

ANEXO

COVID-19

REPORTE DE SUSTENTABILIDAD 2020



Contenido

3. CONTEXTO

3. ¿Por qué el BNA es un actor clave frente a la pandemia?

4. MEDIDAS ADOPTADAS

4. ¿Qué medidas adoptó el Banco para responder a las expectativas y necesidades de sus diferentes grupos de interés?

4. Transformación digital

6. Asistencia financiera covid-19

9. Inclusión financiera

13. Gestión del capital humano

15. BENEFICIARIOS Y RESULTADOS

15. ¿Quiénes fueron los principales beneficiarios de esas medidas y cuáles fueron los principales resultados alcanzados?

16. MiPyMEs y cooperativas de trabajo

18. Familias e individuos

19. Grupos vulnerables

20. Nuestro personal

21. ¿Qué iniciativas estratégicas se impulsaron en materia de diversidad y género?

22. Acción y prevención de violencias

23. Relaciones con la comunidad para la diversidad

23. Políticas internas con perspectiva de género y diversidad

24. Alineación y contribución a los objetivos de desarrollo sostenible

25. DESAFÍOS

25. ¿Qué desafíos se enfrentaron para dar continuidad a las operaciones y qué lecciones se aprendieron durante el proceso?



CONTEXTO

A comienzos del 2020, Argentina se encontraba haciendo frente a una profunda crisis económica y social. Dos meses después, el mundo enfrentaría una pandemia con consecuencias sanitarias, económicas y sociales sin precedentes. Cuando la epidemia de COVID-19 ascendió a la caracterización de “pandemia”, mediante el Decreto N° 260 se estableció la Emergencia Sanitaria por el plazo de un año, seguido a ello y por el Decreto N° 297, se dispuso el “aislamiento social preventivo y obligatorio” (ASPO), por el cual todos los habitantes del país o quienes se encontraban en él, debían permanecer en sus residencias habituales o en el lugar en el que se encontraban y abstenerse de concurrir a sus lugares de trabajo.

La declaración de la actividad bancaria como “esencial” fue un reconocimiento muy importante a la tarea que llevan a cabo las trabajadoras y los trabajadores bancarios.

Todos los integrantes del BNA, asumimos con orgullo la responsabilidad de continuar brindando los servicios en momentos de tan extrema necesidad.

Frente a este contexto, el Banco debió atender dos situaciones de manera paralela. La primera fue responder a la necesidad de readaptarnos para mantener el nivel de operación pre-pandémico y la segunda, fue la necesidad de recrear alternativas para cumplir la principal función del BNA: es decir, ejercer el rol clave como herramienta imprescindible del Estado Nacional, para atender las múltiples demandas socio-económicas generadas por la pandemia.

¿Por qué el BNA es un actor clave frente a la pandemia?

El rol del BNA es promover, a través de sus 751 filiales, el desarrollo económico y social en todo el país, impulsar la producción industrial, sobre todo de las pymes, y colaborar directa e indirectamente en la inclusión financiera y social.

A 130 años de su fundación, el BNA atraviesa un momento de inflexión frente a un contexto de crisis sanitaria y económica suscitada por la pandemia del COVID-19 que le dan, más que nunca, sentido a esta función. El presidente del Banco Nación, Eduardo Hecker, reconfirma el rol protagónico: “es fundamental focalizar los esfuerzos para contribuir al desarrollo económico y social de la Nación” porque “el Banco Nación es la herramienta imprescindible tanto en los tiempos de crisis como para asistir a las empresas para el día después”. Nuestra esencia, es ser un Banco que asiste financieramente a toda la ciudadanía argentina.

MEDIDAS ADOPTADAS

¿Qué medidas adoptó el Banco para responder a las expectativas y necesidades de sus diferentes grupos de interés?

Se adoptaron diversas iniciativas que se pueden agrupar en 4 ejes estratégicos de acción:



Estas medidas, implicaron, entre otras cuestiones, gestionar los aspectos tecnológicos, comerciales y de asistencia financiera, seguridad y gestión del capital humano y, más que nunca, continuar fortaleciendo nuestro compromiso con la inclusión financiera y social en los sectores más vulnerables.

En el BNA promovemos el desarrollo del país, creando valor a partir de una cultura socialmente responsable a través de un Modelo de Gestión Estratégico de Responsabilidad Social y Sustentabilidad.

TRANSFORMACIÓN DIGITAL		
READAPTACIÓN DE LOS CANALES DE ATENCIÓN TRADICIONALES	ADAPTACIÓN DIGITAL DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS BANCARIOS TRADICIONALES	CAMPAÑAS DE CIBERSEGURIDAD
Cajeros automáticos, ATM, home banking, mobile banking, Link Celular, centro de contactos y BNA+.	+ 10 nuevas soluciones digitales desarrolladas.	Sinergia entre bancos públicos y privados #CuidateDeLasEstafas.

El contexto de pandemia implicó un aumento exponencial de las operaciones digitales que fueron acompañadas de importantes mejoras en nuestros servicios. Los hitos más relevantes fueron:

Readaptación de los canales de atención tradicionales

Implicó la adopción masiva de los canales alternativos de atención -no presenciales- por parte de la clientela, en especial las personas adultas mayores y beneficiarias de prestaciones sociales, segmentos históricamente rezagados en la incorporación de nuevas tecnologías. En este sentido, se reasignó personal interno de la entidad, en forma provisoria, para reforzar la atención y focalizar los contenidos con información útil, instructiva y didáctica.

El canal principal transaccional para la persona usuaria fue el sitio web institucional. En ese contexto, muchos procedimientos propios de las sucursales tuvieron que ser digitalizados y adaptados a la operación vía web.

Asimismo, por esta vía se gestionó la solicitud de turnos para la atención presencial en sucursales.

Actualmente el Banco tiene disponibles los siguientes canales electrónicos: Cajeros Automáticos, Terminales de Autoservicio, Home Banking, Mobile Banking (App Banco Nación), Link Celular, el Centro de Contactos y la nueva billetera virtual BNA+.

BNA+

Este año realizamos el lanzamiento de BNA+, nuestra billetera virtual que permite transferir dinero desde el teléfono celular, así como evitar la manipulación de billetes físicos y tarjetas para realizar todo tipo de transacciones financieras.

Entre las principales ventajas de la aplicación se detallan el fortalecimiento del uso de nuevos canales digitales, la mejora en la comunicación con los clientes, facilidad, comodidad y rapidez en la interacción con el Banco, el uso del celular como billetera y la posibilidad de operar sin la manipulación de billetes.

Adaptación digital de los productos y servicios bancarios tradicionales

Se rediseñaron las operaciones que requieren de la visita presencial del cliente a la sucursal, adaptándolas a la atención remota. Esta situación impulsó el desarrollo de nuevas soluciones que hoy en día siguen vigentes. Entre ellas, las siguientes:

- › Apertura y cierre de cuentas por Home Banking.
- › Solicitud de clave Token por Home Banking y Mobile Banking, evitando el traslado a un cajero automático.
- › Autogestión de canales desde opciones personales de Home Banking y Mobile Banking, permitiendo habilitar y/o deshabilitar para realizar transacciones a nivel local o internacional.
- › Blanqueo de claves de cajero automático (PIN y PIL) desde Home Banking y Mobile Banking.
- › Solicitud de bloqueo de Tarjeta de Débito desde Home Banking y Mobile Banking.
- › Modificación de Límite de Extracción Diario de Tarjeta de Débito tanto para Home Banking como para Mobile Banking y aumento masivo de los límites de extracción a \$30.000.
- › Consulta de préstamos desde Home Banking y Mobile Banking.
- › Inversión en Fondos Comunes de Inversión desde Home Banking.
- › Emisión de cheques electrónicos - ECHEQ.

Estas mejoras promovieron el uso de los canales digitales, al tiempo que se evita la acumulación de personas en las inmediaciones de las sucursales.

Campañas de ciberseguridad

Los bancos nos unimos para cuidar a los clientes bajo el lema #CuidateDeLasEstafas. A través de una campaña de ciberseguridad, bancos públicos y privados, junto con sus asociaciones, nos unimos para combatir las estafas virtuales.

Esta acción de marketing sin precedentes contempló alertas en redes sociales, e-mailing y avisos en cajeros automático, con el objetivo de advertir sobre nuevas modalidades de delito virtual que se acrecentaron en pandemia y la necesidad de aprender sobre la confidencialidad de los datos y el correcto uso de las claves personales.

ASISTENCIA FINANCIERA COVID-19

LÍNEAS DE CRÉDITO COMERCIALES Y PERSONALES POR COVID	CAMPAÑA 8K	CONSEJOS CONSULTIVOS REGIONALES DE PYMES
<ul style="list-style-type: none"> > +27 mil préstamos comerciales otorgados por +63 mil millones de pesos . > + 206 mil préstamos personales por un monto de +7 mil millones de pesos. 	<ul style="list-style-type: none"> > 892 empresas revinculadas. > 1.945 nuevas calificaciones crediticias. 	<ul style="list-style-type: none"> > Creación de 37 consejos. > Identificación de necesidades y expectativas del sector. > Diálogo abierto y co-construcción de propuestas.

Líneas de crédito comerciales y personales por Covid

Alineado al Gobierno Nacional, se diseñaron líneas de crédito específicas para aminorar los efectos de la Pandemia, que contaron con criterios especiales destinados a atender a los sectores más golpeados por la crisis sanitaria, sostener los puestos de trabajo y, además, fomentar inversiones estratégicas que promuevan la adaptación y la innovación tecnológica. A continuación, se detallan las más importantes:

LÍNEAS DE CRÉDITO COMERCIALES ESPECIALES POR COVID-19

LÍNEAS DE PRÉSTAMO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD ALTAS	MONTO
ASISTENCIA A MIPYMES FABRICANTES DE ARTÍCULOS ESENCIALES EN EL MARCO DEL TRATAMIENTO DEL COVID 19	Bonificación en la tasa de interés para proyectos de inversión y capital de trabajo. Tasa de interés primeros 12 meses 18% luego tasa BADLAR + 5 p.p.	1.542	\$ 3.325.419.725
NACIÓN A LA DISTANCIA - FOMENTO DE MODALIDAD TELETRABAJO	Financiamiento especial para la compra de insumos tecnológicos. Tasa de interés de 24%.	298	\$226.211.553
ASISTENCIA A MIPYMES DE TODOS LOS SECTORES ECONÓMICOS PARA FINANCIAR CAPITAL DE TRABAJO - COVID19	Financiamiento especial para solventar los gastos necesarios para el mantenimiento de la actividad económica. Tasa de interés 24%.	10.617	\$29.976.708.588
ASISTENCIA A MIPYMES CLIENTAS PARA EL PAGO DE SALARIOS	Financiamiento especial para empresas con convenio de haberes para hacer frente al pago de la nómina salarial. Se financia el monto correspondiente al 100% de la masa salarial bruta mensual de la MiPyMEs. Tasa de interés 24%.	3.989	\$5.082.022.491

LÍNEAS DE CRÉDITO COMERCIALES ESPECIALES POR COVID-19

LÍNEAS DE PRÉSTAMO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD ALTAS	MONTO
ASISTENCIA A COOPERATIVAS DE TRABAJO	Financiamiento especial para solventar gastos de capital de trabajo, con tasa de interés bonificada a cargo de FONDEP.	66	\$126.010.576
ASISTENCIA CREDITICIA A MIPYMES QUE NO CUENTEN CON DEUDA EN EL SISTEMA FINANCIERO	Línea especial para gastos de capital de trabajo. Esta línea permite acceder al sistema financiero a aquellas empresas que se encontraban excluidas. Tasa de interés 24%.	466	\$139.200.000
CRÉDITOS A MIPYMES DEL SECTOR MINERO PARA CAPITAL DE TRABAJO	Financiamiento especial para capital de trabajo, con bonificación de tasa de interés a cargo de FONDEP. Tasa de interés 18%.	8.710	\$20.930.774.967
CRÉDITOS A EMPRESAS PARA EL PAGO DE NÓMINA SALARIAL	Financiación a tasa cero para el pago de salarios. AFIP determina las empresas beneficiarias. La tasa de interés es bonificada por FONDEP con aval de FOGAR.	747	\$ 395.557.883
ASISTENCIA A MIPYMES SECTOR CULTURA	Financiamiento especial para capital de trabajo. Tasa de interés bonificada a cargo de FONDEP.	126	\$ 597.044.008
CRÉDITOS A MIPYMES DEL SECTOR TURISMO	Financiamiento especial para capital de trabajo y gastos de evolución. Tasa de interés bonificada a cargo de FONDEP.	821	\$ 2.887.187.055
	TOTAL	27.382	\$63.686.136.845

- **Créditos a tasa cero con tarjeta de crédito:** este programa de crédito a tasa cero alcanzó a personas adheridas al Régimen Simplificado para Pequeños Contribuyentes y trabajadores autónomos. La AFIP evaluó, en cada caso, el cumplimiento de los requisitos e indicó el monto del crédito a ser otorgado.
- **Financiamiento especial para docentes:** se brindó financiamiento especial al personal docente del nivel inicial, primario, medio y superior no universitario de todas las modalidades, que fueran perceptores del Fondo Nacional de Incentivo Docente (FONID), por un máximo de \$100.000 en 36 cuotas sin interés y en articulación con el Ministerio de Educación de la Nación.

LÍNEAS DE CRÉDITO ESPECIALES PERSONALES POR COVID-19

LÍNEAS DE PRÉSTAMO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD DE ALTAS	MONTO
PRÉSTAMOS A TASA CERO PARA PERSONAS TRABAJADORAS AUTÓNOMAS Y PEQUEÑAS CONTRIBUYENTES	Financiamiento especial, con destino amplio y a tasa cero. Tasa de interés bonificada a cargo de FONDEP.	206.001	\$ 7.725.039.251
PRÉSTAMOS A TASA CERO PARA SECTOR CULTURA	Financiamiento especial a tasa cero. Tasa de interés bonificada a cargo de FONDEP.	766	\$24.344.362
PRÉSTAMOS AL PERSONAL DOCENTE PARA LA ADQUISICIÓN DE COMPUTADORAS PERSONALES	Financiamiento especial a tasa cero. Tasa de interés bonificada a cargo del Ministerio de Educación de la Nación.	23.408	\$2.030.041.064
TOTAL		206.767	\$ 7.749.383.613

Campaña 8K

Tuvo como objetivo la recuperación de empresas que estuvieron vinculadas a crédito y que durante 2018/2020 dejaron de operar. Para ello se seleccionó un universo de 8.500 empresas, y se realizaron acciones comerciales concretas para vincularlas crediticiamente. Como resultado de la campaña, se recuperaron 892 empresas de este universo y se formalizaron 1.945 nuevas calificaciones crediticias.

Consejos Consultivos Regionales para pymes

Se crearon 37 Consejos Consultivos Regionales coordinados por los 23 Centros de Atención Pymes Nación, cuyo objetivo es consolidar el vínculo, asistir y acompañar a las unidades económicas de menor tamaño durante la emergencia sanitaria y proyectar, en conjunto, la salida de la crisis. Cada Consejo tiene a su cargo la tarea de recopilar la información respecto de las necesidades que tiene el sector y de canalizar las distintas propuestas y demandas para promover soluciones eficaces.

En estos espacios, el Banco abrió sus puertas a la escucha de inquietudes de los clientes y la difusión de sus productos, permitiendo poner a disposición sus herramientas y recoger consultas y propuestas de los actores participantes. Estas acciones consolidaron el vínculo entre el Banco y las PyMEs, acompañando del mejor modo a las unidades económicas de menor tamaño para asistirles ante la emergencia sanitaria.

“

Se han organizado más de 370 encuentros de Consejos Consultivos Regionales, contando con más de 450 entidades participantes.

INCLUSIÓN FINANCIERA

ACCESO	USO	EDUCACIÓN FINANCIERA
<ul style="list-style-type: none">› Incremento y refuerzo de puntos de acceso.› Inclusión de grupos no bancarizados.	<ul style="list-style-type: none">› +200% incremento de préstamos solicitados por canales electrónicos.› Lanzamiento BNA+.› Home banking el canal preferido.› Cobertura social (IFE y CUNA).	<ul style="list-style-type: none">› Aprobación del Plan Integral de Educación Financiera BNA 2020-2023.› Convenio con Banco de Desarrollo de Latinoamérica.› Tutoriales educativos, campañas publicitarias y sensibilización.› Educación Financiera en la TV Pública.

Un aspecto clave en contexto de pandemia y en el cual BNA cumple un rol protagónico, es promover el acceso y uso responsable y sostenible, de servicios financieros, a fin de contribuir al desarrollo social, el crecimiento económico y la disminución de la vulnerabilidad de individuos y empresas, a través de la inclusión y la educación financiera. En este sentido, trabajamos alineados a la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera (ENIF) del Estado Nacional.

Enfocamos nuestras acciones en tres variables: Acceso, Uso y Educación Financiera.

Acceso

› **Puntos de acceso:** el BNA presenta Puntos de Acceso en todo el país, por un lado, a través de infraestructura física, contando con 751 filiales de atención y un parque compuesto por 2.769 cajeros automáticos y 600 terminales de autoservicio que se encuentran distribuidos en todas las provincias argentinas.

› **Inclusión de grupos no bancarizados:** impulsamos diversas iniciativas adaptadas a las necesidades de grupos vulnerables y que tienen como objetivo democratizar el acceso y uso de servicios financieros, trabajamos con personas no binarias en el marco de potenciar trabajo, agricultura familiar en colaboración con el Registro Nacional de la Agricultura Familiar (RENAF), y con facilitadores de la Secretaría Nacional de Niñez, Adolescencia y Familia, entre otros.

Además, a través de las tarjetas de débito, sociales y prepagas Ticket Nación, facilitamos el acceso a la ayuda proveniente de los diferentes programas de los Ministerios de Salud, Desarrollo Social, Educación, Trabajo Empleo y Seguridad Social y de la Administración Nacional de Seguridad Social (ANSES).

Estos instrumentos representan una solución administrativa para los Organismos Públicos, para un mejor control y transparencia del manejo del dinero, permitiendo direccionar los pagos por rubro y/o código postal.

Uso

Nuestro mayor desafío es potenciar el uso de los servicios financieros desde una perspectiva integral, federal y sostenible:

› **Billetera virtual BNA+:** esta iniciativa constituye una herramienta de inclusión financiera territorial que llega a todos los rincones de la Argentina y tiene como objetivo que más personas puedan acceder a los beneficios de disfrutar descuentos y ser clientes plenos con todos los derechos del Banco. Permite transferir dinero desde el teléfono celular, así como evita la manipulación de billetes físicos y tarjetas para realizar todo tipo de transacciones financieras.

BNA+ demuestra el compromiso y la responsabilidad de brindar soluciones para todos los actores sociales y llegar a aquellos lugares a donde el resto de las entidades no llegan.

66

Con BNA+, el Banco Nación se instala entre los tres principales referentes del mercado, que concentran el 90% de personas usuarias en todo el país y que contribuyen a profundizar la inclusión financiera en la Argentina por medio del uso de billeteras digitales.

► **Servicios digitales:** para lograr una óptima inclusión financiera de las personas, además de tener acceso a los productos y servicios, aumentamos la utilización de las herramientas disponible de manera integral. Para lograrlo, continuamente mejoramos los servicios digitales y promovemos la mayor utilización de canales electrónicos, entendiendo que de esta manera se maximiza el alcance de nuestros servicios. Durante 2020 se realizaron las siguientes operaciones electrónicas:

CANTIDAD DE OPERACIONES ELECTRÓNICAS

AÑO / CANAL	PLAZO FIJO ELECTRÓNICO	RETIRO DE EFECTIVO	DEPÓSITO EN EFECTIVO	DEPÓSITO DE CHEQUE	PRÉSTAMOS SOLICITADOS
2019	4.323.388	239.337.716	1.362.903	290.261	45.416
2020	4.296.430	234.333.192	2.353.461	526.204	138.922
VARIACIÓN	-0,62%	-2,09%	72,68%	81,29%	205,89%

El Home Banking fue el medio más utilizado para realizar operaciones pagos y transferencias electrónicas. Luego con la aparición de la Billetera Virtual BNA+, con solo cuatro meses de funcionamiento se proyecta como un canal prioritario para la operatividad de las personas.

OPERACIONES ELECTRÓNICAS ESPECIALES POR TIPO DE CANAL

CANAL / OPERACIÓN	PAGOS ELECTRÓNICOS	TRANSFERENCIAS ELECTRÓNICAS
ATM	2.628.273	8.407.564
Home Banking	18.656.971	12.583.607
Mobile Banking	5.746.354	6.413.380
BNA +	132.155	1.161.049

- › **Cobertura Social:** se pusieron a disposición los recursos del BNA para efectivizar las medidas de transferencia de ingresos decretadas por el Gobierno Nacional para paliar los efectos económicos derivados de la pandemia. Estas medidas se constituyeron también como un impulso para la inclusión financiera.

INGRESO FAMILIAR DE EMERGENCIA (IFE)



- › Más de un millón de beneficiarios a través del BNA.
- › Más de 850.000 aperturas de cuentas nuevas.

COBERTURA UNIVERSAL DE NIÑEZ Y ADOLESCENCIA (CUNA)



- › Se abonaron más de 3 millones de beneficios de niñez y adolescencia, a cargo de la ANSES.
- › Se entregaron más de 790.000 tarjetas del Plan Alimentar.

Educación Financiera

A continuación compartimos las principales acciones adoptadas en materia de Educación Financiera, cuyo objetivo es mejorar los conocimientos económicos y financieros de la población, su bienestar financiero y social.

- › **Plan Integral de Educación Financiera BNA (PIEF):** se aprobó el PIEF para el período 2020-2023 con la vocación de extender, democratizar y humanizar el acceso a los productos y servicios financieros. El Plan contempla la creación una Red de Alfabetizadores Financieros BNA, conformada por personas de la red de sucursales, quienes se capacitaron en Educación Financiera y pedagógica para brindar los talleres en sus comunidades.

Este plan incluye el diseño de programas de educación financiera segmentados con objetivos y contenidos específicos según la población destinataria:



- › **Convenio con Banco de Desarrollo de Latinoamérica (CAF):** en septiembre de 2020 el Banco suscribió un Convenio de Colaboración con CAF, con el objetivo de fortalecer de los programas de Educación Financiera del Banco hacia segmentos vulnerables de la población argentina, incluyendo a las personas adultas mayores y beneficiarias de programas de asistencia social. El mismo contempla dos objetivos específicos:

1. Facilitar el aprendizaje de las personas adultas mayores sobre el uso de canales electrónicos y medios de pago digitales.
2. Impulsar estrategias de comunicación masivas destinadas a suprimir barreras de inclusión financiera en personas beneficiarias de programas sociales, relacionadas al uso de los canales y medios de pago electrónicos.

Al finalizar 2020, los equipos del BNA se encontraban trabajando en el desarrollo de las acciones que cumplimentarán estos dos objetivos.

- › **Tutoriales educativos para la comunidad:** las redes sociales fueron, en muchas ocasiones, el primer punto de contacto con los clientes, como vía de comunicación rápida, simple e inmediata. Centrados en la nueva realidad, se llevaron a cabo la producción de contenido audiovisual (tutoriales) y la difusión de mensajes de forma asertiva.

El objetivo principal de estos tutoriales educativos es ampliar el uso de los productos y servicios financieros que el BNA ofrece y mejorar su comprensión por parte de las personas usuarias.

Ingresá a los tutoriales

En la misma línea de acción, se desarrolló una Jornada de Capacitación para Red de Mercados de Cercanía, con transmisión en vivo por YouTube, que contó con la colaboración de la Secretaría de Economía Social, dependiente del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación.

El objetivo de la actividad fue brindar información integral sobre bancarización, productos y servicios básicos del BNA que facilitan la inclusión financiera, y beneficios y funcionalidades de nuestra billetera BNA+. Asimismo, se presentaron los servicios bonificados y la flexibilización de requisitos para la adhesión como comercio de los actores de la economía popular.

- › **Campañas publicitarias y de sensibilización social:** lanzamos una campaña de comunicación en TV y sitios web para promocionar el uso de los canales electrónicos ATM's, TAS, WEB, Home Banking, Apps, etc. El spot televisivo que apelaba a la empatía, con el objetivo de fomentar el uso de estas herramientas, abarcando el mayor universo posible. En el mismo, diferentes personas de todos los rangos etarios, comentaron en cámara, todas las posibilidades digitales para operar con el Banco e incluso hacían referencia a los tutoriales vigentes en el canal de Youtube que explican el paso a paso de este tipo de operaciones. También apelaba a que los ciudadanos se queden en sus casas y culminaba con la frase "Cuidarte es cuidarnos", utilizada en todas las comunicaciones referidas a la pandemia.



- › **Educación Financiera en la TV Pública:** con la Secretaría de Medios impulsamos una campaña de Educación Financiera para la comunidad y, en especial, para las personas adultas mayores. Estos spots contaron con la conducción de Virginia Lago, quien, a través de su empatía y sencillez, brindó tips para usar los canales electrónicos y las ventajas de hacerlo sin moverse de casa.

GESTIÓN DEL CAPITAL HUMANO

REORGANIZACIÓN DEL TRABAJO	SERVICIO MÉDICO	CAPACITACIÓN VIRTUAL Y COMUNICACIÓN
<ul style="list-style-type: none">> Atención presencial Protocolo de Sucursales Rotación de personal y cierres preventivos.> Mecanismos para contratación de proveedores.> Trabajo con acceso remoto.	<ul style="list-style-type: none">> Servicio Médico preventivo y Unidad de Asistencia Médica y Social e Higiene y Seguridad.	<ul style="list-style-type: none">> Transformación virtual del Instituto de Capacitación Malvinas Argentinas.> Cooperación Técnica con la SIGEN.> Refuerzo de la Web institucional.

La situación sanitaria nos obligó a modificar todo nuestro esquema de trabajo, readaptando las operatorias y virando, en la medida de lo posible, al trabajo a distancia. Las medidas más representativas implementadas como respuesta a las múltiples necesidades en la gestión del capital humano en el marco de la pandemia, fueron:

Reorganización del trabajo

Para la **atención presencial**, se desarrolló un **Protocolo en Sucursales** que recopila los aspectos centrales que hacen a la atención de clientes, conformación de equipos de back up, medidas de higiene y limpieza, principales novedades normativas, como así también, toda cuestión que se relacione con el correcto accionar durante la jornada laboral.

Este protocolo se actualiza semanalmente y constituye una guía de aspectos que deben tenerse en cuenta en la atención en Sucursales.

Frente a los potenciales contagios, se facultó a las Gerencias Regionales y Zonales, a evaluar la conveniencia de formar **equipos de back up en la red de sucursales** con las particularidades y posibilidades de cada una de ellas. Esto permitió mantenerlas operativas en caso de detectarse algún contagio y evitar cierres prolongados.

Frente a la ocurrencia de un caso en sucursal y para garantizar la continuidad de la operatoria, se estableció un procedimiento de cierre preventivo de 24 horas para la desinfección y la posterior apertura con el equipo de back up. Asimismo, se priorizó la recarga de cajeros automáticos y redireccionamiento de la operatoria de la clientela hacia sucursales del radio cercano.

Por otro lado, la atención por turnos en sucursales conllevó el desafío de tener que redirigir a las personas usuarias hacia los canales digitales o no presenciales. El Centro de Contactos fue uno de los principales receptores de estos clientes. Por este motivo, se dispuso incrementar las funcionalidades del Centro y se sumaron nuevas posiciones que permitieron responder al incremento de los niveles de operación. También, para disminuir la carga operativa de las Sucursales, se creó un nuevo equipo de trabajo encargado de brindar atención y respuesta a los reclamos registrados.

Asimismo, se implementaron diferentes mecanismos para **contratación de proveedores**. La concurrencia presencial se redujo solamente al acto de apertura de la licitación o concurso y también, en caso de requerirse, a la vista del expediente en etapa de preadjudicación. A su vez, con el objetivo de reducir la circulación y proteger tanto al personal BNA como de las empresas proveedoras, se habilitaron los canales electrónicos para actividades desarrolladas anteriormente presenciales y se simplificaron algunos procesos.

Otro gran desafío que tuvimos, fue llevar al Banco **a trabajar de manera remota y desde casa**. Se redujo la dotación presencial de personal tanto en la red de sucursales como en casa central y se reorganizaron las dinámicas de trabajo, adaptamos mecanismos y optimizamos las plataformas de acceso virtual a fin de sostener nuestra presencia y asistencia ante las necesidades de cada uno de nuestros clientes, internos y externos, aun desde la virtualidad.

Servicio médico

Todos los cuidados, protocolos y decisiones sanitarias estuvieron a cargo de la Unidad de Asistencia Médica y Social e Higiene y Seguridad en el Trabajo, la cual mantuvo –y mantiene– una guardia permanente en el Servicio (personal médico y de enfermería). Más allá de la atención de pacientes, brindan asesoramiento, contención y acompañamiento presencial y telefónico a empleados y funcionarios, ante las demandas por COVID.

- › Se crearon protocolos sanitarios de higiene y seguridad para aplicar en la nueva modalidad de trabajo en forma presencial en todos los puestos de trabajo, para empleados, contratistas, proveedores y clientes, actualizado permanentemente de acuerdo con los nuevos conocimientos científicos y ampliando su contenido ante las nuevas situaciones de medidas preventivas y manejo de casos.
- › Se crearon espacios de aislamiento transitorios para la persona febril detectada al ingreso a la sucursal (empleado, cliente, proveedor, personal de vigilancia, policial y de limpieza) hasta que la recibe la atención del equipo.
- › Se construyeron dos consultorios para atención de pacientes febriles, con ventilación natural.
- › Se asesoró sobre la adquisición de elementos de protección personal (EPP).
- › Se respondieron y responden consultas sobre casos COVID del personal, contratistas y contactos estrechos con clientes, sobre situaciones personales, deficiencias de atención sanitaria en el país y tipos de estudios y testeos, brindando la orientación correspondiente ante cada situación.
- › El equipo de Psicología atiende consultas telefónicas que requieren contención y asesoramiento relacionado directamente con esta situación excepcional y sorpresiva, que impacta directamente en el estado emocional del personal.
- › Conforme el Protocolo, reciben la denuncia de casos COVID sospechosos / confirmados/ contactos estrechos y se realizan todas las indicaciones pertinentes según la situación.

Capacitación virtual y comunicación interna

El **Instituto de Capacitación Malvinas Argentinas** aceleró el proceso de transformación virtual de los programas contemplados en el Plan de Capacitación 2018/2020, cuya metodología principal era hasta el comienzo de la pandemia, el aprendizaje en el ámbito aula/presencial.

Por otro lado, desde **Comunicación Interna** construimos puentes entre las personas y el BNA, resaltando los valores que nos unen. A través de los diversos canales digitales, brindamos contención, información y distribuimos material de concientización y de utilidad operativa. Desde donde el principio de esta pandemia resaltamos un espacio en nuestra página web interna en donde se detallan todas las acciones realizadas.

Estar cerca y al servicio de las personas fue nuestra principal tarea para transitar un recorrido con el mismo rumbo y acceder a la información para acompañar, haciendo viables los planes y objetivos del Banco.



BENEFICIARIOS Y RESULTADOS

¿Quiénes fueron los principales beneficiarios de esas medidas y cuáles fueron los principales resultados alcanzados?



En el BNA entendemos que la participación e inclusión, total y efectiva, de todos los grupos de la sociedad, incluidos los grupos vulnerables¹, ofrece y aumenta las oportunidades de desarrollo tanto para las organizaciones como para las personas implicadas. Como organización socialmente responsable promovemos la igualdad de oportunidades y el respeto para todos los individuos.

Identificamos cuatro grupos prioritarios donde enfocamos nuestras iniciativas para dar respuesta ante las diversas necesidades suscitadas por la crisis sanitaria y económica de la pandemia y que se alinean a diferentes expectativas globales definidas mediante los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas en la Agenda 2030.



1. Según la ISO 26000 de Responsabilidad Social, se entiende por "grupo vulnerable" a "las personas que comparten una o varias características que generan discriminación o circunstancias adversas en el ámbito social, económico, cultural, político o de salud, y que las causan una carencia de medios para hacer valer sus derechos o disfrutar de las mismas oportunidades que los demás".

MiPyMEs y cooperativas de trabajo

› **Asistencia financiera para Mipymes:** a partir de la Emergencia Sanitaria COVID-19, para las empresas, lanzamos diferentes líneas de asistencia a MiPyMEs de todos los sectores económicos para financiar proyectos de inversión, Capital de Trabajo y también para Gastos de Evolución; asimismo, se lanzaron otras líneas más específicas para apoyo al Turismo, para el Sector Cultura, para Fomentar la modalidad de teletrabajo y para el Pago de la nómina salarial, créditos para cosechas, asistencia a microempresas, inversiones, descuentos de cheques y mora.

“

Creamos 10 líneas de financiamiento específicas para el contexto, con 27.382 altas por más de \$63 mil millones de pesos.

“

Apoyamos el Turismo y la Cultura, como actividades esenciales de una sociedad, que atraviesan un difícil momento, debido a la crisis sanitaria.

Además, se lanzaron líneas de Inversión Productiva y otorgaron mejores condiciones para acompañar a este segmento.

“

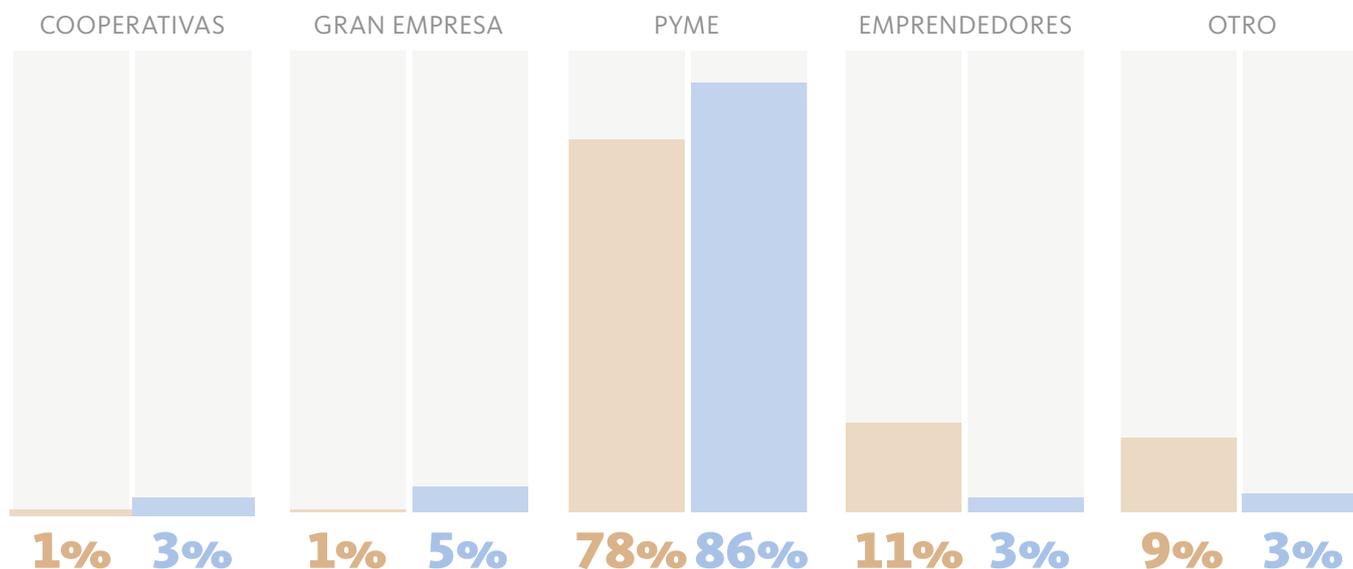
Más de 92 mil MiPyMEs accedieron a financiamiento en el 2020.

› **Inclusión financiera para microempresas:** en alianza con ministerios, diseñamos líneas de préstamos para sectores específicos y mediante la coordinación de acciones con organismos públicos, privados y/o mixtos, ofrecimos asistencia técnica, capacitación y educación financiera a los emprendedores, bonificación de tasas y mecanismos de garantías.

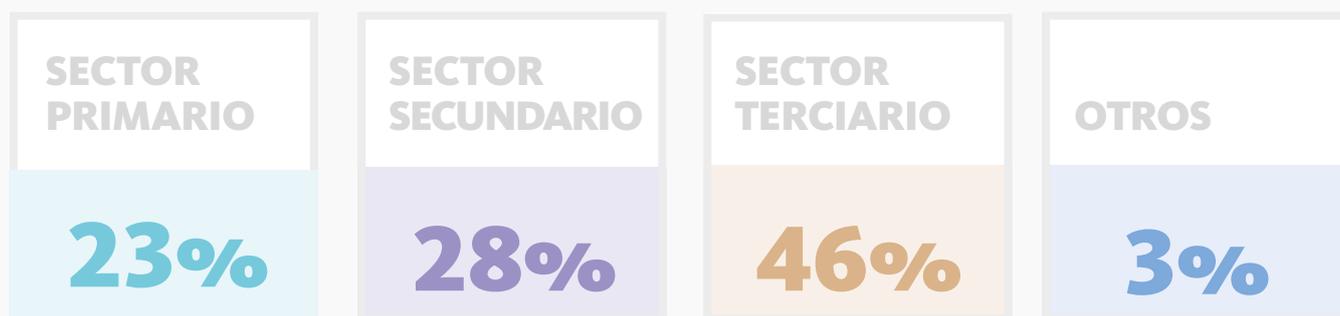
› **Asistencia financiera a cooperativas:** creamos productos diferenciados con beneficios y condiciones particulares para poder hacer frente al contexto. Más de 450 cooperativas, que son parte de la estructura productiva de la Argentina, accedieron a financiamientos particulares.

COVID FINANCIAMIENTO BANCA EMPRESAS Por segmento

CANTIDAD DE ALTAS - MONTOS DE ALTAS PESIFICADOS



COVID FINANCIAMIENTO BANCA EMPRESAS Por sector de actividad



Familias e individuos

› **Asistencia financiera:** además de los préstamos tradicionales, durante 2020 se creó la Reglamentación “Nación Sueldos – Canales No Presenciales”, dando mayor agilidad a la comercialización a través de los canales Home Banking y Mobile Banking (App BNA).

“

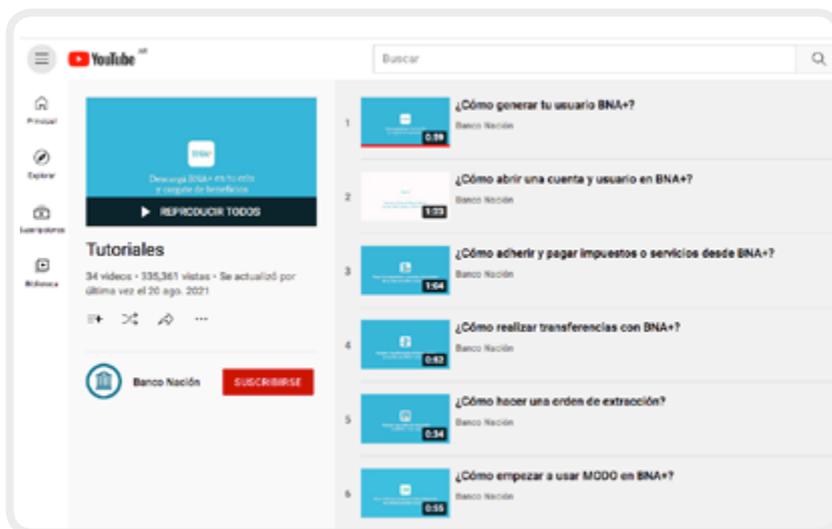
La cartera de préstamos personales del BNA evidenció un crecimiento del 56% entre marzo 2020 y enero 2021.

El difícil contexto que atravesamos, puso de manifiesto la necesidad de desarrollar mecanismos específicos para aquellas personas que no pudieron hacer frente a sus obligaciones. Para esos casos, desarrollamos un mecanismo de refinanciación de deuda específico que ofreció la posibilidad de mantener una relación de fidelidad con nuestra organización y, a la vez, permitió acompañarlos en momentos de adversidad.

› **Inclusión digital:** con foco en la comunidad en general, y en particular en las personas adultas mayores, acompañamos la inclusión digital con tutoriales educativos desde el canal de YouTube. Este servicio tuvo especial valoración en 2020, ya que debido a la situación sanitaria, impulsó a nuevas personas a utilizar los canales digitales.

“

El canal tiene 38 videos tutoriales, de los cuales 18 fueron subidos durante 2020 y tuvieron más de 5 millones de reproducciones.



Con la misma línea de acción, nuestro **Programa de Educación Financiera en la TV Pública**, fue seleccionada por la Editorial Dossier para el Premio “Lápiz de Oro”, uno de los más relevantes del ámbito de las Relaciones Públicas.

Grupos vulnerables

Personas beneficiarias de la cobertura social

- › **Jubilaciones y Pensiones:** realizamos el pago de beneficios de jubilaciones y pensiones de ANSES, cumpliendo con el indelegable rol social de Banco Público Nacional. De esta forma, a diciembre 2020 el BNA materializó el pago de 2.051.945 beneficios de jubilación y pensión, representando el 28% del total que abona la ANSES en todo el país.
- › **Pago de asistencia social:** más de un millón de personas beneficiarias recibieron el Ingreso Familiar de Emergencia (IFE) a través de los distintos canales disponibles (ATMs, bocas de caja o medios electrónicos) del BNA y, además, esta acción, posibilitó la incorporación al sistema financiero de personas no bancarizadas, gracias a la apertura de más de 850 mil nuevas cuentas.
- › **Tarjetas de Débito Sociales:** facilitamos el acceso a la ayuda proveniente de los diferentes programas de los Ministerios de Salud, Desarrollo Social, Educación, Trabajo Empleo y Seguridad Social y de la Administración Nacional de Seguridad Social (ANSES), mediante las tarjetas de débito y las tarjetas prepagas Ticket Nación. Firmamos un convenio de ampliación de los beneficios para las cuentas de planes sociales del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación. Esta acción permitió que las cuentas posean similares características que una caja de ahorro común, pudiendo recibir transferencias y depósitos de hasta cinco salarios mínimos mensuales, conforme normativa del BCRA.
- › **Tarjetas Prepagas - Ticket Nación:** durante 2020 se han efectuado cargas por parte de los organismos públicos por más de \$ 41.700 millones, impulsando de esta manera la inclusión al sistema financiero de la persona titular del beneficio, como así también alentando la economía formal.
 - › **Tarjeta AlimentAR:** se otorgaron, aproximadamente, 790.000 Tarjetas AlimentAR en dos etapas. La primera etapa tuvo diversas modalidades de entrega ya que, promediando las entregas, se dispusieron las medidas del ASPO. Frente a esta situación, realizaron más de 200 operativos de entrega en predios extrabancarios, en coordinación con la red de Sucursales y los Organismos Nacionales, Provinciales y Municipales correspondientes. En cuanto a las altas de la segunda etapa, fueron entregadas directamente a los Gobiernos Provinciales.
- › **Programa Primera Infancia:** junto a la Secretaría Nacional de Niñez, Adolescencia y Familia se incluyó en el sistema financiero a 3.500 personas que cumplen el rol de “Facilitadoras” quienes acompañan a las familias para orientarlas en la resolución o tramitación de situaciones problemáticas que requieran la participación de otras instituciones o actores. Además, se continúan desarrollando productos específicos para este segmento.

Personas no binarias

En conjunto con el Ministerio de Desarrollo Social de la Nación y en el marco del programa Potenciar Trabajo, se realizaron acciones tendientes a resolver barreras de acceso que impedían a personas no binarias acceder al sistema financiero en más de 300 sucursales de todo el país:

- Se colaboró en la recepción de datos y comunicación a sucursales acerca de la apertura de cuentas y se atendieron cuestiones tales como la solicitud de cambio de sucursal o cambio de identidad de la persona.
- Se facilitó el cobro por ventanilla y la entrega de tarjetas de débito a más de 1.500 personas beneficiarias del mencionado Programa.

Agricultura familiar

Mediante un convenio de colaboración con el Registro Nacional de la Agricultura Familiar (RENAF), del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación impulsamos la inclusión financiera de personas productoras que se encuentran inscriptas en el mencionado registro.

- Se abrieron 609 cuentas distribuidas en 20 provincias de nuestro país.
- Para acortar distancias entre las personas beneficiarias, quienes en general pertenecen a poblaciones rurales que se encuentran a distancia de las sucursales, se coordinó una entrega masiva con la colaboración del Ministerio.
- Se diseñó una prueba piloto de entrega de una tarjeta de crédito a alrededor de 200 agricultores familiares, de manera centralizada por un límite de compra de hasta 1 SMVM.

Nuestro personal

Durante el 2020, y ante el nuevo escenario, para hacer frente a la operatividad en todas sus dimensiones, se habilitaron accesos remotos de manera rápida y progresiva, tanto para las unidades de casa central como para la red de sucursales, las gerencias zonales, centros de atención pyme nación y representaciones legales.

› **Equipos de back up y los cierres preventivos:** fueron una solución ante el incremento sostenido de los casos. Por ello se elaboró un protocolo y se aplicaron todas las medidas para proteger a nuestro personal y garantizar la operatoria de la Institución. Cubrimos una guardia presencial desde el primer día en que se instauró el ASPO y trabajamos en forma remota simultáneamente.

“

Se realizaron cierres preventivos en 241 puntos de atención de no más de 72 horas en promedio en el año 2020, siendo el 55% de 24 horas.

› **Unidad de Asistencia Médica y Social e Higiene y Seguridad:** se respondieron miles de consultas relacionadas a la inclusión del personal en grupo de riesgo, con la evaluación de cada caso; se desarrollaron los protocolos de bioseguridad para los profesionales, administrativos y personas que deben ser atendidas en el Servicio Médico; y se asesoró permanentemente sobre el uso de elementos de protección personal (EPP), sobre equipamientos sanitizantes y equipos para ventilación; y se realiza soporte técnico a las distintas Gerencias Zonales y Sucursales, relacionadas con la implementación de las normativas vigentes, así como todo lo relacionado con la investigación de casos COVID-19, junto a la asistencia técnica y operativa de la ART.

Junto a la ART y a la SRT se coordinaron visitas para constatar el cumplimiento de las medidas preventivas en las Sucursales y se efectuó el control de todos los Protocolos de los contratistas del país.

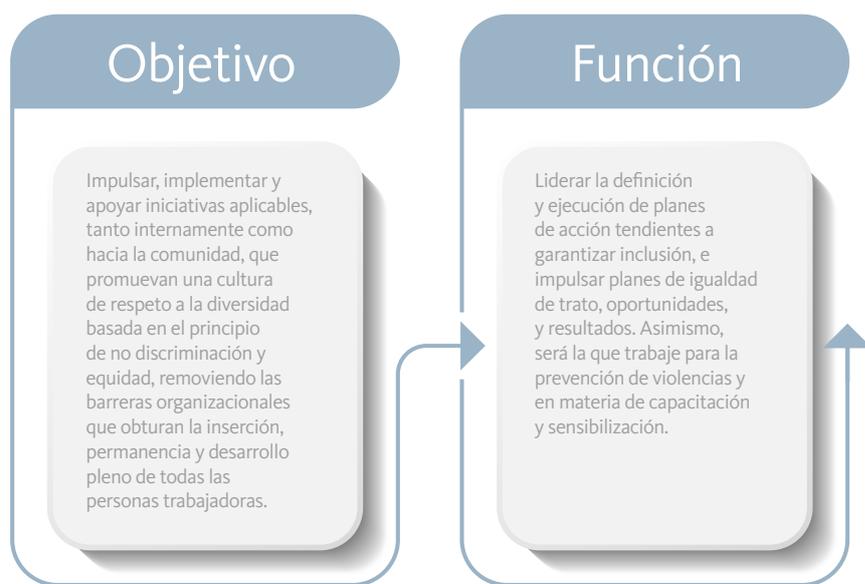
“

En el AMBA, se realizan testeos serológicos al personal con contacto estrecho de los casos confirmados en sus domicilios, con organización, acompañamiento y seguimiento personalizado desde nuestro Servicio de Asistencia Médica y Social.

Para cortar las cadenas de contagio, también, se realiza el testeo serológico de los contactos no estrechos de un caso confirmado, el mismo está a cargo de cada sucursal. Según los informes “positivos”, se instruye la conducta a adoptar, estando todas las sucursales autorizadas a efectuar los testeos serológicos de todo contacto.

¿Qué iniciativas estratégicas se impulsaron en materia de diversidad y género?

Además de las acciones implementadas para dar continuidad a nuestras operaciones y las demandas de nuestros diferentes grupos de interés, debimos responder a un desafío mayor, liderar la aplicación de las políticas públicas respecto a la igualdad y la valoración de la diversidad y la permanente actualización para el abordaje de problemáticas sociales de alto impacto nacional, en especial, la lucha contra la violencia de género. En este marco y alineados con el Gobierno Nacional, se creó la Gerencia de Género, Diversidad y Derechos Humanos².



“

Es así que, desde comienzos de año, nuestro Banco se posiciona como pionero en términos de equidad e inclusión.

Principales ejes de acción

ACCIÓN Y PREVENCIÓN DE VIOLENCIAS

- > PROTOCOLO.
- > ACOMPAÑAMIENTO EN VIOLENCIA DE GÉNERO.
- > CAPACITACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN.

RELACIONES CON LA COMUNIDAD PARA LA DIVERSIDAD

- > PRODUCTOS FINANCIEROS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO.
- > DIVULGACIÓN Y ARTICULACIÓN CON ORGANISMOS.

POLÍTICAS INTERNAS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO Y DIVERSIDAD

- > ESPACIOS AMIGOS DE LA LACTANCIA.
- > CUPO LABORAL PARA PERSONAS TRANS.
- > LA PANDEMIA Y LOS DD. HH.

2. Surge en el marco de la línea de trabajo, a nivel nacional, del Ministerio de las Mujeres, Género y Diversidad creado en 2019, y la promulgación del Plan Nacional de Acción contra las violencias por motivos de género 2020, y de la definición de dar prioridad en BNA, a los Derechos Humanos, en general, y a los Derechos de las mujeres y disidencias, en particular.

Entre las principales acciones debido a la pandemia se destacan:

Acción y prevención de violencias

En este contexto de pandemia, a nivel mundial se evidenció un significativo aumento de los casos de violencia de género.

Protocolo contra la violencia laboral, violencia de género y violencia laboral sobre la base del género:

Se actualizó el Protocolo, reemplazando el tradicional abordaje administrativo, por una consideración profesional y especializada, tratando de generar espacios seguros y confidenciales y reducir instancias que tiendan a la revictimización de las personas denunciantes.

Acompañamiento en violencia de género

- › **Creación de Registro único de medidas cautelares:** a fin de tener conocimiento respecto a si alguna empleada se encontraba en situación de peligro dentro o fuera de su ámbito laboral y, a favor de proteger la integridad física y/o psíquicas, se realizó un relevamiento de medidas cautelares a todas las empleadas del Banco, donde se consultó si tenían restricciones perimetrales o botones antipánico antes de la pandemia con personas que no fueran del banco.
- › **Difusión de canales de comunicación para denuncias por Violencia de Género:** dado que desde la cuarentena las llamadas a la Línea 144³ crecieron un 39 %, difundimos los canales de comunicación:
 - › A nivel nacional, las distintas formas de contacto existentes para denuncias de situaciones de Violencia por razones de género.
 - › En el ámbito laboral, el contacto de la gerencia para el caso de requerir alguna consulta, orientación o denuncias sobre cualquier violencia de género.

Campana #estamos

En acuerdo con el Ministerio de las Mujeres, Género y Diversidad, están disponibles en la Web del Banco las vías de contacto directo para denuncias por situaciones de violencia de género. Esta incorporación resulta fundamental en la lucha contra la violencia de género, ya que nuestro sitio oficial es consultado más de un millón de veces cada día.

Capacitación y sensibilización

Semanas previas al comienzo de la pandemia realizamos la segunda capacitación en la Ley Micaela para el Directorio, Alta Gerencia y personal de Gerencias del interior del país. Participaron el Presidente y Vicepresidente del BNA, el Vicepresidente segundo, la Directora, autoridades y 228 gerentes y gerentas del interior del país.

Asimismo, durante 2020 llevamos a cabo diversos encuentros de Formación y Sensibilización en Género, Diversidades y DD. HH. en todo el país, articulados con representantes del Ministerio de Mujeres, Género y Diversidades.

3

Línea 144: atención, asesoramiento y contención para situaciones de violencias por motivos de género, las 24 horas, de manera gratuita y en todo el país.

Relaciones con la comunidad para la diversidad

› **Asistencia financiera con perspectiva de género:** se trata de un incentivo financiero para las MiPyMEs conducidas o con participación mayoritaria de mujeres en su órgano decisorio, bonificándose la tasa de la línea destinada a capital de trabajo y/o los gastos de evolución.

› Articulación con organismos:



Convenio Marco con el Ministerio de Mujeres, Géneros y Diversidad.

Tiene como objetivo el continuo intercambio de información y asistencia en diversos temas, así como la articulación para capacitaciones que se prevén desarrollar en 2021.



El BNA adhirió a la Iniciativa de Paridad de Género (IPG) que busca cerrar las brechas de género en participación laboral, remuneración y liderazgo.

Bajo la consigna "Sin brecha no hay límite", se inició un proceso de autodiagnóstico sobre las brechas de género existentes en nuestra entidad, el cual permitirá trazar líneas de acción y criterios sobre los cuales profundizar con enfoque transversal dentro de la entidad.

Políticas internas con perspectiva de género y diversidad

› **Cupo laboral para personas travestis, transexuales y transgénero:** en agosto 2020 nos convertimos en la primera institución financiera del mundo con cupo laboral. Firmamos un convenio con la Asociación Bancaria, que posibilitará el ingreso gradual y progresivo al BNA de personas que integran el colectivo trans. Además, se establece la sensibilización y formación de todos los que integramos el Banco, así como de las personas usuarias de nuestros productos y servicios.

› **La Pandemia y los DD. HH. Concurso de arte:** con el aporte de la Fundación BNA, realizamos un concurso con enfoque en Derechos Humanos para el personal y sus familias. Durante este año, las consignas se orientaron al contexto de pandemia y de aislamiento preventivo con el objetivo de concientizar y sensibilizar a través de disciplinas artísticas.

MI APRENDIZAJE EN ESTA PANDEMIA

Concurso de dibujos
para niñez.

243

Participantes de 6 a 12 años.

CUENTOS DE UNA PANDEMIA

Concurso literario
para adolescencia.

51

Participantes de 13 a 18 años.

LA PANDEMIA A TRAVÉS DE MI LENTE

Concurso de fotografía
para personal BNA.

42

Participantes personal BNA.

Alineación y contribución a los objetivos de desarrollo sostenible

A continuación, presentamos un resumen de impactos alcanzados por grupos de interés, considerando la contribución a las siguientes metas globales, definidas por los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 de Naciones Unidas:

GRUPO DE INTERÉS IMPACTADO	INICIATIVAS IMPLEMENTADAS	CONTRIBUCIÓN A METAS DE LOS ODS
MIPYMES Y COORPETATIVAS DE TRABAJO	Asistencia financiera para Mipymes	Meta 9.3
	Inclusión financiera para microempresas	
	Asistencia a cooperativas	
FAMILIAS E INDIVIDUOS	Asistencia financiera	Metas 4.4 y 4.7
	Inclusión digital para la educación financiera	
GRUPOS VULNERABLES	Personas beneficiarias de la cobertura social: Jubilaciones y pensiones, IFE, CUNA, Tarjetas de débitos sociales, Programa alimentar, programa primera infancia	Metas 1.3, 1.4, 1.5, 10.2, 10.3 y 10.5
	Personas no binarias: barreras de acceso en el marco del Programa Potenciar	
	Agricultura familiar: convenio con RENAF.	
NUESTRO PERSONAL	Equipo de backup y cierres preventivos	Metas 8.5, 8.8, 8.10
	Asistencia Médica y Social e Higiene y Seguridad	
GÉNERO Y DIVERSIDAD	Acción y prevención de violencias	Metas 4.7, 5.2, 5.a, 5.c, 8.5, 8.8, 8.10, 10.2, 10.3, 17.16 y 17.17
	Relaciones con la comunidad para la diversidad	
	Políticas internas con perspectiva de género y diversidad	



DESAFÍOS

¿Qué desafíos se enfrentaron para dar continuidad a las operaciones y qué lecciones se aprendieron durante el proceso?

Desde mediados de marzo 2020, todos los procesos de trabajo se vieron afectados por la pandemia. El BNA, con intervención de sus áreas técnicas, debió replantear objetivos y redireccionar esfuerzos muy rápidamente para asegurar la continuidad de una manera segura y resguardar al capital humano.

En un entorno desconocido y cambiante, debimos adaptarnos a nuevas reglas de juego, sin resignar la seguridad y el cumplimiento de la normativa vigente.

El Banco posee una cultura presencial muy fuerte, tanto por parte de usuarios y clientes, como de todo el personal. Así que el primer gran desafío que tuvimos que atravesar fue seguir trabajando de manera remota desde casa. Esto demandó asegurar la conectividad a todos los equipos de trabajo, minimizando el impacto sobre la atención del cliente y el cumplimiento de las responsabilidades laborales.

En simultáneo, debimos adaptarnos a una “nueva forma de hacer las cosas en pandemia”. Fue necesario ajustar procesos y procedimientos y, además, desarrollar e implementar nuevas soluciones digitales.

Otro gran desafío fue responder a los repentinos y permanentes cambios en la regulación, que se tradujeron en una gran cantidad de requerimientos que debían estar implementados de manera casi inmediata, para cumplir con las exigencias de los protocolos.

De cara al cliente, como se comentó en las medidas implementadas, fue necesario rediseñar las actuales operaciones que requerían de la visita presencial en la sucursal, para que soporten la atención remota en un escenario en donde el aislamiento por momentos era obligatorio. Paralelamente, se diseñaron e implementaron nuevos servicios totalmente adaptados a la virtualidad.

Eduardo Hecker, Presidente del Banco de la Nación Argentina, describe los desafíos que supimos atravesar y los por venir, de la siguiente manera:

“

Estos desafíos que tuvimos que atravesar para soslayar los imprevistos que nos presentó la pandemia, pueden verse, hoy, como la oportunidad que trae aparejada la crisis. Esta nueva forma de trabajar, estos avances tecnológicos implementados en tiempo récord, vinieron para quedarse. Somos un banco resiliente, que pudimos, pese a todo estar, acompañar y adaptarnos a esta nueva normalidad. Hemos hecho un trabajo enorme. Un gran esfuerzo. Acompañamos a todos los argentinos y argentinas. Y ese sigue siendo nuestro camino.