



CONECTANDO EMPRESAS CON ODS | 2024



# INCLUSIÓN FINANCIERA LA

- **Objetivo**  
Reducir la desigualdad en y entre los países
- **ODS Conexos:**  
ODS 4 Educación de Calidad  
ODS 5 Igualdad de Género
- **Tipo de Iniciativa**  
Acción  
Proyecto  
Programa
- **Localización:**
  - Provincias: Buenos Aires, Chubut, Córdoba, Corrientes, La Pampa, Neuquén, Río Negro, Santa Cruz, Santa Fe, Tierra del Fuego

## METAS QUE ABORDA LA INICIATIVA

**Meta 10.2** De aquí a 2030, potenciar y promover la inclusión social, económica y política de todas las personas, independientemente de su edad, sexo, discapacidad, raza, etnia, origen, religión o situación económica u otra condición



# DESCRIPCIÓN DE LA INICIATIVA

La Anónima Fintech (Tarjetas del Mar S.A.), forma parte de la compañía desde el 2009 articulándose como un medio de fidelización para los clientes. Buscamos brindarle al cliente un servicio financiero diferencial, que permita mejorar su experiencia potenciando la sinergia con el retail. Dentro de los servicios financieros encontramos: tarjetas de crédito, préstamos, asistencias y seguros.

Alguna de las acciones y campañas para seguir promoviendo el uso de la Tarjeta La Anónima como medio de pago en las sucursales y en el e-commerce encontramos:

- Actualización de los límites de crédito por inflación y comportamiento.
- Ofrecimiento de financiación diferencial, tanto en sucursales como en el canal online.
- Modelo de scoring utilizando únicamente el comportamiento de consumo dentro del supermercado, para clientes no bancarizados, lo que da mayor impulso a la inclusión financiera.

Campañas de inclusión financiera:

- Destinada a mujeres entre 45 y 60 años sin ingresos comprobables pero registradas en la APP la Anónima.
- Destinada a clientes históricos de La Anónima (consumos mayores a 8 años) sin ingresos comprobables y registrados en APP LA.

Otras campañas tales como:

- Prevención para clientes que realizaron el pago mínimo a través de educación financiera.
- Adhesión a E Resumen

En este camino es que queremos seguir acercando un futuro mejor a nuestros clientes y comunidades, poniendo al cliente en el centro ya que es uno de nuestros principios.

## Barreras encontradas para el desarrollo de las acciones

### SOCIO CULTURALES.

El target al cual apuntamos tiene un porcentaje de informalidad, al no encontrarse bancarizados, por lo que tenemos que ir a detalle bien de la segmentación para poder llegar agregar a un público objetivo y que pueda ser significativo para la campaña de inclusión.

## Contribución de la iniciativa al ODS correspondiente

### USO DE INDICADORES DE GESTIÓN

Cientes históricos sin movimientos registrados:

- Base: 32.900
  - Altas: 140
  - %: 0,4%
  - Retiro (%sobre altas): 124 (88%)
  - Uso (%sobre el retiro): 53 (38%)
  - Triple Impacto Mujeres:
- Base: 9.029
  - Altas: 57
  - %: 0,6%
  - Retiro (%sobre altas): 53 (93%)
  - Uso (%sobre el retiro): 39 (74%)

“ Buscamos brindarle al cliente un servicio financiero diferencial, que permita mejorar su experiencia potenciando la sinergia con el retail.

## Alianzas Estratégicas

- Privadas (Cadena de valor / Joint Venture)

Broker Andino  
Brubank  
Gire S.A.

Lohas  
Trasa

## Cadena de Valor

*Poner al cliente en el centro es uno de nuestros principios que nos impulsa a continuar trabajando por nuestro propósito de “Acercar un futuro mejor a nuestros clientes y comunidades”, en este sentido, queremos romper la barrera de accesibilidad de potenciales clientes de nuestras comunidades para que puedan acceder a comprar productos de la canasta básica y necesarios en su día a día, facilitando su experiencia de compra a través de una herramienta financiera. Además, buscamos promover el uso responsable y consciente de nuestros productos, incentivando la educación financiera de clientes y comunidades para que puedan mejorar su desempeño económico personal.*

# Anexo

- **Acceso de site Triple Impacto**  
<https://www.laanonima.com.ar/evolucionamos/>
- **Acceso a 2° Reporte de Sustentabilidad del Negocio**  
<https://www.laanonima.com.ar/evolucionamos/informe-triple-impacto>
- **Acceso web educación financiera**  
<https://www.laanonima.com.ar/educacionfinanciera/organizacion>



Esta iniciativa se presentó en el marco del programa "Conectando Empresas con ODS" desarrollado por CEADS en alianza con EY Argentina.

COPYRIGHT 2024