

Capítulo General
Categoría 2: Relaciones con la comunidad / RSE

Programa:

CUENTAS SANAS
Tu portal de economía personal y familiar
www.cuentassanas.com.ar

Una iniciativa de Banco Macro
desarrollada por el Área de Sustentabilidad de Banco Macro y
Addkeen Consulting SRL

Responsable: Milagro Medrano

TWEET. El portal Cuentas Sanas brinda las herramientas necesarias
para cuidar la salud económica de personas y familias.

1. Introducción. Planteo y diagnóstico

Banco Macro es la entidad privada con mayor número de sucursales en Argentina. Desde nuestros inicios, estamos especialmente comprometidos con el proceso de inclusión y educación financiera de los ciudadanos, con el objetivo de poner al alcance del mayor número posible de personas los beneficios y las herramientas que brinda el sistema financiero.

Los estudios más recientes muestran con claridad la interrelación entre progreso económico, inclusión social y educación financiera. Aunque esta última es una herramienta privilegiada para promover el desarrollo económico y social, en Banco Macro comprobamos que en Argentina no existían programas de divulgación financiera continuados ni de amplio alcance. Según un reciente estudio de la Corporación Andina de Fomento (CAF), Argentina es uno de los países de la región con un perfil menos relevante en este ámbito. Destaca especialmente la ausencia de recursos para el público adulto; por ejemplo, ni siquiera se podía encontrar un sitio web de referencia sobre economía personal, el primer paso en cualquier estrategia de educación financiera.

Por otra parte, las dudas que suelen plantear los clientes, tanto a través del servicio de consultas como en las sucursales, ponen de manifiesto importantes falencias en el nivel de conocimiento del sistema financiero. Los principales perjudicados por esta situación son los ciudadanos, que hacen un uso incompleto y no siempre óptimo de los productos y servicios bancarios.

En este contexto, para Banco Macro resultó evidente la necesidad de desarrollar y difundir masivamente un portal como Cuentas Sanas, que brinda sugerencias y herramientas prácticas de interés para todas las personas, en cualquier situación o etapa de su vida: empezando a trabajar, al iniciar un emprendimiento, si necesitan buscar un empleo o controlar las deudas, ahorrar para la jubilación, manejar la economía en pareja, criar y educar a sus hijos, etc.

2. Propuesta. Plan de acción

Objetivos y plazos del programa

Aunque el impacto esperado del programa incorpora mejoras cualitativas de compleja valoración (aumento de la confianza y la protección de los consumidores financieros, mejor comprensión del entorno bancario, etc.), se fijaron también algunos objetivos cuantitativos previstos para el 30 de septiembre de este año (seis meses después del lanzamiento, en marzo de 2015).

Para fijar estos objetivos se tomaron como referencia los datos de tráfico y visitas de varios portales internacionales de educación financiera de calidad reconocida. Puesto que todos ellos tienen varios años de vida, los objetivos fijados para los primeros seis meses de Cuentas Sanas son extremadamente ambiciosos: se prevé alcanzar los 3.000 usuarios registrados, un promedio de visitas mensuales en torno a 10.000, un tiempo medio de permanencia superior a 2 minutos y una tasa de rebote de la página de inicio inferior al 60%.

Públicos objetivo y mensajes

El portal tiene una vocación generalista: incorpora herramientas y contenidos para todas las edades, desde los 18 años hasta los adultos mayores. La amplitud del público destinatario obliga a definir una variedad de canales y estrategias de aproximación, por lo que distinguimos cinco categorías de públicos objetivo de la comunicación:

1. Público en general. Son los potenciales usuarios del portal. A grandes rasgos, personas y familias de nivel económico entre medio y medio-bajo, con un grado de bancarización superficial y poco funcional (utilizan sólo los productos y servicios bancarios más básicos, y en muchos casos no comprenden adecuadamente las características o el funcionamiento de los mismos). El principal objetivo de comunicación para este grupo es conseguir que se registren en el portal, lo que permitirá una posterior movilización de los contenidos.

Mensajes clave para este grupo: a) Cuentas Sanas brinda un espacio con utilidad práctica inmediata para todas las personas, con independencia de su edad, nivel formativo, estilo de vida o situación económica, y sin importar si son o no clientes del Banco. b) Cuentas Sanas respeta las elecciones y preferencias personales: en ningún caso se realizan juicios de valor sobre la forma en que cada persona maneja sus recursos. La meta es lograr que las elecciones personales sean conscientes, no debidas al desconocimiento de otras alternativas que podrían resultar más beneficiosas.

2. Referentes y prescriptores. Entidades o profesionales con influencia social en los distintos ámbitos geográficos y grupos de población. Involucrarlos en la difusión del portal aporta un inestimable efecto multiplicador y aumenta la credibilidad de la comunicación para el usuario final.

3. Medios de comunicación, tanto digitales como tradicionales.

Mensajes clave para referentes y medios de comunicación: Cuentas Sanas aspira a facilitar la comprensión del entorno bancario, aumentando el grado de protección de los usuarios financieros. Es el primer portal de Argentina que brinda una base integral de contenidos sobre economía personal y bancarización, con vocación generalista y divulgativa. En este momento, no existe en el país ninguna entidad pública o privada que disponga de un espacio similar.

4. Instituciones nacionales e internacionales comprometidas con la sustentabilidad y con el impulso de la educación financiera y el progreso social.

5. Colaboradores y profesionales de Banco Macro. En especial, el papel de las personas en contacto con el público puede tener gran influencia en la difusión y uso de los recursos del portal.

Mensajes clave para este grupo: Cuentas Sanas brinda herramientas y explicaciones prácticas que muestran las aplicaciones de los productos y servicios bancarios en el manejo de la economía personal, aclarando los conceptos más habituales. Cuentas Sanas no es un portal estático, sino que busca establecer vías efectivas de diálogo y comunicación con los ciudadanos (boletines, línea de consultas sobre vocabulario bancario, etc.)

Canales de comunicación externos e internos

Las estrategias de difusión en línea son claves para garantizar el tráfico y el uso efectivo de la página por parte del público. Sin embargo, el diseño adaptable y el hecho de que muchas personas tendrán más posibilidades de acceder desde el celular nos lleva a conceder también gran importancia a la difusión a través de medios tradicionales.

Los canales online se emplean en comunicación externa e interna: presentación del portal por email a clientes y a empleados/colaboradores del Banco, uso sistemático de Facebook para la difusión del portal y sus contenidos (en las páginas de fans de Banco Macro y de Cuentas Sanas), plan de difusión en medios digitales, enlaces al portal desde la web de Banco Macro, etc. Están en desarrollo otros canales para impulsar la interactividad y la difusión, como un boletín electrónico.

Se comunicó el lanzamiento del portal a través de gacetillas, con reflejo tanto en prensa digital como tradicional, incluyendo referencias y reportajes sobre el portal en webs institucionales como ADEBA o el Instituto Argentino de Responsabilidad Social (IARSE). Con el fin de enfatizar el esfuerzo de Banco Macro para llegar a todo el territorio nacional, se realizó un especial esfuerzo para difundir el portal en Ferino 2015, la Feria multisectorial de Salta: además de una presentación institucional, se desarrolló para el stand de Banco Macro el "Juego de la vida Cuentas Sanas", un entretenimiento familiar basado en los contenidos del portal (el stand recibió el premio al Mejor Stand Descubierta, como se detalla en el apartado de Evaluación y Resultados).

Además, con el fin de destacar el creciente compromiso de la Argentina con la inclusión y la educación financiera, Cuentas Sanas fue incluido en la base de datos de la International Network on Financial Education (OCDE): <http://www.financial-education.org/gdofe.html>

Otra línea de comunicación en la que se está trabajando, con potencial efecto a medio y largo plazo, es el establecimiento de una red de alianzas con organizaciones sociales, escuelas y centros de jubilados, con las que ya se está planificando el dictado de talleres presenciales Cuentas Sanas (a partir de julio 2015), que llevarán los contenidos y recursos del portal a grupos de población y lugares con posibles dificultades de acceso a Internet.

3. Ejecución

Primera fase: Diseño y desarrollo del portal Cuentas Sanas

Segunda fase: Lanzamiento en abierto y presentación pública del portal

Tercera fase: Estrategia de difusión sostenida a medio y largo plazo

Primera fase: diseño y desarrollo de Cuentas Sanas

El portal es el elemento central de la iniciativa y de la comunicación. Sin embargo, de manera paradójica, la propia temática del portal constituye en sí misma un importante desafío a efectos de comunicación. Si bien la necesidad de mejorar la cultura financiera del público es incuestionable, por diversos motivos el dinero es un tema delicado para muchas personas (desconocimiento, desconfianza, condicionamientos culturales, hábitos arraigados, consideraciones emocionales - el manejo del dinero implica decisiones sobre el propio estilo de vida -, etc.).

Anticipando estos obstáculos, tanto las herramientas desarrolladas como la redacción de los contenidos están especialmente cuidados para ir mucho más allá del simple objetivo educativo: reflejan una filosofía basada en comprender las necesidades y percepciones del público sobre el manejo de la economía personal. Esto se traduce en los siguientes aspectos:

1. Respeto a las preferencias y decisiones personales: se brindan al público ideas y posibilidades, evitando juicios de valor.
2. Equilibrio entre divulgación y entretenimiento, con características de gamificación que incluyen la obtención de puntos por todos los hitos de la navegación (el puntaje aumenta cuando se descargan guías prácticas y herramientas, al compartir contenido en redes sociales, con los tests y juegos en línea, etc.). Este enfoque pretende superar el habitual tono pedagógico y básicamente descriptivo de estos portales, poco atractivo para el público.
3. Las ideas y sugerencias brindan respuesta a dudas y situaciones de la vida cotidiana, como reflejan los casos reales interactivos que cierran cada una de las secciones. En la misma línea, se desarrollan recursos y herramientas descargables (guías, simuladores, calculadoras, etc.) que permiten una aplicación práctica e inmediata de los contenidos. Evitamos así las descripciones teóricas abstractas y descontextualizadas, con las que se corre el riesgo de perpetuar la percepción del público de que los temas financieros son inaccesibles y prescindibles.
4. Cuentas Sanas incorpora un contenido pionero en este tipo de portales: junto al habitual Glosario, la sección En Criollo incluye el espacio Contratos Claros, que expresa en lenguaje cotidiano algunas cláusulas relevantes en contratos bancarios de uso generalizado. La redacción del portal evita sistemáticamente el uso de jerga o tecnicismos, salvo que sean de uso común y resulte conveniente su explicación.
5. Para permitir un acceso lo más universal posible, el diseño web es adaptable y se puede visualizar desde cualquier tipo de dispositivo móvil.
6. Con el fin de promover la máxima difusión, los contenidos de Cuentas Sanas pueden compartirse bajo una licencia Creative Commons (Atribución-No Comercial-Compartir igual-4.0 Internacional).

Segunda fase: lanzamiento en abierto y presentación pública

Principales acciones: elaboración de un vídeo institucional del programa, notificación del lanzamiento a medios de comunicación, presentación del portal en eventos y ferias y desarrollo de una estrategia coordinada en Facebook, entre las páginas de fans de Banco Macro y de Cuentas Sanas.

Tercera fase: estrategia de difusión sostenida a medio y largo plazo

La puesta a disposición de contenidos en Internet, con independencia de su calidad y utilidad, no basta para lograr que el público objetivo los conozca y utilice. Aunque se considera un factor positivo la novedad temática del portal Cuentas Sanas en Argentina (en el momento del lanzamiento no existe ningún sitio web de similares características), la experiencia en otros países muestra que los portales de educación financiera no suelen gozar de un tráfico significativo, más allá de las acciones puntuales de mayor impacto. El objetivo para Cuentas Sanas es mantener un esfuerzo sostenido y generar un efecto multiplicador con impacto a medio y largo plazo.

Por eso, el diseño de esta fase, que comenzará a implementarse en junio de 2015, se basa en establecer alianzas estratégicas con organizaciones interesadas en difundir las ventajas del portal, y en poner en marcha nuevas herramientas y mecanismos de interacción con la comunidad, como el boletín electrónico y los talleres presenciales.

Están previstos cuatro tipos distintos de talleres presenciales (cada uno consiste en un kit de recursos y actividades adaptados a las necesidades de los diferentes segmentos del público objetivo), según un calendario establecido con las instituciones interesadas:

Cuentas Sanas sin esfuerzo: público adulto (Julio 2015)

Cuentas Sanas para tu futuro: adultos jóvenes (Agosto 2015)

Cuentas Sanas en tu negocio: emprendedores (Agosto 2015)

Cuentas Sanas y seguras: adultos *mayores* (Septiembre 2015)

4. Evaluación y resultados

Aunque aún no ha transcurrido el periodo inicial de seis meses previsto para la primera valoración de resultados, los datos de tráfico de la página (a través de Google Analytics) muestran una evolución favorable, en la línea de las previsiones.

En los dos primeros meses, el promedio es de 9.000 visitas mensuales. La tasa de rebote es de sólo el 27% (frente a la conservadora previsión inicial de mantenerla por debajo del 60%), lo que indica que la mayor parte de los usuarios navegan más allá de la página de inicio. El mismo comportamiento favorable se observa en cuanto al tiempo de permanencia, por encima de los 5 minutos (frente al objetivo de superar los 2 minutos de permanencia media). Estos datos resultan muy positivos desde el punto de vista cualitativo, ya que indican que la estructura y los contenidos del portal invitan a la navegación.

El número de usuarios registrados previsto para finales de septiembre es de 3.000 personas inscriptas. A mediados de mayo de 2015 ya se superaron los 1.700 usuarios registrados.

También se cumplieron con éxito los objetivos en Ferinoa 2015: el stand Banco Macro Cuentas Sanas, que incluía el "Juego de la vida Cuentas Sanas", ganó el premio al Mejor Stand Descubierta, según los siguientes criterios:

- Cantidad de personas que visitaron el stand
- Calidad e innovación de la propuesta
- Contenido aplicado al público y valor agregado al objetivo común
- Productos y servicios
- Compromiso (calidad de atención de sus recursos, directivos y promotoras)
- Soporte para el público concurrente (material entregado, merchandising y/o soporte educacional, etc.).