

# Bienestar Financiero

Primera medición en Argentina  
Segundo trimestre 2023

Naranja X presenta el impacto que generan  
sus productos y servicios financieros en la  
**calidad de vida de las personas.**

**NaranjaX**

# Índice

Introducción y contexto	03
Sobre el estudio	06
Resultados	06
Comentarios finales	11
Ficha técnica de la investigación	12
Equipo responsable	12



Según el Global Findex 2021 que publica el Banco Mundial <sup>1</sup>, **dos de cada tres personas** en países en desarrollo sienten estrés financiero. Esto significa que experimentan emociones negativas e incluso síntomas físicos frente a los problemas financieros y las dificultades para resolverlos.

Argentina no es la excepción. El actual contexto de crisis económica y social está generando gran preocupación en las personas y condicionando su **bienestar cotidiano**.

En este escenario, con el objetivo de entender mejor la relación entre bienestar y finanzas, en Naranja X profundizamos sobre el concepto de **estrés financiero**, sus motivos y efectos en las personas.

A partir de insights generados por nuestro equipo de Investigación Estratégica, lo definimos como el malestar que experimentan las personas en el día a día a partir de situaciones relacionadas con el dinero, en especial cuando:

- **Deben dedicar mucho esfuerzo y tiempo para decidir en qué gastar, cuándo ajustar, cuándo guardar o cómo ganarle a la inflación.**
- **Les cuesta cubrir sus gastos.**
- **Advierten que hay poco margen para el disfrute debido a limitaciones económicas.**

<sup>1</sup> The Global Findex Database 2021: Financial Inclusion, Digital Payments, and Resilience in the Age of COVID-19

Estas vivencias generan sobrecarga mental y las personas sienten que “la cabeza no para”. También producen sensación de vulnerabilidad, que puede traducirse en irritabilidad, mal humor, apatía y hasta tristeza.

En ciertas ocasiones, las preocupaciones y emociones se trasladan a lo físico, causando síntomas como ansiedad, insomnio, cambio en la presión arterial, entre otras.

### **Tener o no tener dinero influye en la manera de comprar o consumir, en la relación con el entorno y en la construcción de la identidad.**

Así lo explica Natalia Bermudez, Socióloga e Investigadora Estratégica en Naranja X:

*“Como seres humanos, tenemos necesidades de distinto tipo. Hay cuestiones de base, como alimentarnos y vestirnos, y aspiraciones, hobbies y gustos que nos definen desde lo individual. También nos vinculamos con otras personas y queremos ‘sentirnos parte’. En este punto aparecen los estándares de lo que es deseable, propios del grupo al que pertenecemos.*

*Todas estas cosas, que se afectan entre sí y hasta entran en conflicto, están atravesadas por el dinero. Por eso resulta tan determinante: porque hace posible (o no) todo lo que es importante para nosotros”.*



**Gestionar el dinero afecta a las personas en distinta medida** y puede generar sobrecarga emocional y sensación de desprotección. **Las soluciones financieras pueden potenciar o mitigar este estrés.** Eso es lo que busca medir nuestro indicador de Bienestar Financiero.



A partir de este entendimiento, identificamos **tres necesidades financieras** que representan las situaciones cotidianas con el dinero que comúnmente estresan a las personas:

### Alivio

- Aparece cuando logramos que el manejo de nuestro dinero “fluya”. Y para esto, todo tiene que ser simple: simple de hacer, simple de entender, sin esfuerzo ni pérdidas de tiempo. Contar con el apoyo de instituciones financieras en momentos clave es otro factor que proporciona alivio (por ejemplo, cuando necesitamos un préstamo o una tarjeta de crédito).

### Protección

- Tiene que ver con que podamos hacer frente a nuestros gastos esenciales -alimento, abrigo, transporte, etc.- o los que aparecen de manera inesperada. Poder confiar en las instituciones financieras también nos aporta protección porque dejamos de pensar que en cualquier momento nos van a cobrar de más o nos van a retener el dinero que tenemos en una cuenta.

### Disfrute

- Se relaciona con las posibilidades que nos da el dinero disponible para esparcirnos, hacer realidad un proyecto o comprarnos algo que nos gusta mucho. Salir, irnos de vacaciones, convertir un hobby en un emprendimiento o tener un nuevo modelo de zapatillas, son casos comunes de lo que nos hace disfrutar.

**Estas necesidades son las que se informan en nuestro Indicador de Bienestar Financiero.**

En línea con nuestro propósito de promover la inclusión y educación financiera, en Naranja X nos propusimos dos objetivos principales con esta primera medición de Bienestar Financiero:

- Brindar información relevante y confiable que permita comprender el **impacto de las soluciones financieras en la calidad de vida** de las personas, específicamente en relación al estrés y bienestar financiero.
- Ampliar el común **entendimiento de inclusión**, centrado en la cantidad de personas usuarias que tienen por primera vez productos financieros y la habitualidad con que los usan.

Con este enfoque inédito y 100% cliente-céntrico, asumimos el desafío de medir la “calidad de la inclusión” que promovemos y buscamos:

- Aportar una nueva mirada a la conversación pública sobre la inclusión financiera.
- Dimensionar nuestro impacto social positivo como empresa.



### ¿Qué rol cumplen los productos financieros en el día a día de las personas?

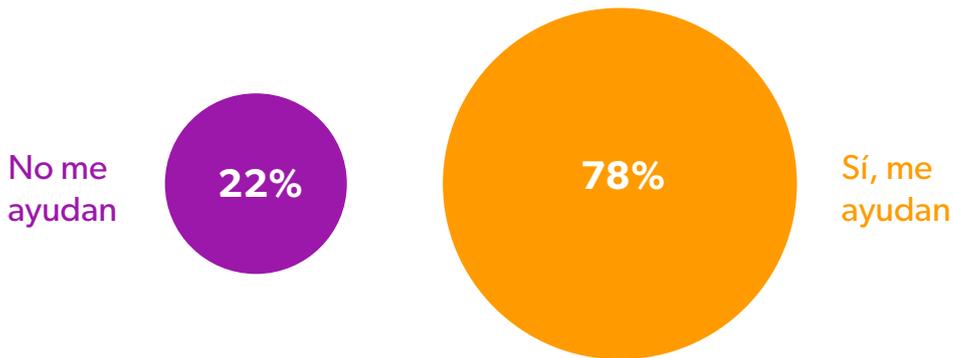
En Naranja X investigamos cómo pueden aportar bienestar o estrés financiero.



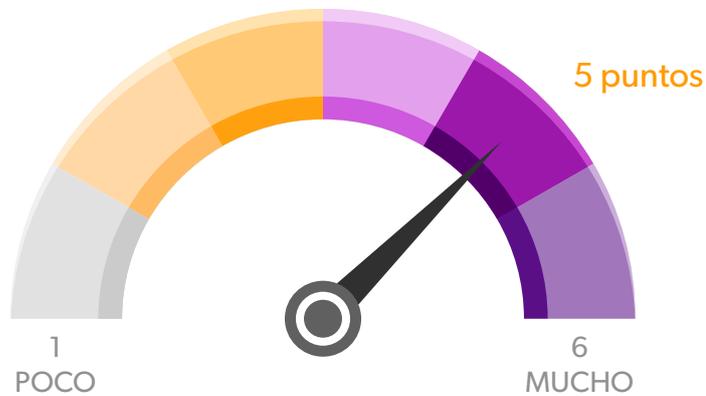
## Nuestro aporte al bienestar: ¿Ayudamos? ¿Cuánto?

En términos generales, **nuestras soluciones hacen un aporte importante a la gestión cotidiana del dinero.**

¿Sentís que nuestros productos/servicios te ayudan?



¿Cuánto te ayudan nuestros productos/servicios?



Esta medición fue realizada entre el 6 y el 16 de abril de 2023. **Se consultaron a 4.937 personas** de todo el país, usuarias de al menos un producto de Naranja X (cuenta remunerada y/o tarjeta de crédito).

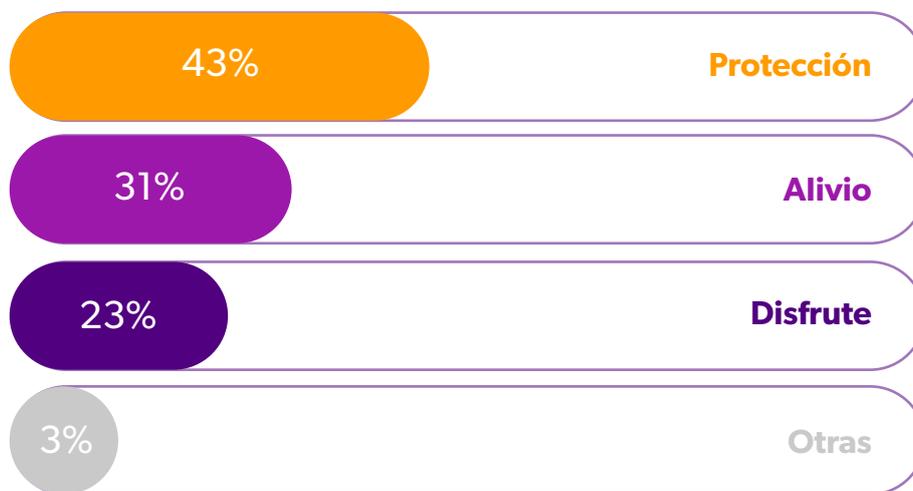


## Nuestro aporte al bienestar:

### ¿En qué ayudamos?

En el contexto actual, **quienes tienen nuestros productos destacan la protección que les damos.** También aportamos a su alivio y disfrute, aunque en menor medida.

Ranking de necesidades atendidas por NX



### Un poco de contexto:

La situación económica y laboral de las personas en Argentina es el marco que le da sentido a este ranking liderado por la necesidad de protección:

**El 80% vive mensualmente con \$166.000 o menos.**

(INDEC, EPH 4º trim 2022, ajustado por evolución del ingreso a abril 2023).

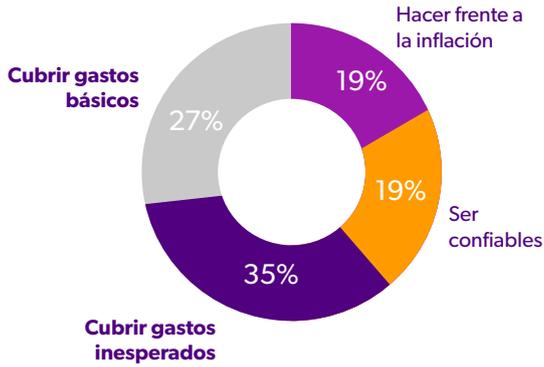
**El 74% de quienes trabajan son asalariados.** Entre ellos, casi 4 de cada 10 son informales.

(INDEC, EPH 4º trim 2022)

A marzo 2023, **las personas que trabajan en la informalidad son quienes perdieron mayor poder adquisitivo:** sus ingresos crecieron 81% en el último año, mientras que la inflación alcanzó el 104%.

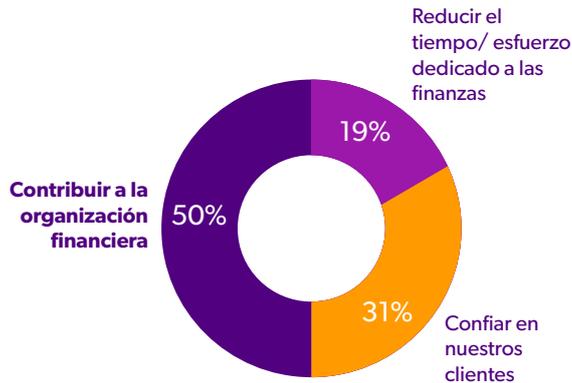
(INDEC, Índice de salarios e IPC - Marzo 2023)

## Protección



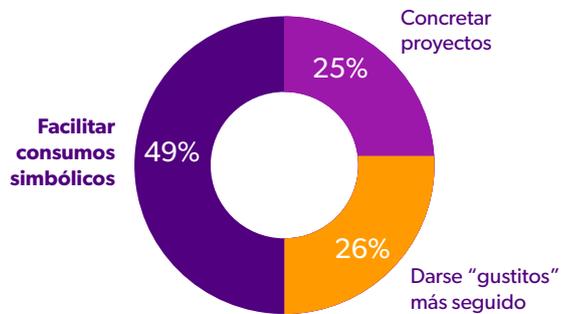
Posibilitamos consumos esenciales y estamos presentes en las urgencias.

## Alivio



Simplificamos el seguimiento de gastos y la toma de decisiones con el dinero.

## Disfrute



Brindamos acceso a consumos que refuerzan la identidad y pertenencia de las personas.

### Para comprender el panorama:

Las respuestas previas se vinculan de cerca con la situación presupuestaria actual del común de las personas en Argentina:

**El 76% declara tener dificultades financieras y el 62% ha "recortado" sus gastos** (lo cual afecta especialmente los gastos "no esenciales", como esparcimiento y cuidado personal).

Win World Survey 2022 (Encuesta Global sobre el costo de vida).

## Nuestro aporte al bienestar: ¿Cómo ayudamos?

**La tarjeta de crédito y los préstamos** son los productos que más contribuyen al bienestar: quienes tienen crédito con Naranja X ponen mayor énfasis en la ayuda que les brindamos.

¿Sentís que nuestros productos/servicios te ayudan?

Sí, me ayudan



Todos los clientes de Naranja X



Solo clientes de Naranja X con tarjeta de crédito o préstamos

A partir de los resultados de este estudio, desde Naranja X nos animamos a reflexionar sobre el rol que tienen nuestros productos y servicios en la vida de las personas usuarias.

Nos preocupa el nivel de estrés que generan las finanzas en Argentina hoy y trabajamos puertas adentro para mitigarlo tomando como base la información que nos brinda la medición de Bienestar Financiero.

También, es nuestro interés compartir algunas reflexiones:

1. La **inclusión financiera** requiere que más personas tengan acceso a productos para gestionar el dinero adaptados a sus necesidades. Entender el papel que juegan esas soluciones en relación al estrés financiero abre la posibilidad de trabajar para que las finanzas formales apuntalen el bienestar.
2. Destacar que el **valor entregado** excede los productos financieros y las funcionalidades tecnológicas que los acompañan. Los servicios complementarios, nuestra capacidad de sorprender y nuestra destreza para generar vínculos sólidos con las personas usuarias son parte del "combo". En el contexto actual, signado por la desconfianza hacia las instituciones financieras y niveles de digitalización cada vez más altos, la educación financiera y la atención al cliente se perfilan como elementos destacados para elevar el valor de las soluciones financieras
3. Comprender que el **impacto** de lo que hacemos es un componente necesario de la **salud de los negocios financieros**. Ganar un lugar en el día a día de las personas y aportar a su bienestar incentivan el uso de los productos, permiten explorar nuevas formas de diferenciación en el mercado y favorecen el sostenimiento de resultados económicos alentadores en el tiempo.



**El acceso al sistema no es suficiente,** podemos apuntalar la calidad de vida con lo que hacemos.



### **Unidad de análisis**

Las conclusiones de este estudio se aplican a personas físicas (individuos).

### **Alcance / Población**

Clientes de toda Argentina y de cualquier género que tengan al menos 1 producto de Naranja X (tarjeta de crédito / cuenta remunerada).

### **Muestra**

Aleatoria estratificada por tenencia de productos  
n = 4.937 (nivel de confianza = 99% / error = 2%)

### **Recolección de datos**

Cuestionario semiestructurado on line implementado entre el 6 y el 14 abril de 2023.

## **Equipo de trabajo | Naranja X**

Natalia Bermudez  
Gabriel Escanés  
**Investigación Estratégica**

Pablo Bocco  
Marybel Alvarez Gatti  
Emilia Ganem  
Pía Lopez Tillard  
**Innovación Social**

Matias Paniagua  
Paula Pérez  
**Data Analytics**

Marcelo García  
**UX Mediciones**

Martin Carvajal  
**Business Development - Individuos sin actividad comercial**

Natali Ciappini  
**Branding**

Estefanía Grasso  
**UX Content Design**

El siguiente contenido pertenece a Naranja X, la cual se reserva los derechos de autor sobre textos, fotografías y gráficas, si es de tu interés puedes solicitarnos autorización para su reproducción.

**NaranjaX**