 BBVA Argentina
03 Banca Responsable
04 Solvencia y Desempeño Financiero
05 Negocios y Actividades
06 Transparencia y Control
07 Talento BBVA
08 Contribución a la Sociedad
09 Sostenibilidad Ambiental
Volver al Indice

Por este motivo, se tomó la iniciativa de cambiar las herramientas actuales con las que cuentan los ejecutivos por un sistema centralizado que permita ver de forma fácil y ágil la información del cliente y por consiguiente poder realizar una mejor gestión de la cartera, mejorando la comunicación y optimizando la oferta de productos bancarios, con el objetivo de conocer la verdadera potencialidad de las carteras actuales y futuras, asegurando la mejor experiencia para los clientes. Esto permite acercar oportunidades comerciales acordes a las necesidades especiales de cada uno.

En este sentido, los Modelos de Atención y Gestión por segmento de clientes evolucionaron con campañas de precalificación y caracterización automática, ampliando los canales de autogestión, lo que genera una reducción significativa en los tiempos de atención. Se implementaron mejoras en los formularios electrónicos para que los clientes puedan ser priorizados según sea la necesidad y se profundizó la autogestión con manuales y videos para que el cliente pueda tener resoluciones rápidas en temas recurrentes.

Gestión de reclamos

476.713 reclamos registrados

10,06 días de tiempo medio de resolución de reclamaciones

34% de reclamos resueltos por *First Contact Resolution (FCR)*

Como parte de lo logros del 2022 en este sentido, se agregaron en Banca Online las siguientes opciones de autogestión para que los clientes operen 24x7:

- Gestión de reclamos por desconocimiento de consumos en tarjeta de crédito
- Gestión de reclamos por promociones no efectuadas.

Por su parte, en cuanto al canal de Célula Online, a partir de enero comenzaron a gestionar clientes a través de un nuevo CRM de Salesforce, lo que asegurará tener una visión 360 de las necesidades y gestiones de los clientes.

01 Entorno Macroeconómico
02 BBVA Argentina
03 Banca Responsable
04 Solvencia y Desempeño Financiero
05 Negocios y Actividades
06 Transparencia y Control
07 Talento BBVA
08 Contribución a la Sociedad
09 Sostenibilidad Ambiental
Volver al Indice

Atención a Sucursales

243
sucursales

881
cajeros automáticos (ATM)

856
terminales autoservicio (ATS)

+5,3 millones
de transacciones mediante cajeros automáticos

+1,7 millones
de transacciones mediante ATS

11,12 minutos
de tiempo de espera en encoladores de sucursales

Más allá de su fuerte apuesta a la transformación digital, el Banco es consciente de la importancia del vínculo presencial con clientes. Por eso, llevó adelante las siguientes acciones en sucursales físicas:

- Finalizó el proceso de reconversión de sucursales tradicionales al nuevo Modelo de Sucursales Digitales. 76 sucursales.
- Potenció la transformación de roles operativos a roles mixtos.
- Incorporó nuevos procesos que facilitan la gestión a distancia mediante identificación facial.
- Continuó el modelo de atención por turnos para mejorar la experiencia de los clientes.

Como parte de brindar un buen servicio de atención al cliente personalizado y en base a sus necesidades, BBVA Argentina incorporó el servicio de intérprete de lengua de señas en colaboración con la organización SEA, Señas en Acción, lo que garantiza la atención inclusiva y accesible de personas sordas o hipoacúsicas tanto en sucursales físicas como digitales.

Sucursales sostenibles

BBVA Argentina inauguró una nueva sucursal sostenible con **32 paneles solares fotovoltaicos.**

La sucursal se sitúa en Río Cuarto, en la provincia de Córdoba y los paneles instalados suman una potencia de 15KW para la generación de iluminación. La instalación también permite inyectar el excedente de energía a la red en caso de baja demanda.

Esto permitirá generar una eficiencia en el consumo, contribuyendo así al cuidado del ambiente, y también ahorro en el gasto eléctrico.

01 Entorno Macroeconómico
02 BBVA Argentina
03 Banca Responsable
04 Solvencia y Desempeño Financiero
05 Negocios y Actividades
06 Transparencia y Control
07 Talento BBVA
08 Contribución a la Sociedad
09 Sostenibilidad Ambiental
Volver al Indice

Ingeniería y Data

La Dirección de Ingeniería y Data de BBVA Argentina planifica y dirige el desarrollo e implementación de herramientas para satisfacer los requerimientos de clientes internos y externos a fin de optimizar el negocio. Asimismo, asegura la ejecución de procesos operativos centralizados y de los servicios necesarios para el normal desarrollo de las actividades del Banco.

También es función de este sector posibilitar la nueva estrategia comercial mediante la transformación de procesos y agilización con ciclos más breves y automatizados de desarrollo de software (DevOps) que mejoran los plazos de comercialización y facilitan la reutilización de componentes más eficientes y flexibles.

Además, busca preservar e impulsar la rentabilidad -aprovechando los nuevos paradigmas tecnológicos, la reingeniería de procesos comerciales y la transformación y excelencia de las operaciones- y apoyar los negocios actuales.

En 2022, se destacaron los siguientes resultados en la transformación de procesos del Banco:

- Autogestión de blanqueo de claves BBVA, de PIN de tarjeta de débito y usuario y clave digital en los canales con comprobación de identidad por biometría con huella y/o facial.
- Validación con firma por biometría facial en contratos desde el móvil.
- Implementación de RPA-*Robotics* para tareas recurrentes.
- *Onboarding* de empleados para modalidad de trabajo full remoto, híbrida o presencial.
- Ventas digitales con controles antifraudes.
- Evaluación de herramientas de gestión de reclamos para su reemplazo por Salesforce.
- Gestión de bajas de productos con integración de criterios y su adaptación a los nuevos plazos fijados por la normativa.
- Análisis de procesos existentes y detección de puntos mejora con herramientas de *process mining*.
- Selección de Salesforce para la gestión de eventos comerciales de Empresas y PyMEs (*Digital Workplace*).

Por otra parte, se avanzó en la **implementación de la nueva plataforma Ether**, que fuera desplegada en 2021 e integra nuevas tecnologías y arquitecturas NextGen para sus equipos de desarrollo tecnológico. A través de ella, se busca reescribir todos los sistemas del Banco para que corran en una nueva tecnología más escalable, económica y eficiente en la nube.

Durante 2022, se trabajó en el circuito de transmisiones de archivos y en el de implementación de mallas control M así como en la conectividad APX con origen. Además, en los proyectos Ether On Going (migración de sistemas Legacy), Steel (proyectos de Reliability) y Horizon se realizaron avances significativos, con más de 250 entregables y la capacitación es de más de 160 personas capacitadas.

BBVA
Creando Oportunidades

01 Entorno Macroeconómico
02 BBVA Argentina
03 Banca Responsable
04 Solvencia y Desempeño Financiero
05 Negocios y Actividades
06 Transparencia y Control
07 Talento BBVA
08 Contribución a la Sociedad
09 Sostenibilidad Ambiental
Volver al Indice

Gestión de Compras

BBVA Argentina cuenta con una variada gama de proveedores. Contrata y adquiere bienes y servicios tanto a grandes empresas como a PyMEs y autónomos de acuerdo con sus necesidades y requerimientos.

El Banco dirige sus procesos de evaluación y selección de los proveedores con criterios éticos, sociales y ambientales para así integrar estos factores y ser responsable con su cadena de abastecimiento.

Selección, contratación y evaluación

Durante 2022 BBVA Argentina continuó trabajando en controles que mejoren el marco de funcionamiento de las compras y contrataciones.

Aunque los principios rectores son los mismos para todo el Grupo BBVA, existe una normativa de contrataciones corporativa que se adapta a cada país y regula la formalización, gestión y aprobación de las compras. Para la selección de sus proveedores, BBVA Argentina centra su búsqueda en aquellos que cumplan con los valores y las pautas éticas que guían su negocio, se valora el cuidado del medio ambiente y se controla el cumplimiento de sus obligaciones impositivas y de la seguridad social. En este sentido, es requisito para avanzar en la evaluación y contratación, la presentación de una declaración jurada por parte de los proveedores en donde se involucren aspectos sociales y ambientales, como la adhesión a los principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas, la garantía de la diversidad y la igualdad de oportunidades en la gestión de los recursos humanos en su empresa, la adopción de medidas en materia de salud y seguridad laboral, la libertad de afiliación y la negociación colectiva, entre otros.

Además, se implementaron controles con el objetivo de reforzar los procesos de aprovisionamiento, los cuáles están vigentes en la herramienta corporativa de Aprovisionamiento GPS (*Global Procurement System*) y permiten identificar gastos gestionables por algún área y eliminar facturas fuera de norma. Esto permite asegurar la trazabilidad de todo el proceso de compras, identificar posibles situaciones de contratación fuera de norma y tomar acciones para corregirlas.

Se encuentra implementado el modelo corporativo de VRM (*Vendor Risk Management*) que unifica criterios por BBVA Holding para todas las geografías, y que constituye el modelo al que son sometidos los proveedores críticos y los que tienen mayores volúmenes de compra. Se continuará trabajando en la incorporación de acuerdo con las normas corporativas.

En este proceso, también se le solicita una declaración jurada a los proveedores en la que indiquen que no hay vinculación entre sus directivos con personal de BBVA Argentina, para cumplir con los puntos de control por conflictos de interés y anticorrupción.

Código Ético de Proveedores

El Código regula los estándares mínimos de comportamiento de los proveedores en materia de conducta ética, social, derechos humanos, y ambiental, e incorpora los principios promovidos por el Pacto Global de Naciones Unidas. A través de estos lineamientos, se busca promover que los proveedores adopten una conducta empresarial responsable hacia sus colaboradores y su propia cadena de valor, actuando en concordancia con los principios establecidos. Se comunica a los proveedores tanto en las cláusulas de las órdenes de compras como en los contratos que se firman.

Consumo responsable

BBVA Argentina promueve las buenas prácticas de contratación dentro de su cadena de abastecimiento, por lo que busca incorporar a aquellos proveedores que tengan una propuesta con impacto ambiental y social positivo. Se comunica el listado de este tipo de proveedores a los distintos sectores para que quienes tengan que hacer una contratación puedan considerarlos y priorizarlos.