

Universidad Siglo 21



Trabajo Final de Graduación

Carrera de Contador Público

Reporte de Caso

Optimización Financiera

Fortalecer Tarjeta Naranja a través de las PyMEs constructoras

Strengthen Tarjeta Naranja through construction SMEs

Ana Paula Mega

DNI 32.842.218

Legajo: VCPB34021

anapaumega@gmail.com

Tutor: Favio D'Ercole

Neuquén, 2021

Resumen

El presente trabajo final de graduación formuló un plan de fidelización de clientes de Tarjeta Naranja, teniendo como público objetivo a los trabajadores que pertenecen a PyMEs constructoras de la Patagonia, sacando provecho de la alianza que la empresa mantiene con el Banco Galicia, a fin de incrementar sus fuentes de financiamiento.

Para su desarrollo se analizó la situación financiera de la compañía a través de un estudio de razones financieras sobre los estados contables de los últimos ejercicios. Se observó el contexto y la legislación laboral vigente en el ámbito de la construcción, y se detectó una oportunidad de negocio para Tarjeta Naranja en la región patagónica para aumentar sus ventas por medio de la bancarización de los empleados de ese rubro.

Palabras claves: tarjeta de crédito, financiamiento, construcción, bancarización, PyME, Patagonia.

Abstract

This final graduation project formulated a customer loyalty plan for Tarjeta Naranja, targeting workers that belong to construction SMEs in Patagonia, taking advantage of the alliance that the company maintains with Banco Galicia in order to increase its sources of financing.

For its development, the financial situation of the company was analyzed through a study of financial ratios, on the financial statements of recent years. The context and current labor legislation in the field of construction was observed, and a business opportunity for Tarjeta Naranja was detected in the Patagonian region to increase its sales through the banking of employees of that category.

Keywords: credit card, financing, construction, banking, SMEs, Patagonia.

Índice

Introducción	5
Análisis de situación	8
Descripción de la empresa	8
Análisis del contexto.....	9
Análisis Interno.....	11
Análisis Financiero	12
Marco Teórico.....	16
Diagnóstico	21
Plan de implementación.....	22
Objetivos	22
Alcance	23
Recursos involucrados	23
Acciones específicas o concretas	23
Marco de tiempo para la implementación.....	23
Propuestas de medición o evaluación de las acciones	23
Conclusión	28
Bibliografía	29
Anexos	33
Anexo 1	33
Anexo 2.....	34

Índice de tablas

Tabla 1 Estado de Situación Financiera Tarjeta Naranja S.A.	12
Tabla 2 Análisis de Razones financieras.	13
Tabla 3 Estado de Resultados Tarjeta Naranja S.A.	14
Tabla 4 Fuentes de financiamiento EECC 31-12-2020 Tarjeta Naranja	15
Tabla 5 Nota 8 a los EECC Tarjeta Naranja S.A.	15
Tabla 6 Razones financieras	17
Tabla 7 Razones Financieras con el incremento en los ingresos.....	25
Tabla 8 Estado de Resultados Incrementado	33
Tabla 9 Estado de Situación Patrimonial Incrementado	34

Índice de ilustraciones

Ilustración 1 Sucursales de Tarjeta Naranja en Argentina.....	8
Ilustración 2 Organigrama Tarjeta Naranja.	9
Ilustración 3 Análisis PESTEL	10
Ilustración 4 Matriz FODA Tarjeta Naranja.....	11
Ilustración 5 Indicadores de bancarización en Argentina, 2014-2015	20
Ilustración 6 Acciones específicas o concretas.....	23
Ilustración 7 Cronología del plan de implementación	24

Introducción

Los inicios de Tarjeta Naranja se remontan al año 1969 cuando dos profesores de educación física, oriundos de la Provincia de Córdoba, David Ruda y Gerardo Asrin fundaron un local de deportes llamado “Salto 96”. En ese emprendimiento comenzaron a ofrecer las primeras cuentas corrientes para financiar compras, las cuales se otorgaban a través de tarjetas de identificación para clientes, y que en el año 1985 se convirtieron en una tarjeta de compras de color naranja, la cual fue conocida por la gente como “la naranja”.

En sus comienzos la tarjeta permitió financiar la compra de indumentaria deportiva y se convirtió en el primer paso de lo que hoy se conoce como Tarjeta Naranja. Luego de 10 años se produjo un hito importante para favorecer su crecimiento, cuando en 1995 se produjo la asociación con el Banco Galicia que le permitió seguir creciendo. El crecimiento continuó hasta la actualidad, en donde pese a los problemas financieros que ocurrieron en el país, siguió adaptándose a los cambios que le permitieron ser un actor protagónico en el mercado de las tarjetas de crédito en todo el territorio de la República Argentina.

En cuanto a los valores que busca para desarrollar su actividad, según la información presente en su web institucional, Tarjeta Naranja tiene la visión de ser la empresa líder en servicios financieros y no financieros y, a la vez, la más admirada y querida por colaboradores, clientes y comunidad en general. También fijó como misión, el conectar con experiencias únicas y crecer a través de nuevos negocios basados en la tecnología, lo cual le permitió seguir creciendo y diversificando sus productos.

Dichos valores afectan a la organización en su conjunto, no siendo responsabilidad de unos pocos sino de todos los miembros de la organización. Por eso desde los directores se promueve la implementación de esa estrategia, estimulando la búsqueda compartida de los objetivos que se alinean a la visión, misión y propósito. “El plan estratégico de la empresa es aprobado y gestionado por el directorio, quien hace un seguimiento tanto de los objetivos de la tarea, como de los presupuestos anuales y la gestión y control de riesgos” (Naranja, 2019).

Por otra parte, en relación al mercado de las tarjetas de crédito, compete con el resto de las instituciones bancarias, por lo que es altamente competitivo y complejo. Asimismo es un mercado con altos índices de regulación debido a las normativas del Banco Central de la República Argentina (B.C.R.A), que regulan todo lo concerniente al negocio financiero en el país.

A las características propias del mercado en el que está inserta la organización, se le suma el contexto del país en el cual se desarrolla, siendo éste afectado en cortos períodos de tiempo por diversas crisis económicas, que terminan impactando en el negocio y dificultando la capacidad de poder planificar a un mediano y largo plazo, desde el punto de vista financiero.

Por este motivo, gestionar las finanzas de una empresa es un trabajo continuo que requiere atención constante. La administración financiera empresarial nos brinda una idea general de las bases que se requieren para una buena administración, siendo una herramienta indispensable y de aplicación creciente en los últimos años debido a la necesidad de optimizar los recursos en la organización de la manera más eficiente y estar en condiciones de competir en el mundo globalizado.

Un correcto uso de la función financiera dentro de una organización, complementado por la buena coordinación de las áreas comerciales, operaciones, recursos humanos, entre otras, contribuye asertivamente a la maximización de la rentabilidad, y por ende, es de esperar que genere una mejor situación financiera. Esto también incluye la detección y prevención de los niveles de riesgo, conservando niveles de liquidez y solvencia convenientes.

Según García (2018), se analizó la elaboración de un índice de bancarización para la Argentina mediante el uso de información georreferenciada, concluyendo en que una medición adecuada de la evolución del proceso de bancarización resulta clave en la búsqueda de la inclusión financiera. Se destacó la Provincia de Santa Fe en primer lugar y luego la Provincia de Córdoba, lugar donde se dieron los inicios de Tarjeta Naranja.

En función de lo mencionado, el informe planteó como objetivo principal fortalecer la estructura financiera de Tarjeta Naranja optimizando su rendimiento para el período 2021, para lo cual se plantearon los siguientes objetivos específicos:

- Obtener información financiera de la empresa, a partir del análisis de sus estados contables.
- Recopilar información sobre un nuevo universo de clientes a incorporar.
- Proponer un plan de implementación para la bancarización de los empleados de las empresas de tipo PyME, en particular empresas constructoras.

- Utilizar indicadores para la medición periódica de la rentabilidad, para analizar el impacto proyectado.

Para llevar adelante la realización de los objetivos se analizó en primer lugar la posición financiera de la compañía teniendo en cuenta los estados contables de los últimos ejercicios económicos, para hacer énfasis en sus fuentes de financiamiento. Luego, se observó el contexto de la empresa en la región Patagónica y su posicionamiento, haciendo hincapié en el nivel de bancarización de la población en relación de dependencia del sector de la construcción en forma particular.

Asimismo, en cuanto a la legislación laboral, se analizó la obligatoriedad de las empresas constructoras de bancarizar el pago de los haberes de sus empleados, teniendo en cuenta el tipo de industria y el grado de rotación de personal.

Por último se evaluó la posibilidad de implementación de un plan de fidelización de clientes, teniendo como público objetivo a los trabajadores de la construcción que se desempeñan en relación de dependencia en empresas constructoras de la Patagonia, y qué tan significativo sería el mismo para incrementar las fuentes de financiamiento de Tarjeta Naranja. Se estudió el nivel de exposición al riesgo que supone la implementación de dicho plan, al considerar el tipo de mercado y su variabilidad.

Análisis de situación

Descripción de la empresa

Tarjeta Naranja fue creada por David Ruda, quien comenzó en 1969 con el negocio de comercializar indumentaria deportiva, y luego de aprovechar sucesivas oportunidades, lo transformó en un negocio financiero. Hizo uso de la financiación que obtenía de sus proveedores para trasladar el beneficio a sus clientes, teniendo en cuenta una comisión por brindar ese servicio.

La aparición formal de la tarjeta de crédito fue en 1985, pero el gran salto se produjo en 1995 tras asociarse con Banco Galicia, el cual ofrecía dinero a tasas mejores que las de mercado, lo que colocó a la compañía en una posición firme en la Provincia de Córdoba principalmente y que luego se extendió por todo el país, con una presencia fuerte en Buenos Aires. Dicha presencia se pudo observar en la ilustración 1.



Ilustración 1 Sucursales de Tarjeta Naranja en Argentina.

Fuente: Naranja (2019)

En la región Patagónica, cuenta con 19 sucursales y un “local MUN”, que son llamados así por estar en ciudades pequeñas de entre 20 y 50 mil habitantes. Las tasas de Tarjeta Naranja están reguladas por el BCRA y a valores de Octubre (2021) su tasa nominal

anual es de 47%. La empresa emitió 7,8 millones de plásticos, tiene 250.000 comercios adheridos en todo el país y cuenta con 215 sucursales de Norte a Sur y 3800 empleados.

Con respecto al gobierno de la empresa, está encabezado por Alejandro Asrin como Presidente, con quien David Ruda comenzó el negocio. Los directores de Naranja están comprometidos en la prosecución de los objetivos de la empresa, a través de una gestión que se alinea con los pilares estratégicos, siendo algunos de éstos: el ser reconocidos por facilitar a los clientes una experiencia diferenciada apalancándose en las nuevas tecnologías, fortalecer la posición de la empresa como marca de experiencias de clientes, estar al tanto de las necesidades de los clientes y el riesgo para brindar las soluciones adecuadas, entre otros (Naranja, 2019).

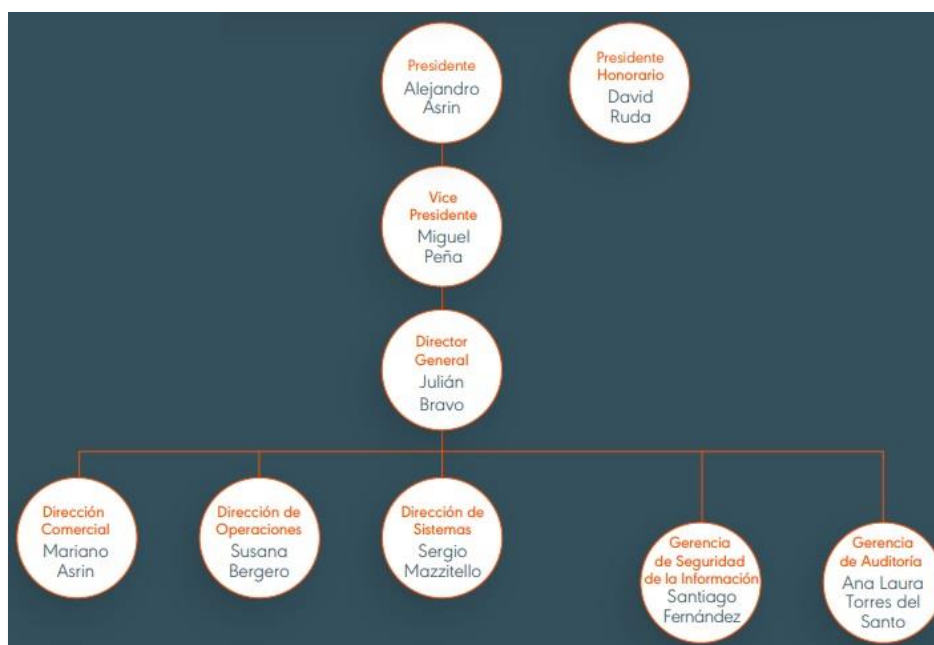


Ilustración 2 Organigrama Tarjeta Naranja.

Fuente: Naranja (2019).

Análisis del contexto

Si bien Argentina fue uno de los países que más sufrió el golpe de la pandemia iniciado a principios del 2020, hubo unos pocos sectores que se beneficiaron por las nuevas condiciones de vida y comportamiento de los consumidores. Uno de ellos fue el mercado de las tarjetas de crédito.

Según el Informe Técnico del INDEC sobre la evolución de la distribución del ingreso para el tercer trimestre 2020, el ingreso promedio de las personas que tuvieron algún ingreso mostró un aumento de 26,0% interanual. En el caso del estrato bajo, el aumento interanual observado fue de 35,9%; en el estrato medio, 26,5%; y en el estrato alto, 22,9%. Este aumento se explica en parte por el aumento de los ingresos no laborales, que fue del 38.9% a diferencia de los laborales que crecieron en un 14,6%. Los aumentos no laborales incluyen los subsidios o ayudas sociales del gobierno, como es el caso de la “tarjeta alimentar”.

Como consecuencia de la pandemia, se produjo un fenómeno de digitalización masiva que obligó incluso a los estratos bajos de la población, a utilizar medios de pago distintos al dinero en efectivo al que estaban acostumbrados. El gobierno buscó “educar” a la población en el uso de las tarjetas magnéticas como medio de pago.

En Argentina el consumo de Tarjetas de crédito incluye a un 35% de la población; de ese total un 19% utiliza Tarjeta Naranja, siendo la mayoría de entre 35 y 54 años de edad.

A continuación se presenta un diagrama con la herramienta de análisis Pestel, que identifica las cinco fuerzas externas que afectan a la organización: política, económica, socio cultural, tecnológica, ecológica y legal.

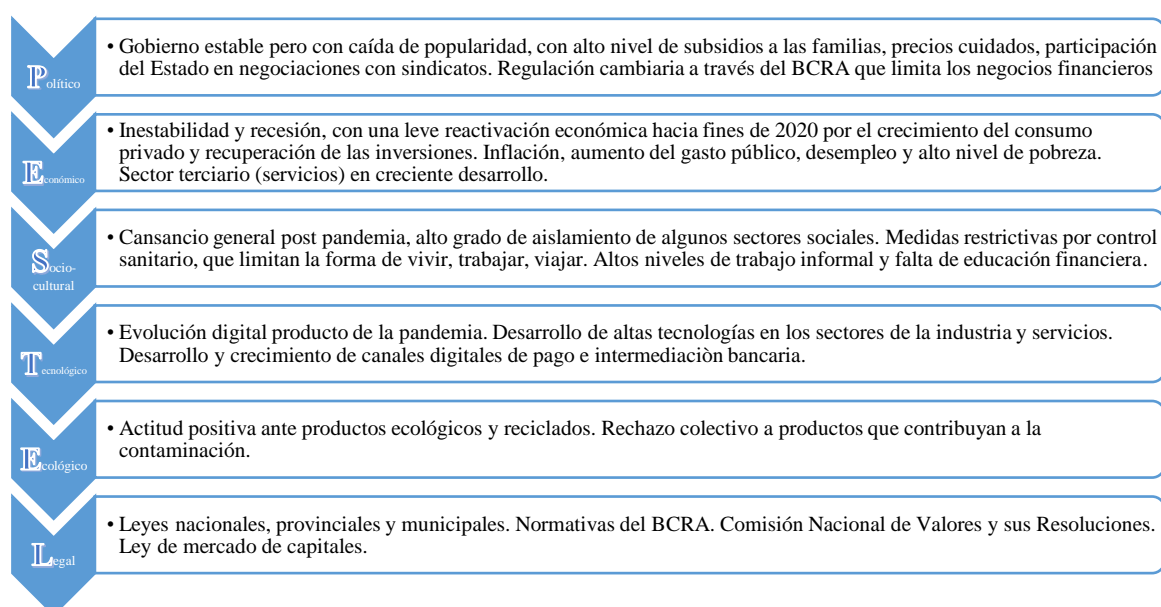


Ilustración 3 Análisis PESTEL

Fuente: Elaboración propia (2021).

Análisis Interno

Tarjeta Naranja es una empresa que brinda servicios financieros, principalmente a dos tipos de clientes: personas y comercios amigos. Es extenso el campo de personas que pueden ser titulares de una tarjeta de crédito o poseerla a través de una extensión, aún sin la mayoría de edad. La empresa les ofrece un servicio financiero para el consumo que estos deban realizar, brindando la posibilidad de diferir el pago en el tiempo.

Para realizar un análisis interno de la compañía, se utilizó la matriz FODA, ya que es una herramienta para analizar la situación actual de una empresa, lo cual es fundamental para la toma de decisiones. Permite ver todas las variables que intervienen en un negocio, determinar en qué situación se encuentra la organización, y si es posible aprovechar oportunidades del entorno con las fortalezas con las que cuenta.

Por otro lado, pudo identificar las amenazas del entorno, para prevenirlas o buscar disminuir los efectos que pudieran tener en la organización. Asimismo la matriz FODA fue creada con el objetivo de determinar las causas de los fracasos en las planificaciones a largo plazo, teniendo en cuenta tanto los aspectos positivos como los negativos del entorno y de la organización en sí misma.

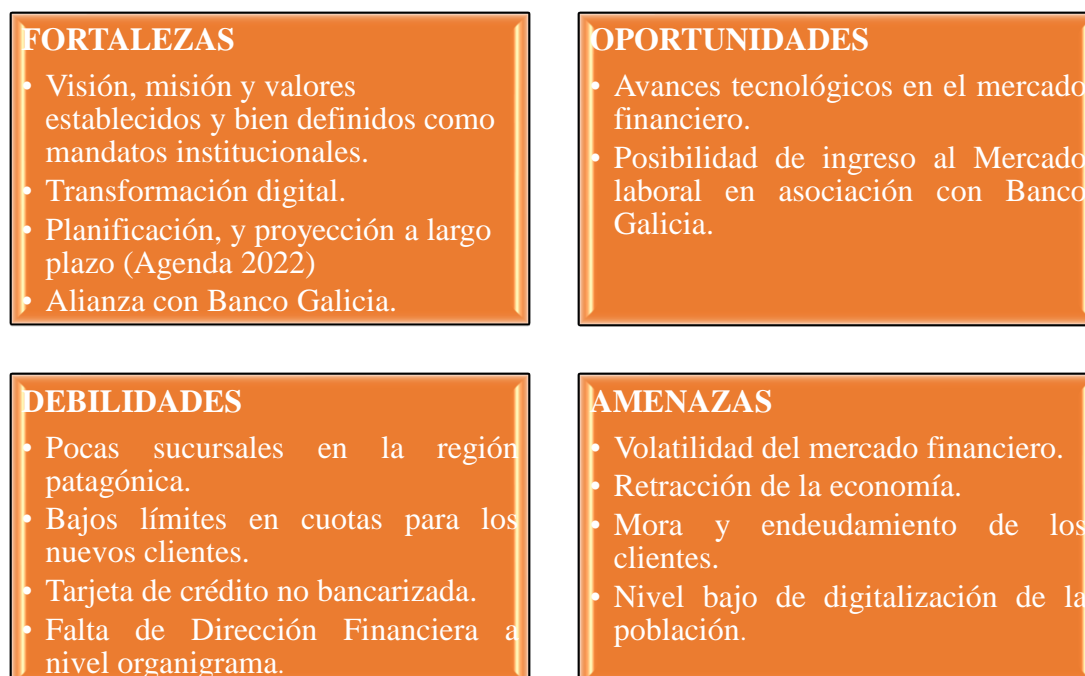


Ilustración 4 Matriz FODA Tarjeta Naranja

Fuente: Elaboración propia (2021).

Análisis Financiero

En esta sección se analizó desde un punto de vista contable financiero a la empresa Tarjeta Naranja, haciendo foco en el estudio de sus fuentes de financiamiento.

Al 31 de diciembre de 2020, Tarjeta Naranja S.A. se considera una de las principales entidades emisoras de tarjetas de crédito en Argentina. La empresa cuenta con un total de 4.619.426 clientes, entre titulares y extensiones de tarjeta. Sumando todas las marcas administradas, el total de tarjetas habilitadas es de 8.613.352 incluyendo Naranja, Naranja Visa, Naranja MasterCard y Naranja American Express (Naranja, 2021).

El resultado al 31 de diciembre fue una ganancia de \$ 3.315.982, mostrando un incremento del 79% en valores homogéneos respecto al ejercicio anterior. El patrimonio neto al finalizar el ejercicio ascendió a \$ 23.852.235 en valores homogéneos.

Tarjeta Naranja S.A.									
Número de Inscripción en el Registro Público de Comercio: N° 1363 F° 5857 T° 24/95									
Estado de Situación Financiera									
Al 31 de diciembre de 2020 y 2019									
Cifras expresadas en moneda homogénea en miles de pesos									
ACTIVO	Nota	31.12.2020	31.12.2019	01.01.2019	PASIVO	Nota	31.12.2020	31.12.2019	01.01.2019
		En miles de pesos					En miles de pesos		
ACTIVO CORRIENTE					PASIVO CORRIENTE				
Efectivo y equivalentes de efectivo	19	2.695.572	9.897.559	10.472.827	Cuentas por pagar	26	54.714.136	42.949.727	47.834.950
Inversiones	20	-	1.801.839	113.107	Deudas bancarias y financieras	27	13.603.298	13.772.621	17.847.047
Créditos por servicios prestados	21	87.403.751	64.821.933	86.603.357	Remuneraciones y cargas sociales	28	1.523.672	1.130.511	1.661.579
Otros créditos	22	382.603	368.483	555.151	Cargas fiscales	29	1.883.170	1.620.779	2.062.133
Total del Activo Corriente		90.481.926	76.889.814	97.744.442	Otros pasivos	30	145.157	16.539	60.940
ACTIVO NO CORRIENTE					Provisión impuesto a las ganancias	18	1.189.775	1.268.086	79.869
Créditos por servicios prestados	21	499.806	564.157	2.545.270	Total del Pasivo Corriente		73.059.208	60.758.263	69.546.518
Otros créditos	22	7.706	10.543	13.243	PASIVO NO CORRIENTE				
Activo por impuesto diferido	18	3.033.373	3.061.806	1.853.612	Deudas bancarias y financieras	27	3.044.289	4.616.480	17.994.492
Inversiones en asociadas y otras sociedades	23	7.246	17.583	4.436	Otros pasivos	30	12.014	10.003	21.156
Activos fijos	24	4.808.111	4.619.525	3.780.529	Previsiones	31	145.058	147.521	136.123
Activos intangibles	25	1.274.636	1.751.224	1.281.666	Total del Pasivo No Corriente		3.201.361	4.774.004	18.151.771
Total del Activo No Corriente		9.630.878	10.024.838	9.478.756	Total del Pasivo		76.260.569	65.532.267	87.698.289
Total del Activo		100.112.804	86.914.652	107.223.198	PATRIMONIO		23.852.235	21.382.385	19.524.909
					Total del Pasivo y Patrimonio		100.112.804	86.914.652	107.223.198

Tabla 1 Estado de Situación Financiera Tarjeta Naranja S.A.

Fuente: Naranja (2021).

Se utilizaron razones financieras como herramientas de análisis en la comparación de los estados contables. Para lo cual, se tienen en cuenta cuatro razones financieras:

- ✓ Razones de solvencia de corto plazo o de liquidez.
- ✓ Razones de solvencia de largo plazo o de apalancamiento financiero.
- ✓ Razones de rentabilidad.

✓ Razones de valor de mercado.

En la Tabla 3 se detalló la composición de estos indicadores analizando los Estados contables del 2020 en comparación con el ejercicio anterior.

Análisis de Razones Financieras			
	Ejercicio 2020	Ejercicio 2019	Interpretación
Solvencia de corto plazo			
Indice de Liquidez	1,2385	1,2655	Por cada peso de pasivo, hay \$1,24 en el activo
Capital de trabajo neto	17.422.718,00	16.131.551,00	Representa el monto de recursos que la empresa tiene destinado para cubrir las erogaciones necesarias para su operación.
Solvencia de largo plazo			
Ratio o razón de deuda total	0,7617	0,7540	Tiene en cuenta todas las deudas (sin tener en cuenta vencimiento) de todos los acreedores de la compañía
Razón de solvencia	0,2383	0,2460	Refleja la proporción en la que los dueños o los accionistas han aportado para la compra del total de los activos
Razones de endeudamiento	0,7617	0,7540	Para el 2020, por cada peso que tiene la empresa en su activo, \$0,76 son justificados por aporte de terceros o de deuda
Administración o rotación de activos			
Rotacion de Activos Totales	0,3266	0,3679	Indica que por cada peso de activo de la empresa, genera \$0,32 en ventas
Medidas de rentabilidad			
Margen de utilidad	0,1014	0,0581	Utilidad neta / Ventas
ROA (rendimiento de Activos) Utilidad neta/Activos totales.	0,0331	0,0214	Es decir que cada peso que está en el activo, genera 0,03 pesos de rentabilidad operativa.
ROE (rendimiento del Capital) Utilidad neta/Capital contable total	0,1390	0,0869	Por cada peso aportado por los socios, la compañía genera \$0,13 pesos.
Medidas múltiples o de valor de mercado			
Utilidad de precio por acción Utilidad neta/Acciones en circulación	1.174,21	657,75	
Valor contable de las acciones	\$ 844,63	\$ 757,17	
Precio por acción	\$ 1.868,90	\$ 1.699,00	
Razón precio-utilidades Precio por acción/Utilidades por acción.	1,5916	2,5831	
Razón de valor de mercado a valor en libros Valor de mercado por acción/Valor en libros por acción.	2,21	2,24	

Tabla 2 Análisis de Razones financieras.

Fuente: Elaboración propia (2021).

Tanto el ROA como el ROE son tasas de rendimiento contables, es decir que no deben compararse con tasas de interés, por ejemplo. Cuando el ROE es mayor que el ROA, significa que hay apalancamiento financiero. En el caso de Tarjeta Naranja, esto sucede, ya que el ROE vale 0,13 y el ROA es igual que 0,03 para el año 2020.

Tarjeta Naranja S.A.

Número de Inscripción en el Registro Público de Comercio: N° 1363 F° 5857 T° 24/95

Estado de Resultados

Por los ejercicios finalizados el 31 de diciembre de 2020 y 2019

Cifras expresadas en moneda homogénea en miles de pesos

		31.12.2020	31.12.2019
	Notas	En miles de pesos	
Ingresos por servicios	6	20.708.647	22.965.780
Egresos directos por servicios	7	(3.407.363)	(2.693.258)
Ingresos netos por servicios		17.301.284	20.272.522
Ingresos por financiación	8	22.480.639	27.913.861
Egresos por financiación	9	(5.080.763)	(13.168.088)
Ingresos netos por financiación		17.399.876	14.745.773
Resultado neto por inversiones transitorias	10	2.434.056	3.615.002
Total de ingresos operativos		37.135.216	38.633.297
Cargos por incobrabilidad	11	(4.442.969)	(6.655.399)
Total de ingresos operativos netos del cargo por incobrabilidad		32.692.247	31.977.898
Gastos de personal	12	(7.686.171)	(7.482.947)
Impuestos y tasas	13	(5.260.013)	(5.556.059)
Gastos de publicidad	14	(607.847)	(868.527)
Depreciación de activos fijos y amortización de activos intangibles	15	(1.809.235)	(1.542.666)
Otros egresos operativos	16	(6.877.452)	(7.350.375)
Total egresos operativos		(22.240.718)	(22.800.574)
Resultado neto antes de inversiones en asociadas y otras sociedades		10.451.529	9.177.324
Resultado de inversiones en asociadas y otras sociedades	17	(26.393)	(12.568)
Resultado por exposición al cambio del poder adquisitivo de la moneda		(5.151.386)	(6.681.946)
Resultado antes del impuesto a las ganancias		5.273.750	2.482.810
Impuesto a las ganancias	18	(1.957.768)	(625.334)
Resultado neto del ejercicio		3.315.982	1.857.476
Resultado por acción			
Utilidad básica y diluida por acción		1.174,21	657,75

Tabla 3 Estado de Resultados Tarjeta Naranja S.A.

Fuente: Naranja (2021).

Con respecto a las fuentes de financiamiento, las obtenidas en el período fueron como se indica a continuación.

Fuente de financiamiento	Detalle	Cifras en moneda nominal
Obligaciones Negociables	Julio: ON clase XLIV	\$ 3.574.897
	Diciembre: ON clase XLV	\$ 3.057.000
	Pagos por amortización de capital e intereses	\$ 10.027.095
Préstamos Bancarios y Financieros	Préstamos	\$ 10.380.000
	Pagos por amortización de capital e intereses	\$ 7.966.341
Arrendamientos	Pagos por vencimiento de canones	\$ 374.134

Nota: Cifras expresadas en miles de pesos.

Tabla 4 Fuentes de financiamiento EECC 31-12-2020 Tarjeta Naranja

Fuente: Elaboración propia (2021).

Con respecto a los clientes “comercios amigos”, el 1° de enero de 2020 la empresa concretó un nuevo tramo de recorte voluntario del arancel máximo para las ventas con tarjetas de crédito, reduciéndose al 2%. La financiación por tarjetas de crédito disminuyó un 19% en relación con el año anterior.

	31.12.2020	31.12.2019
	En miles de pesos	
Intereses comercios amigos	6.480.901	7.379.719
Intereses financiación tarjetas de crédito	10.675.659	13.152.508
Intereses préstamos personales	1.839.299	1.469.120
Intereses compensatorios	2.119.247	3.841.388
Intereses punitivos	1.042.463	1.887.228
Ingresos juicios	11.612	25.288
Diferencia de cambio	311.458	158.610
Total	22.480.639	27.913.861

Tabla 5 Nota 8 a los EECC Tarjeta Naranja S.A.

Fuente: Naranja (2021).

A pesar de lo difícil de realizar un pronóstico para el año 2021 debido a las consecuencias económicas de la crisis sanitaria del 2020, y que la inflación proyectada ronda el 50%, Tarjeta Naranja proyecta un nivel de crecimiento de 4,8% consolidándose como plataforma tecnológica y con la apertura de nuevas sucursales (Naranja, 2021).

Marco Teórico

El presente marco teórico aborda en primer lugar el objetivo de la administración financiera. Luego se plantea el análisis de los estados financieros de la empresa como herramienta para la toma de decisiones, con particular atención en las razones financieras, útiles en la investigación y análisis de las fuentes de financiamiento. Se determina la necesidad de financiamiento externo y su impacto en el futuro de la empresa.

Por otro lado, se establece la definición de remuneración y cuáles son sus características en la legislación argentina. Luego se presentan las características propias del Convenio Colectivo de trabajo del Personal de la Construcción para así exponer sobre los obstáculos que se pueden encontrar en las organizaciones al momento de tener que abonar los salarios. Finalmente se plantean los beneficios que surgen de la bancarización para el trabajador de la construcción y su desarrollo en la sociedad.

Dentro de una empresa, una de las principales tareas que realizan los gerentes en representación de los accionistas es la de administrar. Más específicamente la administración financiera tiene por objetivo maximizar el valor actual del capital existente, es decir el valor de la empresa y detectar las fuentes de generación de valor (Ross, Westerfield, y Jaffe, 2006). Por esa razón es prioritaria la precisión y sistematización de la información financiera (Terrazas Pastor, 2009).

En cuanto al análisis de los estados financieros, a fin de que la información que contienen sea comparable, Ross, Westerfield, y Jaffe (2006) afirman que es necesario estandarizarlos. Una forma de hacerlo es calcular y comparar las razones financieras, definidas como herramientas de cálculo de relaciones entre distintos elementos de la información financiera.

Habitualmente se han agrupado en las siguientes categorías:

1. Razones de solvencia de corto plazo o de liquidez. La liquidez es la característica de un activo de ser convertido en dinero o efectivo de forma inmediata sin perder su valor. Es decir que cuanto más fácil sea su conversión, mayor liquidez representará.
2. Razones de solvencia de largo plazo o de apalancamiento financiero. Estos indicadores muestran la capacidad de la empresa de generar los fondos

necesarios para satisfacer sus obligaciones, o bien la participación que tienen sus acreedores con respecto a los recursos de la empresa.

3. Razones de administración o rotación de activos. Miden la capacidad de la empresa para generar utilidades a través de sus activos.
4. Razones de rentabilidad. Miden la eficiencia en el uso de los activos y administración de sus operaciones.
5. Razones de valor de mercado. Estos índices incorporan el valor de mercado, por lo que se utilizan en empresas que cotizan en Bolsa de Valores.

Se describe a continuación, su forma de cálculo y finalidad o interpretación.

Análisis de Razones Financieras		
	Cálculo	Interpretación
Solvencia de corto plazo	Se las denomina razones o ratios de análisis de liquidez. Analizan la capacidad de pago de obligaciones en el corto plazo por parte de la empresa, centrándose en los activos y pasivos circulantes.	
Índice de Liquidez o Razón circulante	$\text{Liquidez} = \text{Activos corrientes} / \text{Pasivos corrientes}$	Representa la eficiencia del uso de los recursos en el corto plazo.
Capital de trabajo neto	$\text{CTN} = \text{Activo corriente} - \text{Pasivo corriente}$	Representa el monto de recursos que la empresa tiene destinado para cubrir las erogaciones necesarias para su operación.
Solvencia de largo plazo	Tienen por finalidad determinar la capacidad de la empresa para satisfacer sus obligaciones del largo plazo (apalancamiento financiero).	
Ratio o razón de deuda total	$\text{Razón de DT} = (\text{Total Activos} - \text{Capital total}) / \text{Total Activos}$	Tiene en cuenta todas las deudas (sin tener en cuenta vencimiento) de todos los acreedores de la compañía.
Razón de solvencia	$\text{Solvencia} = \text{Capital} / \text{Activo total}$	Refleja la proporción en la que los dueños o los accionistas han aportado para la compra del total de los activos.
Razones de endeudamiento	$\text{Endeudamiento} = \text{Pasivo total} / \text{Activo total}$	Es la proporción o porcentaje que se adeuda del total del activo.
Administración o rotación de activos	Tienen por finalidad indicar la eficiencia o la intensidad con la que la empresa utiliza sus activos para generar ventas.	
Rotación de Activos Totales	$\text{Rotación de Activos} = \text{Ventas} / \text{Activo total}$	Indica cuánto genera en ventas por cada peso de activo de la empresa.
Medidas de rentabilidad	Tienen por finalidad medir la eficiencia con la que las empresas usan sus activos y la eficiencia con la que administran sus operaciones.	
Margen de utilidad	$\text{Margen de utilidad} = \text{Utilidad neta} / \text{Ventas}$	Indica cuánto genera de utilidad por cada peso de las Ventas.
Rendimiento de Activos (ROA por las siglas de return on assets)	$\text{Utilidad neta} / \text{Activos totales}$	Indica cuánto genera de rentabilidad operativa por cada peso que está en el activo.
Rendimiento sobre el Capital (ROE por las siglas de return on equity)	$\text{Utilidad neta} / \text{Capital contable total}$	Indica cuánto genera la compañía por cada peso aportado por los socios.
Medidas múltiples o de valor de mercado	Se basa en parte, en información que no necesariamente contienen los estados financieros: el precio del mercado por acción. Sólo se pueden calcular en forma directa en el caso de las compañías que cotizan en bolsa.	
Utilidad de precio por acción	$\text{Utilidad neta} / \text{Acciones en circulación}$	Indica las utilidades por acción.
Razón precio-utilidades	$\text{Precio por acción} / \text{Utilidades por acción}$	Mide la cantidad que los inversionistas están dispuestos a pagar por cada peso de utilidades actuales.
Razón de valor de mercado a valor en libros	$\text{Valor de mercado por acción} / \text{Valor en libros por acc}$	El valor en libros por acción es una cifra contable que refleja costos históricos. La razón de valor de mercado a valor en libros compara el valor de mercado de las inversiones de la empresa con su costo.

Tabla 6 Razones financieras

Fuente: elaboración propia (2021).

En cuanto a la necesidad de financiamiento, Ross, Westerfield, y Jaffe (2006) aseguran que existe una relación directa entre el financiamiento externo necesario y el crecimiento de la empresa. Más aún, en la medida en que la tasa de crecimiento de las ventas o activos aumente, será necesario incrementar el financiamiento externo.

Con respecto al universo de usuarios de tarjetas de crédito, en particular de los trabajadores de la construcción, se detallan algunas características.

La Ley de Contrato de Trabajo (LCT) define a la remuneración como la contraprestación que recibe el trabajador por su contrato de trabajo; es lo que le debe el empleador por el mero hecho de haber puesto su fuerza de trabajo a disposición de aquél. Art 103, Ley 20744 (1976).

Esta norma se complementa con la disposición que indica la prohibición de efectuar retenciones para compensar alguna prestación efectuada en favor del trabajador, y se establece una protección en cuanto a la puntualidad en el pago del salario, garantizando de esa manera el carácter alimentario que la ley le otorga a las remuneraciones, fijando el plazo máximo de cuatro días hábiles para la remuneración mensual o quincenal. Art. 128, Ley 20744 (1976).

Los medios utilizados para el pago del salario también se consideran una forma de protección de este, si bien en este punto la ley presenta algunas contradicciones. De hecho, el artículo 124 de la LCT establece tres formas de pago: efectivo, cheque y cuenta sueldo.

En Julio de 2001, el Ministerio de Trabajo, Empleo y Formación de Recursos Humanos mediante la Resolución N° 360, establece que los empleadores deberán abonar las remuneraciones en dinero de su personal permanente y contratado bajo cualquiera de las modalidades previstas en la legislación vigente, en cuentas bancarias abiertas a nombre de cada trabajador, estableciendo así la obligatoriedad de la bancarización de las remuneraciones.

Dentro de las disposiciones generales de la Ley de Contrato de Trabajo, se establece de manera jerárquica que los contratos de trabajo, y la relación de trabajo se regirá por aquella ley, por las leyes y estatutos profesionales, por las convenciones colectivas o laudos con fuerza de tales, por la voluntad de las partes y por los usos y costumbres.

En Junio de 1975 entró en vigencia la convención colectiva de trabajo que regula la relación de trabajo entre los empleadores y los obreros que prestan servicios en la industria de la construcción y ramas subsidiarias. La misma establece en el artículo 47 las escalas salariales de acuerdo a cada categoría, donde se observa que predomina la remuneración por jornales, con lo cual la forma de liquidación y pago se realiza en forma quincenal.

Por otro lado, establece que para determinar el monto de lo que deba abonarse como aporte del trabajador y como contribución del empleador, se considerará remuneración todo lo que perciba el trabajador como contraprestación por el cumplimiento de sus tareas. Art. 111, CCT 76 (1975).

En Julio de 1980, con la ley 22.250 se instituye un nuevo régimen legal para el personal de la industria de la construcción. El Fondo de Cese laboral vigente para el trabajador se integra con un aporte obligatorio a cargo del empleador, que debe realizarlo mensualmente desde el comienzo de la relación laboral, depositándolo en cuentas bancarias a nombre del trabajador, que estén sujetas a la reglamentación que dicte el Banco Central de la República Argentina (Art. 15 Ley 22.250, 1980).

Los depósitos se efectúan dentro de los primeros quince días del mes siguiente al devengado, y el trabajador puede disponer del Fondo de Cese Laboral al cesar la relación laboral. A lo largo de la misma entonces, el empleador debe abrir dos cuentas bancarias a nombre del trabajador, una para el pago de haberes y otra para el depósito del fondo de cese.

La industria de la construcción es uno de los motores principales que impulsa el desarrollo y progreso de la comunidad nacional. Involucra a diversos grupos de personas en el desarrollo global de cada proyecto. Se pueden distinguir tres grupos, los dueños o Directores, los diseñadores y los constructores en sí, pero aún dentro de éste último, podemos subdividirlo en contratistas y los trabajadores que ponen a disposición su fuerza de trabajo (Peralta y Serpell, 1991).

Si bien el desarrollo de los procesos de trabajo y coordinación dependen de los primeros grupos mencionados, el desarrollo de las tareas y actividades depende fundamentalmente de la fuerza de trabajo.

Uno de los aspectos característicos de la industria bajo estudio, tiene que ver con que gran parte de los trabajadores proviene de estratos socio-económicos y culturales que limitan

sus circunstancias, teniendo en su mayoría escaso nivel educativo, y han sido formados a través de la práctica, con alto índice de analfabetización.

En relación con el pago de remuneraciones y el nivel de bancarización en Argentina, la inserción formal en el mercado de trabajo mejora la participación en el del crédito, aunque es escaso el conocimiento de la incidencia del mundo de las finanzas en la vida cotidiana de los individuos y las familias, así como el impacto en su patrimonio y bienestar y los niveles de endeudamiento y precarización (Luzzi, Wilkis, Piovani, y Salvia, 2018).

La década de 1990 marca sin dudas un punto de inflexión en el dinamismo del sistema bancario en la Argentina, y sobre todo en la utilización de diferentes servicios financieros por parte de los hogares. En la década de 2000, diferentes políticas públicas impactaron en el crecimiento de la bancarización de las familias: por un lado, a partir de la implementación del Plan jefes y jefas de Hogar Desocupados, las transferencias de los programas sociales comenzaron a realizarse por medio de cuentas bancarias, lo cual incorporó al universo de las llamadas “cuentas sueldo” a los beneficiarios de dichos programas (Luzzi et al., 2018).

Un estudio realizado en 2018, identifica a través de un mapa geográfico los indicadores de bancarización en Argentina en los años 2014-2015, mostrando la alta concentración geográfica de las agencias bancarias en regiones puntuales. En la región patagónica se observa que cubren más del 70% de las localidades.

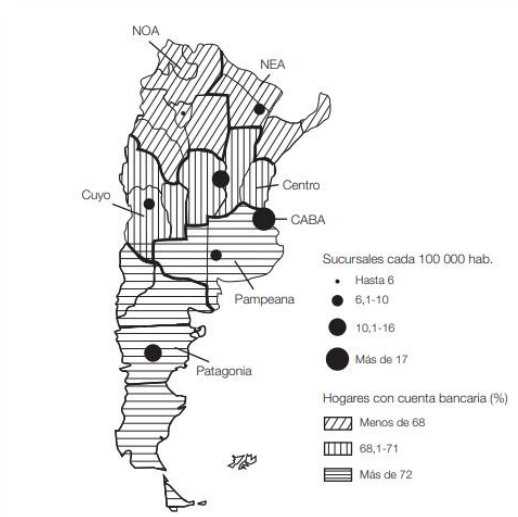


Ilustración 5 Indicadores de bancarización en Argentina, 2014-2015

Fuente: Luzzi, Wilkis, Piovani, y Salvia (2018).

Diagnóstico

La industria de la construcción está regulada por un régimen poco flexible, y una de sus principales características, es el alto índice de rotación de personal. Otro de los factores que desmotivan a la industria y al trabajo registrado son los altos costos impositivos en materia de cargas sociales y costos sindicales.

Particularmente en la región patagónica, desde hace ya varios años hay una fuerte migración de trabajadores de países vecinos, en particular de Paraguay, que han hecho crecer la oferta de trabajadores, pero que por las condiciones de la industria no permanecen mucho tiempo en una misma organización.

Uno de los principales inconvenientes con que se encuentran las organizaciones a la hora de contratar dichos trabajadores, es la demora en la apertura de cuentas bancarias y la falta de practicidad en los procesos bancarios en general, lo que se agrava por la falta de formación de los trabajadores y escasa cultura bancaria.

Las exigencias de los entes que regulan la industria, plantean la necesidad de acelerar esos procesos y repensar, dentro del encuadre legal laboral, una estrategia que pueda favorecer a las organizaciones simplificando procesos.

La regularidad en los ingresos de los trabajadores, suman a la estabilidad económica de las familias y esto produce un impacto positivo en la sociedad, incentivando el consumo, y así también la economía.

En el caso de Tarjeta Naranja, habiendo hecho un análisis financiero se pudo observar la necesidad de incrementar las fuentes de financiación. A su vez, por medio del análisis FODA, se pudo identificar como debilidad el hecho de tener pocas sucursales en la región patagónica, y como oportunidad, el hecho de sacar provecho de la asociación con el Banco Galicia para poder involucrarse en el Mercado Laboral.

Así, por todo lo mencionado, se recomienda que Tarjeta Naranja pueda considerar la posibilidad de brindar junto con el Banco Galicia, un paquete de cuenta sueldos, cuenta de fondo de cese laboral y tarjeta de crédito Naranja, destinado a las PyMEs constructoras de la Patagonia, y a su vez ver la oportunidad desplegar más sucursales en dicha región que se complementen con las plataformas digitales.

Plan de implementación

El plan de implementación tiene en cuenta distintos aspectos de ventaja competitiva que se consideraron que tiene Tarjeta Naranja y la manera en la cual eso puede impactar en un beneficio para ambas partes. Por una parte, se beneficia Tarjeta Naranja al sumar más clientes y por el otro, los empleados del rubro de la construcción para aumentar su bancarización y poder operar con mucha más facilidad.

Para ello, en primer lugar en lo referido al incentivo a PyMEs, se consideró que Tarjeta Naranja puede implementar una política de acercarse a las empresas constructoras y aprovechar a dar capacitaciones de inclusión financiera para el sector de la construcción, que como se mencionó anteriormente tienen muy poco conocimiento de cuestiones bancarias. En este sentido pueden aprovechar esa oportunidad para aumentar la inclusión financiera a través de la oferta de sus productos.

En una situación donde el crédito es escaso, Tarjeta Naranja puede aprovechar la oportunidad y a través de sus tasas de interés competitivas poder brindar dichos productos como una posibilidad para los empleos de la construcción.

Con el auge del crecimiento de las app para hacer operaciones bancarias, Tarjeta Naranja podría ofrecer su aplicación como un medio para poder acceder a contar con una tarjeta de débito de forma mas rápida. En la misma se podrían brindar distintos consejos para que el cliente adquiera conocimientos de inclusión financiera.

Lo mencionado anteriormente da cuenta de la importancia de la gestión financiera en una organización y cómo impacta en sus acciones. En función de ello se describe en el plan de implementación los siguientes aspectos:

Objetivos

El objetivo principal fue incrementar las fuentes de financiamiento de Tarjeta Naranja y en función de ello establecer los siguientes objetivos específicos:

- Aumentar los ingresos por servicios e ingresos por financiación en un 55%, avarcando un nuevo universo de clientes: los empleados de las PyMEs constructoras de la Patagonia.

- Analizar la asociación del Banco Galicia con Tarjeta Naranja y sus beneficios para incentivar su utilización en la región de la Patagonia argentina.

Alcance

La propuesta se limitó a la región geográfica de la Patagonia, siendo su punto central la provincia del Neuquén, por ser una de las principales capitales de la región y que muestra un gran auge de construcción inmobiliaria debido al crecimiento asociado a Vaca Muerta y la falta de viviendas. El tiempo considerado para la implementación es de 12 meses.

Recursos involucrados

Software de gestión – Valores institucionales – Área comercial – Área de innovación – Área de inclusión financiera.

Acciones específicas o concretas

Acciones específicas o concretas												
Tarea (Responsable)	Meses											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Relevamiento PyMEs (Comercial)	■	■										
Análisis de datos recolectados (Planificación financiera)			■	■								
Desarrollo de productos a ofrecer (Comercial e innovación)					■	■						
Visita personal a cada PyME (Comercial)							■	■				
Realización de primeros convenios con PyMEs (Comercial)									■			
Generación de contenidos en App (Innovación financiera)										■	■	
Reconocimiento a las PyMEs (Comercial y comunicación)												■

Ilustración 6 Acciones específicas o concretas

Fuente: elaboración propia (2021).

Marco de tiempo para la implementación

Se consideró un tiempo razonable de 12 meses.

Propuestas de medición o evaluación de las acciones

- Relevamiento PyMEs (Comercial): Se establece como objetivo que cada comercial obtenga datos de 20 empresas por semana, en los alrededores de su zona de trabajo.

- Análisis de datos recolectados (Planificación financiera): Software que permite ir viendo el grado de avance de los datos ya analizados.
- Desarrollo de productos a ofrecer (Comercial e innovación): Aplicación de metodologías Agile para establecer hitos cortos y avances pequeños, pero en periodos cortos de tiempo para ir retroalimentando las ideas que vayan surgiendo.
- Visita personal a cada PyME (Comercial): Se distribuirán listados de empresas a visitar con un objetivo de alcanzar el 75% de las visitas previstas por semana.

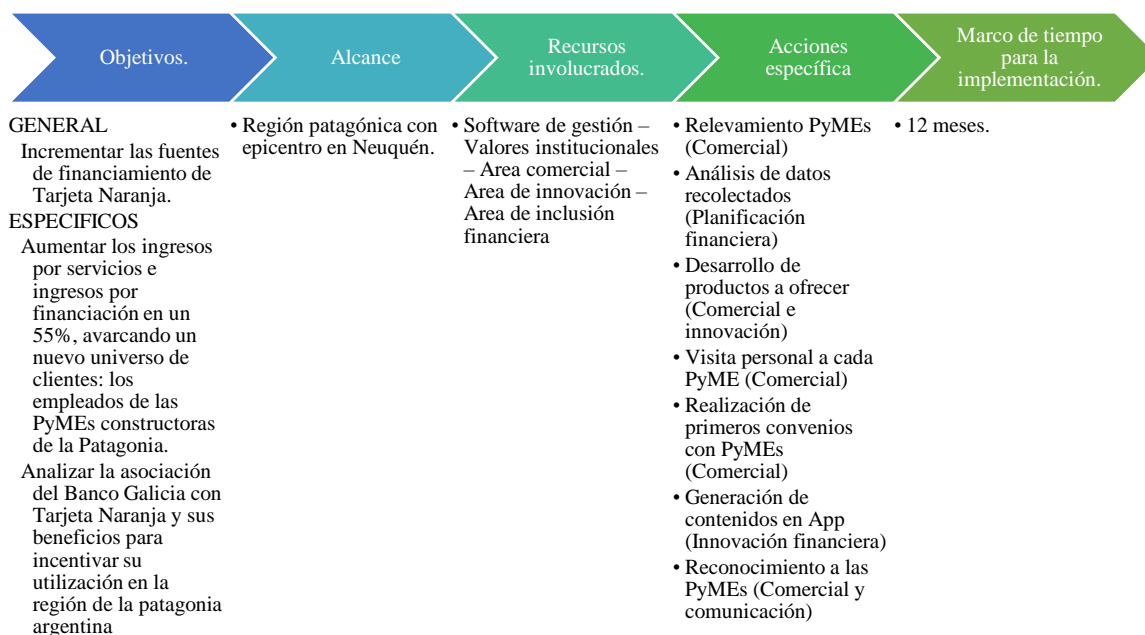


Ilustración 7 Cronología del plan de implementación

Fuente: Elaboración propia (2021).

En cuanto al análisis de datos recolectados a cargo del área de Planificación Financiera, se tuvieron en cuenta indicadores para la medición periódica de la rentabilidad, como son las razones financieras anteriormente descriptas.

Al incrementar en un 55% los ingresos por servicios y por financiación, el impacto en los Estados Contables de Tarjeta Naranja se puede observar tanto en el Anexo 1 como en el Anexo 2, a partir de los cuales se analizaron los indicadores de medición de rentabilidad.

Análisis de Razones Financieras con 55% incremento en los ingresos			
	Ejercicio 2021 proyectado	Ejercicio 2020	Variación
Solvencia de corto plazo			
Indice de Liquidez (AC/PC)	1,2360	1,2385	-0,20%
Capital de trabajo neto (AC-PC)	21.580.209,00	17.422.718,00	23,86%
Solvencia de largo plazo			
Ratio o razón de deuda total ((A-C)/A)	0,7642	0,7617	0,32%
Razón de solvencia (C/A)	0,2358	0,2383	-1,02%
Razones de endeudamiento (P/A)	0,7642	0,7617	0,32%
Administración o rotación de activos			
Rotacion de Activos Totales	0,4058	0,3266	24%
Medidas de rentabilidad			
Margen de utilidad	0,1271	0,1014	25,31%
ROA (rendimiento de Activos) Utilidad neta/Activos totales.	0,0516	0,0331	55,72%
ROE (rendimiento del Capital) Utilidad neta/Capital contable total	0,2187	0,1390	57,33%
Apalancamiento financiero (ROE/ROA)	4,24	4,20	1,03%
Medidas múltiples o de valor de mercado			
Utilidad de precio por acción Utilidad neta/Acciones en circulación	2.280,75	1.174,21	94%
Valor contable de las acciones	\$ 1.042,74	\$ 844,63	23%
Precio por acción	\$ 3.625,67	\$ 1.868,90	94%
Razón precio-utilidades Precio por acción/Utilidades por acción.	1,5897	1,5916	0%
Razón de valor de mercado a valor en libros Valor de mercado x acción/Valor en libros x acción	3,48	2,21	57%

Tabla 7 Razones Financieras con el incremento en los ingresos

Fuente: elaboración propia (2021).

Un incremento del 55% en los ingresos por servicios e ingresos por financiación impacta favorablemente en la estructura financiera de Tarjeta Naranja. Al cabo de 12 meses se logra un aumento de 25,31% en el margen de utilidad, un incremento en el ROA de 55,72% lo que refleja un uso eficiente de los recursos de la empresa, acompañado de un incremento del 57,33% del ROE, es decir del rendimiento que obtienen los accionistas. Además, se incrementa en un 94% la utilidad de precio por acción, entre otros resultados favorables.

Para poder llevar adelante el plan de implementación es muy importante que todos los colaboradores participen de forma activa, ya que el éxito dependerá del buen trabajo realizado por los comerciales, porque son ellos quienes conocen con más detalle el terreno de las áreas geográficas donde se encuentran trabajando.

Si bien es importante prestarle atención a los grandes centros urbanos que tienen las provincias de la Patagonia, no hay que olvidarse de las localidades más alejadas de los cascos urbanos, ya que muchas veces su acceso a la bancarización es menor por cuestiones de distancia y también por la falta de instituciones bancarias en dichas localidades.

En relación a lo mencionado anteriormente es necesario recalcar que en la Provincia del Neuquén hay muchas localidades del interior que el único Banco que tienen para poder operar es el Banco Provincia del Neuquén, el cual muchas veces tiene procesos demasiado burocráticos que tienden a dificultar el acceso de más personas al sistema bancario.

En estas localidades se le abre una oportunidad a Tarjeta Naranja para poder aprovechar y generar campañas de difusión para tener más visibilidad. Pero también mediante las visitas de los comerciales podrá acercarse en forma más personal a los habitantes de dichas localidades.

Las zonas del interior de las provincias tienen más lazos a través de la amistad y la confianza, que resultan cruciales al momento de realizar operaciones financieras. Por este motivo es importante el trabajo de recolección de datos que tendrán que realizar los comerciales en forma personal, para ganar también posibles clientes a través de los referidos.

En las localidades del interior hay mucha gente sin bancarizar y que trabaja en el sector de la construcción, siendo una herramienta necesaria generar acciones de inclusión financiera para que puedan operar a través de Tarjeta Naranja, e incluso tengan la posibilidad de poder gestionar un crédito sin la gran cantidad de requisitos que suelen imponer los bancos y que terminan quitándole la posibilidad de acceder al mismo.

Dado que la rentabilidad es menor en las localidades del interior, motivo por el cual muchas veces sólo los bancos del Estado se encuentran presentes, Tarjeta Naranja podría aprovechar su asociación con el Banco Galicia para explotar esa alianza estratégica en las zonas más alejadas de los centros urbanos.

De esta manera en un período de 12 meses, según lo previsto en el plan de implementación, podría generar los primeros resultados positivos para que luego siga teniendo un ritmo de crecimiento sostenido en el mediano y largo plazo. En caso de que la situación lo demande se podría considerar sumar sucursales fijas o móviles a esas localidades para seguir afianzando la relación y la confianza.

Todos estos elementos resultan relevantes para poder tener presente una gestión financiera que permita mejorar el rendimiento de la compañía, permitiendo que más personas tengan la posibilidad de acceder a la inclusión financiera conociendo los productos y servicios que ofrece Tarjeta Naranja. De esta manera la compañía podría seguir fortaleciendo su presencia en el resto del territorio argentino, mostrándose más cerca de las personas y de las pequeñas y medianas empresas.

Dado el auge de Vaca Muerta en Neuquén y todo lo relacionado al petróleo, hay muchas PyMEs del sector de la construcción que continuamente están en la búsqueda de empleados y también los empleados suelen rotar bastante de compañías, motivo por el cual la posibilidad de afianzar esos vínculos se le presenta como una oportunidad para Tarjeta Naranja de sumar clientes. Esta situación también se ve favorecida por la legislación que obliga a que los empleadores paguen los sueldos y los fondos de cese laboral de forma bancarizada.

De esta manera, Tarjeta Naranja podría incrementar su fuente de financiamiento, aprovechando el acercamiento a todo lo relacionado con este tipo de empresas en la región de la Patagonia, convirtiéndose Neuquén en el principal foco desde el cual se comande y planifique todo lo relacionado con la diversificación y crecimiento de Tarjeta Naranja en toda la Patagonia.

Conclusión

Teniendo en cuenta el objetivo principal del presente trabajo, se pudo concluir que ha sido alcanzado mediante el estudio y análisis desarrollado sobre el financiamiento de Tarjeta Naranja. En cuanto al análisis, se detectó la necesidad de incrementar las fuentes de financiación, más concretamente los ingresos.

A través del análisis de razones financieras, se observó que en cuanto a la solvencia de largo plazo, la empresa utiliza el apalancamiento financiero como estrategia para incrementar sus márgenes de rentabilidad.

En cuanto a la posibilidad de incrementar sus ingresos, se detectó como posible mercado a las PyMEs dedicadas a la construcción que están obligadas a bancarizar las remuneraciones de sus empleados. Se evaluó la bancarización en la Argentina, y en particular se detectó como posible campo de acción a la Patagonia.

Con respecto a la presencia de Tarjeta Naranja en dicha región, se concluyó que sacando provecho de su convenio con el Banco Galicia, puede sumar clientes y consolidarse en la ciudad de Neuquén como punto estratégico para expandirse a la Patagonia.

Por otra parte, en cuanto a la innovación tecnológica, debería considerar el desarrollo de una aplicación que aumente la accesibilidad de este posible mercado de clientes trabajadores de la construcción.

Finalmente, en cuanto mejorar la gestión financiera de la compañía, se recomienda analizar la posibilidad de introducir el uso de las criptomonedas para sus transacciones, o como medio para resguardar el valor de sus inversiones.

Bibliografía

- Alexander, G., Sharpe W. y Bailey, J. (2003). Fundamentos de Inversiones: Teoría y Práctica. (3° edición). México: Prentice Hall.
- B.C.R.A. Comunicación “A” 6289 (2017). Recuperado de <http://www.bcra.gov.ar/Pdfs/Textord/t-depaho.pdf>
- Bojorquez Zapata, M. I., Rosado Muñoz, Y. L., & Flores Novelo, A. (2018). La utilización de las tarjetas de crédito en el financiamiento de la población económicamente activa en Mérida, Yucatán. Repositorio De La Red Internacional De Investigadores En Competitividad, 5(1). Recuperado a partir de <https://riico.net/index.php/riico/article/view/689>
- Caminer, B. (1985). Credit Card Fraud: The Neglected Crime. The Journal of Criminal Law and Criminology (1973-), 76(3), 746-763. <https://doi.org/10.2307/1143521>
- Castro, A. (2016). El Beta financiero fácil de entender fácil de hallar. Recuperado de <https://financiandotobowie.blogspot.com/2016/06/el-beta-financiero-facil-de-entender.html>
- Coll Morales, F. (2020). Rotación de personal. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/rotacion-de-personal.html>
- Convenio Colectivo de Trabajo N° 76 (1975). Recuperado de <https://www.uocra.org/?s=convenio-colectivo-de-trabajo&lang=1>
- García, Fernando (2018). ¿Es posible un índice de bancarización en Argentina? Una Aplicación especial para Córdoba, Entre Ríos y Santa Fe. Estudios Económicos, 35(70),57-77. ISSN: 0425-368X. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=572363575003>
- Grisolía, J. (2019). Manual de derecho laboral. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, AR: Abeledo Perrot.
- Guillén, F. G. (2014). Valuación de una entidad de servicios financieros. https://repositoriosdigitales.mincyt.gob.ar/vufind/Record/RDUUNC_aa9a11cc1b84ed24406df7280a4d5194

- Hirschman, E. (1979). Differences in Consumer Purchase Behavior by Credit Card Payment System. *Journal of Consumer Research*, 6(1), 58-66. Retrieved September 12, 2021, from <http://www.jstor.org/stable/2488726>
- I.N.D.E.C. (2020) Informe Técnico Vol.4, n°234. Evolución de la distribución del Ingreso. https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/ingresos_3trim20059C17EA4D.pdf
- Ley N.º 20744. (1976). Ley de Contrato de Trabajo [Modificada por Decreto 390/76]. Honorable Congreso de la Nación Argentina. Recuperado de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/25000-29999/25552/texact.htm>
- Luzzi, M., Wilkis, A., Piovani, J. I., & Salvia, A. (2018). Bancarización y acceso al crédito. En M. Luzzi y A. Wilkis, *La Argentina en el siglo XXI: Cómo somos, vivimos y convivimos en una sociedad desigual. Encuesta nacional sobre la estructura social* (pp. 389–418). CABA: CLACSO. <http://www.jstor.org/stable/j.ctvtxw2b7.15>
- Manzoni, C. (2015). Casos. La historia detrás del profesor de educación física que fundó un imperio financiero. Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/economia/la-historia-detras-del-profesor-de-educacion-fisica-quefundo-un-imperio-financiero-nid1821309/>
- Neffa, G. (2017) ¿Qué es la volatilidad y por qué es tan importante? Recuperado de <https://www.saladeinversion.com/articulos/que-es-la-volatilidad-y-por-que-es-tan-importante-8415279/>
- Orazi, S., Corzo, L. y Vigier, H. P. (2017). La inclusión financiera en Argentina. Recuperado de <https://digital.cic.gba.gob.ar/bitstream/handle/11746/7221/LA%20INCLUSI%c3%93N%20FINANCIERA%20EN%20ARGENTINA.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Peralta, A. y Serpell, A. (1991). Características de la Industria de la Construcción. *Revista Ingeniería de Construcción*, 11, 5-22. Recuperado de <https://www.ricuc.cl/index.php/ric/article/view/348>

- Piovani, J. I. y Salvia, A. (2018). La Argentina en el siglo XXI. Cómo somos, vivimos y convivimos en una sociedad desigual. Encuesta Nacional sobre la Estructura Social. Buenos Aires: Siglo XXI editores. Recuperado de <https://revistas.untref.edu.ar/index.php/relapae/article/view/192>
- Resolución 360/2001. (2001) Ministerio de Trabajo, Empleo y Formación de Recursos Humanos. Recuperado de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/65000-69999/67842/norma.htm>
- Resolución General CNV 467/04. Sistema Informático para remisión y control de información relativa a Fondos Comunes de Inversión. (2005). Comisión Nacional de Valores. Recuperado de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/100000-104999/102829/norma.htm>
- Ross, S., Westerfield, R. y Jaffe, J. (2006). Fundamentos de finanzas corporativas (7.a ed.). Madrid, ES: McGraw Hill.
- Stango, V. (2000). Competition and Pricing in the Credit Card Market. *The Review of Economics and Statistics*, 82(3), 499-508. Retrieved September 11, 2021, from <http://www.jstor.org/stable/2646809>
- Tarjeta Naranja (2021). <https://www.naranjax.com/cultura-naranja>
- Tarjeta Naranja. (2017). Estados financieros. Recuperado de https://assets.ctfassets.net/yxlyq25byinna/6zAf48TxKr6MqASdwtJ3Og/3d543a98a3dcf79752590485007150fb/TN_EEFF_31.12.17.pdf
- Tarjeta Naranja. (2018). Estados financieros. Recuperado de https://assets.ctfassets.net/yxlyq25byinna/5Hq0WPRAT5n0Dxy0FrZ2QD/149c61471cd5e0867a9a4a68b737074e/E_EFF_31.12.2018_Espa__ol.pdf
- Tarjeta Naranja. (2019). Estados financieros. Recuperado de https://assets.ctfassets.net/yxlyq25byinna/5Hq0WPRAT5n0Dxy0FrZ2QD/149c61471cd5e0867a9a4a68b737074e/E_Lección_8_de_8_Referencias_EFF_31.12.2018_Espa__ol.pdf

- Tarjeta Naranja. (2020). Estados financieros. Recuperado de https://assets.ctfassets.net/yxlyq25byinna/4rXs3dZkgbArgW0oQoVhZd/2eae1a6479a079fad73de48cc38e23c5/TN_EEFF___IA___ICF_31.12.2020.pdf
- Terrazas Pastor, Rafael Alfredo (2009). Modelo de gestión financiera para una organización. *Perspectivas*, (23),55-72. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=425942159005>
- Unión Informática. (2016). Tarjeta Naranja: nuevo delegado Normalizador en Córdoba. Recuperado de <https://unioninformatica.org/tarjeta-naranja-nuevo-delegado-normalizador-en-cordoba>
- Vera, D. (2019). Plan de marketing: ¡programa Quiero! para Tarjeta Naranja. Recuperado de <https://repositorio.udes.edu.ar/jspui/handle/10908/15975>
- Zvi, B., Kane, A. y Marcus, A. (2004). *Principios de Inversiones*. (5° edición). España: McGraw Hill. https://repositoriosdigitales.mincyt.gob.ar/vufind/Record/RDUUNC_aa9a11cc1b84ed24406df7280a4d5194

Anexos

Anexo I

TARJETA NARANJA S.A.			
ESTADO DE RESULTADOS INCREMENTADO al 31/12/2021			
<small>comparativo con el Ej. anterior</small>			
		En miles de pesos	
	Nota	2021	2020
		<small>Incremento del 55%</small>	
Ingresos por Servicios		32.098.402,85	20.708.647,00
Egresos directos por servicios	-	5.281.412,65	3.407.363,00
Ingresos Netos por servicios		26.816.990,20	17.301.284,00
Ingresos por financiación		34.844.990,45	22.480.639,00
Egresos por financiación	-	7.875.182,65	5.080.763,00
Ingresos Netos por financiación		26.969.807,80	17.399.876,00
Resultado neto por inversiones transitorias		3.772.786,80	2.434.056,00
Total de ingresos operativos		57.559.584,80	37.135.216,00
Cargos por incobrabilidad	11 -	6.886.601,95	4.442.969,00
Total de ingresos operativos netos del cargo por incobrabilidad		50.672.982,85	32.692.247,00
Gastos de personal	12 -	11.913.565,05	7.686.171,00
Impuestos y tasas	13 -	8.153.020,15	5.260.013,00
Gastos de publicidad	14 -	942.162,85	607.847,00
Depreciación de activos fijos y amortización de activos intangibles	15 -	1.809.235,00	1.809.235,00
Otros egresos operativos	16 -	10.660.050,60	6.877.452,00
Total egresos operativos	-	33.478.033,65	22.240.718,00
Resultado neto antes de inversiones en asociadas y otras sociedades		17.194.949,20	10.451.529,00
Resultado de inversiones en asociadas y otras sociedades	17 -	26.393,00	26.393,00
Resultado por exposición al cambio del poder adquisitivo de la moneda	-	7.984.648,30	5.151.386,00
Resultado antes del Impuesto a las Ganancias		9.183.907,90	5.273.750,00
Impuesto a las Ganancias	18 -	2.743.061,99	1.957.768,00
Resultado neto del ejercicio		6.440.845,92	3.315.982,00
Resultado por acción		2.280,75	1.174,21
Utilidad básica y diluida por acción			

Tabla 8 Estado de Resultados Incrementado

Fuente: Elaboración propia (2021).

Anexo 2

TARJETA NARANJA S.A.			
ESTADO DE SITUACIÓN PATRIMONIAL INCREMENTADO al 31/12/2021			
<small>comparativo con el Ej. anterior</small>			
		2021 Proyectado	2020
		<small>Incremento del 55% en los ingresos</small>	
		<small>en miles de pesos</small>	
ACTIVO			
Activo Corriente	Notas		
Efectivo y equivalentes de efectivo	19	3.371.277	2.695.572
Inversiones	20	-	-
Créditos por servicios prestados	21	109.254.689	87.403.751
Otros Créditos	22	378.254	382.603
TOTAL ACTIVO CORRIENTE		113.004.219	90.481.926
Activo No Corriente			
Créditos por servicios prestados	21	556.758	499.806
Otros Créditos	22	9.288	7.706
Activo por impuesto diferido	18	3.791.716	3.033.373
Inversiones en asociadas y otras sociedades	23	7.246	7.246
Activos fijos	24	5.910.139	4.808.111
Activos intangibles	25	1.593.295	1.274.636
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE		11.868.441	9.630.878
TOTAL ACTIVO		124.872.660	100.112.804
PASIVO			
Pasivo Corriente			
Cuentas por pagar	26	68.492.670	54.714.136
Deudas bancarias y financieras	27	17.004.123	13.603.298
Remuneraciones y cargas sociales	28	1.904.590	1.523.672
Cargas fiscales	29	2.353.963	1.883.170
Otros pasivos	30	181.446	145.157
Provisión impuesto a las ganancias	18	1.487.219	1.189.775
TOTAL PASIVO CORRIENTE		91.424.010	73.059.208
Pasivo No Corriente			
Deudas bancarias y financieras	27	3.805.361	3.044.289
Otros pasivos	30	15.018	12.014
Previsiones	31	181.323	145.058
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE		4.001.701	3.201.361
TOTAL PASIVO		95.425.711	76.260.569
PATRIMONIO NETO			
S/EEPN		29.446.949	23.852.235
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO NETO		124.872.660	100.112.804

Tabla 9 Estado de Situación Patrimonial Incrementado

Fuente: elaboración propia (2021).