

Sustentabilidad en educación:

1) Introducción (planteo y diagnóstico)

[invertirOnline.com](https://invertironline.com) nació el 30 de mayo del 2000 y se convirtió en el primer sitio de trading online en Argentina. A lo largo de los años, se consolidó como una de las plataformas de inversiones líderes más importantes del país, con una gran trayectoria en el Mercado de Capitales, siempre haciendo especial foco en la democratización de las finanzas. Más de 20 años cambiando la forma de invertir de las personas, se traducen en la confianza de los inversores al elegirnos para potenciar sus ingresos. Buscamos que cada vez sean más los que se animan a invertir, ofreciéndoles un marketplace de inversiones simple e intuitivo y fomentando la educación financiera de nuestros usuarios.

Actualmente, **invertirOnline** ofrece en Argentina diferentes alternativas de inversión. Además de poder invertir en Acciones, Bonos, CEDEARs, Fondo Comunes de Inversión y Caucciones, cuenta con gran variedad de productos ideados para que los clientes optimicen sus ahorros. Tal es el caso de Cuenta Remunerada en pesos y dólares, Dólar MEP y la posibilidad de invertir en Estados Unidos, el mercado más grande del mundo.

¿Qué problema identificamos y qué propusimos como solución?

El 2020 marcó un antes y un después en la vida de las personas con la irrupción de la pandemia del Covid-19. Con ella, las prácticas sociales, económicas, políticas y culturales debieron reinventarse conforme con un nuevo esquema de funcionamiento para seguir adelante.

Ante este escenario, marcado por una profunda recesión económica a nivel global y la falta de proyección a largo, mediano e, incluso, corto plazo, desde [invertirOnline](https://invertironline.com) entendimos que es nuestra responsabilidad transmitir los conocimientos y las herramientas necesarias para que las personas puedan tener claridad sobre cómo optimizar su situación financiera.

Para ello, en un contexto de cuarentena y restricciones a la movilidad, comenzamos un ciclo de **Webinars con el objetivo de acercar el Mercado de Capitales a cada vez más personas**, en pos de la inclusión y la democratización de las finanzas.

2) Propuesta/enunciado de campaña (estrategia) Detallar los objetivos impuestos para el programa respectivo, incluyendo lapsos y/o tiempos previstos para su cumplimiento. Identificar los públicos a los que el plan apuntó y el mensaje que era necesario transmitir. Detallar cuáles fueron los canales de comunicación (internos y/o externos) utilizados.

IOL, habiendo nacido 100% digital, ya realizaba contenido online de cara a los inversores. Hasta febrero de 2020, la principal herramienta para hablar de mercado eran las Teleconferencias semanales que se transmitían por YouTube, encabezadas por el equipo de Research. Sin embargo, el enfoque era sustancialmente diferente. Se trataban de charlas con un lenguaje y un abordaje técnico, que funcionaban para un público conocedor y experimentado.

El objetivo de los Webinars y su carácter innovador, fue cambiar radicalmente la estructura de estas Teleconferencias, con contenido en un lenguaje simple, gratuito y abierto para todo aquel que quiera participar, con temáticas de amplísimo espectro, chat con respuestas en vivo y todo esto en un máximo de una hora. De esta manera, logramos brindar conocimiento y herramientas a cientos y hasta miles de personas en simultáneo, desde la comodidad y la seguridad de su hogar.

La plataforma que utilizamos para realizar estos eventos fue DEMIO, que ofrece diferentes recursos que fuimos aprovechando. En primer lugar, cuenta con herramientas para interactuar con el público asistente en el evento, como la posibilidad de hacerles encuestas en vivo para comprender si ya invertían o no, en qué instrumentos, y compartirles links con videos tutoriales directamente desde un chat. En segundo lugar, los inscriptos pueden anticipar sus consultas cuando se inscriben al evento, las cuales relevamos para abordar luego en la presentación.

El plazo inicial del proyecto fue hasta finales del 2020, con la particularidad de ser escalable. Es decir, llegar a cada vez más personas, con el objetivo de incentivar la inclusión y la democratización de las finanzas para que cada vez más personas se animen a invertir.

3) Desarrollo/ejecución del plan (tácticas y acciones) Acciones realizadas que fueron los principales soportes del plan comunicacional. Descripción de los pasos y procesos. Ajustes que se introdujeron durante su implementación. Dificultades encontradas y solución.

Hoy en día, la educación financiera es una materia pendiente no sólo en Argentina, sino también en América latina. Por tal motivo, desde invertirOnline brindamos a través de diferentes canales de comunicación tips de inversión y toda la información precisa para que cada vez más personas se animen a invertir. Esta fue la primera y principal barrera a romper. Para ello, adaptamos temas a un lenguaje sencillo, con expertos capacitados para explicar y responder las inquietudes de los participantes en tiempo real.

También, identificamos momentos clave en las finanzas de las personas, para que conozcan los mejores instrumentos financieros para cuidar sus ahorros y potenciar sus ingresos. Tal es el caso del pago del aguinaldo, hecho que sucede dos veces al año y que tuvo su correlato en dos eventos que realizamos durante el 2020: Maratón IOL 1ra y 2da edición.

Esto consistió en una serie de Webinars consecutivos, a lo largo de dos días, en los que expertos del mercado y las finanzas, tanto de IOL como invitados especiales, recorrieron el camino de la inversión de principio a fin. Desde cómo abrir una Cuenta Comitante, operar Dólar MEP, suscribirse a un Fondo Común de Inversión, hasta cómo invertir en Estados Unidos desde Argentina.

Adicionalmente, después de cada webinar los inscriptos recibieron la charla completa, para verla en caso de no haber podido asistir, como también para volver a mirarla on demand las veces que quieran, para reforzar el conocimiento.

Logramos una masificación de nuestros Webinars mediante una estrategia de comunicación coordinada multicanal. Para ello, utilizamos todos los recursos disponibles en Redes Sociales (Instagram, Twitter, Facebook, Youtube, Spotify), como también mediante envío proactivo de Email y comunicaciones a la prensa.

4) Resultados y evaluación Identificación, análisis y cuantificación de los resultados. Beneficios producidos por la puesta en marcha del plan comunicacional.

Durante el 2020 realizamos 45 Webinars totales (casi 1 por semana), que recibieron más de 80.000 inscripciones (casi 2.000 inscriptos por webinar). A su vez, de los inscriptos casi la mitad informaba no ser clientes de IOL. Así también, las campañas específicas de los eventos de Maratón IOL (realizadas en los meses de cobro del aguinaldo) tuvieron más de 17.000 inscriptos, de los cuales aproximadamente el 40% no eran clientes de IOL.

Estos datos ratifican el interés y la necesidad que tenían las personas de conocer más sobre el mercado, sobre las posibilidades de hacer rendir sus ahorros y capitalizar sus ingresos.

Respecto a la eficiencia de los canales de comunicación, comprobamos que el Email fue una de las fuentes de mayor tráfico e inscriptos en los eventos. Entendemos que este resultado se debe en gran parte a cómo segmentamos a los públicos por Webinar, así como también a cómo identificamos las temáticas para abordar en cada uno.

Los temas que abordamos en los Webinars recorrieron un amplio espectro. Hubo charlas introductorias al mercado, donde expusimos las ventajas de empezar a invertir y los factores a tener en cuenta. También hubo otras donde expusimos la visión de la realidad económica y financiera de nuestros analistas, con las alternativas de inversión más interesantes del momento. Para ejemplificar algunas de las charlas y temáticas abordadas, podemos destacar:

- “¿Qué es Dólar MEP y cómo calcular su cotización?”. Siendo uno de los productos más demandados por los argentinos, sentimos la necesidad de explicar no solamente en qué consiste, sino cómo llevarlo a la práctica, para que todo aquel que quiera operarlo pueda hacerlo.
- “Primeros pasos: tu cuenta de inversión, cómo cargar una orden y mucho más”. En ocasiones, el interés por invertir aparece, pero no saben cómo materializarlo. De hecho, muchos desconocen que la Cuenta no tiene costo de apertura ni de mantenimiento. Por ello, brindamos una charla particular para que sepan el paso a paso de cómo abrir una cuenta de inversión, cómo cursar una operatoria, y qué recursos existen para mantenerse informado.
- “Consejos para nuevos inversores”. Muchas veces las personas siguen consejos de gurúes de las finanzas en las redes sociales, o asumen más riesgo del que pueden o deben. Por ello, consideramos importante armar un webinar especial dando consejos para las personas que se introducen al mundo de las inversiones. Sentirse acompañado es un gran incentivo para dar ese primer paso.
- “¿Qué hacer frente al canje de la deuda?”. La coyuntura atraviesa a las personas, tanto como individuos y/o sociedad. Por esto, cada vez que identificamos situaciones o hechos puntuales que podrían preocupar a actuales inversores, o que podrían

estar desmotivando a personas a entrar al mundo de las inversiones online, nos dedicamos a explicar los factores a tener en cuenta y cómo reaccionar acorde.

- “Alternativas claves para invertir hoy: Perfil Conservador, Moderado y Agresivo”. Construir una estrategia y elegir los activos acordes para llevarla a cabo puede no ser una tarea sencilla. Por ello, acercamos la visión de nuestros expertos a los inversores, no sólo para que vean en qué acción o bono invertir, sino para que entiendan la lógica detrás. Con esto, buscamos que los asistentes puedan llevarse una visión crítica de la realidad, para poder hacer su propio análisis.

La organización de los Webinars también buscó diversidad de voces. Para ello, invitamos a especialistas en diferentes áreas para que compartan su conocimiento con los potenciales inversores. En este sentido, participaron de nuestros eventos profesionales como Santiago Bulat y Diana Mondino, expertos en macroeconomía; Gustavo Neffa, Sebastián Maril y Jorge Fedio, excelentes analistas del mercado.

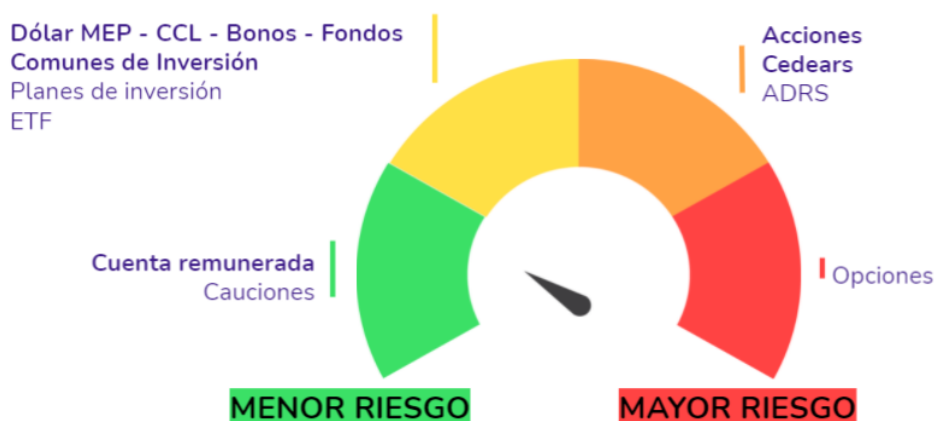
En estas charlas, desde IOL nos posicionamos como mediadores entre el público y el experto, asegurándonos que el contenido sea entendible y, por ende, útil para todos los participantes.

Así también, dentro de la misma estructura de invertirOnline fuimos variando los oradores según la temática del Webinar y el abordaje. Por ejemplo, cuando la charla iba enfocada en enseñar las ventajas de introducirse en el mercado, los speakers eran asesores financieros quienes están en constante contacto con los clientes, siendo que tiene el conocimiento de las dudas y los temores más recurrentes. Así también, cuando la charla iba hacia alternativas de inversión, compartimos la mirada de los miembros de Research, trabajando desde lo visual y desde el lenguaje para que el conocimiento sea aprovechable para todos.

Para asegurarnos que el contenido que generamos sea ameno y apto para todo público, llevamos adelante una tarea de coordinación constante entre los especialistas en mercado y el equipo de comunicación y marketing, que arrojó resultados más que satisfactorios.

Todos los Webinars estuvieron preparados para que el lenguaje utilizado y el detalle de las explicaciones arrojen claridad sobre las temáticas. Así también, cuando sabíamos que el Webinar podía ser complejo, lo avisamos con anticipación y dedicamos mayor tiempo a responder las preguntas, tanto los oradores como también los moderadores a través del chat.

Un ejemplo de recursos visuales que utilizamos en pos de la claridad del contenido, es el caso de productos de inversión divididos por riesgo:



Conclusiones:

Si bien todo este proceso que encaramos estuvo desarrollado en el marco del inicio de la pandemia, entendemos que la democratización y la inclusión financiera son objetivos que exceden a una coyuntura puntual. Se tratan de herramientas indispensables para alcanzar la independencia financiera, para dar previsibilidad sobre nuestro presente y proyectar nuestro futuro. Consideramos que enseñar sobre el mercado y el mundo de las finanzas es una bisagra para las nuevas generaciones, que funciona como trampolín para el desarrollo de proyectos mucho más grandes.

Por esto, creemos que el aporte que logramos en el 2020 llegando a más de 80.000 personas a través de nuestros Webinars es algo que busca un impacto de largo plazo. Para muchos, participar implicó escuchar por primera vez de la Bolsa. Para otros, fue una guía para optimizar sus inversiones. Y para todos ellos, fue un paso muy importante en su formación y la manera de encarar sus finanzas.