



CONECTANDO EMPRESAS CON ODS | 2025



ceads



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.

Algunas de las acciones y campañas para seguir promoviendo el uso de los productos Fintech 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:

Tarjetas de crédito:

- A estudiantes entre 18 y 25 años sin ingresos comprobables y registrados en APP LA.
- A mujeres mayores de 60 años sin ingresos comprobables y registrados en APP LA.
- Destinada a clientes históricos de La Anónima (consumos mayores a 8 años) sin ingresos comprobables y registrados en APP LA.
- A personas que intentaron darse de alta pero no calificaron por ser menores de edad. Se los analizó y preaprobó una vez cumplidos los 18 años.

Préstamos: Destinada a 3 segmentos:

- Base Especialistas BCRA (clientes de Especialistas en electro).
- App Plus, (clientes no bancarizados).
- Base Rechazos (Evaluaciones de TC rechazadas durante 2024)

Otras campañas de Educación Financiera tales como:

- Prevención para clientes que realizaron el pago mínimo a través de educación financiera.
- Adhesión a E Resumen
- Charlas abiertas para clientes y/o colaboradores sobre educación financiera
- Octubre Financiero

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

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 analizar en detalle la segmentación para poder llegar 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

Campañas 2024

- Clientes históricos LA:
- 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%)

Octubre Financiero 2024:

- Webinars dictados: 4
- Personas inscriptas: 453
- Promedio asistentes por webinar: 150
- Visualizaciones por Youtube: 580

Campañas 2025

- Clientes Históricos LA:
- Base: 216.09
- Altas: 534
- %: 2
- Retiro (% sobre altas): 51%
- Uso (% sobre el retiro): 67%

Préstamos:

- Base: 61180
- Préstamos concretados: 82

“ 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 los 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/empresa/triple-impacto/>
- **Acceso a 3° Reporte de Sustentabilidad del Negocio:**
<https://www.laanonima.com.ar/empresa/triple-impacto/reporte-triple-impacto>
- **Acceso web educación financiera:**
<https://www.laanonima.com.ar/empresa/educacionfinanciera/organizacion>



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

COPYRIGHT 2025