

ANEXO I: CUADROS DE ATRIBUTOS DE IDENTIDAD¹

ENTREVISTAS Y BLOGS NARANJA

BLOGS/ ENTREVISTAS	ATRIBUTOS		PÁGINAS	UBICACIÓN	DESTINATARIOS	EJEMPLOS
Blog de Emilia Alegre en Medium (17/04/2020)	Evolución	Digital	1 (dos veces)	Primera oración	Público en general, específicamente emprendedores.	“En el 2017, Naranja comenzó su proceso de Evolución Digital con el objetivo de transmitir la esencia de la marca detrás de una pantalla.”
		Del Negocio	1	Tercer párrafo (en el medio)		“Naranja no solo se embarcó en su transformación digital (...) ”
	Adaptabilidad		2	No de manera directa.		“(...) sino que evolucionó de un monoproducto a todo un ecosistema de productos y servicios.”

¹ Los resaltados en los ejemplos expuestos en los cuadros son propios, no pertenecen a la empresa.

	Trabajo en equipo	3	Último párrafo		“Dentro de los aprendizajes que me llevo de este proceso están la importancia de trabajar en equipo con distintas áreas de la empresa y el hecho de todos podemos aportar al mismo objetivo desde nuestros distintos roles.”
Blog de Luca Di Mattia en Medium (20/01/2020)	Principal emisora de tarjetas de crédito del país	1	Primera oración del segundo párrafo.	Público en general, específicamente interesados en el diseño.	“Actualmente, Naranja es la principal emisora de tarjetas de crédito del país y cuenta con 9 millones de tarjetas emitidas, más de 5 millones de clientes y más de 240 sucursales distribuidas a lo largo y a lo ancho del país.”
	Diferenciación	1	Primera oración del tercer párrafo.		“Históricamente, se diferenció del resto de las instituciones bancarias y financieras (...)”
	Calidad y calidez	1	Primera oración del tercer párrafo.		“(...) por la calidad y calidez en la atención cara a cara en las sucursales.”
	Alegría	1 y 6	Cuarto párrafo, indirectamente. Y en la última oración (de cierre) en negrita.		“La sonrisa siempre fue parte del ADN de la marca. Tan es así, que hoy es parte de nuestro logotipo.” “Y así y todo, si entran a una de las nuevas sucursales de Naranja, los van a seguir recibiendo con una sonrisa, abrazos y caramelos.”
	Vínculos	1	Cuarto párrafo, en negrita.		“Con el paso del tiempo, los colaboradores que atienden en las sucursales han logrado construir un vínculo muy cercano, casi familiar, con las personas que reciben todos los días.”
	Cercanía	1, 4 y 5	Cuarto párrafo, en		“Con el paso del tiempo, los colaboradores que

			<p>negrita.</p> <p>Cuarto párrafo.</p> <p>Segundo párrafo.</p>		<p>atienden en las sucursales han logrado construir un vínculo muy cercano, casi familiar, con las personas que reciben todos los días.”</p> <p>“(…) Un modelo cercano, hombro a hombro, donde el colaborador pueda asesorar y enseñar, dónde se cambia la computadora atrás de un mostrador por una tablet al lado del usuario.”</p> <p>“(…) aprovechamos la cercanía y el acceso que teníamos a los asesores de las diferentes sucursales (…)”</p>
	Evolución digital	2	Primera oración del primer párrafo, en negrita. Y en el segundo párrafo.		“En 2017 la empresa comenzó un proceso de evolución digital , un nuevo camino que busca redefinir el negocio.”
Blog de Juan Polliotto en Medium (02/06/2020)	Evolución	1	Bajada, segundo párrafo, tercer párrafo,	Público en general, específicamente emprendedores.	<p>“Evolucionamos nuestra escala de seniorities para ayudar a las personas a desarrollarse mientras avanzan en su viaje dentro de Naranja.”</p> <p>“Esta evolución del equipo abrió posibilidades de crecimiento, proyección y desarrollo personal.”</p> <p>“Esa incógnita fue el puntapié inicial que nos motivó a evolucionar nuestra escala de seniorities para dar una dirección clara hacia el crecimiento de las personas.”</p>
	Proyección	1	Segundo párrafo.		“Esta evolución del equipo abrió posibilidades de crecimiento, proyección y desarrollo personal.”

	Libertad (en el trabajo)	1	Quinto párrafo, última oración (cierre).		“En ese sentido, Naranja nos abrió el camino para trabajar con total libertad .”
	Sustentabilidad	2	Mitad de página.		“Queremos construir soluciones con una mirada holística, que contemplen no solo las necesidades de un producto, sino el impacto en todo nuestro ecosistema, y que se adelanten a las necesidades de los clientes.”
	Proactividad	2	Mitad de página y en tercer “comportamiento Naranja”. Segundo comportamiento Naranja.		“Impulsamos a las personas a tomar la iniciativa para abordar las tareas, no solamente a recibir requerimientos, sino a buscarlos e incluso generarlos.” “Somos proactivos y afrontamos los obstáculos con optimismo y resiliencia. Nos consideramos protagonistas y líderes de nuestro propio desarrollo.” “Los colaboradores de Naranja asumimos nuestro trabajo con compromiso, buscando ser expertos en lo que hacemos. Tomamos el ownership de las iniciativas y nos animamos a tomar riesgos.”
	Innovación	2	Es uno de los últimos atributos del listado.		“Somos motores de la innovación dentro de nuestro equipo y empresa. Apuntamos a adelantarnos a las tendencias.”
	Comunicación	2	Penúltimo atributo del listado.		“Es un skill que consideramos fundamental para el equipo de diseño. Para poder lograr lo que queremos lograr, tenemos que ser capaces de

				identificar a la audiencia y adaptar nuestro mensaje con un discurso claro y conciso. Promovemos la escucha activa. Impulsamos la generación de espacios de intercambio de información, diálogo, feedback continuo y transparente.”
	Transparencia	2	De cierre. También aparece en el cuarto “comportamiento Naranja”.	“Es un skill que consideramos fundamental para el equipo de diseño. Para poder lograr lo que queremos lograr, tenemos que ser capaces de identificar a la audiencia y adaptar nuestro mensaje con un discurso claro y conciso. Promovemos la escucha activa. Impulsamos la generación de espacios de intercambio de información, diálogo, feedback continuo y transparente. ” “Impulsamos conversaciones simples, honestas y efectivas.”
	Escucha	2	En el primer “comportamiento Naranja” sobre los clientes y de apertura dentro del atributo de “comunicación”.	“Promovemos la escucha activa” “(…) ponemos a nuestros clientes en el centro, escuchándolos y tratando de darles más de lo que ellos esperan.”
	Trabajo en equipo	2	Último atributo del listado. Cuarto	“Tenemos relación fluida con los demás y aprovechamos su experiencia para tomar decisiones. Promovemos espacios colaborativos donde podemos compartir conocimientos

			comportamiento Naranja.		<p>cruzados con un objetivo común.”</p> <p>“(…) Necesitamos ser jugadores de equipo, escuchando todas las voces sin prejuicios y generando un clima saludable. Impulsamos conversaciones simples, honestas y efectivas.”</p>
	Cientes en el centro	2	Primer “comportamiento Naranja”.		<p>“Nuestro principal propósito es hacerle la vida más fácil a las personas. Por eso, en cada paso que damos ponemos a nuestros clientes en el centro, escuchándolos y tratando de darles más de lo que ellos esperan.”</p>
	Compromiso	2	Segundo “comportamiento Naranja”.		<p>“Los colaboradores de Naranja asumimos nuestro trabajo con compromiso, buscando ser expertos en lo que hacemos. Tomamos el ownership de las iniciativas y nos animamos a tomar riesgos.”</p>
	Experticia				
	Optimismo	2	Tercer “comportamiento Naranja”.		<p>“Somos proactivos y afrontamos los obstáculos con optimismo y resiliencia. Nos consideramos protagonistas y líderes de nuestro propio desarrollo.”</p>
	Resiliencia				
	Liderazgo				
	Efectividad	2	Cuarto “comportamiento Naranja”.		<p>“Esta es una característica fundamental para nosotros. Necesitamos ser jugadores de equipo, escuchando todas las voces sin prejuicios y generando un clima saludable. Impulsamos conversaciones simples, honestas y efectivas.”</p>
Entrevista a Alejandro Asrin, presidente de Naranja, en Infobae	Confiabilidad	1 y 3		Público en general.	<p>“Tarjeta Naranja es una empresa que siempre hace lo que dice (…)”.</p>

(24/08/2017)					“Han sido muchos años de hacer lo que decimos que hay que hacer, y en eso ha habido una gran coherencia entre lo que decimos y lo que hacemos”.
	Crecimiento	2			“Nosotros estamos hoy con una tasa de crecimiento de aproximadamente 30% anual de crecimiento al consumo, que es un crecimiento muy importante”.
	Felicidad	3			“Naranja es una empresa de gente feliz (...)”.
	Compromiso² (de los clientes y colaboradores)	3			“(...) una empresa que vive el día a día tratando de darle al colaborador que trabaja en la organización y al cliente un momento único”.
	Alcance nacional	3			“Vamos todos los días con nuestra propuesta en todos los rincones del país de agregar valor, de sumar más trabajadores, más sucursales”.
	Historicidad	3			“(...) algo que venimos haciendo hace más de 30 años”.
	Excelencia	3			“(...) brindando servicios de excelencia a todos los clientes”.
	Tecnología³	3			“(...) allí aparece el Grupo Galicia con todo su aporte de tecnología para expandir los negocios”.
	Libertad	3			“Hay que lograr más libertad en el mercado del

² Incluye cuidado.

³ Incluye digitalización

					consumo (...)"
	Seguridad	4			"(...) donde con dos click uno compra un producto en cualquier lugar y en donde las transacciones viajan de manera segura ".
	Agilidad/Rapidez	4			"(...) haya una manera más ágil y más rápida para esas transacciones".
Entrevista a Alejandro, presidente de Naranja, Asrin en InfoNegocios (06/07/2017)	Tecnología	1 y 2	Título. Comienzo y final de párrafo.	Público en general, específicamente del mundo empresarial.	"Siempre seremos una empresa de servicio pero cada vez más digital ." "Lo digital es un herramental." "Hoy es la era de la personalización y la tecnología nos permite hacerlo".
	Evolución	1 y 2	Comienzo de párrafo. Final del párrafo		"El 2017 será un hito en nuestra evolución ." "(...) porque vamos a una renovación y evolución , tanto de la marca en sus componentes estéticos, que es lo que se ve, como en lo interno".
	Fidelidad (a su esencia)	1 y 2	Mitad de párrafo. Comienzo y final de párrafo.		"En plena época de cambio el foco está puesto en la esencia ". "Lo último es dejar de ser lo que se era para pasar a ser algo nuevo y nosotros creemos que no es nuestro caso". "En lo que más ocupados estamos es en aquello

					que no tiene que cambiar: nuestra esencia. ”
	Escucha	2	Mitad de párrafo.		“No es muy distinto a lo que ocurría hace 2, 5 o 10 años porque estamos pensando siempre en entender, escuchar y atender a las personas: a nuestros colaboradores, comercios y clientes”.
	Compromiso (con las personas)				
	Renovación	2	Final del párrafo.		“(…) porque vamos a una renovación y evolución, tanto de la marca en sus componentes estéticos, que es lo que se ve, como en lo interno”.
	Clientes en el centro	2	Mitad de párrafo.		“(…) no tenemos que perder de vista que nuestro capital es el cliente ”.
Entrevista a Mariano Asrin, director comercial, en InfoNegocios (06/07/2017)	Proyección	1	Título y mitad de 3er párrafo.	Público en general, específicamente del mundo empresarial.	“ Proyectamos un alza del 30% en nuestra cartera de clientes”
	Crecimiento	1	Mitad de 3er párrafo.		“(…) pretendemos seguir siendo una compañía en permanente exploración de nuevos negocios cada vez más dinámica y ágil ”.
	Dinamismo				
	Agilidad				
	Acompañamiento (a los clientes)	1	Mitad de cuarto párrafo.		“(…) acompañar y tutelar a los clientes logrando un equilibrio en la política crediticia”.
Entrevista a Susana Bergero, directora de operaciones, en InfoNegocios (06/07/2017)	Pasión	1 y 2	Título y final de último párrafo.	Público en general, específicamente del mundo empresarial.	“Ser COO en Naranja siempre ha sido apasionante ”
	Diversión	1	Final del segundo párrafo.		“¡No existe monotema, ni aburrimiento!”

	Trabajo en equipo	1 y 2	Comienzo de cuarto párrafo y mitad de último párrafo.		“Lo que caracteriza a Naranja es el trabajo en equipo ”.
	Acompañamiento (de los colaboradores)	1 y 2	Mitad de cuarto párrafo y mitad de último párrafo.		“(…) participación para la construcción conjunta (…)”
	Compromiso (de los colaboradores)				“(…) hay más personas que pueden acompañarnos o contenernos ”
	Fidelidad (a la esencia)	2	Mitad de último párrafo.		“brindar oportunidades de desarrollo”
	Respeto (por las personas)				“Es aquella filosofía que trajeron nuestros fundadores y que siguen siendo la base de nuestra acciones, donde el respeto por las personas , la participación para la construcción conjunta, el brindar oportunidades de desarrollo, la gestión transparente , la permanente vocación hacia la mejora continua y el compromiso con la experiencia a nuestros clientes, son el filtro donde pasamos todas nuestras decisiones.”
	Transparencia				
	Vocación				
	Mejora continua				
Entrevista a Sergio Mazzitello, director de sistemas, en InfoNegocios (06/07/2017)	Evolución (del negocio)	1	Mitad del primer párrafo.	Público en general, específicamente del mundo empresarial.	“En Naranja, evolucionamos respecto a la formación tradicional”.
Eficiencia	1	Final del primer párrafo.	“Nos consideramos facilitadores de soluciones para el logro de los objetivos estratégicos de la empresa”.		
Seguridad	1	Comienzo del	“Desde Naranja contamos con diversas medidas		

			cuarto párrafo.		de seguridad (...) ”
	Compromiso (con los clientes y colaboradores)	1	Final del cuarto párrafo.		“Realizamos campañas continuas de concientización para que tanto nuestros clientes como los colaboradores Naranja estén en conocimiento de estas formas ataques y sepan cómo actuar y dar aviso”.
	Formación				
	App gratuita más descargada del rubro Finanzas en Argentina	2	Final del último párrafo.		“(…) nos ubicamos como la primera App gratuita más descargada del rubro Finanzas en Argentina”.
Entrevista a Eugenia Patiño, gerente senior relaciones humanas, en InfoNegocios (06/07/2017)	Inclusión	1	Mitad del primer párrafo.	Público en general, específicamente del mundo empresarial.	“Esta práctica de igualdad de oportunidades de empleo se aplica a todas las funciones propias del área de Relaciones Humanas”
	Compromiso (de los colaboradores)	1	Final del segundo párrafo, comienzo del cuarto párrafo y final del cuarto párrafo.		“(…) con el foco en ubicar a las personas en el lugar donde puedan dar lo que tienen para aportar dentro de la organización y a la vez, que puedan potenciar su desarrollo personal y profesional”. “(…) el objetivo principal es que el colaborador sienta la motivación de continuar en una empresa por todo lo que ella le puede brindar.” “ Contar con Colaboradores capaces, felices, comprometidos y motivados, que sientan que su tarea diaria aporta y hace que seamos una empresa diferente, es un pilar fundamental de nuestro modelo estratégico.”

					“(...) generar espacios para que los Colaboradores puedan explotar sus capacidades, sus potencialidades”.
	Fidelidad (a su esencia)	1	Comienzo del cuarto párrafo.		“Desde sus inicios, Tarjeta Naranja se caracteriza por mantener una filosofía y cultura de trabajo centrada en las personas ”.
	Personas en el centro	1 y 2	Comienzo del cuarto párrafo y décimo párrafo.		“Tarjeta Naranja se caracteriza por mantener una filosofía y cultura de trabajo centrada en las personas ” “Poniendo a las personas en el centro de todo”.
	Diferenciación	1	Mitad del cuarto párrafo.		“(...) hace que seamos una empresa diferente ”.
	Trabajo en Equipo	1	Mitad del cuarto párrafo.		“A través del trabajo en equipo y de la gestión de los líderes en todo el país”.
	Liderazgo				
	Marca Empleadora	1	Mitad del quinto párrafo.		“(...) como Marca Empleadora sabemos que muchos jóvenes aspiran a trabajar en Naranja”.
	Compromiso social	2	Final del sexto párrafo y último párrafo.		“(...) nos involucramos en programas de acción social para ir contribuyendo a la construcción de un mundo más justo y equitativo.” “Para este año la firma asignó un presupuesto de \$4.500.000 para Responsabilidad Social ”
	Responsabilidad social				

REPORTE DE SUSTENTABILIDAD NARANJA (2017)

ATRIBUTOS		SECCIÓN	PÁGINAS	DESTINATARIOS	EJEMPLOS
Compañía líder en la industria financiera y no financiera		“Mensajes” “#UnEstiloDeGobierno” “#UnaFormaDeTrabajar”	3, 31, 47	Público interno y externo	<p>“Iniciamos nuestro viaje de evolución digital con la visión de ser una compañía líder en la industria financiera y no financiera, llevando la Calidad Con Calidez al mundo tecnológico.”</p> <p>“Ser la empresa líder en servicios financieros y no financieros, a la vez, la más admirada y querida por Colaboradores, Clientes y comunidad en general.”</p>
Principal emisora de tarjetas de crédito del país		“#OrgullosamenteNaranja” “#DesempeñoEconómico”	7, 53	Público interno y externo	<p>“Principal emisora de tarjetas a nivel nacional (...)”</p> <p>“En 2017, nuevamente somos la principal entidad emisora de plásticos a nivel nacional y la marca líder en el interior del país.”</p>
Alcance nacional					
Liderazgo	De la empresa	Portada, “Mensajes”, “#UnEstiloDeGobierno”	1, 3, 31, 34	Clientes (actuales y potenciales)	<p>“En Naranja nos Re-Novamos para seguir apostando a nuestro liderazgo.”</p> <p>“Iniciamos nuestro viaje de evolución digital con la visión de ser una compañía líder en la industria financiera y no financiera, llevando la Calidad Con Calidez al mundo tecnológico.”</p> <p>“Ser la empresa líder en servicios financieros y no financieros, a la vez, la más admirada y querida por Colaboradores, Clientes y comunidad en general.”</p>
	De las personas	“#UnaFormaDeTrabajar”	47, 48	Clientes (actuales y potenciales) y	“Los objetivos que cada Líder propone a sus Colaboradores se plasman respetando cada uno de estos

				colaboradores (actuales y potenciales)	<p>pilares; así cada uno puede visualizar de qué manera contribuye al éxito de la organización: GOLES.”</p> <p>“El trabajo en equipo, el liderazgo coparticipativo, los eventos y espacios para compartir, aprender, trabajar y disfrutar.”</p>
Agilidad/Rapidez (en el servicio)	Portada, “Mensajes”, “#UnaFormaDeTrabajar”, “#LosClientesEnElCentroDeTodo”	1, 3, 48, 50, 87		Clientes (actuales y potenciales)	<p>“Naranja 2022, será más ágil, más participativa, más tecnológica, con más negocios y más sustentable.”</p> <p>“(…) si somos cercanos, ágiles e innovadores, vamos a ser una empresa excelente (…)”</p> <p>“¿Cómo lo hacemos? Rápido, simple, cero error y con calidez.”</p>
Tecnología	Portada, “Mensajes”, “#UnEstiloDeGobierno”, “#UnaFormaDeTrabajar”, “#CompromisoConLasPersonas”	1, 3, 31, 32, 48, 70		Clientes (actuales y potenciales) y colaboradores (actuales y potenciales)	<p>“Conectar con experiencias únicas y crecer a través de nuevos negocios basados en la tecnología.”</p> <p>“Este cambio visual, acompaña la reconversión de Naranja, que potenciará sus productos y servicios ya existentes de rubros editoriales, tecnología, seguros, préstamos y planes de financiación.”</p> <p>“Crecimiento es desarrollar nuevas oportunidades pensando en el futuro, apostando a la innovación y a las nuevas tecnologías.”</p>
Sustentabilidad ambiental y social	Portada,	1, 26, 27, 28,		Clientes (actuales y	“El Cambio Climático nos enfrenta a desafíos

		“#CompromisoNaranja”, “#UnaFormaDeTrabajar”, “MinimizandoElImpactoAmbiental”	47, 48, 115, 116	potenciales), proveedores y colaboradores (actuales y potenciales)	<p>ineludibles para abordar la amenaza del calentamiento global, disminuyendo nuestra huella ecológica. En consonancia a estos desafíos, nos hemos propuesto el desarrollo de un negocio sustentable a largo plazo.”</p> <p>“Cada proyecto, idea o emprendimiento que lleva adelante cualquier área, gerencia o dirección, también está orientado al cumplimiento y sustentabilidad de cada uno de estos cuatro pilares.”</p> <p>“La sustentabilidad en el planeta Tierra pasa, fundamentalmente, por el sostenimiento de la integridad de los seres humanos y su lucha por el cuidado y la conservación de la naturaleza.”</p>
Evolución	Digital	“Mensajes”, “#CompromisoNaranja”, “#UnaFormaDeTrabajar”	3, 27	Clientes (actuales y potenciales) y colaboradores (actuales y potenciales)	<p>“Finalmente, si logramos seguir enfocándonos en el clima, en el desarrollo de las personas y en la evolución digital, (...)”</p> <p>“Asuntos relevantes de la Gestión Sustentable: Evolución digital y crecimiento económico.”</p>
	Del negocio	“#UnEstiloDeGobierno”	31, 47		<p>“En el transcurso de 2017 impulsamos fuertemente la evolución y transformación de Naranja para adecuarnos a los desafíos del futuro.”</p> <p>“Es la forma de seguir creciendo y de evolucionar hacia NARANJA DEL FUTURO.”</p>
Calidad con Calidez		“Mensajes”,	3, 26, 27, 70	Clientes (actuales y	“Iniciamos nuestro viaje de evolución digital con la

	“#CompromisoNaranja”, “#CompromisoConLas Personas”		potenciales) y colaboradores (actuales y potenciales)	visión de ser una compañía líder en la industria financiera y no financiera, llevando la Calidad Con Calidez al mundo tecnológico.” “Brindar servicios financieros y no financieros orientados al consumo y al entretenimiento con Calidad y Calidez en procesos sostenibles.” “Lo logramos buscando Calidad con Calidez . Prestamos especial atención al proceso de selección de nuestros Colaboradores, indagando minuciosamente en las competencias de los futuros ingresantes debido a que son clave para sostener lo que somos y lo que queremos ser.”
Innovación	Portada, “Mensajes”, “#CompromisoNaranja”, “#UnEstiloDeGobierno”, “#UnaFormaDeTrabajar”	3, 27, 33, 35, 48 (x4), 49, 70	Clientes (actuales y potenciales) y colaboradores (actuales y potenciales)	“Esta nueva identidad también representa nuestra búsqueda por ser una empresa basada en la experiencia del Cliente, ensanchando el horizonte de acción, con el respaldo de una cultura organizacional basada en Colaboradores competentes, motivados y felices por lo que hacen.” “La innovación y el profesionalismo son los infaltables para que sea posible.” “(…) si somos cercanos, ágiles e innovadores , vamos a ser una empresa excelente (…)”
Renovación⁴	“#UnEstiloDeGobierno” “#UnaFormaDeTrabajar”	1, 3 (x2), 6 (x3), 31 (x2),	Clientes (actuales y potenciales) y	“Nuestro primer gran paso para construir Naranja del futuro

⁴ Incluye cambio, transformación y rediseño.

		32 (x7), 48, 49	colaboradores (actuales y potenciales).	<p>fue repensar nuestra identidad de marca. Nos re-novamos. Pasamos a ser “Naranja”. Dejamos de ser una tarjeta para ser muchas cosas más.”</p> <p>“Crecimiento es desarrollar nuevas oportunidades pensando en el futuro, apostando a la innovación y a las nuevas tecnologías. Crecer de manera sustentable, renovarnos y repensarnos todo el tiempo.”</p> <p>“Eficiencia es rediseñar nuestros procesos focalizando en la experiencia del Cliente y en hacer solo tareas que agreguen valor.”</p>
Alegría/Felicidad	“Mensajes”, “#UnEstiloDeGobierno”, “#CompromisoConLasPersonas”, “#LosClientesEnElCentroDeTodo”	3, 4, 31, 32, 33, 35, 70, 89	Clientes (actuales y potenciales)	<p>“También este año haremos todo lo necesario de la mejor manera posible para ser mejores y ayudar para hacer felices a los demás.”</p> <p>“Facilitar con alegría y compromiso la vida de cada persona.”</p> <p>“(…) marcamos la “N” de Naranja con una media sonrisa, para mostrar nuestra esencia: la alegría.”</p>
Amistad	“Mensajes”, “#UnEstiloDeGobierno”, “#UnaFormaDeTrabajar”, “#LosClientesEnElCentroDeTodo”	4, 35, 50, 87	Clientes (actuales y potenciales) y colaboradores (actuales y potenciales)	<p>“Hola Amigos de Naranja!”</p> <p>“(…) a formar equipos con amigos que tienen similares inquietudes y aspiraciones.”</p> <p>“Ponerse en el lugar del otro y atenderlo como un amigo, ofreciendo lo mejor de uno mismo (…)”</p>

<p>Crecimiento⁵</p>	<p>“Mensajes”, “#CompromisoNaranja”, “#UnEstiloDeGobierno”, “#UnaFormaDeTrabajar”, “#CompromisoConLas Personas”</p>	<p>4, 26, 28, 31, 32, 33, 34, 35, 47, 68, 70</p>	<p>Clientes (actuales y potenciales) y colaboradores (actuales y potenciales)</p>	<p>“Nosotros somos optimistas por naturaleza. Hemos trabajado, avanzado, crecido y desarrollado tanto como pudimos o fuimos capaces de hacerlo.”</p> <p>“Cada día podemos mejorar, generando nuevas ideas y buscando diferentes formas para lograr mayor eficiencia”</p> <p>“Acompañamos su desarrollo profesional reconociendo las horas de estudio de quienes tienen una carrera pendiente y, además, la complementamos con capacitaciones específicas para cada puesto.”</p>	
	<p>Responsabilidad</p>	<p>Ambiental</p>	<p>“#CompromisoNaranja”, “#MinimizandoElImpacto Ambiental”</p>	<p>26, 28, 97, 115, 121</p>	<p>Clientes (actuales y potenciales), proveedores e inversores.</p>

⁵ Incluye avance, desarrollo, mejora.

	Social	“#CompromisoNaranja”, “#GestiónSustentableDe Proveedores”, “#CompromisoConLas Personas”, “#ConLaComunidad”	26, 28, 60, 83, 97		<p>“Pensamos en el futuro de los niños y jóvenes, trabajando por un presente con mejores oportunidades.”</p> <p>“Continuamos trabajando con un equipo interdisciplinario, liderado por el área de Compras, con la participación de Responsabilidad Social, en un programa dirigido al desarrollo y la gestión de riesgo con Proveedores.”</p> <p>“Vinculado a las acciones de responsabilidad social, apadrinamiento a comedores y escuelas, voluntariado, entre otras.”</p>
Compromiso	Social	“#CompromisoNaranja”, “#ConLaComunidad”	26, 97	Clientes (actuales y potenciales), colaboradores (actuales y potenciales), proveedores e inversores.	“(…) aplicamos programas específicos para fortalecer nuestro compromiso social .”
	Ambiental	“#CompromisoNaranja”, “#MinimizandoElImpacto Ambiental”	26, 115, 119, 127		<p>“Promover estrategias en torno a un mayor compromiso compartido de nuestros Comercios Amigos con la Gestión Empresarial orientada a la Sustentabilidad.”</p> <p>“(…) nos hemos propuesto el desarrollo de un negocio sustentable a largo plazo. Lo hemos expresado en nuestro compromiso con los Accionistas (…)”</p> <p>“El compromiso por mitigar el efecto de nuestras operaciones sobre el cambio climático nos llevó a iniciar la medición de las emisiones de Gases Efecto Invernadero (GEI)”</p>
	Con los clientes	“#UnEstiloDeGobierno”, “#LosClientesEnElCentro”	31, 48, 86		“Facilitar con alegría y compromiso la vida de cada persona.”

		De Todo”			<p>“Es generar las condiciones para que nuestros Clientes vivan y sientan la mejor experiencia en todos los canales de atención y en todos sus pedidos.”</p> <p>“En el diseño de los procesos y operaciones se manifiesta nuestro compromiso con la calidad y se evidencia en la labor cotidiana de los Colaboradores.”</p>
	Con los colaboradores	“#CompromisoConLas Personas”	68, 70, 71		<p>“El objetivo fundamental es que los Colaboradores a lo largo y ancho del país se sientan parte de la empresa, disfruten de su trabajo y se desarrollen personal y profesionalmente.”</p> <p>“Constantemente buscamos que nuestros Colaboradores se sientan felices y orgullosos de ser parte de Naranja, nos esforzamos para que cada Colaborador represente a la compañía en todos sus actos, a través del compromiso común de ser cada día mejores personas.”</p> <p>“Mantenemos un compromiso con el apoyo y valoración de la diversidad de nuestros Colaboradores, los consideramos nuestro más valioso activo, razón por la cual incluimos en nuestro Código de Ética un capítulo exclusivo para Colaboradores con el fin de respetar la igualdad de oportunidades, las buenas prácticas laborales y los derechos de los trabajadores, en todas las instancias de trabajo (...).”</p>

<p>Eficiencia</p>	<p>“#UnEstiloDeGobierno”, “#UnaFormaDeTrabajar”, “#LosClientesEnElCentro DeTodo”</p>	<p>34, 35, 47, 48, 50, 87</p>	<p>Clientes (actuales y potenciales) y colaboradores.</p>	<p>“Esto responde a una decisión estratégica de unificar esfuerzos y seguir consolidando la presencia de Naranja en todo el país, en una apuesta para obtener mayor escala y mejorar la eficiencia, obteniendo una mayor competitividad y rentabilidad.”</p> <p>“En la resolución de sus problemas, en la velocidad de sus trámites, en la sencillez de la operación y en la cantidad y calidad de productos que disponemos para ellos.”</p> <p>“Satisfacer eficientemente y en el menor tiempo posible los requerimientos de los Clientes.”</p>
<p>Diferenciación</p>	<p>“#UnaFormaDeTrabajar”, “#CompromisoConLas Personas”, “#LosClientesEnElCentro DeTodo”</p>	<p>50, 68, 86, 87</p>	<p>Clientes (actuales y potenciales) y colaboradores.</p>	<p>“Ponerse en el lugar del otro y atenderlo como un amigo, ofreciendo lo mejor de uno mismo en cada contacto, para lograr llegar al corazón de cada uno de nuestros Clientes y así verdaderamente diferenciarnos.”</p> <p>“SOMOS DIFERENTES. ¡NOS GUSTA SER DIFERENTES!”</p> <p>“La excelencia en cada una de las tareas que realizamos resulta fundamental para diferenciarnos en el mercado y para lograr la satisfacción de cada uno de nuestros Clientes.”</p>

ENTREVISTAS NARANJA X (2020-2021)

ENTREVISTAS	ATRIBUTOS	PÁGINAS	UBICACIÓN	DESTINATARIOS	EJEMPLOS	
Entrevista a Equipo UX de Naranja X en revista RoadShow (05/10/2020)	Frescura	1	5to párrafo	Hacia el público en general, en específico empresarios y posibles inversores.	“Queremos ser una tarjeta con un diseño minimalista, pero que no remita exclusividad, que sea fresca y joven, pero no adolescente ni irreverente y que tenga cierta reminiscencia techie pero sin alejarnos de la calidez y los valores de la marca Naranja”.	
	Juventud	1	5to párrafo		“Queremos ser una tarjeta con un diseño minimalista, pero que no remita exclusividad, que sea fresca y joven , pero no adolescente ni irreverente y que tenga cierta reminiscencia techie pero sin alejarnos de la calidez y los valores de la marca Naranja”.	
	Inclusión (social)	1	5to párrafo		Hacia el público en general, en específico empresarios y posibles inversores.	“Queremos ser una tarjeta con un diseño minimalista, pero que no remita exclusividad, que sea fresca y joven, pero no adolescente ni irreverente y que tenga cierta reminiscencia techie pero sin alejarnos de la calidez y los valores de la marca Naranja”.
	Tecnología					
	Calidez					
Innovación	2	6to párrafo	“Desde el primer momento quisimos			

					una tarjeta innovadora , hacer un producto que ya existía, pero con una vuelta de tuerca”
Entrevista a Silvana Jachevasky, chief marketing officer, en revista Reporte Publicidad (Septiembre- Octubre 2021)	Vínculos (con las personas)	1	5to párrafo	Hacia el público en general, en específico empresarios, emprendedores y posibles inversores.	“E históricamente nuestra energía ha estado puesta ahí, en construir vínculos y en construir confianza”.
	Confianza	1	5to párrafo		“E históricamente nuestra energía ha estado puesta ahí, en construir vínculos y en construir confianza ”.
	Inclusión y Educación financiera	1	5to párrafo		“Seguimos siendo protagonistas de la inclusión y de la educación financiera ”.
	Personas en el centro	2	1er párrafo.		“Hay algo que yo creo que nos distingue, y que tiene que ver con realmente poner a las personas en el centro ; no como un discurso sino como una profunda convicción de empatizar con lo que necesita el otro, y conectar desde ese lugar”
	Acompañamiento	2	1er párrafo		“Y también con acompañar en esta educación desde el entendimiento de lo que lo motiva, y es en lo que vamos a seguir trabajando”.
	Asertividad	2	2ndo párrafo		“Cada medio tiene sus códigos y es importante entenderlos para ser asertivos en lo que comunicamos”.

	Simpleza	2 y 3	2do párrafo y 1er párrafo		“La comunicación tiende a ser más efectiva cuando más simple y cuando es más llana, y cuando requiere menos necesidad de decodificación.”
	Genuinidad	3	1er párrafo		“Nosotros somos genuinos y la gente valora eso de esta marca, valora la cercanía y la simpleza , lo genuino”.
	Cercanía	3	1er párrafo		“Nosotros somos genuinos y la gente valora eso de esta marca, valora la cercanía y la simpleza , lo genuino”.
	Innovación	3	5to párrafo		“(…) tenemos el desafío enorme de reposicionar esta marca, Naranja X, que tiene una historia y unos atributos muy fuertes a los que se le suma la X, que nos trae la impronta de la innovación , de la tecnología y de todo lo nuevo”.
Artículo publicado en El Cronista con Silvana Jachevasky, chief marketing officer (03/09/2021)	Inclusión y Educación financiera	1 1	5to párrafo 5to párrafo	Hacia el público en general, en específico empresarios, emprendedores, empleados de Naranja, proveedores y posibles	“Esto va muy en línea con nuestro propósito que es ser protagonistas en la inclusión y la educación financiera para millones de personas.”

	Acompañamiento (a los clientes en el uso de sus productos)	1	5to párrafo	inversores.	“Tiene que ver con acompañar a las personas en el manejo de sus finanzas.”
	Sustentabilidad	1	5to párrafo		“Hay cuestiones que tienen que ver con la sustentabilidad y con el género, nos hemos convertido en neutros de carbono, inauguramos el primer parque solar en el edificio corporativo y estamos produciendo energía limpia que cubre parte de nuestro consumo. Las empresas tenemos un rol fundamental en estos temas de agenda social”.
Entrevista a Silvana Jachevasky, chief marketing officer, en Infonegocios (18/08/2021)	Evolución	1	1er párrafo (dos veces)	Público en general	“Y ahora Naranja X. ¿Y que nos trae esta X? Una evolución más.”
	Acompañamiento	1	1er párrafo		“Más posibilidades de darle a la gente más y mejores herramientas para evolucionar en el uso de sus finanzas personales”.
	Personas en el Centro	1	1er párrafo (dos veces)		“El principal foco de nuestro lado, como siempre, son las personas”.

					“(…) poner siempre a los usuarios en el centro para tomar las mejores decisiones a la hora de pensar en qué ofrecer”.
	Renovación	2	4to párrafo		“Estamos cambiando la cara de todas las sucursales, renovando las fachadas, nuevos logos... siempre vienen bien los cambios de imagen porque es como refrescar la marca de nuevo”.
	Flexibilidad	3	1er párrafo		“Estamos pensando en un protocolo para volver con todas las medidas y en refuncionalizar espacios. Espacios más colaborativos de reunión, en donde la gente pueda con flexibilidad adaptarse a nuevos esquemas de trabajo post pandemia pero mucho más flexible , esa es la realidad: flexibles tanto en los días y en los horarios como en los espacios”.
	Vanguardia (en base a los avances tecnológicos)	3	2ndo párrafo		“(…) seguir profundizando en prácticas de vanguardia que tienen que ver con la tecnología aplicada al marketing y al marketing digital”.
Artículo publicado en iProUP con Silvana	Marca real	1	Comienzo del cuarto párrafo.	Público en general.	“Los consumidores nos ven como una marca real , como una marca que hablar como hablamos todos

Jachevasky, chief marketing officer (03/08/2021)					(...)"
	Cercanía	2 y 3	Final del cuarto párrafo. Final del sexto párrafo.		“(...) con la cercanía y la calidez de siempre.” “(...) Por eso, si queremos estar cerca ¿Por qué no lo hacemos con gente jugadores del ascenso? Fue un desafío enorme filmar en pandemia siete comerciales pero nos pareció piola. Esto refuerza la cercanía y empatía con el público.”
	Empatía	2	Final del cuarto párrafo.		
	Tecnología⁶	2 y 3	Final del cuarto párrafo. Final del sexto párrafo. Comienzo del octavo párrafo.		“(...) Además, de la tarjeta ahora se suma una app para que ayude a la gente hacia la digitalización .” “(...) usando lo mejor de la tecnología para brindar las mejores experiencias.” “A los clientes que tenían crédito le estamos dando una cuenta gratis con una aplicación que ayudan al manejo de la digitalización .”
	Personas en el Centro	3	Comienzo del sexto párrafo.		“ Las personas siempre están en el centro de nuestras decisiones.”
	Eficiencia⁷	3	Sexto párrafo.		“ Queremos acercarles soluciones

⁶ Incluye digitalización.

⁷ Se incluye dentro de eficiencia: Resolución de problemas.

	Calidez				que ayuden a encontrarle la vuelta a sus necesidades cotidianas y a cumplir sus sueños, con la cercanía y la calidez de siempre , y usando lo mejor de la tecnología para brindar las mejores experiencias.”
	Fidelidad (a su esencia)				“(…) podés recargar la tarjeta de transporte, hacer pagos digitales que son gratis y están disponibles para todos .”
	Inclusión	3	Final del octavo párrafo.		“Para que puedan usar las diferentes funcionalidades hay tutoriales, vamos a hacer un blog con contenidos de herramientas financieras básicas .”
	Inclusión y Educación financiera	4	Final del onceavo párrafo.		
Entrevista a colaboradores de Naranja X en La Nación (01/06/2021)	Personas en el centro	2 y 3	Comienzo del tercer párrafo. Final del cuarto párrafo.	Público en general.	“Naranja X siempre tuvo la filosofía de poner a las personas en el centro (…)” “(…) el usuario está en el centro de todas las decisiones, en cualquier puesto, de cualquier área.”
	Compromiso (con el cliente y el colaborador)	2 y 3	Comienzo del tercer párrafo. Final del cuarto párrafo.		“(…) creo que esta obsesión por crear la mejor experiencia para el cliente se traslada también al colaborador.” “(…) el cuidado de los colaboradores.”

	Inclusión (social)	2	Final del tercer párrafo.		“(…) siempre se está impulsando el desarrollo y el bienestar de los colaboradores, promoviendo la diversidad y la inclusión. ”
	Cercanía	2	Final del cuarto párrafo		“La cultura de Naranja X se vive en la calle, en comercios amigos, en la caja o trabajando ahora en Sistemas”.
	Trabajo en equipo	3	Final del cuarto párrafo y sexto párrafo.		“(…) Es la unidad, el compañerismo (…)” “(…) no son muchos los lugares donde tenés la posibilidad de desarrollar un equipo de la manera en que lo hicimos acá.”
	Escucha	3	Final del cuarto párrafo.		“En Naranja X tu voz vale, podés opinar, podés trabajar (…)”
	Dinamismo	3	Final del quinto párrafo y del sexto.		“Trabajar en Naranja X es una mezcla de entusiasmo, adrenalina y energía (…)”
	Diversión		Final del sexto párrafo.		“Trabajar en Naranja X es bastante dinámico e intenso, pero súper divertido (…)”
	Diferenciación	3	Principio del quinto párrafo		“Demuestra que la cultura que vivieron cuando trabajaron acá es diferente a la que experimentaron

					cuando se fueron” “(…) itera hasta alcanzar la experiencia disruptiva que buscamos para el mercado”.
	Eficiencia	3	Final del quinto párrafo.		“(…) energía puesta en función a hacer más y mejores soluciones para nuestros millones de usuarios . Es crear usando tecnología de vanguardia , es formar parte de un equipo que toma sus propias decisiones , que tiene autonomía para crear (…)”
	Millones de usuarios				
	Vanguardia (en relación a la tecnología)				
	Iniciativa				
	Autonomía				
	Innovación	3 y 4	Final del cuarto párrafo y mitad/final del octavo.		“(…) que itera hasta alcanzar la experiencia disruptiva que buscamos para el mercado.” “(…) queríamos salir con un producto realmente innovador . Y creo que lo logramos (…)” “Y, además, la hicimos completamente vertical, otra novedad absoluta en el mercado argentino (…)”
Entrevista a Santiago Sánchez, chief product	Evolución (del negocio)	1 y 2	Título, pie de foto, segundo y quinto párrafo.	Público en general.	“Naranja X es una compañía que vivió una evolución constante. Arrancó hace unos 35 años, como

officer, en Ámbito Financiero (27/10/2021)					<p>una casa de deportes donde vendían zapatillas y otras cosas. La evolución siempre estuvo enfocada en tratar de cuáles son las necesidades del cliente. Esa cadena de locales deportivos evolucionó porque se detectó que mucha gente tenía la necesidad de créditos para esa gente que necesitaba comprar zapatillas (...)</p> <p>“Uno de los grandes desafíos que tenemos con esta evolución es la seguridad.”</p>
	Cientes en el centro	1	Título, pie de foto y segundo párrafo.		“La evolución siempre está enfocada en las necesidades del cliente. ”
	Historicidad	1	Pie de foto y segundo párrafo.		“ Arrancó hace unos 35 años , como una casa de deportes donde vendían zapatillas y otras cosas.”
	Eficiencia	1	Final del segundo párrafo		“(...) hoy este nuevo paso hacia soluciones más simples , más digitales, inclusivas , pero que al mismo tiempo mantienen algo que es fuerte en la historia de Naranja: el contacto con las personas. ”
	Inclusión (social)				
	Fidelidad (a su esencia)				
	Cercanía				

	Tecnología⁸	1 y 2	Final del segundo párrafo, comienzo del tercer, mitad del cuarto párrafo y final del quinto párrafo		<p>“Es un complemento súper importante de nuestra propuesta, porque hace foco en estar cerca de las personas. El hecho de que nos hayamos digitalizado, no significa que dejemos de lado que esto que es muy nuestro.”</p> <p>“El foco tecnológico que tenemos es muy grande (...)”</p> <p>“Tuvo muy buen resultado la digitalización (...)”</p> <p>“Tenemos un ‘on boarding’ que es 100% digital.”</p>
	Tarjeta de crédito históricamente con más bajo nivel de mora	2	Comienzo del tercer párrafo.		<p>“(...) somos la tarjeta de crédito históricamente con más bajo nivel de mora, de incobrabilidad.”</p>
	Seguridad	2	Cuarto, quinto y último párrafo.		<p>“ A personas de distintos rangos etarios, les ayudó a saber que hay una solución más segura (...)”</p> <p>“Uno de los grandes desafíos que tenemos con esta evolución es la seguridad. Porque tiene que ser algo que se da por sentado. No se puede ignorar la necesidad de ofrecer una</p>

⁸ Incluye digitalización.

				<p>plataforma segura. Es un desafío constante, porque aparte estamos en constante mejora y robustecimiento de la seguridad. Es un foco súper importante. Tenemos un ‘on boarding’ que es 100% digital y tiene altos estándares de seguridad.”</p> <p>“(…) creemos que es importante para nuestros clientes sentirse seguros con la forma en la que operan. Es decir que, si bien somos una fintech, en breve vamos a estar operando con CBU, una cuenta bancaria tradicional. Y las regulaciones del BCRA para garantizar la seguridad, son mucho más estrictas. Y nosotros, si bien fue un proceso larguísimo, creemos que es la forma de poder ofrecer una plataforma más sólida y segura (…)”</p>
	Mejora constante	2	Mitad del quinto párrafo.	“Es un desafío constante, porque aparte estamos en constante mejora (…).
	Compromiso (con el cliente)	2	Sexto párrafo.	“El otro desafío, que tenía más que ver con la adopción, lo que hicimos fue ponerle foco a la experiencia . Y para hacer esto correctamente, lo que hicimos fue escuchar muchísimo a nuestros clientes . Estamos
	Escucha (al cliente)			

					constantemente tratando de entender a nuestros clientes , sus necesidades, y cómo reaccionan a las experiencias que les estamos brindando. Estamos constantemente escuchando a nuestros clientes para entenderlos a ellos. ”
	5 millones de clientes	2	Séptimo párrafo.		“Naranja X actualmente le da soluciones a 5 millones de personas . Una buena forma de darle dimensión a esto es que uno de cada cuatro argentinos económicamente activos, usa nuestros productos a diario. Es un volumen muy grande.”

REPORTE DE SUSTENTABILIDAD NARANJA X (2020-2021)

ATRIBUTOS	SECCIÓN	PÁGINAS	DESTINATARIOS	EJEMPLOS
Alcance nacional	Mensaje del CEO	8to párrafo	Clientes (actuales y potenciales), colaboradores (actuales y potenciales), accionistas/inversores (actuales y potenciales).	“(...) tanto desde el celular como en nuestras 177 sucursales de Naranja X en todo el país ”.
Fintech que te acompaña a potenciar el uso de tu dinero	Mensaje del CEO, Negocio, Portada	1era página de Negocio y 2do párrafo de Negocio	Clientes (actuales y potenciales), colaboradores (actuales y potenciales)	<p>“(...) Naranja X, la fintech que se propone alentar las finanzas de millones de personas en la Argentina (...)”.</p> <p>“Por eso, en 2021, Naranja evolucionó hacia Naranja X, la fintech que te acompaña a potenciar el uso cotidiano del dinero”</p> <p>“Somos la fintech que te acompaña a potenciar el uso de tu dinero”.</p>
Uno de los mejores lugares para trabajar en el país	Mensaje del CEO, Equipo	3er párrafo, 1era y 9na página de Equipo.	Clientes (actuales y potenciales), colaboradores (actuales y potenciales), accionistas/inversores (actuales y potenciales)	<p>“También somos reconocidos por ser uno de los mejores lugares para trabajar en el país”.</p> <p>“Y creamos uno de los mejores lugares para trabajar de la Argentina”.</p> <p>“Obtuvimos el 3° puesto entre Los Mejores Lugares para Trabajar para Mujeres (GPTW)”.</p>

Plataforma masiva de acceso a bienes y servicios		Negocio	1era página de Negocio.	Clientes (actuales y potenciales), accionistas/inversores (actuales y potenciales)	“Nos transformamos en una plataforma masiva de acceso a bienes y servicios ”.
5 millones de clientes		Clientes, Negocio	1era página de Clientes, 1era página de Negocio	Clientes (actuales y potenciales), accionistas/inversores (actuales y potenciales)	“El desafío es hacérsela fácil a nuestros más de 5.000.000 de clientes ”. “Más de 5 millones de usuarios nos eligen”.
Adaptación⁹		Clientes, Planeta, Negocio, Equipo, Comunidad, Mensaje del CEO	Página 2 de Negocio, página 4 de Clientes x2, página 1 de Planeta, página 1 y 3 de Comunidad, página 2, 5, 6, 7, 8, 10 (x2) y 11 de Equipo y 4to párrafo del Mensaje del CEO	Clientes (actuales y potenciales), colaboradores (actuales y potenciales), accionistas/inversores (actuales y potenciales)	“Naranja se adapta ” “Fueron momentos desafiantes, de adaptación continua”. “Tenemos todo para lograrlo: la capacidad y la agilidad de nuestros equipos para adaptar nuestras prácticas, procesos y productos (...)”.
Compromiso	Con los colaboradores	Equipo	Página 2 (x2), 5, 6, 7, 8, 10 y 11 (x2) de Equipo	Clientes (actuales y potenciales) y colaboradores (actuales y potenciales).	“Por eso activamos un equipo de bienestar interdisciplinario para acompañar y cuidar a nuestro equipo ”. “Desarrollamos espacios de contención y recreación para compartir (...)” “El confinamiento obligatorio y el trabajo remoto de nuestros equipos nos hizo adaptar los

⁹ Se incluye dentro de adaptación: cambio.

					focos de comunicación interna en dos: cuidar a las personas y (...)
	Con la privacidad y seguridad	Clientes	Página 1 y 8 de Clientes	Clientes (actuales y potenciales)	<p>“También estamos para cuidar tus datos”</p> <p>“Cómo cuidamos la privacidad y la seguridad de las personas”</p>
	Con las personas	Estrategia, Equipo, Comunidad y Mensaje del CEO	Página 1, 2 y 3 de Estrategia, página 6 y 7 (x3) de Equipo, página 3 de Comunidad, página 1 de Planeta, 8to y 9no párrafo de Mensaje del CEO.	Clientes (actuales y potenciales), colaboradores (actuales y potenciales), accionistas/inversores (actuales y potenciales)	<p>“Bases firmes para seguir acelerando el compromiso con nuestra comunidad”.</p> <p>“Reconocimos para transmitir energía, cumplir las metas, motivar y agradecer el compromiso de las personas y los equipos”.</p> <p>“Un nuevo modo de estar cerca que renueva el compromiso con nuestro propósito de facilitar con alegría y compromiso la vida de cada persona”.</p>
Evolución	Del negocio	Equipo, Estrategia, Clientes, Mensaje del CEO.	Página 9 (x2) y 11 (x2) de Equipo, página 1 de Estrategia, página 1 de Clientes (x2), 2do párrafo Mensaje del CEO	Clientes (actuales y potenciales) y accionistas/inversores (actuales y potenciales)	<p>“En 2020 lanzamos la iniciativa de Diversidad para poder profundizar nuestro conocimiento en la materia, evolucionar prácticas internas y externas, (...)”.</p> <p>“Y hacerlo de una manera en la que nuestro negocio también evolucione”.</p>
	Digital	Equipo, Clientes, Negocio	Página 10 de Equipo, página 1 de Cliente, página 2 de Negocio	Clientes (actuales y potenciales), accionistas/inversores (actuales y potenciales)	<p>“Nuestra evolución digital nos desafió a encontrar perfiles con conocimientos técnicos”.</p> <p>“En 2020 nuestro crecimiento digital fue como</p>

					la X: pura evolución ".
Innovación¹⁰	Equipo, Negocio, Estrategia y Clientes	Página 9 y 12 (x3) de Equipo, página 1 de Negocio, página 1 de Estrategia (x2), página 1 y 4 de Clientes	Clientes (actuales y potenciales), colaboradores (actuales y potenciales), accionistas/inversores (actuales y potenciales)	<p>"Mientras más diversos sean nuestros equipos, mayor será nuestra capacidad de innovar".</p> <p>"Potenciamos la cercanía y la calidez que nos diferencia con innovación".</p> <p>"Detectamos la necesidad de acompañar a los líderes en el desarrollo de skills de management que tuvieran como premisa la innovación (...)".</p>	
Renovación¹¹	Equipo, Estrategia, Mensaje del CEO, Clientes, Negocio	Página 2, 9, 10 (x3) de Equipo, página 1 de Estrategia (x3), párrafo 10 de Mensaje del CEO, página 1 de Clientes (x2), página 1 de Negocio (x2)	Clientes (actuales y potenciales), colaboradores (actuales y potenciales), accionistas/inversores (actuales y potenciales)	<p>"En el camino, reunimos iniciativas que ya existen, nos animamos a rediseñar otras en torno a nuevos ejes (...), nos aseguramos de que como empresa tenemos muchísimo potencial para, junto a otros, cambiar las reglas de juego de la sociedad que ya no van más"</p> <p>"Pusimos nuestro #ModoBeta en práctica y rápidamente nos reinventamos".</p> <p>"Los HR Labs aportaron herramientas y conocimiento, para rediseñar y evolucionar nuestras prácticas de gestión de personas"</p>	
	Ambiental	Estrategia, Planeta, Negocio y	Página 1 y 3 de Estrategia, página 1 de Planeta, página 5 de Negocio, página 3 de Comunidad	Clientes (actuales y potenciales), colaboradores (actuales	"Algunos de los temas en los que nos formamos fueron economía circular, gestión de residuos, energías renovables".

¹⁰ Incluye nuevo/novedad (ej. nuevos modelos de...).

¹¹ Incluye cambio, transformación, rediseño y repensar.

Sustentabilidad		Comunidad		y potenciales), accionistas/inversores (actuales y potenciales), y proveedores.	“Por último, ampliamos nuestro compromiso de impacto en el planeta, y este año nos convertimos en la primera fintech neutra en carbono”.
	Del negocio	Estrategia, Equipo y Comunidad	Página 1 de Estrategia, página 7 de Equipo, página 3 de Comunidad	Clientes (actuales y potenciales), accionistas/inversores (actuales y potenciales) y proveedores	<p>“Tenemos el objetivo de potenciar juntos la sustentabilidad del negocio en toda la cadena de valor, por lo que nuestros acuerdos de contratación incluyen cláusulas de ética y aspectos sociales, laborales, de derechos humanos, ambientales y técnicas”.</p> <p>“Pensamos e implementamos acciones que nos permitan fortalecer nuestro compromiso con una gestión sustentable basada en la capacidad de crear valor económico, social, ambiental y ético-cultural, en un nuevo contexto”.</p>
Trabajo en equipo	Estrategia, Equipo, Planeta, Negocio y Mensaje del CEO	Página 1 de Estrategia (x3), página 1, 10 y 11 de Equipo, página 1 de Planeta, página 5 de Negocio y 3er párrafo de Mensaje del CEO	Clientes (actuales y potenciales), colaboradores (actuales y potenciales) y proveedores.	<p>“Somos un equipo que articula con equipos de adentro de la organización y de afuera”.</p> <p>“¡Y lo vamos a lograr en equipo!”</p> <p>“Hacemos equipo con socios y proveedores que comparten nuestra forma de hacer las cosas”.</p>	
Crecimiento	Estrategia, Equipo, Clientes, Negocio, Mensaje del	Página 1 y 2 (x2) de Estrategia, página 1, 10, 12 (x2) y 13 de Equipo, página 1 (x2) y 4 de Clientes, página 1 (x2) y 2 de	Clientes (actuales y potenciales), colaboradores (actuales y potenciales), accionistas/inversores	<p>“Y queremos que la red siga creciendo.”</p> <p>“En 2020 nuestro crecimiento digital fue como la X: pura evolución.”</p>	

		CEO	Negocio, 4to párrafo de Mensaje del CEO	(actuales y potenciales) y proveedores.	“Es un orgullo compartirles, a través de este Reporte y de nuestra nueva plataforma de sustentabilidad, el recorrido y el crecimiento exponencial que trajo el último año en un contexto inédito.”
Responsabilidad	Económica	Estrategia, Comunidad, Planeta y Mensaje del CEO	Página 1 y 2 de Estrategia, página 3 de Comunidad, página 1 de Planeta y 1er párrafo de Mensaje del CEO	Clientes (actuales y potenciales), colaboradores (actuales y potenciales), accionistas/inversores (actuales y potenciales) y proveedores.	<p>“Desde Naranja X tenemos la misión, la necesidad y la urgencia de buscar nuevas maneras de crear valor económico y, al mismo tiempo, social y ambiental”.</p> <p>“Descubrimos nuevas oportunidades para potenciar nuestro negocio con los lentes del triple impacto: económico, social y ambiental.”</p> <p>“(…) así como su capacidad de impactar en nuestro desempeño económico, social y ambiental”.</p>
	Social				
	Ambiental				
Inclusión Financiera		Estrategia y Mensaje del CEO	Página 1 de Estrategia, 3er, 5to y 7mo párrafo de Mensaje del CEO.	Clientes (actuales y potenciales), colaboradores (actuales y potenciales)	<p>“Ser protagonistas de la inclusión y educación financiera en la región”.</p> <p>“(…) con el objetivo de seguir fortaleciendo la inclusión financiera y ampliar nuestra propuesta de valor para los usuarios”.</p> <p>“Desde nuestro negocio, brindamos acceso a herramientas financieras con las que millones de personas no contaban”.</p>
Seguridad	Financiera	Clientes y Negocio	Página 8 de Clientes (x2) y página 7 de Negocio.	Clientes (actuales y potenciales)	“Conocé los estándares y normativas con los que trabaja el área de Seguridad de la Información

					de Naranja y aplicá para ejecutar con efectividad nuestra Política de Seguridad de la Información”.
	De la salud	Estrategia y Equipo	Página 2 de Estrategia, página 2 y 5 de Equipo	Clientes (actuales y potenciales) y colaboradores (actuales y potenciales)	“(…) y con esa información diseñamos un plan de acción segmentado para crear un entorno seguro y saludable”. “El equipo de Seguridad y Salud Ocupacional reorganizó sus actividades para brindar soporte y cobertura inmediata a los equipos de Naranja frente al avance de la pandemia de COVID-19”.
Formación		Estrategia, Equipo y Comunidad	Página 1 y 2 de Estrategia, página 1, 3, 4, 9, 10, 11 y 12 (x2) de Equipo, página 3 de Comunidad.	Clientes (actuales y potenciales) y colaboradores (actuales y potenciales).	“ Formamos a los mejores talentos, les ofrecemos las mejores herramientas y los dejamos fluir para que desarrollen todo su potencial”. “Bajo el lema de ‘todos tenemos algo para enseñar y para aprender’ potenciamos un encuentro entre todos los líderes de la organización (...)” “Impulsamos el desarrollo de nuestros equipos creando espacios de aprendizaje para que cada persona sea protagonista de su desarrollo”.
Transparencia		Estrategia, Equipo, Mensaje del CEO y Negocio	Página 2 de Estrategia, página 7 y 13 de Equipo, 6to párrafo de Mensaje del CEO, página 7 de Negocio (x6)	Clientes (actuales y potenciales), colaboradores (actuales y potenciales), accionistas/inversores	“Con la premisa de estar cerca, toda la comunicación se reorganizó en torno a los equipos, con mensajes transparentes y una mirada 360°”.

			(actuales y potenciales)	<p>“(...) promover una cultura de trabajo transparente, colaborativa y meritocrática”.</p> <p>“Tenemos el propósito de asegurar una cultura de ética, transparencia y cumplimiento que permita garantizar la sustentabilidad del negocio”</p>
Diferenciación	Equipo y Negocio	Página 9 de Equipo y página 1 de Negocio (x3)	Clientes (actuales y potenciales) y colaboradores (actuales y potenciales)	<p>“Potenciamos la cercanía y la calidez que nos diferencia con innovación”.</p> <p>“Usamos lo mejor de la tecnología para crear soluciones simples y disruptivas”.</p> <p>“Nuestra cultura nos hace diferentes y nos potencia”.</p>
Personas en el centro	Equipo, Comunidad, Clientes, Negocio y Mensaje del CEO	Página 2 de Equipo, página 1 de Comunidad, página 1 de Clientes, página 1 de Negocio, 3er y 8to párrafo de Mensaje del CEO	Clientes (actuales y potenciales) y colaboradores (actuales y potenciales)	<p>“En Naranja, las personas siempre están en el centro”.</p> <p>“Ponemos al usuario en el centro de nuestras decisiones (...)”.</p> <p>“Continuaremos potenciando nuestra cultura data driven y centrada en el cliente para poder entender en profundidad a las personas”.</p>
Cercanía	Equipo, Clientes y Negocio	Página 4, 7 (x2), 8 y 11 de Equipo, página 4 de Clientes y página 1 de Negocio.	Clientes (actuales y potenciales) y colaboradores (actuales y potenciales). Proveedores.	<p>“Nos enfocamos en los focos de alto impacto para la gestión de equipos, establecer acuerdos de trabajo, promover la cercanía y fortalecer vínculos de confianza”.</p>

				<p>“(…) apoyar a los productores regionales y mantener nuestra tradición de estar siempre cerca”.</p> <p>“Estamos donde está la gente. Potenciamos la cercanía”.</p>
Eficiencia¹²	Equipo, Negocio, Estrategia, Mensaje de CEO	Página 8 (x2), 10, 12 y 13 de Equipo, página 1 y 2 de Negocio, página 1 de Estrategia (x2), 8to párrafo de Mensaje del CEO.	Clientes (actuales y potenciales) y accionistas/inversores (actuales y potenciales)	<p>“Usamos lo mejor de la tecnología para crear soluciones simples y disruptivas”.</p> <p>“Todas nuestras soluciones están basadas en datos. Nos anticipamos a las necesidades de las personas, ofreciéndoles las mejores soluciones y buscamos continuamente resolver lo que nos indican los datos”.</p> <p>“Año a año fuimos incorporando diferentes mejoras en la metodología para acceder de manera más precisa a las percepciones”.</p>
Liderazgo	Equipo, Planeta y Negocio.	Página 12 de Equipo (x2), Página 1 de Planeta y página 1 de Negocio.	Clientes (actuales y potenciales), colaboradores (actuales y potenciales), accionistas/inversores (actuales y potenciales)	<p>“Para lograrlo, diseñamos una estrategia enfocada en dos grandes desafíos: liderazgo y agilidad para el negocio”.</p> <p>“Crecimos y nos convertimos en una tienda de deportes líder”.</p> <p>“Cada persona que trabaja en Naranja recibe un informe individual por trimestre con el resultado de sus objetivos y una valoración de cómo puso</p>

¹² Se incluye dentro de eficiencia: Resolución de problemas.

					en juego cada uno de nuestros comportamientos según la mirada del líder , sus pares y equipo”.
Acompañamiento	A los colaboradores	Negocio, Equipo, Comunidad y Mensaje del CEO.	Página 2 de Negocio (x2), página 2, 10, 11 (x2) y 12 de Equipo, página 1 de Comunidad y 3er párrafo de Mensaje del CEO.	Clientes (actuales y potenciales), colaboradores (actuales y potenciales) y proveedores.	“Detectamos la necesidad de acompañar a los líderes”.
	A los clientes				“Por eso activamos un equipo de bienestar interdisciplinario para acompañar y cuidar a nuestro equipo”.
					“Buscamos acompañar a las personas en su vida cotidiana: clientes, colaboradores, proveedores... Desde nuestro negocio, brindamos acceso a herramientas financieras con las que millones de personas no contaban”.
					“Un ecosistema de soluciones tecnológicas ingeniosas diseñado para acompañar a la gente a encontrarle la vuelta al uso de su dinero”.
Escucha		Equipo y Negocio	Página 8 y 9 (x2) de Equipo, página 1 de Negocio.	Clientes (actuales y potenciales), colaboradores (actuales y potenciales) e inversionistas/accionistas.	“Investigamos, escuchamos y aprendimos sobre las motivaciones de las personas al usar el dinero”.
					“ Escucha basada en datos”.
					“El 75% de las personas que trabajan en Naranja X acuerdan que las personas líderes: potencian la diversidad, practican la escucha activa y el reconocimiento (...)”.

ANÁLISIS DE ATRIBUTOS DE IDENTIDAD EN PUBLICACIONES DE FACEBOOK DE NARANJA (2017 - ENERO A MAYO)

ATRIBUTOS		P.1	P.2	P.3	P.4	P.5	P.6	P.7	P.8	P.9	P.10	P.11	P.12	P.13	P.14	P.15	P.16	P.17	P.18	P.19	P.20
POSTEOS																					
Principal emisora de tarjetas de crédito del país (PET)																					
Empresa/Compañía líder en la industria financiera y no financiera (LDZGIF)																					
Alcance nacional (AN)																					
Evolución	Digital (EVD)																				
	Del negocio (EVN)											X									
Liderazgo	De las personas (LDZGP)																				
	Del negocio (LDZGN)						X														
Sustentabilidad	Ambiental (STA)																				
	Social (STS)						X				X										
Responsabilidad	Social (RPS)						X				X										

	Ambiental (RPA)																				
Compromiso	Social (CPS)						X				X					X					
	Ambiental (CPA)																				
	Con los clientes (CPCL)	X	X	X	X	X			X												
	Con los colaboradores (CPCOL)													X							
Adaptabilidad (AD)																					
Trabajo en equipo (TEQ)							X				X	X									
Calidad y calidez (CC)										X											
Alegría/Felicidad (AF)		X					X	X			X	X				X				X	
Vínculos (VIN)											X										
Cercanía (CER)		X	X		X					X		X		X		X	X	X			X
Proyección (PYC)											X		X			X				X	
Libertad en el trabajo (LIB)																					
Proactividad (PRO)																					
Innovación (INN)																				X	X

Renovación (RNV)							X				X		X	X		X	X	X	X	X
Comunicación (COM)																				
Transparencia (T)						X														
Escucha (ESC)																				
Clientes en el centro (CLC)											X									
Diferenciación (DIF)																				
Experticia (EXP)																				
Optimismo (OP)																				
Resiliencia (RES)																				
Agilidad/Rapidez en el servicio (AGI)																				
Tecnología (TEC)																				
Efectividad/Eficiencia (EF)																				
Amistad (AM)											X									
Crecimiento (CTO)											X		X			X	X		X	
Seguridad (SEG)								X												
Orgullo (ORG)										X										
Historicidad (HSC)											X									
Fidelidad a su esencia (FAS)													X						X	

Grandeza (GDZA)													X							
Frescura (FR)	X													X		X	X			X
Inclusión (INC)															X					
Acompañamiento de los clientes (ACÑCL)							X			X	X									
Autenticidad (AU)																				X
Pasión (PAS)																				
Patriotismo (PTR)																				
Mejor lugar para trabajar (GPTW)																				
Esfuerzo (EFZ)											X									
Comodidad (CMD)											X									

ATRIBUTOS	P.21	P.22	P.23	P.24	P.25	P.26	P.27	P.28	P.29	P.30	P.31	P.32	P.33	P.34	P.35	P.36
Principal emisora de tarjetas de crédito del país (PET)																
Empresa/Compañía líder en la industria financiera y no financiera (LDZGIF)																
Alcance nacional (AN)																

Evolución	Digital (EVD)																
	Del negocio (EVN)																
Liderazgo	De las personas (LDZGP)																
	Del negocio (LDZGN)															X	
Sustentabilidad	Ambiental (STA)											X					
	Social (STS)			X	X	X		X				X					X
Responsabilidad	Social (RPS)			X	X	X		X				X					
	Ambiental (RPA)											X					X
Compromiso	Social (CPS)			X	X	X		X				X					X
	Ambiental (CPA)											X					
	Con los clientes (CPCL)									X				X			
	Con los colaboradores (CPCOL)							X						X			X
Adaptabilidad (AD)																	

Trabajo en equipo (TEQ)	X		X	X			X									
Calidad y calidez (CC)																
Alegría/Felicidad (AF)	X	X	X	X	X		X				X	X			X	
Vínculos (VIN)																
Cercanía (CER)								X	X	X		X		X		
Proyección (PYC)		X	X													
Libertad en el trabajo (LIB)																
Proactividad (PRO)																
Innovación (INN)																
Renovación (RNV)		X	X											X		
Comunicación (COM)																
Transparencia (T)											X					
Escucha (ESC)																
Clientes en el centro (CLC)																
Diferenciación (DIF)																
Experticia (EXP)																
Optimismo (OP)																
Resiliencia (RES)																

Agilidad/Rapidez en el servicio (AGI)																	
Tecnología (TEC)																	
Efectividad/Eficiencia (EF)																	
Amistad (AM)														X			
Crecimiento (CTO)		X												X			
Seguridad (SEG)																	
Orgullo (ORG)																X	
Historicidad (HSC)														X			
Fidelidad a su esencia (FAS)		X															
Grandeza (GDZA)																	
Frescura (FR)		X															
Inclusión (INC)																	
Acompañamiento de los clientes (ACÑCL)						X						X		X			
Autenticidad (AU)																	
Pasión (PAS)	X																
Patriotismo (PTR)			X		X	X	X										
Mejor lugar para trabajar (GPTW)																X	

Esfuerzo (EFZ)																
Comodidad (CMD)																

ANÁLISIS DE ATRIBUTOS DE IDENTIDAD EN PUBLICACIONES DE FACEBOOK DE NARANJAX (2021 - MAYO A SEPTIEMBRE)

ATRIBUTOS		P.1	P.2	P.3	P.4	P.5	P.6	P.7	P.8	P.9	P.10	P.11	P.12	P.13	P.14	P.15	P.16	P.17	P.18	P.19	P.20
POSTEOS																					
Alcance Nacional (AN)																					
Fintech que te acompaña a potenciar el uso de tu dinero (FINT)																					
Uno de los mejores lugares para trabajar en el país (GPTW)																					
Plataforma masiva de acceso a bienes y servicios (PLAT)																					
5 millones de clientes (5M)																					
Tarjeta de crédito históricamente con el más bajo nivel de mora (TCNM)																					
Seguridad	Financiera (SEGF)							X	X			X						X	X		
	Con la salud (SEGS)																				
Compromiso	De los colaboradores (CDCOL)																				
	Con el cliente					X						X					X				X

	(CDC)																					
	De la privacidad y seguridad (CDPV)																					
	Con las personas																					
Evolución	Del negocio (ENV)																					
	Digital (EVD)																					
Sustentabilidad	Ambiental (STA)													X								
	Del negocio (STN)																					
Acompañamiento	A los clientes (ACÑCL)																					
	A los colaboradores (ACÑCOL)																					
Responsabilidad	Económica (RPE)																					
	Social (RPS)																					
	Ambiental (RPA)													X								

Frescura (FR)																				
Juventud (JUV)																				
Inclusión social (INC)																				
Tecnología (TEC)										X										
Calidez (CDZ)																				
Innovación (INN)											X	X								
Vínculos con las personas (VIN)																				
Confianza (CZA)																				
Inclusión y Educación financiera (FIN)	X	X				X						X		X	X					
Personas en el centro (PC)																				
Clientes en el centro (CLC)																				
Asertividad (ASER)																				
Simpleza (SPZ)																				
Genuinidad (GEN)																				
Cercanía (CER)			X						X									X		X
Renovación (RNV)												X				X			X	
Vanguardia tecnológica (VAN)																				
Adaptación (AD)																				

Flexibilidad (FX)					X																
Trabajo en equipo (TEQ)													X								
Crecimiento (CTO)																					
Formación (FOR)																					
Transparencia (T)																					
Diferenciación (DIF)																					
Liderazgo (LDZGN)																					
Eficiencia (EF)	X	X	X	X	X	X	X		X	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X
Escucha (ESC)																					
Empatía (EM)																					
Fidelidad a su esencia (FAS)																					
Dinamismo (DN)																					
Diversión (DIV)																					
Iniciativa (INI)																					
Autonomía (AUTO)																					
Historicidad (HSC)																					
Comodidad (CMD)			X		X																
Agilidad/Rapidez en el servicio (AGI)				X						X	X			X			X				

Mejora constante (MEJ)																							
Compromiso ambiental (CPA)															X								
Gratuidad (GR)	X	X			X									X			X					X	
Alegría/Felicidad (AF)																							
Proyección (PYC)																							

ATRIBUTOS		P.																						
POSTEOS		21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43
Alcance Nacional (AN)																								
Fintech que te acompaña a potenciar el uso de tu dinero (FINT)																								
Uno de los mejores lugares para trabajar en el país (GPTW)																								
Plataforma masiva de acceso a bienes y servicios (PLAT)																								
5 millones de clientes (5M)																								
Tarjeta de crédito históricamente con el más bajo nivel de mora (TCNM)																								
Seguridad	Financiera (SEGF)											X					X							

Cercanía (CER)	X	X			X		X		X		X	X	X	X		X			X	X	X	X	
Renovación (RNV)		X	X	X	X		X		X		X						X						X
Vanguardia tecnológica (VAN)																							
Adaptación (AD)														X									
Flexibilidad (FX)																							
Trabajo en equipo (TEQ)							X																
Crecimiento (CTO)			X	X	X		X							X					X		X		
Formación (FOR)																							
Transparencia (T)																							
Diferenciación (DIF)																							
Liderazgo (LDZG)																							
Eficiencia (EF)	X								X		X			X		X		X	X	X		X	
Escucha (ESC)																							
Empatía (EM)																							
Fidelidad a su esencia (FAS)																							
Dinamismo (DN)																							
Diversión (DIV)																							
Iniciativa (INI)																							

