



Premios EIKON 2018



CATEGORÍA 10

Comunicación financiera

NOMBRE DEL PROGRAMA

La comunicación financiera del Grupo Clarín y Cablevisión Holding luego de su escisión

COMPAÑÍA

Grupo Clarín / Cablevisión Holding

ÁREA

Comunicaciones Externas y Relación con los Inversores

RESPONSABLE DEL PLAN

Martín Etchevers, Agustín Medina, Patricio Gentile Nicolás de Anchorena, Nicole Insignares y Tomás Vio

Un twitt:

 "La comunicación financiera del Grupo Clarín busca hacer más transparente la gestión de la compañía"



REPORTE ANUAL 2016





Introducción

El Grupo Clarín, cuya historia se inicia en 1945, es el grupo de medios de comunicación líder de la Argentina y uno de los más importantes de habla hispana. De origen, capital mayoritario y gerenciamiento nacionales, tiene presencia en medios escritos, radio, televisión, Internet y, hasta hace un año, en la industria del cable y la provisión de Internet. A lo largo de todos estos años, el Grupo vivió todas las transformaciones del sector de los medios y del país, adaptándose a los cambios, innovando y apostando a las nuevas tecnologías y los nuevos escenarios de la comunicación. La estrategia editorial y empresarial de los medios de Clarín está sustentada en la independencia económica y periodística, el pluralismo, la innovación, la cercanía con la gente y el compromiso con el país.

Desde el 2007, Grupo Clarín S.A. cotiza en la Bolsa de Buenos Aires y la London Stock Exchange. A diario, gestiona la relación con sus inversores a través de un departamento dedicado al tema, en coordinación con el área de comunicaciones externas del Grupo. La compañía cuenta con dos instrumentos fundamentales anuales que brindan todos los detalles de sus actividades. Por un lado, un **annual report**, que abarca la memoria y balance del Grupo Clarín. Además, informa trimestralmente a sus inversores las novedades de la compañía y mantiene **conference calls** con los mismos. Por otro lado, hace dos años, el Grupo Clarín publica anualmente un reporte de sustentabilidad que complementa la información provista en el **annual report** e informa a los accionistas, inversores y demás **stakeholders** los avances en materia social, ambiental y financiera de la compañía. Todos son puestos a disposición en su página web en español y, para los inversores extranjeros, en inglés. Ambos son diseñados gráficamente por el estudio Chiappini + Becker.

La comunicación financiera y con los inversores del Grupo Clarín siempre buscó transparentar la gestión de la empresa. Poner a disposición la información más completa posible para que cualquiera pueda conocer los detalles del Grupo y de las empresas que dependen de él. En la actualidad, la transparencia en la gestión de la empresa es un atributo fundamental en la valoración de una marca y en su reputación. Para una compañía de medios periodísticos esto es especialmente importante.

En diciembre del 2015 el gobierno argentino dictó un decreto por el cual estableció que, en un máximo de dos años, las empresas de telecomunicaciones estarían habilitadas para brindar servicios de **cuádruple play** (telefonía fija, telefonía móvil, televisión por cable e internet). Esto, que ya sucede desde hace años en la mayoría de los países, había estado prohibido por leyes dictadas en el gobierno anterior.



Durante los últimos veinticinco años, el Grupo Clarín operó en el mercado de las telecomunicaciones brindando servicios de televisión por cable e internet. En ambos mercados logró consolidarse como líder a través de las marcas Cablevisión y Fibertel.

Con miras al nuevo escenario regulatorio, en mayo del 2017 el Grupo Clarín concretó uno de los procesos de transformación más significativos de su historia, escindió sus operaciones de cable y telecomunicaciones en una nueva compañía: Cablevisión Holding, que también comenzaría a cotizar en las dos bolsas de comercio. Este paso le permitió a la empresa tener una estructura más apropiada y flexible para encarar los desafíos e inversiones que demandaría la nueva etapa convergente.

Este proceso implicó un nuevo desafío para la comunicación con la comunidad financiera. A pesar de que el Grupo Clarín era una marca muy reconocida, se debieron comunicar los cambios a los inversores, sin descuidar la información periódica que la compañía emite. A la vez, se establecieron diferencias entre las marcas y se reforzaron los vínculos con la prensa especializada, que demandaba información precisa sobre el nuevo escenario. Por otro lado, existía la amenaza de que el público viera en esta escisión el abandono y desfinanciación de la empresa en la que permanecieron los medios.

Públicos

La comunicación financiera de Grupo Clarín busca alcanzar principalmente a públicos externos. Todos los documentos elaborados buscan ser útiles para la toma de decisiones de los inversores y para los públicos especializados (analistas financieros, periodistas, bancos y demás), pero, además, es un esfuerzo para acercar a la compañía a un público más amplio que muestre algún interés en el Grupo Clarín.

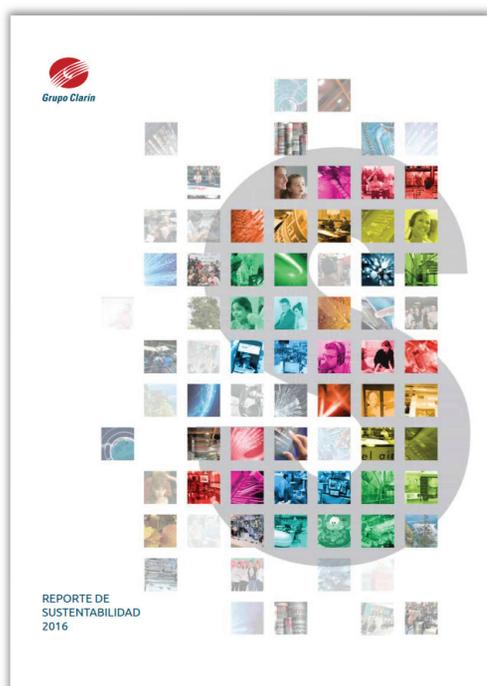


Por otro lado, se publicó el Reporte de Sustentabilidad del Grupo Clarín, que fue elaborado de acuerdo con los requisitos de la Guía G4 de la Iniciativa de Reporte Global (Global Reporting Initiative: GRI), opción de conformidad esencial. Este reporte complementó la información brindada en el reporte anual y sirvió para dar cuenta del desempeño ambiental, social y su relación con la sociedad.

Además, incluyó respuestas de los lineamientos que plantea el Suplemento Sectorial de Medios GRI, y tuvo en cuenta los 10 principios del Pacto Global de Naciones Unidas, compromiso que la compañía firmó en 2004. También se utilizó la Norma Internacional de Responsabilidad Social ISO 26000:2010, como una guía para integrar la responsabilidad social en los valores y prácticas. También, se identificaron los aportes a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), planteados por la ONU.

En términos de estructura, el reporte se organizó para sistematizar los diferentes ámbitos de actuación de la compañía. Así, luego de la carta del presidente y la descripción de la compañía, aparecen los siguientes capítulos: Creación y Distribución Responsable de Contenidos, Desempeño Financiero y Cadena de Valor, Nuestra Gente, Aporte a la Comunidad, Medio Ambiente y Lineamientos Internacionales y Verificación Externa.

Como resultado, las páginas del informe reflejan el balance de lo realizado y las metas para el futuro. Repasan el rol de los medios como vehículos del periodismo profesional, clave para el correcto funcionamiento de la democracia y el desarrollo del país, además de resumir su compromiso con la creación y la distribución responsable de contenidos.



En 2017 se realizaron dos versiones del reporte de sustentabilidad. Una completa que se publicó en formato electrónico (PDF) y una versión resumida de alto impacto visual que compila lo más destacado del informe. Esta última fue impresa y distribuida entre los principales *stakeholders* del Grupo Clarín. Se comunicó el lanzamiento del reporte a través de avisos en el diario Clarín y en la página web del diario.

Todos los documentos elaborados son cargados instantáneamente a la página web del Grupo Clarín, tanto en su versión en español como en inglés.

En cuanto al desafío de la escisión, el primer paso fue el desarrollo de una nueva marca que los inversores reconozcan. Cablevisión Holding S.A. (CVH) nació el 1 de mayo de 2017 y retiene las operaciones de telecomunicaciones y de cable que formaban parte del Grupo Clarín. Junto al estudio Chiappini + Becker, se diseñó la imagen corporativa de CVH. Incluyó un isologo, tipografías, un sitio web y el diseño de toda la papelería institucional.



Al anunciarse la división de las compañías, se comunicó una agenda de conferencia telefónicas abiertas para transparentar las razones que operaron detrás de la decisión de escindir las operaciones de cable de los medios de comunicación. Se invitó a inversores y periodistas especializado. Todo el contenido fue resumido en un documento de PowerPoint que, luego, el departamento de relaciones con los inversores se dedicó a presentar en distintas conferencias financieras y frente a periodistas.

Durante todo el proceso se mantuvieron conversaciones diarias con la prensa especializada y con todos los interesados con el propósito de que la comunicación sea lo más clara y transparente posible.

Luego se procedió a comunicar el comienzo de cotización de la nueva empresa en la Bolsa de Buenos Aires. A final de agosto, CVH debutó en la

bolsa porteña. El evento fue ampliamente publicitado en los medios especializados donde se publicaron varios artículos que hacían referencia al listado. Al toque de campana de CVH asistieron los directivos y accionistas de la compañía, acompañados de los principales inversores y figuras del mercado.





Evaluación

A un año de la escisión del Grupo Clarín en dos compañías se logró comunicar de forma clara, coherente y transparente la operación y las consecuencias de la misma, sin descuidar el reporte trimestral de información, al mercado financiero. Además, se logró una coherencia entre los públicos objetivos y los alcanzados por la comunicación.

Todo el plan de comunicación sirvió para reforzar la imagen del Grupo como una compañía que pone a disposición toda su información relevante. Cada acción realizada aportó para la generación de una estrategia coherente y que ayude a acerca más al Grupo Clarín a sus grupos de interés.

- Elaboración del reporte anual que incluye memoria y balance. Distribuido digitalmente a más de 10.000 personas.
- Elaboración del reporte de sustentabilidad, el primero para una empresa de medios periodísticos. Fue distribuido en forma digital entre más 25.000 personas. Universidades, medios, organizaciones de la sociedad civil, instituciones, periodistas, gobierno y empresas. La edición impresa se entregó a 1.000 líderes de opinión.
- Avisos en Clarín durante una quincena publicitando el lanzamiento del reporte de sustentabilidad.
- Idea y diseño de la imagen corporativa de la nueva compañía y sitio web.
- Notas en los principales medios de la Argentina sobre la escisión y listado en la Bolsa de Buenos Aires.
- Informes trimestrales con las últimas novedades financieras del Grupo Clarín.
- Contacto permanente con periodistas especializados e inversores.