

## Premios Eikon 2022

Categoría 7: Comunicación interna  
**#TalentoSupervielle**

Banco Supervielle  
Sector de actividad: Bancaria  
Número de empleados (global): 4000  
País: Argentina  
Web: [www.supervielle.com.ar](http://www.supervielle.com.ar)

Responsable: Mariano Muñiz  
Cargo: Jefe de Comunicaciones  
Teléfono: +5491132290305  
Correo electrónico: [Mariano.Muniz@supervielle.com.ar](mailto:Mariano.Muniz@supervielle.com.ar)

Periodo de ejecución del proyecto: Durante el año 2021  
Ámbito de actuación del proyecto (Nacional, Internacional, o Local): Nacional  
Número de destinatarios del proyecto: 4000  
Equipos/departamentos implicados: Comunicaciones Internas  
Presupuesto destinado:

**Tweet:** En @Supervielle\_ARG consideramos que la evolución ha sido acelerada e incontenible, y la supervivencia de una compañía a lo largo de tantos años tiene como clave la capacidad de transformarse.

### 1) Introducción

Banco Supervielle es el 7º banco privado más grande de Argentina en términos de préstamos y el 10º sumando los bancos públicos. Tiene una larga trayectoria en el sistema financiero argentino con 130 años operando en el país, y una posición competitiva líder en ciertos segmentos atractivos del mercado. El Banco ofrece diversos productos y servicios financieros, diseñados especialmente para cubrir las diferentes necesidades de sus clientes a través de múltiples plataformas y marcas.

El Banco cuenta con presencia directa en las principales regiones y ciudades de Argentina, particularmente en el área metropolitana del Gran Buenos Aires, que es el área más importante a nivel comercial y más altamente poblada de Argentina, y en la región de Cuyo, que incluye a las provincias de Mendoza, San Juan y San Luis. La infraestructura de la que dispone respalda su estrategia de distribución multicanal, con presencia nacional estratégica a través de 282 puntos de acceso, que incluyen 182 sucursales bancarias (78 de las cuales son sucursales bancarias que operan como centros de pago de haberes a jubilados y pensionados), 21 centros de venta y cobro y 79 puntos de venta de Cordial Compañía Financiera ubicados en supermercados Walmart; 522 cajeros automáticos y 209 terminales de autoservicio. Por otra parte, al 30 de septiembre de 2018, Grupo Supervielle también ofrece servicios financieros a través de 62 sucursales de Tarjeta Automática y otros puntos de venta minorista. Con 130 años de trayectoria el Banco cuenta con 4000 empleados que tienen una edad promedio de 36 años

Banco Supervielle encara la Transformación Digital con el objetivo de convertirse en una compañía de procesos ágiles con foco en el cliente, brindando soluciones de valor en un mercado cada día más exigente, altamente competitivo y cambiante.

Para llevar adelante esta campaña desarrolla fuertes campañas en redes sociales internas con el uso de herramientas estratégicas fundamentales como es la implementación de workplace y la generación de influencers que se hacen soporte entre si y traccionan toda la campaña de transformación digital del Banco.

**Estrategia:** En un año donde Banco Supervielle contó su propósito de #ImpulsarTusSueños entendió la necesidad de llevar ese concepto a acciones, y por eso se buscaron espacios donde se pudiera impulsar el talento de los colaboradores, sus pasiones, sus hobbies, generando un lugar de equilibrio y disfrute entre el trabajo y las pasiones, potenciando un buen clima laboral, compañerismo y engagement con la cultura Supervielle. De allí nace #TalentoSupervielle, un concurso de talento para los colaboradores de Supervielle en donde el que lo deseara podría postularse y compartir su talento con toda la organización.

El concurso se realizó enteramente por medio del canal de comunicación interna, Workplace. Se creó un grupo exclusivo para que las personas subieran su postulación como una publicación.

**Acciones:** Para llevar adelante el concurso se abrieron tres categorías para poder participar: **canto, fotografía y multitalento**. Cada participante debía publicar su postulación en una foto o video que no superara los 2 minutos y debía ser un talento que pudieran mostrar en vivo.

La metodología de selección constaba de elegir a 3 semifinalistas por categoría, según la cantidad de “likes” que tuviera su postulación en Workplace, es decir, la selección le correspondía a todo el equipo de Supervielle. Luego, se debían presentar en vivo, y un jurado especial seleccionaría a los ganadores de cada categoría. Todos se llevaban premios.

Para incentivar la participación, se realizaron diferentes videos donde algunos de los jurados y personalidades externas como el del humorista Jey Mammón incentivando a que se sumen al concurso. En estos videos también recordaban la fecha límite para participar y los premios que podrían ganarse al ser elegidos.

**El evento:** Los 9 semifinalistas fueron a la gran final en vivo, un evento que se grabó en un estudio y fue transmitido en vivo por medio de Workplace, para que toda la organización lo pudiera ver y apoyar a sus compañeros.

El evento fue grabado en Buenos Aires, lo que implicó gestionar el traslado de 4 de los 9 semifinalistas, ya que vivían en Mendoza y La Plata.

Cada semifinalista mostró su talento en vivo, y quedó en manos de un jurado, representado por 5 colaboradores de diferentes áreas quienes eligieron al número 1 de cada categoría.

El evento estuvo conducido por el jefe de comunicaciones internas, Mariano Muñiz y contó con la participación del CEO de la compañía Alejandro Stengel.

Además, para hacerlo más interactivo con el público, durante cada presentación se leían los comentarios que las personas dejaban en Workplace con el objetivo de integrar ambos espacios.

Se trató de un evento que representó la cultura y el propósito de la organización, se compartió un resumen del evento en la página web del Banco y en la red profesional LinkedIn.

### **Resultados:**

Los resultados fueron contundentes, el evento despertó furor dentro de la organización, siendo su transmisión la más vista de los dos últimos años. Generó una fuerte empatía en todos los integrantes del banco con relación a la propuesta y consignas estipuladas. En la plataforma interna Workplace hubo **147 postulaciones con 1940 comentarios que generaron 14.213 reacciones**.

Cuando se realizó la transmisión en vivo del evento, **se obtuvieron 2649 visualizaciones con 1064 comentarios y 538 reacciones**. Comparativamente con otros eventos internos contó con la mayor aceptación y participación, logrando un resultado exitoso.