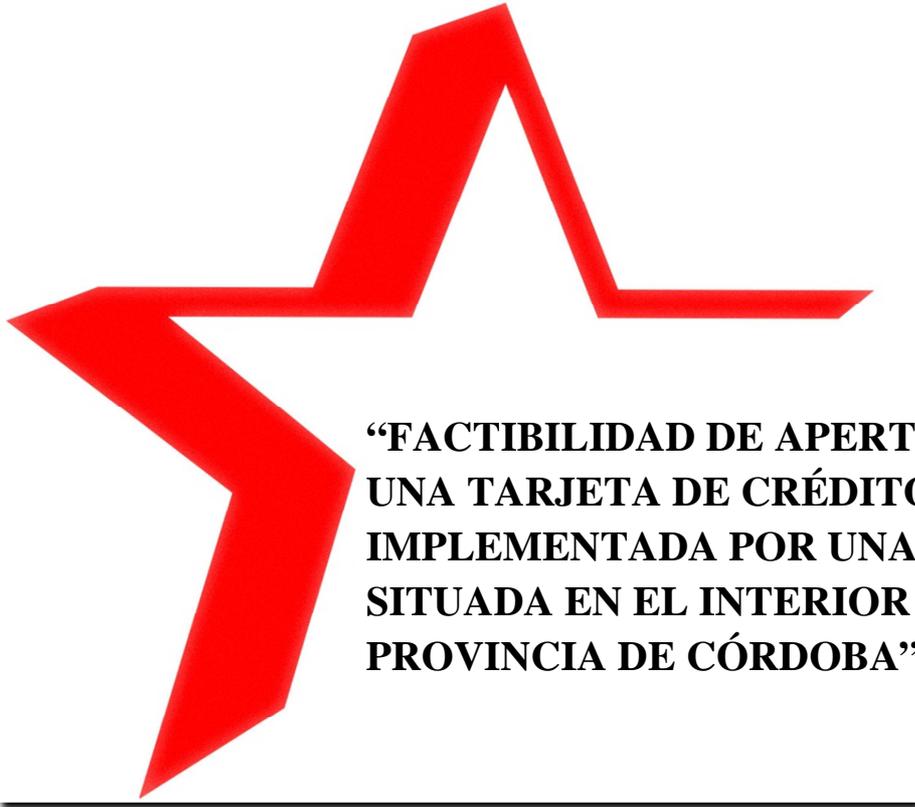


*Esta tesis esta dedicada a nuestros padres,
amigos, compañeros y profesores,
por habernos aportado el conocimiento
y la fortaleza necesaria ayudándonos
a concretar nuestro logro.*

“Agradecemos a todas aquellas personas que nos acompañaron y ayudaron en la realización de este trabajo final, como así también a las que creyeron en nosotras pero por sobre todas las cosas agradecemos a Dios, por habernos brindado la fortaleza, constancia y tolerancia necesaria para poder cumplir con nuestro objetivo”.



**“FACTIBILIDAD DE APERTURA DE
UNA TARJETA DE CRÉDITO,
IMPLEMENTADA POR UNA EMPRESA
SITUADA EN EL INTERIOR DE LA
PROVINCIA DE CÓRDOBA”**

APÉNDICE VI



I NSTITUTO
U NIVERSITARIO
A ERONÁUTICO

FECHA:/...../.....

FACULTAD:

DEPARTAMENTO:

INFORME DE ACEPTACIÓN DEL TRABAJO FINAL DE GRADO /
TRABAJO FINAL DE PREGRADO

Título del Trabajo:.....
.....
.....

- El trabajo debe aceptarse en su forma actual sin modificaciones.
- El trabajo debe aceptarse pero el/los autor/es deberá/n considerar las correcciones opcionales sugeridas.
- Rechazar.

Observaciones:

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Presidente Mesa
Firma

2º Integrante Mesa
Firma

3º Integrante Mesa
Firma

Horarios disponibles para el examen:
.....
.....

INDICE

I- Resumen.....	10
II- Palabras Claves.....	12
III- Introducción.....	13

CAPITULO I

Presentación de la Empresa

1- Reseña Histórica.....	15
2- Misión.....	16
3- Visión.....	17
4- Clasificación de la empresa.....	17
5- Objetivos de la empresa.....	19
6- Sistema de Créditos.....	20
7- Análisis DAFO.....	22
8- Estructura Organizacional	25
9- Procesos Organizacionales.....	31
10- Organigrama	35
11- MatrizBCG.....	36
12- Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter.....	38

CAPITULO II

Análisis Económico Financiero

de la Situación Actual

1- Estados Contables	43
1.2- Análisis de Estados Contables	44
1.3- Técnica y Procedimiento de Análisis	45
1.4- Condiciones de un Buen Análisis.....	48
1.5- Tipos De Análisis	48
1.6- Análisis Económico	55
1.6.1- Rentabilidad Económica	56
1.6.2- Rentabilidad Comercial	58
1.6.3- Rotación de Activos	60
1.7- Análisis Financiero	61
1.7.1- Rentabilidad Financiera	62
1.7.2- El Estado de Liquidez de la Empresa que Mide la Capacidad para Cumplir con sus Actividades	64
1.7.2.1- Liquidez Ácida	66
1.7.2.2- Solvencia	70
1.7.3- La Cobertura	72
1.7.4- La Capacidad de Obtener y Respaldar Financiación: Estructura del Pasivo.....	73

1.7.5- La Generación de Valor	76
2. Estructura de Inversión y Financiación	
de una Empresa	80

CAPITULO III

Análisis de la Normativa Legal-Impositiva y Contable para la Implementación de una Tarjeta de Crédito

1- Tarjeta de Crédito	88
2- Sistema Tributario Nacional	91
2.1- Impuestos Directos	93
2.1.1- Impuesto a las Ganancias	93
2.1.2- Impuesto a la Ganancia Mínima Presunta.....	94
2.1.3- Impuesto sobre los Bienes Personales.....	95
2.1.4- Impuesto a la Transferencia de Inmuebles	95
2.2- Impuestos Indirectos.....	96
2.2.1- Impuesto al Valor Agregado.....	96
2.2.2- Impuestos Internos	97
2.2.3- Impuesto sobre los Ingresos Brutos.....	98
2.3- Otros Impuestos	99

2.3.1- Monotributo.....	99
2.3.2- Impuestos especiales	100
2.3.2.1- Impuesto a los Débitos y Créditos	100
2.3.2.2- Impuesto de Sellos.....	101
2.3.2.3- Impuesto de Patentes	101
2.4- Tasas	102
2.4.1- Tasas Municipales	102
2.5- Otras Clasificaciones Impositivas	103
3- Tipos Societarios	105
3.1- Sociedades Personalistas	105
3.1.1- Sociedad Colectiva	106
3.1.2 -Sociedad en Comandita Simple	106
3.1.3- Sociedad de Capital e Industria.....	106
3.2-Sociedades Por Cuotas	107
3.2.1- Sociedad de Responsabilidad Limitada	107
3.3- Sociedades por Acciones	107
3.3.1- Sociedad Anónima	107
3.3.2- Sociedad en Comandita por Acciones	108
3.3.3- Sociedades Anónimas con Participación Estatal mayoritaria	108
3.3.4- Sociedad de Economía Mixta.....	108

3.3.5- Sociedades del Estado	108
3.4- Sociedades No Constituidas Regularmente.....	109
3.4.1- Sociedad de Hecho	109
3.4.2 -Sociedad Irregular	109
4- Contabilidad	110

CAPITULO IV

Implementación de la Tarjeta de Crédito

1- Contrato de Tarjeta de Compra	114
1.1- Requisitos para Solicitar la Tarjeta de Compra	123
1.2- Comparación	123
1.3- Ventajas y Desventajas de la Tarjeta De Compra	125
2- Previsión Deudores Dudoso Cobro	127
IV-Conclusión.....	130
V- Referencia Bibliografía.....	131
VI- Anexo	132

RESUMEN

Este trabajo está orientado a la implementación de una tarjeta de crédito en una Empresa del interior de la provincia de Córdoba que se dedica a la comercialización de indumentaria y afines; en el desarrollo del trabajo y a través de todos los análisis realizados surgió la necesidad de sugerirle a la empresa que lleve a cabo la implementación de una tarjeta de compra en lugar de la figura de tarjeta de crédito, ya que en base a sus condiciones actuales se adecuaba mejor y económicamente le convendría a la organización; dejando abierto para el futuro la conversión en tarjeta de crédito, pudiendo incorporar nuevas empresas adheridas al sistema y demás condiciones propias de la tarjeta de crédito. Consta de cuatro capítulos en los que desarrollaremos los puntos a analizar en el trabajo y se integrarán los conocimientos adquiridos en la carrera.

Primeramente se realizó una breve introducción de la reseña histórica, desatancando además la visión, misión y objetivos de la empresa; no se podía dejar de lado el análisis de las ventajas y debilidades como de las amenazas y oportunidades con que cuenta la empresa; se plasmó el organigrama, también se consideró oportuno someter a la empresa al análisis de la matriz BCG y de las cinco fuerzas de Porter, lo que permitió tener claro en que panorama tanto interno como externo se encuentra, como así también destacar el sistema de créditos llevado a cabo por la misma.

Al hacer un análisis interno de la organización más profundo, se examinaron los estados contables, tomando como base el del último año que pudo proporcionar como fuente de información, donde no solo se verificó numéricamente dichos estados sino que se destacaron conceptualmente muchos puntos a tener en cuenta, como ser el análisis económico y financiero, además de los tipos de análisis que existen y el procedimiento necesario para llevarlos a cabo; esto permitió tener claro financieramente y económicamente en qué estado se encuentra y verificar la factibilidad de llevar a cabo el proyecto.

Luego fue de suma importancia tener en cuenta qué es una tarjeta de crédito, y qué es una tarjeta de compra dejando explícitamente plasmada la diferencia entre una y otra. Al analizar los puntos anteriores se debería completar el desarrollo con una verificación del sistema tributario nacional, es decir dejar plasmado dicho sistema conceptualmente y dejar

claro el impacto del mismo en la empresa; tipos de impuestos que existen y a los que la misma incurre. Al hablar de que la empresa es una Sociedad Anónima no se puede dejar de desarrollar los tipos societarios, haciendo hincapié en el de interés para este caso que es la SA. También se desarrolla la contabilidad que lleva la empresa en la actualidad.

Para finalizar el trabajo, y ya entrando en la implementación del nuevo sistema de financiación, se desarrolla el contrato de tarjeta de compra que se sugiere, dejando explícitos los términos y condiciones de la misma, los requisitos necesarios para solicitarla. Además sin dejar de tener en cuenta que posiblemente se caerá en incobrabilidad, por lo que es importante tener previsionada dicha pérdida. Finalizando con las características del sistema implementado en la actualidad, que es la cuenta corriente, para ver reflejada la diferencia con el nuevo sistema; concluyendo con las ventajas y desventajas que posiblemente tenga la tarjeta de compra.

PALABRAS CLAVE

Intereses Compensatorios: son los intereses que se pagan por la financiación obtenida de un tercero, por lo general.

Intereses Moratorios o Punitorios: intereses que deben abonarse en caso de no efectuar los pagos estipulados en las fechas pactadas. Se considera como un “castigo” impuesto por el acreedor, dado que el mismo no recibe su dinero tal y como el esperaba, de la manera en que lo había pactado con el deudor. Compensan la mora transcurrida.

Normas Internacionales de Contabilidad (NICs): son un conjunto de normas o leyes que establecen la información que deben presentarse en los estados financieros y la forma en que esa información debe aparecer, en dichos estados.

Organigrama: representación gráfica que expresa en términos concretos y accesibles la estructura, jerarquía e interrelación de las distintas áreas que componen una empresa u organización.

Sucesiones Indivisas: Son aquellas que se originan como consecuencia del fallecimiento de la persona natural. Las sucesiones indivisas subsistirán hasta el momento en que se dicte la declaratoria de herederos o se inscriba el Testamento en los Registros Públicos.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo está orientado a la implementación de una tarjeta de crédito en un comercio situado en el interior de la provincia de Córdoba, que se dedica a la venta de indumentaria, calzado y blanco.

Se decidió realizar el presente trabajo bajo la motivación de que la empresa cuenta con una amplia cartera de clientes, una gran antigüedad en el mercado y la necesidad de implementar un cambio.

La intención del mismo es brindarle a la empresa las herramientas para la implementación del cambio, habiendo realizado el análisis correspondiente para fundamentar la propuesta.



CAPITULO I

PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA

1. RESEÑA HISTÓRICA

A principios de enero de 1959 comienza esta historia como un emprendimiento familiar dedicado a la compostura de calzado, ubicado en un barrio céntrico de una ciudad del Sudeste de Córdoba. Transcurridos tres años se incorpora la venta de calzado aprovechando la oportunidad que ofrecía el mercado para este tipo de negocios, añadiendo al mismo tiempo un sistema de cuentas corrientes personales. En septiembre de 1968 esta pequeña empresa se traslada a un nuevo local propio logrando ampliar la cartera de clientes. Pasados siete años, tras el fallecimiento del fundador y asumiendo la responsabilidad de la firma su esposa y su hija mayor cesa la actividad de compostura de calzado. A los meses de este acontecimiento la empresa remodela el local, anexando a la venta de calzado, indumentaria para toda la familia.

Con el paso del tiempo como consecuencia del ingreso del yerno del fundador a la empresa la misma se vio reestructurada, ampliando su organigrama.

En el año 2001 se procede a construir un nuevo local comercial, más amplio cambiando su ubicación a un punto estratégico, como lo es el epicentro de la ciudad.

Con el transcurso del tiempo se encontraba posicionado como líder en toda la región: habiendo desarrollado su propio sistema de crédito; modernizando permanentemente sus instalaciones; capacitando técnicamente a su personal: sistematizando su organización; informatizando su operatoria; desarrollando políticas de venta y contando con la mayor cartera de clientes del rubro. Con pasos firmes y fuertes marca un avance hacia un liderazgo comercial.

En 2007 la empresa seguía creciendo a pequeños pasos pero firmes, logra ampliar aún más su estructura comercial, ya que abre una sucursal de calzado ubicada en una calle del centro de dicha ciudad, con las oportunidades que este hecho representa.

Como aspecto a destacar, mencionamos que la empresa cuenta con la más amplia cartera de clientes de la región; característica que fue viéndose incrementada de forma notable, con el paso del tiempo y lo que consideramos fue el puntapié para que la empresa pudiera crecer

de dicha manera. Desde sus comienzos, por la forma en la que se desempeñó la empresa, fue creando casi sin darse cuenta un sistema de créditos, el cual fue llevado a cabo gracias a la aceptación de dicho sistema en la clientela habitual que fue la que le permitió a la empresa, crecer de forma exuberante a lo largo de los años y afrontar las diferentes crisis por las que paso el país.

En el presente capítulo se describirán los procesos, el sistema de créditos implementado por la empresa, se dará un paneo de la estructura organizacional de la misma, entre otros temas a desarrollar, para de esta forma lograr un contexto al desarrollo del trabajo en general.

2. MISIÓN

“La misión define el negocio al que se dedica la organización, las necesidades que cubre con sus productos y servicios, el mercado en el cual se desarrolla la empresa y la imagen pública de la empresa u organización.”¹

La misión de la empresa es la respuesta a la pregunta, ¿Para qué existe la organización?

La misión de la empresa en cuestión, es abastecer de artículos de vestimenta y calzado a toda la ciudad y zonas aledañas; efectivizando las ventas a través de un sistemas de créditos implementado por la empresa desde ya hace años; para de este modo no solo crear una ventaja competitiva, sino también como estrategia interna para ganar más clientes y brindarles a los mismos la posibilidad de realizar compras con más frecuencia y con límites económicos más amplios de lo habitual, siendo estos algunos de los beneficios que ofrece el sistema de compras de la empresa.

¹ BIBLIOGRAFÍA: MARC EDMOND – PICARD DOMINIQUE. *La interacción social. Cultura, instituciones y comunicación*. Editorial, 1992.

3. VISIÓN

“La visión es el momento en el cual las personas o instituciones que se encuentran planificando, identifican y precisan lo que se quiere lograr. Refiere a una imagen mental sobre un futuro deseado, posible, realista, creíble y atractivo a construirse a través de la consecución de los objetivos.”²

La visión de la empresa es la respuesta a la pregunta, ¿Qué queremos que sea la organización en los próximos años?

La empresa establece como visión mantener el liderazgo regional ampliando la oferta, a través de la apertura de nuevas sucursales en localidades vecinas y por medio de la venta a crédito a través del sistema de cuenta corriente propio de la empresa.

4. CLASIFICACIÓN DE LA EMPRESA

“La empresa es una actividad económica organizada; podemos definirla como un sistema socio – técnico que organiza un centro de trabajo utilizando **factores elementales**, como recursos materiales, recursos humanos y tecnología, y **factores dispositivos**, como planificación, dirección, administración y control, que se orientan al logro de los objetivos, mediante la producción o intercambio de bienes y/o servicios, afectando al medio ambiente, a la comunidad y al Estado, con el propósito de obtener beneficios.

² BIBLIOGRAFÍA: MARC EDMOND – PICARD DOMINIQUE. *La interacción social. Cultura, instituciones y comunicación*. Editorial, 1992.

Se pueden clasificar en pequeñas y medianas empresas, lo que habitualmente se llaman PYMES y además grandes empresas.”³

En el sistema jurídico argentino contamos con diferentes tipos societarios, por ejemplo las sociedades personalistas como las sociedades colectivas, en comanditas simples, de capital e industria; las sociedades por cuotas como las de responsabilidad limitada; y las sociedades por acciones, como las sociedades anónimas, las sociedades en comanditas por acciones, las sociedades por acciones con participación mayoritaria, las de economía mixta, y las sociedades del estado. Vemos pertinente también nombrar las sociedades no constituidas regularmente, que no son unos de los tipos previstos por la ley pero existen como ser las sociedades irregulares y las sociedades de hecho.

Las sociedades anónimas son aquellas en las cuales dos o más personas, contrayendo responsabilidad limitada a la integración de las acciones que suscriben, se obligan a realizar aportes para aplicarlos a la producción o intercambio de bienes o servicios, participando de los beneficios y soportando las pérdidas. Se trata así de una sociedad comercial tipificada, que prescinde de la calidad de comerciantes de sus socios y los mismos tienen carácter preminentemente capitalistas; el capital social es representado por acciones transmisibles de igual valor.

En este tipo societario las funciones de la sociedad están claramente definidas y asignadas a órganos específicos como ser: el de gobierno, administración, representación y fiscalización.

³ SUSANA, BARRIONUEVO: *Administración I*.

La forma jurídica de la empresa que se está analizando es una sociedad anónima, que desarrolla su actividad en una ciudad del sudeste cordobés, siendo su alcance geográfico regional. Es una PYME de tipo familiar, de duración permanente; se compone de los aportes de capital de los socios partícipes o fundadores, formando una integración de capital privado cuyo origen es nacional; como toda actividad comercial es llevada a cabo para la obtención de fines de lucro. Su tipo de actividad es comercial, ya que comercializa productos elaborados y está compuesta por siete rubros, entre los que se encuentran: marroquinería, blanco, uniformes, damas, hombres, niños y calzados.

5. OBJETIVOS DE LA EMPRESA

“Los objetivos son enunciados específicos de lo que la empresa quiere alcanzar en áreas relacionadas con, o afectadas por, los lugares del mercado en los cuales la empresa desea competir. Deben ser cuantificados en la mayoría de los casos, pero siempre sujetos a evaluación y medición; pueden ser generales o no pero deben ser claros.

Estos ayudan a dirigir y motivar al personal y dan una base para las actividades conexas.”⁴

Se pueden establecer para la citada empresa, los siguientes objetivos:

- Agregar valor a los artículos, mediante la mejora de la calidad de atención al cliente.
- Mantener una gestión de vínculos estrecha con los proveedores de los rubros.
- Conservar e incrementar la cartera de clientes como factor demandante de los productos que comercializa la empresa.
- Capacitar la fuerza de venta de manera que resulte eficiente y redituable para la organización.
- Mejorar la situación económica – financiera de la empresa.

⁴ STEPHEN P., ROBBINS; MARY, COULTER: *Administración*.

- Ampliar la cartera de clientes, de forma de lograr un autofinanciamiento que le permita crecer de forma progresiva.
- Mantener el sistema de créditos que implementa desde hace media década.

6. SISTEMA DE CRÉDITOS

“Se considera crédito, al derecho que tiene una persona acreedora a recibir de otra deudora una cantidad en numerario entre otros. En general es el cambio de una riqueza presente por una futura, basado en la confianza y solvencia que se concede al deudor.”⁵

Los sistemas de créditos comerciales representan una forma de financiamiento de corto plazo común a la mayoría de las empresas, la operatoria funciona de dos maneras: cuenta corriente abierta o cuenta documentada.

La cuenta corriente abierta es una forma de financiamiento mediante la cual el comprador adquiere mercadería, no abonando la misma contra entrega, sino que firma la factura, que abonará posteriormente, según condiciones de pago pactada previamente. El acreedor está otorgando un crédito al deudor.

La cuenta documentada es una forma de financiamiento mediante la cual el comprador adquiere mercadería, firmando un documento o pagaré contra entrega de la mercadería. Es decir, la deuda queda documentada, con la obligación de efectivizar su pago al momento del vencimiento del pagaré.

Esta forma de financiamiento a corto plazo, el crédito comercial, ofrece varias ventajas:

- Su fácil acceso.
- Financiamiento continuo.

⁵ Wikipedia: www.wikipedia.org

- No es necesario formalizar el financiamiento.
- Financiamiento más flexible.

La empresa debe tener en cuenta una serie de costos adicionales a los que incurre por comercializar financiado, y que son:

- De Administración: este tipo de ventas exige contar con una estructura administrativa para la gestión, desde el estudio de los antecedentes del solicitante, la instrumentación de la operación y el seguimiento del pago de las cuotas hasta el control de la mora o de la incobrabilidad.
- Del Capital: los costos financieros de los recursos monetarios que se aplican para las ventas a plazo.
- De La Inflación: la pérdida del valor adquisitivo del dinero castiga las cuentas a cobrar ya que se trata de activos monetarios.
- Del Riesgo: cuando se vende a crédito, el cliente retira lo adquirido en el momento de la compra y paga en el futuro; aparece así el riesgo de operar en estas condiciones, que es el costo más difícil de cuantificar considerando y dependiendo del grado de flexibilidad de la política que se adopte.

Además se deben considerar dos aspectos que se encuentran estrechamente relacionados con la decisión de la venta a crédito; el primero de los aspectos es la definición de solicitar o no garantías, y en caso de solicitarlas si las mismas serán reales o personales. Las reales, se efectivizan mediante la afectación de una cosa en particular, por ejemplo: hipoteca, prenda, etc. En las personales en cambio, el garante asume una obligación de responder con su patrimonio frente a un incumplimiento del deudor; la más difundida de éstas es la fianza.

El segundo aspecto a considerar es la decisión de si se cobrarán cargos por la financiación; lo que se analiza no es cobrar o no intereses es la forma en que se los presentan al cliente.

Los intereses pueden ser explícitos o implícitos; con los primeros nos referimos a los que están incluidos en el precio de ventas, mientras que con los explícitos nos referimos a los que se exponen expresamente, sumándolos separados del precio para obtener así el monto del saldo total adeudado.

La empresa utiliza la forma de financiación cuenta documentada, ya que la misma implementa un pagaré, en que especifica el monto y fecha en que se deben abonar las siguientes cuotas, sin desagregar los intereses del precio total de la compra, cobrándose los mismos implícitamente; y como documento de garantía que hace firmar al comprador.

Ésta contiene un régimen de cuotas que consiste en una entrega y dos cuotas, cuando el monto de la compra no supera los \$300 y, una entrega y cuatro cuotas cuando el monto de la compra supera los \$300.

Para formar parte del sistema de créditos implementado por la empresa, se debe completar previamente un formulario en el que constan los datos personales, laborales y dos garantías personales.

Luego la empresa realiza un arduo análisis respecto a los datos proporcionados por el cliente, para que de esta forma pueda acceder al beneficio crediticio que la empresa proporciona

7. ANÁLISIS DAFO

El análisis está basado en las Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades que posee la empresa, de ahí las siglas de su nombre **DAFO**.

El análisis Dafo se realiza observando y describiendo (es un análisis cualitativo) las

características de nuestro negocio y del mercado en el cual se encuentra, el análisis DAFO nos permite detectar las fortalezas de nuestra organización, las oportunidades del mercado, las debilidades de nuestra empresa y las amenazas en el entorno.

Análisis Interno de la Organización

Fortalezas: Describe los recursos y las destrezas que ha adquirido la empresa, ¿En qué nos diferenciamos de la competencia?, ¿Qué sabemos hacer mejor?

Fortalezas detectadas en la empresa:

- Amplia cartera de clientes.
- Oferta de garantía por la venta de sus productos.
- Personal altamente capacitado para la atención al público.
- Amplia variedad de artículos.
- Continua reinversión de las utilidades para una mayor y mejor oferta a los clientes.
- Amplio conocimiento de la mercadería y técnicas de ventas.

Debilidades: Describe los factores en los cuales poseemos una posición desfavorable respecto a la competencia.

Para realizar el análisis interno se han de considerar análisis de recursos, de actividades y de riesgos.

Debilidades detectadas en la empresa:

- Alta estructura de costos.
- Alto costo de almacenamiento y de publicidad.
- Altos volúmenes de stock.
- Falta de planeamiento de resultados a partir de un presupuesto anual.

Análisis Externo de la Organización

Oportunidades: Describen los posibles mercados, nichos de negocio que están a la vista de todos, pero si no son reconocidas a tiempo significa una pérdida de ventaja competitiva.

Oportunidades detectadas en la empresa:

- Posibilidad de ampliar la oferta de dicho rubro a través de nuevas sucursales en el mercado.
- Incremento de las ventas, como consecuencia de ser una rama de productos de primera necesidad.
- Adecuada técnica de marketing en la venta de los artículos.
- Presencia de un sistema de cuenta corriente que se logra por medio del autofinanciamiento.

Amenazas: Describen los factores que pueden poner en peligro la supervivencia de la organización, si dichas amenazas son reconocidas a tiempo pueden evitarse o ser convertidas en oportunidades.

Amenazas detectadas en la empresa:

- Proveedores con demora en la entrega de productos a tiempo.

- Inestabilidad política y económica, nacional.
- Existencia de competidores que brindan productos sustitutos.
- La globalización y el uso de tarjetas de créditos, posibilita al cliente a comprar a cualquier otro comercio, poniendo a la empresa en igualdad de condiciones con la competencia.

Una vez descriptas las amenazas, oportunidades, fortalezas y debilidades de la organización podemos construir la Matriz DAFO, matriz que nos permite visualizar y resumir la situación actual de la empresa.

8. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

“La estructura de una organización son pautas que siguen los puestos de trabajo y los grupos de puestos de trabajo de una organización. Causa importante del comportamiento personal y del grupo. A través de la misma se dividen las tareas, se asigna autoridad y responsabilidad, se fijan procedimientos y se especifican las normas de la organización. La prueba más palpable de dicha estructura es el organigrama.”⁶

La estructura organizacional es el patrón establecido de relaciones entre los componentes o partes de la organización. Esta es la visión estática de la organización.

Según la visión dinámica tenemos que pensar en términos de procesos. Por ello desde una óptica dinámica la estructura formal puede definirse como:

- El patrón de relaciones y obligaciones formales

⁶ McGRAW-HILL / IRWIN: *Las Organizaciones: Comportamiento, Estructura, Procesos*.

- La forma en que las diversas actividades o tareas son asignadas a diferentes departamentos y/o personas en la organización (diferenciación)
- La forma en la que estas tareas o actividades separadas son coordinadas (integración).
- Las relaciones de poder, de status y jerarquías dentro de la organización (sistema de autoridad).
- Las políticas, procedimientos y controles formales que guían las actividades y relaciones de la gente en la organización.

Diseño de la Estructura de una Organización

El diseño de la organización incluye los actos y decisiones que desembocan en la creación de una estructura para una determinada organización. Con independencia de cuales sean las decisiones que se tomen, estas siempre se refieren a lo mismo: División del trabajo, Delegación de la autoridad, Departamentalización e Intervalo de control.

- **División del trabajo:** Proceso de dividir el trabajo en tareas relativamente especializadas para lograr las ventajas de la especialización.

Cuando nos referimos a especialización, hacemos referencia a tratar de reducir el número de tareas que va a realizar el individuo. La especialización tiene dos características:

- Cuanto más especialización más limitamos el contenido del trabajo (se dice que tareas realizar de las muchas posibles).
- A través de este parámetro se divide en pequeñas partes todos los procesos.

Dentro de la especialización hay dos grandes dimensiones: horizontal y vertical:

1. Horizontal: tiene en cuenta el ámbito o amplitud de la tarea, es decir, cuantas tareas distintas se asignan a un puesto y que amplitud tiene cada tarea. En un extremo tendríamos al trabajador polivalente (que puede realizar varias tareas), y en el otro estaría el trabajador autómatas (que realiza tareas repetitivas y rutinarias).

Algunas de las ventajas que podemos mencionar del puesto especializado horizontalmente son: alto rendimiento económico, mayor productividad y eficiencia.

Algunas de sus desventajas puede ser la falta de motivación por su relativa simplicidad y la suma de actividades repetitivas.

2. Vertical: considera la profundidad del puesto, la medida en que el trabajador es responsable y tiene autoridad sobre su propio trabajo. La especialización vertical mide el grado de autonomía.

En la empresa las distintas actividades se dividen a través de una especialización horizontal ya que encontramos en cada sector sus vendedores, en los cuales las actividades son repetitivas y se distinguen por su simpleza. Así también cuenta, con un responsable del sector y un supervisor del salón. Además la empresa cuenta con una persona encargada de la publicidad y otro profesional que realiza las actividades propias de recursos humanos.

- **Delegación de la autoridad**: La delegación implica la obligación de rendición de cuentas al superior de las tareas que han sido delegadas.

Para que la delegación sea efectiva, deben darse las siguientes condiciones:

-Definir claramente la tarea a realizar, objetivos que se quieren conseguir, plazos y autoridad asociada.

-Aceptación voluntaria, ya que los trabajos delegados normalmente no forman parte

del conjunto de tareas que forman parte del puesto de trabajo del empleado.

-Supervisión de la tarea delegada según sea su importancia y dificultad al final de la misma o durante su proceso en diferentes etapas.

En la organización descrita se visualizan pequeños rasgos de la delegación de la autoridad hacia abajo en el organigrama de la misma. Si bien no se permite a cada individuo la participación en las decisiones empresariales y a la vez deben rendir obediencia a la alta dirección; la empresa les pide a los vendedores de cada sector que cada semana complete una planilla de requerimientos en la que plasme los productos más demandados por el público; en este accionar la empresa deja reseña de un inicio en la delegación, ya que las planillas antes mencionadas, son analizadas para luego confeccionar la orden de compra pertinente.

- **Departamentalización:** Es el proceso en el cual una organización es dividida estructuralmente, combinando funciones y actividades en departamentos de acuerdo a alguna base o características compartidas.

De acuerdo con la situación específica de cada empresa, los tipos de departamentalización más usuales son:

1. Funcional: Es común en las empresas industriales; consiste en agrupar las actividades análogas según su función principal.
2. Por producto: Es característica de las empresas fabricantes de diversas líneas de productos, la departamentalización se hace en base a un producto o grupo de productos relacionados entre sí.
3. Geográfica o por Territorios: En este caso la departamentalización se realiza en base a las zonas geográficas en las que se encuentra presente la empresa
4. Por clientes: Por lo general se aplica en empresas comerciales, principalmente

almacenes, y su función consiste en crear unidades cuyo interés primordial es servir a los distintos compradores o clientes.

5. Por Proceso o Equipo: En la industria, el agrupamiento de equipos en distintos departamentos reportará eficiencia y ahorro de tiempo; así como también en una planta automotriz, la agrupación por proceso.

6. Por Secuencia: Es utilizada en empresas productoras que trabajan sin interrupción los tres turnos, para controlar cada uno de los turnos; o cuando se trate de labores que manejen una gran cantidad de números o letras.

En este comercio se agrupan los puestos de trabajo en base a los productos que se comercializa, cualquier trabajo relativo a la venta de un producto o línea de productos estará bajo la dirección de una misma persona.

- **Intervalo de control:** A la hora de decidir la base idónea para realizar la departamentalización también se decide el número de puestos de trabajo que se van a agrupar. Sin embargo, esta decisión no establece el número de puestos de trabajo que se deberán incluir en un determinado grupo, es el tema de objeto del intervalo de control.

El elemento fundamental para decidir el intervalo de control de un gerente no es el número de sus posibles relaciones, sino la frecuencia e intensidad de las mismas.

El problema se centra básicamente en decidir el volumen de relaciones interpersonales que el gerente de un departamento es capaz de controlar. Habrá, además, que definir el intervalo de control de modo que incluya no solo a aquellos subordinados que hayan sido asignados formalmente a un determinado gerente, sino también a los que tengan acceso al mismo.

En la empresa en cuestión se observa un intervalo de control de tres subordinados, quienes responden a un encargado del sector. A este número se llegó luego de un

estudio de la demanda con la que cuenta la empresa, asociándolo además a la departamentalización de la misma.

Modelos Mecanicista y Orgánico de Diseño de Organizaciones

Modelo Mecanicista: “diseño de organizaciones que destaca la importancia de conseguir elevados niveles de producción y eficiencia, a costa de un amplio uso de normas y procedimientos, centralización de autoridad y fuerte especialización de la mano de obra.”⁷

En las Estructuras Mecánicas existen tareas operativas rutinarias, altamente especializadas, procedimientos muy formalizados en el núcleo operativo; donde hay una comunicación formal en toda la organización, la dimensión del núcleo operativo es grande. Es altamente racionalizada, siendo sus tareas simples y repetitivas. El trabajo se encuentra sobre todo en ambientes simples y estables. En los ambientes complejos no puede ser racionalizado en tareas simples, y en los ambientes dinámicos no puede predecirse. Se encuentra típicamente en la organización madura, grande como para tener el volumen de trabajo operativo necesario para su repetición y estandarización; y antigua como para haber podido establecerse sobre las normas que desea usar.

Modelo Orgánico: “diseño de organizaciones que destaca la importancia de conseguir elevados niveles de adaptabilidad y desarrollo en base al uso limitado de normas y

⁷ McGRAW-HILL / IRWIN: *Las Organizaciones: Comportamiento, Estructura, Procesos*.

procedimientos, descentralización de la autoridad y nivel relativamente escaso de especialización.”⁸

La organización orgánica se encuentra flexible ante cualquier cambio que pueda producirse en su entorno, ya que su diseño propugna una mayor utilización del potencial humano. Se anima a que los dirigentes adopten prácticas que aprovechen todos los posibles factores humanos de motivación, diseñando puestos de trabajo que den preferencia al desarrollo y a la responsabilidad personal. Los procesos de toma de decisiones, control y fijación de objetivos están descentralizados e intervienen en ellos todos los niveles jerárquicos. Las comunicaciones fluyen por toda la organización y no se limitan a bajar a través de su cadena de mando.

Las características que más distinguen a ambos modelos son consecuencia de los distintos criterios de eficacia que cada uno trata de maximizar. En tanto que el modelo mecanicista pretende maximizar eficacia y producción, el orgánico busca hacer lo propio con la satisfacción, la flexibilidad y el desarrollo personal.

La Empresa cumple las características del enfoque de la estructura mecanicista, ya que favorece a la comunicación vertical en las funciones, la autoridad y la responsabilidad están claramente establecidas. En este modelo, las decisiones son centralizadas, las personas son dependientes y están orientadas a la eficiencia y productividad. Las tareas de la empresa son repetitivas y simples, el volumen de trabajo de la misma lleva a que las actividades sean estandarizadas y reiterativas.

9. PROCESOS ORGANIZACIONALES

Un proceso es un conjunto de fases sucesivas que se llevan a cabo para lograr un fin específico. Es por eso que a las tareas llevadas a cabo en las diferentes áreas de la

⁸ McGRAW-HILL / IRWIN: *Las Organizaciones: Comportamiento, Estructura, Procesos*.

organización las definimos como procesos organizacionales, ya que hacen que los procesos sean el enfoque principal de la organización.

Dado que compartimos que si bien a la empresa hay que pensarla como un “todo”, compuesta por diversas partes, hay que asegurarse de que las partes del todo, compuestas en este caso por conjunto de actividades, coordinen y funcionen correctamente, sino la empresa dejaría de funcionar y no podría llevar adelante su objetivo.

Los procesos llevados a cabo por la empresa para lograr sus objetivos son:

- ✓ **Ventas:** el proceso comienza al llegar la mercadería a la empresa, lo recibe el encargado, el que de inmediato procede a fotocopiar la factura recibida, para que de este modo mientras se controla que lo recibido sea lo pedido, se procede al mismo tiempo a preparar el pago correspondiente.

El control realizado tiene la característica de ser exhaustivo, ya que si se encuentran faltantes, sobrantes o fallas, se le informa al proveedor.

Concluido el control se procede a describir el producto para crear el código de barras. Una vez creado se marca el producto con una etiqueta que contiene el código de barras y se le coloca a cada prenda un protector de seguridad por posibles sustracciones. Luego el encargado de cada sector selecciona que productos colocar en la venta y cuales se van a guardar realizando un repuesto; lo que se guarda se coloca en un lugar estratégico del depósito, de manera que quede cómodo para retirar productos en medio de una venta.

Como se puede observar forma parte de una estrategia de la empresa el hecho de no mostrar toda su mercadería junta, sino a medida que se va vendiendo (disminuyendo el stock) se va reponiendo en la venta la parte que falta.

Como estrategia de exhibición podemos nombrar algunas como: ordenar las prendas por tipo, por color y talle, empezar exhibiendo un talle por el color más claro terminar con el color más oscuro.

Otra estrategia de venta para satisfacer las necesidades y gustos de los clientes, se lleva a cabo por medio de la planilla de requerimientos, la cual debe ser completada por el vendedor en el transcurso de la semana y debe entregarse a su supervisor el día sábado por la tarde, para que sea analizada por los responsables de ventas y de compras en su conjunto.

Dicha planilla contiene los productos que le faltaron al vendedor para concretar una venta, puede sugerir propuestas de ventas, propuestas para vidrieras (desde diseños de las mismas, hasta que productos exhibir), puede sugerir en lo referido al mantenimiento del local comercial (como por ejemplo en lo referido a luces, alfombras, etc.).

Los días Lunes se imprimen unas planillas (Agrupadas) por sector, las que muestran el stock a la fecha, la cantidad de prendas vendidas el año anterior a la misma fecha de un producto determinado o de un grupo de productos, dependiendo lo que se necesite evaluar, también muestra la cantidad de notas de pedidos efectuadas a la fecha; con esta información, más las planillas de requerimientos completadas por los vendedores, de acuerdo a las necesidades se procede a confeccionar la nota de pedido. Luego de ser analizada por los encargados correspondientes, las planillas de requerimientos se le devuelven a cada vendedor con la contestación de acuerdo a sus propuestas.

- ✓ **Compras:** el proceso comienza con exposiciones que realizan algunas marcas exclusivas, las cuales envían invitación a la empresa. Sino también se puede comenzar el proceso por medio de viajantes que visitan el local comercial o visitas que la empresa realiza a distintas fábricas.

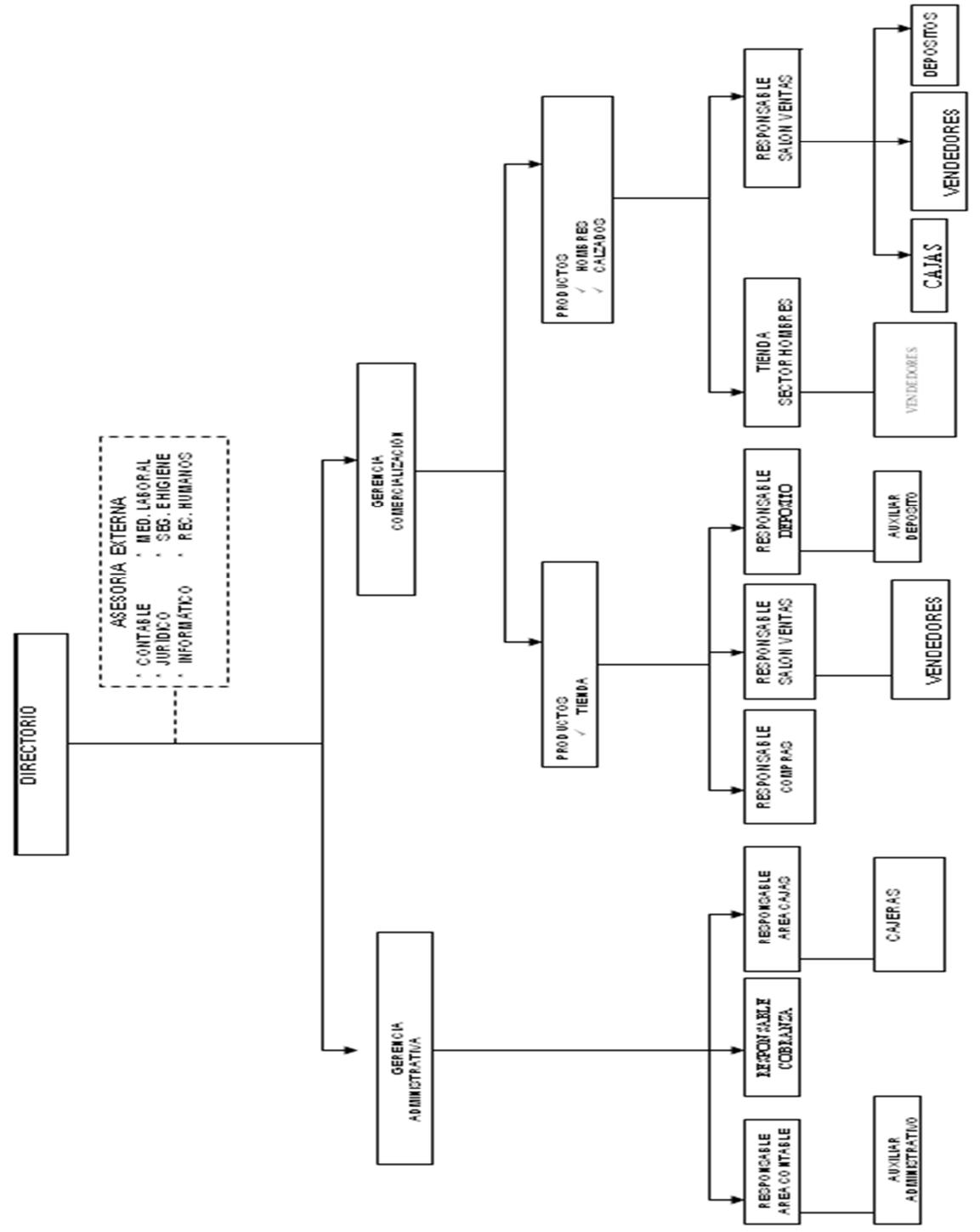
La empresa suele realizar pagos anticipados, por medio de cheques, a algunos proveedores, quedando dicho importe a favor de la empresa, para que cuando la empresa lo solicite el proveedor le envíe la mercadería solicitada.

Las compras se efectúan por lo general a contado o en plazos de 30 a 90 días.

Al realizar las compras la empresa realiza la programación de la temporada en base a las planillas de requerimientos completadas por lo vendedores, los datos según las necesidades, aportados por las planillas “Agrupadas” y la información recabada de revistas de moda como por ejemplo Para Ti, Para Teens, Cosmopolitan, entre otras.

- ✓ **Administración:** Los distintos sectores de la empresa proveen de información al sector de administración; por medio de facturas, notas de pedidos y demás documentación, para que este último en conjunto con el Contador (Staff Externo) preparen los Estados Contables pertinentes a la organización.

10. ORGANIGRAMA



La empresa cuenta con siete sectores los cuales son: damas, hombres, niños, blanco, uniformes, calzado y marroquinería. La misma los separa solo para fines administrativos, implementación de estrategias de ventas y de organización física dentro del local comercial (Lay Out); dentro de dichos sectores se encuentran tres vendedores y un supervisor encargado del sector; también encontramos un encargado general de salón; en total son 29 vendedores. Además la organización cuenta con cinco personas en el sector de cajas, en compras cuenta con dos personas, dos personas administrativas y una en el sector de cobranzas; la alta dirección está compuesta por tres socios- integrantes. Además la misma posee un staff de apoyo compuesto por profesionales atentos a las necesidades de la gestión de la empresa.

11. MATRIZ BCG

“La Matriz de crecimiento - conocida como Matriz BCG, es un método gráfico de análisis de cartera de negocios, es una herramienta de análisis estratégico, específicamente de la planificación estratégica.

Su finalidad es ayudar a decidir enfoques para distintos negocios, es decir empresas o áreas, donde invertir, desinvertir o incluso abandonar. El método utiliza una matriz de 2x2 para agrupar distintos tipos de negocios que una empresa en particular posee.

Se trata de una sencilla matriz con cuatro cuadrantes, cada uno de los cuales propone una estrategia diferente para una unidad de negocio. Cada cuadrante viene representado por una figura o icono. El eje vertical de la matriz define el crecimiento en el mercado, y el horizontal la cuota de participación del mercado.”⁹

⁹ STEPHEN P., ROBBINS; MARY, COULTER: *Administración*.



- a) ESTRELLA. Gran crecimiento y gran participación de mercado. Se recomienda potenciar al máximo dicha área de negocio hasta que el mercado se vuelva maduro, y la empresa o área se convierta en vaca lechera.
- b) INCÓGNITA. Gran crecimiento y poca participación de mercado. Hay que reevaluar la estrategia en dicha área, que eventualmente se puede convertir en una estrella o en un perro.
- c) VACA. Poco crecimiento y alta participación de mercado. Se trata de un área de negocio que servirá para generar efectivo necesario para crear nuevas estrellas.
- d) PERRO. Poco crecimiento y poca participación de mercado. Áreas de negocio con baja rentabilidad o incluso negativa. Se recomienda deshacerse de ella cuando sea posible. Generalmente son negocios / productos en su última etapa de vida. Raras veces conviene mantenerlos en el portafolio de la empresa.

La empresa desde hace algunos años se encuentra en la categoría de la VACA, ya que mantuvo instancias de poco crecimiento y de alta participación en el mercado; lo que le brinda la posibilidad de un crecimiento mayor al obtenido hasta el momento. Lo que pondría a la empresa en la instancia de decidir su futuro.

12. ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER

“El Análisis de Porter de las cinco fuerzas es un modelo estratégico elaborado por el economista y profesor Michael Porter en 1989.

Este es un modelo holístico que permite analizar cualquier mercado o segmento de éste en términos de rentabilidad a largo plazo. Fue desarrollado por Michael Porter y, según éste, la rivalidad entre los competidores es el resultado de la combinación de cinco fuerzas o elementos. Se trata de un medio de análisis más bien externo (sectorial), la idea es que la corporación debe evaluar sus objetivos y recursos frente a éstas cinco fuerzas que rigen la competencia.”¹⁰

a) Amenaza de entrada de nuevos competidores

“El mercado o el segmento no es atractivo para los competidores dependiendo de si las barreras de entrada son fáciles o no de franquear por nuevos participantes que puedan llegar con nuevos recursos y capacidades para apoderarse de una porción del mercado.”¹¹

Las barreras de entrada al segmento de mercado en el que se encuentra la empresa son fáciles de traspasar, ya que al comercializar productos de necesidad básica, como lo son la vestimenta y el calzado, la existencia de competidores, en menor o mayor rango, es masiva.

Pero debido a la trayectoria de la empresa y a la alta participación en el mercado, se les dificultaría a los competidores alcanzar el rango y el prestigio de esta empresa, siendo dificultoso, pero factible que se mantenga en el tiempo.

¹⁰ STEPHEN P., ROBBINS; MARY, COULTER: *Administración*.

¹¹ STEPHEN P., ROBBINS; MARY, COULTER: *Administración*.

b) La rivalidad entre los competidores

“Para una organización será más difícil competir en un mercado o en uno de sus segmentos donde los competidores estén muy bien posicionados, sean muy numerosos y los costos fijos sean altos, pues constantemente estará enfrentada a guerras de precios, campañas publicitarias agresivas, promociones y entrada de nuevos productos.”¹²

Si bien la empresa que estamos analizando contiene costos fijos altos, las campañas publicitarias no son demasiado agresivas y no existe la amenaza de entrada de nuevos productos, por el rubro en el que desempeña su actividad.

c) Poder de negociación de los proveedores

“Un mercado o segmento del mercado no será atractivo cuando los proveedores estén muy bien organizados gremialmente, tengan fuertes recursos y puedan imponer sus condiciones de precio y tamaño del pedido. La situación será aún más complicada si los insumos que suministran son claves para el desarrollo de la actividad de la empresa, no tienen sustitutos o son pocos y de alto costo.”¹³

Se da el caso de que la empresa cuenta con exclusividades que requieren de estrategias de ventas definidas; pero en su gran mayoría los proveedores no son exclusivos, sino totalmente sustituibles, lo que hace más fácil la negociación con los mismos.

¹² STEPHEN P., ROBBINS; MARY, COULTER: *Administración*.

¹³ STEPHEN P., ROBBINS; MARY, COULTER: *Administración*.

d) Poder de negociación de los compradores

“Un mercado o segmento no será atractivo cuando los clientes están muy bien organizados, el producto tiene varios o muchos sustitutos, el producto no es muy diferenciado o es de bajo costo para el cliente, lo que permite que pueda hacer sustituciones por igual o a muy bajo costo. A mayor organización de los compradores mayores serán sus exigencias en materia de reducción de precios, de mayor calidad y servicios y por consiguiente la corporación tendrá una disminución en los márgenes de utilidad.”¹⁴

La empresa posee una amplia cartera de clientes respecto de la competencia debido al hecho de contar con políticas de comercialización diferenciadas en cuanto a precio, calidad, marketing y servicios respecto a sus competidores. Esto es lo que provoca en el cliente predisposición constante para con la empresa en todas sus propuestas a nivel comercial.

e) Amenaza de ingreso de productos sustitutos

“Un mercado o segmento no es atractivo si existen productos sustitutos reales o potenciales. La situación se complica si los sustitutos están más avanzados tecnológicamente o pueden entrar a precios más bajos reduciendo los márgenes de utilidad de la corporación y de la industria.”¹⁵

En el ramo de la indumentaria, en el que opera la empresa, no se cuenta con productos sustitutos, debido a que es un bien que satisface una necesidad básica.

¹⁴ STEPHEN P., ROBBINS; MARY, COULTER: *Administración*.

¹⁵ STEPHEN P., ROBBINS; MARY, COULTER: *Administración*.

En el presente capítulo se plasmó la presentación de la empresa desde su reseña histórica hasta cómo se desarrollan sus actividades, formas y estructuras en la actualidad; datos que permiten dimensionar la empresa, para abordar el estudio de la estructura económica financiera actual de la misma, tema que se desarrollará en el siguiente capítulo.



CAPITULO II

ANÁLISIS ECONÓMICO FINANCIERO DE LA SITUACIÓN ACTUAL

1. ESTADOS CONTABLES

Para comenzar la unidad trataremos como primer tema los Estados Contables, ya que son considerados la fuente de información, para la elaboración de los análisis económicos y financieros, que nos competen en la presente.

"Los Estados Contables son cuadros sinópticos, preponderantemente numéricos, integrados con los datos extractados de los libros y registros de contabilidad, aclarados con anotaciones adicionales, en su caso, en los cuales se muestra la situación, a una fecha determinada; o el resultado en la gestión, durante un periodo determinado, de una empresa.

Estos cuadros sinópticos son el resultado del proceso contable, constituyéndose en informes finales que expresan la situación económica - financiera de un ente económico.

La información generada por los Estados Contables proporciona elementos de juicio para la evaluación de cursos de acción y la toma de decisión en aspectos financieros, económicos, de gestión o administración. Esta cualidad de los Estados Contables los ubica como uno de los principales soportes para la fijación de metas y objetivos y, la medición de su cumplimiento.

Conforme a las Normas Internacionales de Contabilidad (NICs), los Estados Contables incluyen el Balance General, el Estado de Resultados, el Estado de Variación Patrimonial, el Estado de Flujos de Efectivo, las Notas y otros Estados.

Cuando los Estados Contables son emitidos para personas tales como accionistas, acreedores, empleados y público en general, los mismos deben estar elaborados de

conformidad a los lineamientos establecidos en las NICs.”¹⁶

1.2 ANÁLISIS DE ESTADOS CONTABLES

El análisis contable proporciona elementos de juicio que pueden ser de suma importancia al momento de analizar la situación financiera de una empresa, tales como los cocientes, las comparaciones y los porcentajes.

Analizar el estado financiero de una empresa consiste en examinarla desde el punto de vista de su situación económica y financiera.

Cuando hablamos de situación económica nos referimos a la eficiencia de la empresa para producir beneficios, y con respecto a la situación financiera es la capacidad que tiene la empresa de pagar sus deudas.

El balance y el estado de resultados, por si solos no son capaces de reflejar toda la complejidad de la situación económica y financiera de la empresa, el hecho de que la igualdad planteada en la partida doble del balance, no debe significar que las cifras reflejen su verdadero valor.

El objetivo básico del análisis de Estados Contables es diagnosticar la situación económica-financiera de la empresa. La utilización de un conjunto adecuado de relaciones cuantitativas y su cotejo con estándares de aceptación generalizada, pone de relieve su estructura económica y financiera.

¹⁶ ALEJANDRO FERRER QUCA: *Análisis de los Estados Contables y sus ajustes por Inflación*.

El análisis de estados contables le interesa:

“Al acreedor a corto plazo, quien proporciona créditos que van de 30 días a un año.

- Proveedores de mercadería
- Proveedores de materias primas
- Proveedores de maquinarias
- El banco

Al acreedor a largo plazo

- Empresas financieras estatales o privadas
- Bancos comerciales (en menor medida)

Al inversionista, interesado en adquirir participaciones en la empresa.

A los accionistas de la empresa misma.

A la administración o gerencia de la empresa”¹⁷

1.3 TÉCNICA Y PROCEDIMIENTO DE ANÁLISIS

“La técnica de análisis de estados contables es el conjunto de procedimientos utilizados en esa actividad. La enumeración de los mismos en una secuencia lógica sería:

¹⁷ ENRIQUE FOWLER NEWTON: *Análisis de Estados Contables*.

- a) Lectura crítica de los estados contables para evaluar su representatividad, integridad y confiabilidad.
- b) Lectura de los informes de auditores o revisores independientes de los estados para detectar eventuales problemas que disminuyan su confiabilidad.
- c) Modificación (extracontable) del contenido de los estados si éstos hubiesen sido preparados de acuerdo con criterios que no satisfagan al analista.
- d) Resumen y vuelco de los datos relevantes a elementos que faciliten las tareas posteriores, como por ejemplo hojas de cálculo electrónicas o formularios de llenado manual.
- e) Comparaciones entre datos absolutos tomados de estados contables a la misma fecha, ejemplo: determinación del capital corriente comparando el activo corriente y el pasivo corriente, o tomados de estados sucesivos, ejemplo compras del último ejercicio contra compras del ejercicio anterior.
- f) A partir de las comparaciones recién dadas cálculos de variaciones absolutas, por ejemplo: aumento de las compras del ejercicio con respecto de las del anterior.
- g) Cálculo de razones (cocientes) directas o porcentuales con base en los datos obtenidos en el paso anterior.
- h) Comparaciones entre razones sucesivas, por ejemplo: porcentaje de costos de ventas sobre ventas de los ejercicios A1 y A2.
- i) Cálculo de otras razones directas o porcentuales en base a los datos obtenidos en el punto anterior.
- j) Si se tuviese acceso a los pertinentes datos presupuestados, cálculo de:
 - 1. Variaciones entre las cifras presupuestadas y las reales.
 - 2. Razones correspondientes a tales variaciones.
 - 3. Variaciones entre las razones presupuestadas y correlatos reales.
 - 4. Razones resultantes de considerar las variaciones recién mencionadas.
- k) Si se lo considera útil y se dispusiera de la información necesaria, comparación de las razones calculadas con:
 - 1. Estándares que se consideren adecuados.
 - 2. Ratios surgidos del análisis de estados de entes con similar actividad.

3. Promedios de razones de los entes recién referidos.
- l) Considerar y estudiar la información, que no estando contenida ni en los estados contables ni en los informes independientes sobre ellos, pueda ayudar a interpretar sus datos y las variaciones y razones calculadas.
 - m) Evaluar si las conclusiones obtenidas son suficientes en función de las expectativas que tienen los usuarios.
 - n) Si las conclusiones son insuficientes:
 1. Identificar los tipos, las fuentes y el costo de obtención de la información adicional.
 2. Evaluar si la posible mejora en las conclusiones justifica el costo de obtener la información adicional.
 - o) Si se justifica:
 1. obtener la información adicional del caso
 2. Aplicar los procedimientos que correspondan
 3. volver al paso m.
 - p) Si se considera que las conclusiones son suficientes: o si el costo de ampliar el estudio no se justifica dar por terminada la tarea y pasar a redactar el informe.” 18

La contabilidad representa y refleja la realidad económica y financiera de la empresa, de modo que es necesario interpretar y analizar esa información para poder entender a profundidad el origen y comportamiento de los recursos de la empresa.

La información contable de poco nos sirve si no la interpretamos, si no la comprendemos, y allí es donde surge la necesidad del análisis económico- financiero.

Hay que tener en cuenta que la dimensión económica de la empresa no debe confundirse con su expresión financiera. Lo económico es todo aquello que afecta al Patrimonio; lo financiero es un aspecto –sólo un aspecto- de lo económico, el cual considera

¹⁸ ENRIQUE FOWLER NEWTON: *Análisis de Estados Contables*.

exclusivamente la liquidez o flujo de fondos (ingresos y egresos en efectivo) de la empresa, entre otros.

1.4 CONDICIONES DE UN BUEN ANÁLISIS

El análisis de los Estados Contables debe incluir la comparación con estándares. Dicho valor refleja el objetivo de la empresa, es decir, que es lo que se espera lograr en cada una de las áreas. Las variaciones producidas entre lo real y lo esperado servirán para obtener conclusiones y de esa manera adoptar las medidas correctivas necesarias, proyectando así el futuro comportamiento de la empresa.

También es importante, el estudio de tendencia de los valores obtenidos comparando los valores de años consecutivos en la empresa; o bien comparando periodos de tiempo más cortos que el año, para aquellas relaciones que se consideren significativas según el contexto de análisis.

1.5 TIPOS DE ANÁLISIS

Existen diferentes tipos de análisis de Estados Contables, algunos de ellos son:

- Análisis Horizontal y Vertical

- Índices

Análisis Horizontal y Vertical

Composición Horizontal: se comparan varios estados contables sucesivos de la empresa y la evolución de los rubros de un año con respecto a otro. En definitiva se analiza la evolución de cada uno de los rubros del Estado de Situación Patrimonial y del Estados de Resultados permitiendo realizar proyecciones y fijar tendencias para ejercicios sucesivos.

Se toma un año como base (ej.: X2) y se compara con el anterior (ej.: X1) para determinar las variación relativa de sus cifras, es decir los incrementos y disminuciones sufridas por sus rubros.

Composición Vertical: se practica el análisis solo en los estados contables de un año determinado. Se analiza en el Estado de Situación Patrimonial la participación de cada uno de los rubros en el total del activo y en el total del pasivo + patrimonio neto. En el Estado de Resultados se asignan las relaciones que cada partida aporta con respecto a las ventas totales.

El análisis vertical es de utilidad cuando se comparan los datos con los estándares previamente establecidos.

Para la aplicación del método se toma como referencia el total de activos como 100, dividiendo el total de rubros caja y bancos por el total del activo y multiplicando por 100 obtendremos la participación de ese rubro en el total del activo. Se aplica el mismo procedimiento para todos los rubros del activo.

También asignamos el valor 100 al total del pasivo + patrimonio neto y se saca las relaciones rubro por rubro.

En el estado de resultados se dará valor 100 a las ventas.

En el siguiente cuadro se plasmará información de la empresa en cuestión, correspondiente a los Estados Contables de los períodos 2009 y 2010, donde se realizará el análisis vertical y horizontal.

	BALANCE GENERAL		COMPOSICION VERTICAL		EVOLUCION HORIZONTAL
	30/09/2009	30/09/2010	2009 EN %	2010 EN %	(AÑO 2 / AÑO 1) * 100
ACTIVO					
ACTIVO CORRIENTE					
Caja y Bancos	77.232,04	80.171,86	2,44	2,25	103,81
Créditos	1.651.152,16	1.824.970,80	52,07	51,16	110,53
Otros Créditos	87.384,31	105.241,00	2,76	2,95	120,43
Bienes de Cambio	1.029.174,00	1.285.727,00	32,46	36,04	124,93
Total Activo Corriente	2.844.942,51	3.296.110,66	89,72	92,40	115,86
ACTIVO NO CORRIENTE					
Bienes de Uso	325.858,85	271.253,51	10,28	7,60	83,24
Otros Activos	0,00	0,00			
Total Activo No Corriente	325.858,85	271.253,51	10,28	7,60	83,24
TOTAL ACTIVO	3.170.801,36	3.567.364,17	100	100	112,51
PASIVO					
PASIVO CORRIENTE					
Deudas Comerciales	1.502.720,84	1.008.027,91	47,39	28,26	67,08
Deudas Bcrias y Financ.	293.566,99	354.805,23	9,26	9,95	120,86
Deudas Sociales	50.062,81	92.236,05	1,58	2,59	184,24
Deudas por Cargas Fiscales	106.069,85	111.430,33	3,35	3,12	105,05
Otras Deudas	446.769,69	1.042.220,87	14,09	29,22	233,28
Total Pasivo Corriente	2.399.190,18	2.608.720,39	75,67	73,13	108,73
PASIVO NO CORRIENTE					
Previsión para despidos	31.333,21	31.333,21	0,99	0,88	100,00
Total Pasivo No Corriente	31.333,21	31.333,21	0,99	0,88	100,00
TOTAL PASIVO	2.430.523,39	2.640.053,60	76,65	74,01	108,62
TOTAL P.N.	740.277,97	927.310,57	23,35	25,99	125,27
TOTAL PASIVO + P.N.	3.170.801,36	3.567.364,17	100	100	112,51

	ESTADO DE RESULTADOS		COMPOSICION VERTICAL		EVOLUCION HORIZONTAL
	30/09/2009	30/09/2010	2009 EN %	2010 EN %	(AÑO 2 / AÑO 1) * 100
Venta Neta de Mercaderías	5.105.912,92	5.929.355,83	100	100	116,13
Costo de Mercaderías Vendidas	-3.196.344,44	-3.623.779,92	-62,60	-61,12	113,37
Ganancia Bruta	1.909.568,48	2.305.575,91	37,40	38,88	120,74
Gastos de Comercialización	-1.326.908,55	-1.579.329,83	-25,99	-26,64	119,02
Gastos de Administración	-187.816,90	-209.008,47	-3,68	-3,52	111,28
Otros Gastos	-123.962,66	-169.233,83	-2,43	-2,85	136,52
Rdos Financ. y por tenencia	-38.623,27	-31.412,08	-0,76	-0,53	81,33
Otros Ingresos	31.428,00	12.304,61	0,62	0,21	39,15
Ganancia antes de Impuesto	263.685,10	328.896,31	5,16	5,55	124,73
Impuesto a las Ganancias	-78.629,08	-95.863,71	-1,54	-1,62	121,92
Ganancia del Ejercicio	185.056,02	233.032,60	3,62	3,93	125,93

Interpretación de los Resultados del Análisis Vertical y Horizontal

Activo:

Existe un aumento de la participación del Activo Corriente con respecto al Activo Total en un 15,86%. Los distintos rubros del Activo Corriente tuvieron el siguiente comportamiento:

- El rubro Caja y Bancos tuvo un incremento del 3,81% con respecto de un período al otro.
- En el rubro Créditos se observó un incremento del 10,53% respecto al año anterior, lo que da la pauta del crecimiento en las cuentas corrientes de la empresa, por su mayor actividad.
- Con respecto a Otros Créditos se observa un incremento del 20,43%, que se estima debido también al aumento de actividad comercial.
- Bienes de Cambio, este rubro tuvo un aumento en el 2010 de 24,93%, lo que lleva a suponer que la empresa en cuestión adquirió mayor volúmenes de mercaderías, generando así un mayor margen de stock, debido a dicho aumento en la actividad comercial que se viene observando.

La participación del Activo No Corriente en el Activo Total se ve influenciado por una disminución del 17,66% que está dado en una disminución en los Bienes de Uso.

Pasivo y Patrimonio Neto:

Se observa un incremento entre la relación del capital ajeno y el propio, ya que la participación de capital ajeno en la totalidad del patrimonio se vio incrementada. Aunque se puede observar que de un período a otro el Pasivo Total sufrió un incremento de tan solo 8,62%, el Patrimonio Neto lo hizo en un 25,27%.

En cuanto al Pasivo, se observa una estabilidad en el Pasivo No Corriente, mientras que el

Pasivo exigible en el corto plazo sufrió un incremento del 8,73%.

Si analizamos el porcentaje en que se incrementó el Pasivo Corriente, no aparenta ser significativo, pero al analizar cada uno de sus componentes se puede mencionar que las Deudas Bancarias y de Financiación aumentaron un 20,86%, las Deudas Sociales tuvieron un incremento del 84,24%, las Deudas de Cargas Fiscales un 5,05% de aumento y Otras Deudas sufrieron un incremento de 133,28%; mientras que en las Deudas Comerciales se observa una disminución del 32,92%. Esto lleva a suponer que la empresa utiliza capital de terceros para financiar su actividad.

Estado de Resultados:

El análisis vertical muestra que el resultado neto de utilidades da un aumento del 3,62% del año 2009 al 3,93% del año 2010.

Del análisis horizontal surge un aumento de utilidad del 25,93% de un año con respecto al otro, en función de:

- Un incremento de las ventas netas del 16,13%, lo que deriva a un aumento de la ganancia bruta del 20,74%.
- Con respecto a los gastos se observa que los de Comercialización aumentaron un 19,02%, los de Administración incrementaron en un 11,28% y Otros Gastos experimentaron un 36,52% de aumento.
- En los Resultados de Financiación y por Tenencia se observó una disminución del 18,67%
- Otros Ingresos sufrieron una disminución del 60,84% del año 2009 con respecto al año 2010.
- El Impuesto a las Ganancias se vio incrementado en un 21,92% de un periodo a

otro.

Índices

A través de este tipo de análisis se busca relacionar varios conceptos significativos de la empresa para llegar a una valoración de uno o más aspectos de su realidad. Dicha cifra refleja un resultado que puede ser expresado en valores absolutos, unitarios o porcentuales.

Dentro del Análisis Económico y Financiero desarrollaremos los diferentes índices a utilizar respectivamente para los diferentes análisis.

1.6 ANÁLISIS ECONÓMICO

El análisis económico estudia los resultados obtenidos a lo largo de un periodo de tiempo por parte de la empresa, es decir, sus ingresos y gastos.

Asimismo, analiza la tendencia de su evolución y la estructura de los mismos. El mencionado estudio se debe realizar a través del examen de lo contenido en la cuenta de Pérdidas y Ganancias, la cual debe cumplir los siguientes requisitos:

- Debe respetar los principios generales enmarcados dentro del Plan General de Contabilidad, además, deberán tenerse en cuenta las técnicas de valoración utilizadas. Intentando, en todo caso, que el importe de las distintas medidas objeto de comparación y estudio sean homogéneas.

- Tiene que quedar claramente diferenciado los importes de la explotación ordinaria y los provenientes de los resultados extraordinarios ajenos a la actividad principal de la empresa.

Por otro lado, los principales puntos que deben ser objeto de estudio por parte de los informes económicos son:

- La productividad de la empresa, esta viene marcada por la eficacia dada de acuerdo con los recursos dados y los resultados obtenidos.
- La rentabilidad externa, el rendimiento obtenido por los capitales que se han invertido.
- El estudio de la cuenta de resultados, dando análisis a la estructura y distintos importes de los ingresos y gastos.

1.6.1 Rentabilidad Económica

De acuerdo con la rentabilidad, para hacer un exhaustivo análisis económico, será recomendable realizar un estudio de aquella mediante el cálculo de la **rentabilidad económica**, “mide la generación de utilidades como consecuencia del despliegue de los activos sin considerar la forma en que éstos han sido financiados. Se refiere al beneficio de explotación (Utilidades Antes de Intereses e Impuestos, UaIT, así se elimina la influencia de las distintas formas de financiación y, además, podemos comparar empresas sujetas a distintos regímenes fiscales) con el que se han de remunerar a todos los capitales puestos a su disposición. Da una medida de la eficiencia de la inversión.”¹⁹

¹⁹ HECTOR TRABALLINI: *Administración Financiera*

$$\text{RE} = \frac{\text{ut. antes de impuestos e intereses}}{\text{PN} + \text{pasivo total}} = \frac{\text{UaIT}}{\text{AT}}$$

Siendo:

RE: rentabilidad económica

PN: patrimonio neto

AT: activo total

UaIT: utilidad antes de impuestos e intereses

Cabe aclarar que los Estados Contables utilizados para realizar los análisis correspondientes a este trabajo, pertenecen a la Empresa en cuestión, correspondientes a los períodos 2009 y 2010, facilitados por la misma; y se encuentran expuestos en el correspondiente Anexo 1.

En la empresa en cuestión, la Rentabilidad Económica se ve reflejada de la siguiente manera:

2009

$$\text{RE: } \frac{302.308,37}{2.430.523,39 + 740.277,97} = 0,09534$$

2010

$$\text{RE: } \frac{360.308,39}{2.640.053,60 + 927.310,57} = 0,1010$$

En el año 2009 los activos rindieron un 9,5 % y en 2010, el conjunto de los bienes incorporados al negocio, es decir el activo, tuvo un rendimiento económico del 10,1 %.

Esta tasa es de suma importancia ya que define la utilidad que producen los bienes, lo que hace a la esencia de la economía del ente. Además de medir el rendimiento del activo, esta tasa, también mide la eficiencia de los funcionarios ya que son los responsables de su explotación y consecuentemente de los resultados que los mismos generan.

1.6.2 Rentabilidad Comercial

También podrá determinarse la **rentabilidad comercial o margen de contribución sobre ventas**, indica la utilidad obtenida por cada peso vendido, midiendo la efectividad de la operación costo-precio. Se trata, por lo tanto, de un indicador de la eficacia operativa:

$$\text{Rentabilidad Comercial} = \frac{\text{UaIT}}{V}$$

V

Siendo:

V: ventas.

UaIT: utilidad antes de intereses e impuestos.

En la empresa en cuestión, podemos ver reflejada la Rentabilidad Comercial de la siguiente manera:

2009

$$\text{RC: } \frac{302.308,37}{5.105.912,92} = 0,0592$$

5.105.912,92

2010

$$\text{RC: } \frac{360.308,39}{5.929.355,83} = 0,0607$$

5.929.355,83

En el periodo 2009, contamos con una tasa de utilidad de 0,059 por cada peso de venta, mientras que en 2010, la tasa es de 0,06.

1.6.3 Rotación de Activos

Por último, cabe destacar la **rotación de activos**, señala el número de pesos vendidos por cada peso invertido en el activo y expresa, por lo tanto, la eficiencia relativa con que una empresa utiliza sus activos para generar ingresos. Se trata de obtener el máximo de ventas con la menor inversión.

$$\text{Rotación de Activos} = \frac{V}{AT}$$

Siendo:

V: ventas

AT: activo total

La rotación de activos en la empresa esta dada de la siguiente manera:

2009

$$\text{RA: } \frac{5.105.912,92}{3.170.801,36} = 1,61029$$

3.170.801,36

2010

$$\text{RA: } \frac{360.308,39}{3.567.364,17} = 1,6621$$

3.567.364,17

Este análisis nos refleja el número de veces que se vende el activo en el ejercicio; en el año 2009 la rotación fue exactamente de 1,61 y en el 2010 fue de 1,66. En este caso no utilizamos el redondeo, ya que se quieren dejar plasmados los datos con exactitud.

1.7 ANÁLISIS FINANCIERO

“El análisis financiero es una herramienta que permite realizar comparaciones relativas de distintos negocios y facilita la toma de decisiones de inversión, financiación, planes de acción, control de operaciones, reparto de dividendos, entre otros.

En términos generales se puede hablar de cinco aspectos del análisis:

- La rentabilidad financiera.

- El estado de liquidez de la empresa que mide la capacidad para cumplir con sus actividades.
- La cobertura.
- La capacidad de obtener y respaldar financiación.
- La generación de valor.

El análisis financiero consiste en recopilar los estados financieros para comparar y estudiar las relaciones existentes entre los diferentes grupos de cada uno y observar los cambios presentados por las distintas operaciones de la empresa.

La interpretación de los datos obtenidos, mediante el análisis financiero, permite a la gerencia medir el progreso comparando los resultados alcanzados con las operaciones planeadas y los controles aplicados, además informa la capacidad de endeudamiento, su rentabilidad y su fortaleza o debilidad financiera, esto facilita el análisis de la situación económica de la empresa para la toma de decisiones.

En síntesis, se puede decir que el análisis financiero permite determinar tanto la conveniencia de invertir o conceder créditos al negocio, como la eficiencia de la administración de una empresa.”²⁰

1.7.1 Rentabilidad Financiera

Mide la capacidad de la empresa para remunerar a los accionistas, es decir, a los propietarios de los fondos propios. Para ellos representa el costo de oportunidad de los fondos que mantienen en la empresa y posibilita la comparación, al menos en principio, con los rendimientos que obtendrían colocando su dinero en otras inversiones.

²⁰ HECTOR TRABALLINI: “*Administración Financiera*”

$$RF = \frac{Udi}{PN}$$

PN

Siendo:

Udi: utilidad después de intereses

PN: patrimonio neto

La rentabilidad financiera en la empresa es:

2009

$$RF: \frac{263.285,10}{740.277,97} = 0,35619$$

740.277,97

2010

$$RF: \frac{328.896,31}{927.310,57} = 0,3546$$

927.310,57

Los ratios obtenidos representan que por cada peso de capital invertido en la empresa, los dueños o accionistas recibirán una utilidad de, en el periodo 2009, \$0,356 y en el periodo

2010 recibirán \$0,354. Como se observa la rentabilidad financiera desmejoró ligeramente de un año a otro.

1.7.2 El Estado de Liquidez de la Empresa que Mide la Capacidad para Cumplir con sus Actividades

En general hay un conjunto de ratios que miden la capacidad de la empresa para afrontar sus obligaciones a corto plazo. Para ello ponen en relación el activo corriente (cuya realización origina la entrada de dinero en tesorería y se trata de los activos más líquidos) con el pasivo corriente (plazo de exigibilidad más inmediato).

Tenemos el ratio de liquidez: “indica cuantos pesos hay realizables a corto plazo por cada peso exigible en el mismo periodo.

Cuanto mayor sea la razón de liquidez se supone mayor desenvolvimiento económico y financiero. Se suele estimar que cuando la razón es 2 o superior a 2 brinda cierta tranquilidad y cuando es inferior no; por eso el estándar de este ratio está determinado en 2”.²¹

$$\text{Liquidez} = \frac{\text{AC}}{\text{PC}}$$

PC

²¹ HECTOR TRABALLINI: “*Administración Financiera*”

Siendo:

AC: activo corriente

PC: pasivo corriente

En la empresa analizada se encuentra que la liquidez está conformada de la siguiente manera:

2009

$$L: \frac{2.844.942,51}{2.399.190,18} = 1,18579$$

2.399.190,18

2010

$$L: \frac{3.296.110,66}{2.608.720,39} = 1,26349$$

2.608.720,39

Luego de analizar el ratio de liquidez en la empresa, podemos observar que en el periodo 2009 encontramos un ratio o desenvolvimiento económico y financiero de 1,18; menor que en 2010 que fue de 1,26. Si bien se observa que la empresa no tiene tranquilidad absoluta en cuanto al ratio analizado, ya que no supera el estándar (2), se puede decir que la liquidez de la empresa es buena.

1.7.2.1 Liquidez Ácida

“Para lograr una medida más ajustada de la liquidez se depuraría el activo circulante porque no todo se puede transformar en líquido, un ejemplo son los stocks obsoletos o los incobrables. Aun así, el ratio de liquidez constituye una aproximación grosera a la liquidez, pues no tiene en cuenta la distinta liquidez relativa de las diversas partidas del activo corriente. Para solucionar este problema surge el ratio de **liquidez ácida**.

Proporciona una idea más aproximada de la liquidez de la empresa, ya que sigue midiendo la capacidad para hacer frente a sus deudas a corto plazo pero sin tener en cuenta los stocks, presumiblemente la parte menos líquida, más difícilmente realizable, en la que es más fácil que se produzcan pérdidas en caso de querer transformarlos rápidamente en dinero y, además, el activo para el que los valores en libros y la medición del valor de mercado son menos confiables, dado que no se toma en cuenta la calidad del inventario. El estándar de este ratio es 1 (uno).”²²

$$L \text{ Ácida} = \frac{(AC - Bs. de Cambio)}{PC}$$

Siendo:

L ACIDA: liquidez ácida o liquidez inmediata

AC: activo corriente

PC: pasivo corriente

²² HECTOR TRABALLINI: “*Administración Financiera*”

En la empresa la liquidez ácida es de:

2009

$$\text{LA: } \frac{(2.844.942,51 - 1.029.174,00)}{2.399.190,18} = 0,7568$$

2.399.190,18

2010

$$\text{LA: } \frac{(3.296.110,66 - 1.285.727,00)}{2.608.720,39} = 0,7706$$

2.608.720,39

Al cálculo de la liquidez ácida lo realizamos para obtener datos más aproximados a la realidad teniendo en cuenta los bienes de rápida realización, en el periodo 2009 la razón es de 0,7568 y en el periodo 2010 fue de 0,7706; se observa que ambos ratios se aproximan al estándar que es 1 (uno).

De todas formas estos ratios de liquidez son índices estáticos que no dan la visión dinámica de la evolución de la liquidez en la empresa.

Por eso es importante que los indicadores tengan en cuenta, entre otras cosas, el escalonamiento en el vencimiento de los clientes y de los proveedores. Una forma de

analizar este problema es examinando el periodo de cobro y el periodo de pago:

- a) Período de cobro: indica el número de días que transcurren desde que se efectúa una venta a crédito hasta que se cobra, es decir, el tiempo que se necesita para convertir los clientes en efectivo.

$$\text{Período de cobro} = \frac{\text{Clientes}}{\left(\frac{\text{Ventas}}{360}\right)}$$

Dicha razón aplicada a la empresa en estudio quedaría plasmada de la siguiente manera:

2009

$$\text{Periodo de Cobro: } \frac{1.651.152,16}{(5.105.912,92 / 360)} = 116,41$$

2010

$$\text{Periodo de Cobro: } \frac{1.824.970,80}{(5.929.355,83 / 360)} = 110,80$$

Es decir, que la empresa en el periodo 2009 tardo 116 días aproximadamente en convertir sus clientes en efectivo, y en el periodo 2010 tardo 110 días; se considera que la empresa trabaja con periodos prolongados de tiempo para la conversión en efectivo de las cuentas

por cobrar.

b) Período de pago: indica el número de días que la empresa tarda en pagar a los proveedores.

$$\text{Período de pago} = \frac{\text{Proveedores}}{\left(\frac{\text{Compras}}{360}\right)}$$

Dicha razón aplicada a la empresa en estudio quedaría plasmada de la siguiente manera:

2009

$$\text{Periodo de Pago: } \frac{1.502.720,84}{(3416112,62 / 360)} = 158,36$$

2010

$$\text{Periodo de Pago: } \frac{1.008.027,91}{(3.880.332,92 / 360)} = 93,52$$

Se puede observar que en el periodo 2009 la empresa demoró 158 días aproximadamente en hacer efectivos los pagos a los proveedores, mientras que en el 2010 manejó un lapso de tiempo de 93 días aproximadamente. Se observa que en el año 2009 la empresa utilizó periodos más prolongados para efectivizar sus pagos con respecto al periodo 2010.

Una manera de mejorar la liquidez a corto plazo consistiría en reducir tanto como fuera posible el periodo de cobro, sin perjudicar las ventas, y/o aumentar el periodo de pago, sin que ello afecte el prestigio de la empresa o al ritmo de suministros.

1.7.2.2 Solvencia

Aun así, ninguna de las medidas típicas de liquidez tiene en cuenta la capacidad de endeudamiento adicional de la empresa. Para acabar con la cuestión de si la empresa es capaz de atender a sus obligaciones analizaremos el ratio de **solvencia**.

“Este ratio indica hasta que grado la empresa cubre la totalidad de sus deudas con terceros con sus activos o la proporción de exigible garantizada con sus bienes. El acreedor, en principio y en caso de liquidación podrá estar seguro de cobrar su deuda siempre que el activo real sea superior al pasivo. El valor de este índice, en relación a empresas competidoras, puede dar una primera idea del riesgo financiero. La razón óptima de este ratio es 2 (dos).”²³

$$\text{Razón de Solvencia} = \frac{\text{PN}}{\text{PT}}$$

²³ HECTOR TRABALLINI: “*Administración Financiera*”

Siendo:

PN: patrimonio neto

PT: pasivo total

Se puede observar el ratio en análisis de la siguiente manera:

2009

Solvencia: $\frac{740.277,97}{2.430.523,39} = 0,30457$

2.430.523,39

2010

Solvencia: $\frac{927.310,57}{2.640.053,60} = 0,3512$

2.640.053,60

Se observa que en el periodo 2009 el ratio analizado tiene una razón de 0,30, es decir que posee \$0,30 de patrimonio por cada peso del pasivo y en el año 2010 es de 0,35, siendo \$0,35 de patrimonio por cada peso del pasivo; ambas razones se encuentran alejadas del estándar (2) y se puede decir a simple vista que la empresa cuenta con un alta participación de terceros en su patrimonio.

1.7.3 La Cobertura

Aquí nos queda analizar la capacidad de cobertura de la empresa, aunque existen numerosos índices relacionados con el uso de la deuda por parte de la empresa, sólo mencionaremos el ratio de cobertura de intereses.

Este ratio indica la esperanza de que las utilidades de explotación anual puedan cubrir los intereses de la deuda o, desde otra perspectiva, hasta qué punto pueden caer las utilidades sin dejar de cumplir con las obligaciones, o bien representa el número de veces que las utilidades antes de impuestos e intereses nos permite pagar los cargos por intereses y cubrir los gastos por intereses.

$$\text{Razón de Cobertura de intereses} = \frac{\text{Uait}}{\text{I}}$$

I

Siendo:

UaIT: utilidad antes de impuestos e intereses

I: intereses

En la empresa el ratio de cobertura se ve plasmado de la siguiente manera:

2009

Razón de Cobertura de intereses: $\frac{302.308,37}{31.428,00} = 7,8271$

31.428,00

2010

Razón de Cobertura de intereses: $\frac{360.308,39}{31.412,08} = 11,4701$

31.412,08

Se observa que con respecto a la situación de la empresa en análisis, en el periodo 2009 la misma con sus utilidades antes de impuestos e intereses podría hacerle frente a los cargos por intereses 7,83 veces exactamente. Y en el periodo 2010, podría responder ante dichos cargos 11,47 veces.

1.7.4 La capacidad de obtener y respaldar financiación: Estructura del Pasivo.

Hay numerosas ratios que analizan la estructura del pasivo. Nosotros estudiaremos solamente dos.

Por un lado, la razón de endeudamiento que mide la proporción de recursos ajenos entre recursos propios. Un valor entre 0,5 y 1,5 puede considerarse aceptable, si es mayor que 1,5

es preocupante y si pasa de 2 hay exceso de endeudamiento.

$$\text{Razón de Endeudamiento} = \frac{\text{PT}}{\text{PN}}$$

Siendo:

PT: pasivo total

PN: patrimonio neto

Este ratio se da en la empresa de la siguiente manera:

2009

$$\text{Endeudamiento: } \frac{2.430.523,39}{740.277,97} = 3,2832$$

2010

$$\text{Endeudamiento: } \frac{2.640.053,60}{927.310,57} = 2,8470$$

En ambos periodos analizados este ratio nos indica que existe un exceso de endeudamiento, lo que es preocupante y peligroso para la empresa.

Por otro lado, tenemos el cociente que estudia la estructura del endeudamiento. Éste puede ser definido de muchas formas, una de ellas es la proporción que representan las deudas a corto plazo entre el total de deudas. Se analizan las deudas a corto plazo, ya que es el pasivo más inestable, hay que renovarlo cada año y presenta un mayor grado de incertidumbre.

$$\text{Porcentaje de Deudas a corto plazo} = \frac{\text{Deudas a corto plazo}}{\text{PT}}$$

PT

Siendo:

PT: pasivo total

El porcentaje de deudas a corto plazo aplicado a la empresa, seria:

2009

Porcentaje de Ds. a CP: $\frac{2.399.190,18}{2.430.523,39} = 0,9871$

2.430.523,39

2010

Porcentaje de Ds. a CP: $\frac{2.608.720,39}{2.640.053,60} = 0,9881$

2.640.053,60

En ambos periodos las deudas a corto plazo representan el 98% del total de las deudas.

1.7.5 La Generación de Valor

En el presente punto se analizará cómo se da la generación de valor a través del efecto apalancamiento.

Apalancamiento Financiero

Se denomina apalancamiento financiero o ventaja financiera a la posibilidad de financiar determinadas compras de activos sin la necesidad de contar con el dinero de la operación en el momento presente. Es un indicador del nivel de endeudamiento de una organización en relación con su activo o patrimonio. Consiste en la utilización de la deuda para aumentar la rentabilidad esperada del capital propio. Se mide como la relación entre deuda a largo plazo más capital propio.

Se considera como una herramienta, técnica o habilidad del administrador, para utilizar el costo por el interés financiero para maximizar utilidades netas por efecto de los cambios en las utilidades de operación de una empresa. Los intereses por préstamos actúan como una palanca, contra la cual las utilidades de operación trabajan para generar cambios

significativos en las utilidades netas de una empresa.

$$VF = \frac{Rf}{Re} = \frac{\frac{Ud/i}{Ua/i}}{\frac{\text{Patrimonio Neto}}{\text{Activo}}}$$

Siendo:

VF: ventaja financiera o apalancamiento financiero.

Rf: rentabilidad financiera.

Re: rentabilidad económica.

Ua/i: utilidad antes de intereses e impuestos.

Ud/i: utilidad después de intereses e impuestos.

Cuando la estructura financiera de la empresa carece de recursos ajenos, esto es, cuando no existe riesgo financiero, no se pagan intereses, en este caso la ventaja financiera o apalancamiento financiero es igual a 1. En consecuencia, cuanto más se aproxime a 1 la ventaja financiera menor será el riesgo financiero en que incurre la compañía.

Cuando la obtención de fondos proveniente de préstamos es productiva, es decir, cuando la tasa de rendimiento que se alcanza sobre los activos de la empresa, es mayor a la tasa de

interés que se paga por los fondos obtenidos en los préstamos, el apalancamiento financiero es mayor a uno.

Cuando la obtención de fondos provenientes de préstamos es improductiva, es decir, cuando la tasa de rendimiento que se alcanza sobre los activos de la empresa, es menor a la tasa de interés que se paga por los fondos obtenidos en los préstamos, el apalancamiento financiero es negativo.

Cuando la obtención de fondos provenientes de préstamos llega al punto de indiferencia, es decir, cuando la tasa de rendimiento que se alcanza sobre los activos de la empresa, es igual a la tasa de interés que se paga por los fondos obtenidos en los préstamos, el apalancamiento financiero es neutro.

El apalancamiento financiero en la empresa en análisis queda plasmado de la siguiente manera:

2009

$$\text{VF: } \frac{0,35619}{0,3546} = 3,7359$$

$$0,3546$$

2010

$$\text{VF: } \frac{0,3546}{0,1010} = 3,5109$$

$$0,1010$$

Luego de realizado este análisis, se llega a concluir que el rendimiento por obtener capitales de terceros es muy productivo para la empresa, ya que dicha tasa es mayor a la tasa de interés que se paga por los fondos obtenidos. A la empresa le conviene tener dentro de su patrimonio capitales de terceros.

En la empresa en cuestión se observa un incremento en el margen de utilidad sobre ventas y una mayor rotación del activo, demuestra una mejora en todos los aspectos de este último período con respecto al anterior, se ve una mejoría en la rentabilidad económica del 6,31% o sea q la empresa ha demostrado ser más productiva en el 2010 que en el 2009.

Al ver el sistema financiero a simple vista se observa que 2010 con respecto a 2009, tuvo una mejora importante, nos permite llegar a la conclusión de que se ordenó la empresa financieramente e hizo un mejor aprovechamiento de las herramientas financieras.

La liquidez de la empresa en cuestión mejoró en un 6,55% de un año con respecto al otro, aunque no está en el óptimo que es 2, se va orientando el sistema financiero; con respecto a la liquidez ácida, que como se dijo es la aproximación a la liquidez sin tener en cuenta los stocks, muestra un aumento también de un periodo al otro, ésta se aproxima al óptimo que es 1.

El periodo de cobro disminuyó, lo que permite deducir que la empresa hizo cambios en la estrategia de cobro a sus clientes, al igual que en el periodo de pago, que también se ve una disminución. Con respecto al periodo de pago se ve reflejado inmediatamente en el nivel de endeudamiento, que tuvo un decremento importante de un período al otro, ya que lo hizo en un 13,28%. No se puede dejar de mencionar la fuerte disminución de las deudas comerciales, que fue de un 49,95%, lo que llevó a concluir este cambio de estrategia.

Con respecto a la Solvencia observamos una mejora, un aumento en 2010, es decir que se

ve incrementada la capacidad de la empresa de solventar sus pasivos con capital propio.

La cobertura de intereses plasmó una mejoría, es decir que en 2010 se puede hacer frente con más facilidad a los intereses del período.

Acercas del apalancamiento financiero se observó que a la empresa le es más productivo financiarse con capitales ajenos antes que con los propios.

Se llega a la conclusión de que en el año 2010 tanto económica como financieramente mejoró la situación.

2. ESTRUCTURA DE INVERSION Y FINANCIACION DE UNA EMPRESA

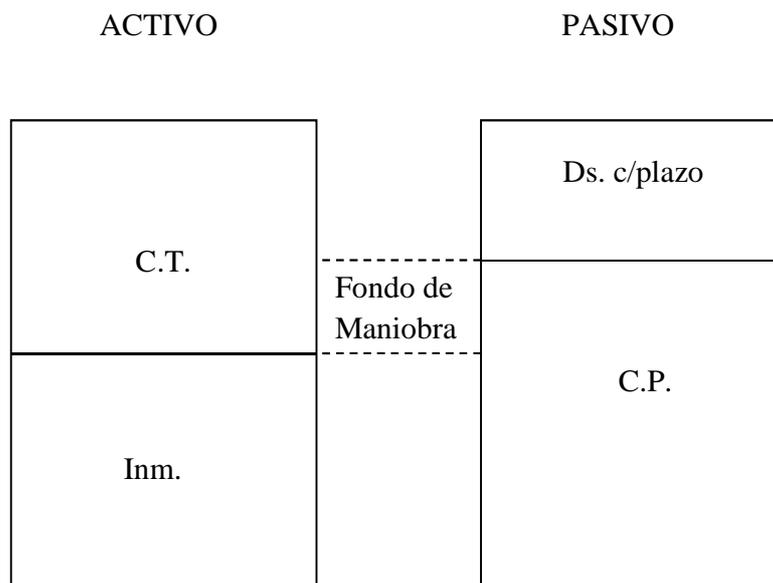
“Al hablar de inversión y financiación en una empresa se puede ver reflejado a través de los activos y pasivos de la misma, lo cual no es suficiente para hacer un análisis exhaustivo, sino que nos muestra a simple vista la situación de la empresa.

La tarea de un administrador transcurre en escenarios que demandan continuas y eficaces decisiones las que se refieren a variables controlables o no controlables, de corto plazo (menor a 1 año) o largo plazo (mayor a 1 año). Se sabe que la contabilidad también utiliza esa separación, bajo otra denominación, entre activos y pasivos corrientes (menor a 1 año) y no corrientes (mayor a 1 año). Desde el punto de vista financiero, se tiene en cuenta los plazos de realización de los activos o exigibilidad de los pasivos a la hora de clasificarlos.

Esta clasificación se refleja en el análisis de las grandes masas, este análisis de las estructuras patrimonial y financiera, las separa en bloques o masas, especificando los bienes y derechos que conforman el activo y el pasivo. Al administrador del área lo que más le interesa es el tiempo en el que dispone de los recursos porque ese plazo condiciona su destino. Pero además, siempre en este enfoque, se asume que tanto las deudas como los

fondos propios significan un costo para la empresa.

Estas grandes masas se pueden graficar del siguiente modo:



Siendo:

CT: capital de trabajo

Inm.: inmovilizaciones

Ds. c/ Plazo: deudas a corto plazo

CP: capitales permanentes

Dentro del Activo se encuentra el Capital de Trabajo, el mismo hace referencia al activo corriente y las inmobilizaciones al activo no corriente.

En el caso del Pasivo, las Deudas de corto plazo es lo que para la contabilidad sería el pasivo corriente y el capital permanente es lo que sería el pasivo no corriente y el patrimonio neto.

Es pertinente destacar que, la estructura financiera mide la capacidad del ente para afrontar sus compromisos, cuya magnitud total al cierre del ejercicio se refleja en el pasivo. Mientras que la económica refleja la capacidad de la empresa para generar ganancias y se exponen en el estado de resultados. Las diferencias, entre otras, son que mientras la financiera refleja el flujo de fondos por el criterio de lo percibido, la económica determina las ganancias o pérdidas del ente, en base a lo devengado.

La organización en su gestión debe procurar mantener un adecuado equilibrio entre las situaciones económicas y financieras de la misma, ya que puede transitar por diversas situaciones tales como:

- a) Buena situación económica y mala situación financiera: se da cuando la empresa genera un adecuado nivel de beneficios, medido en su estado de resultado y relacionados con su patrimonio, es decir buen nivel de rentabilidad. Pero no obstante esta situación puede verse agravada por encontrarse la empresa sin disponibilidades suficientes para atender con fluidez los pagos.
- b) Buena situación financiera y mala situación económica: la empresa genera buenos niveles de ingresos, y en forma rápida; por lo que cuenta de manera permanente con recursos monetarios para atender sus obligaciones, pero no gana lo suficiente o quizás opera con pérdidas; es decir, su economía no está bien porque no obtiene utilidades o a veces son quebrantos.

Entonces, uno de los roles del administrador como funcionario competente es mantener, en equilibrio razonable, a estas dos situaciones: económica y financiera. Para lograrlo, el responsable deberá respetar un conjunto de criterios que hacen que el ente tenga y mantenga una buena situación financiera; dichos criterios son las “normas financieras”.

La primera de ellas es la “equilibrio”, que expresa que debe existir una adecuación entre los plazos de devolución de los fondos que ingresan, propios o de terceros y los usos y destinos del mismo (activos de corto plazo o largo plazo de realización). Es decir los tiempos de realización de los bienes que integran el patrimonio, deben guardar una sincronizada relación con los correspondientes al de los fondos que se incorporan al ente para su adquisición; ya que las devoluciones de los fondos que ingresan a la empresa deben efectuarse con el producido de los activos que se realizan.

La segunda norma es la “seguridad”, expresa que no obstante la condición que establece la de equilibrio, existe una restricción adicional, como consecuencia de que las deudas a corto plazo son exigibles en su totalidad dentro del año, mientras que el capital de trabajo por la composición de los rubros, no es realizable el cien por ciento dentro de dicho período. Si esto sucede no resultará suficiente, el capital de trabajo, para cubrir el monto de los compromisos a corto plazo, dado que son exigibles en su totalidad dentro de los 12 meses; esta situación se resuelve mediante el fondo de maniobra, que es la proporción del capital de trabajo que se financia con capitales permanentes.

Finalmente la última norma es la de “volumen”, es consecuencia de una restricción de la norma anterior, por la que aparece la necesidad de contar con el fondo de maniobra. Esta norma afirma o exige que dicho fondo deba acreditar como mínimo dos requisitos:

- Que exista, significa que el mismo sea positivo, es decir que el capital de trabajo debe exceder a las deudas a corto plazo.
- Ser suficiente, impone que su magnitud debe ser la adecuada y necesaria; porque si bien un elevado fondo de maniobra otorga un mayor grado de cobertura frente a posibles desfases entre ingresos y egresos, cuando su magnitud es exagerada significa que su capital de trabajo es superior al

necesario. Esta situación deja de ser positiva porque al tener un activo mayor a lo que requieren las operaciones o ciclos repercute en su rentabilidad económica, porque siendo esta relación entre utilidades y activo, si aumenta el activo la rentabilidad disminuye. En cambio si el fondo de maniobra es insuficiente, no alcanzará para satisfacer sus fines, en este caso la empresa tendrá problemas financieros que impactarán desfavorablemente en su liquidez.”²⁴

En la empresa en cuestión el análisis de las grandes masas se refleja de la siguiente manera:

Período 2009

C.T. 2.844.942,51		Ds. c/plazo 2.399.190,18
Inm. 325.858,85	FM 445.752,33	C.P. 771.611,18

²⁴ HECTOR TRABALLINI: “Administración Financiera”

Período 2010

C.T. 3.296.110,66		Ds. c/plazo 2.608.720,39
	FM 687.390,27	
Inm. 271.253,51		C.P. 958.643,78

Se puede decir que la empresa analizada, tanto en el año 2009 como en el 2010 se encuentra estable tanto económica como financieramente, ya que se observa que responde a las estructuras patrimoniales de tipo comerciales, habitualmente suelen tener un elevado capital de trabajo ya que no requieren inmobilizaciones en bienes de uso porque no necesita producir; esta característica hace más simple la gestión del área siendo que la mayor parte de su activo se puede financiar con deudas a corto plazo, por lo que se deduce que tiene un fondo de maniobra bajo. En el caso del primero período el fondo de maniobra es de 445.752,53 en cambio en 2010 ascendió a 687.390,27. La empresa optó por un cambio de estrategias ante las deudas comerciales, teniendo un decremento importante en las mismas, se inclina por obtener deudas financieras, lo que se ve reflejado en los beneficios obtenidos y en el incremento del capital de la empresa del año 2010 con respecto al periodo anterior.

Luego de haber realizado el análisis económico- financiero de la empresa en cuestión, se procederá en el siguiente capítulo, a realizar el análisis de la normativa legal-impositiva y contable para la implementación de una tarjeta de crédito en la misma, para más adelante analizar la forma en que esta estructura legal-impositiva y contable impacta en la llevada a cabo por la empresa en la actualidad.



CAPITULO III

ANÁLISIS DE LA NORMATIVA LEGAL-IMPOSITIVA Y CONTABLE PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA TARJETA DE CRÉDITO

1. TARJETA DE CRÉDITO

“Se entiende por sistema de tarjeta de crédito al conjunto complejo y sistematizado de contratos individuales cuya finalidad es:

- Posibilitar al usuario efectuar operaciones de compra o locación de bienes o servicios u obras, obtener préstamos y anticipos de dinero del sistema, en los comercios e instituciones adheridos.
- Diferir para el titular responsable el pago o las devoluciones a fecha pactada o financiarlo conforme alguna de las modalidades establecidas en el contrato.
- Abonar a los proveedores de bienes o servicios los consumos del usuario en los términos pactados.”²⁵

Se denomina genéricamente tarjeta de crédito al instrumento material de identificación del usuario, que puede ser magnético o de cualquier otra tecnología, emergente de una relación contractual previa entre el titular y el emisor.

Este sistema cuenta con un emisor, es la entidad financiera, comercial o bancaria que emite tarjetas de crédito, o que haga efectivo el pago; un titular, aquel que está habilitado para el uso de la tarjeta de crédito y quien se hace responsable de todos los cargos y consumos realizados personalmente o por los autorizados por el mismo; y por último también se cuenta con el usuario, titular adicional, o beneficiario de extensiones, aquel que está autorizado por el titular para realizar operaciones con tarjeta de crédito, a quien el emisor le entrega un instrumento de idénticas características que al titular.

El usuario, poseedor de la tarjeta estará identificado en la misma con:

a) Su nombre y apellido.

²⁵Ley 25.065 - Tarjetas de Crédito

- b) Número interno de inscripción.
- c) Su firma ológrafa.
- d) La fecha de emisión de la misma.
- e) La fecha de vencimiento.
- f) Los medios que aseguren la inviolabilidad de la misma.

Como sabemos el contrato es un instrumento utilizado para regular las relaciones entre las personas, delimitando y manifestando el adecuado accionar de los involucrados en el mismo respecto un determinado tema. Es por esto que la relación entre emisor, titular y usuario, se encuentra regulado por un contrato de emisión de tarjeta de crédito. Este último debe contener los siguientes requisitos:

- ✓ Plazo de vigencia especificando comienzo y cese de la relación (plazo de vigencia de la tarjeta).
- ✓ Plazo para el pago de las obligaciones por parte del titular.
- ✓ Porcentual de montos mínimos de pago conforme a las operaciones efectuadas.
- ✓ Montos máximos de compras o locaciones, obras o retiros de dinero mensuales autorizados.
- ✓ Tasas de intereses compensatorios financieros.
- ✓ Tasa de intereses punitivos.
- ✓ Fecha de cierre contable de operaciones.
- ✓ Tipo y monto de cargos administrativos o de permanencia en el sistema (discriminados por tipo, emisión, renovación, envío y confección de resúmenes, cargos por tarjetas adicionales para usuarios autorizados, costos de financiación desde la fecha de cada operación, o desde el vencimiento del resumen mensual actual o desde el cierre contable de las operaciones hasta la fecha de vencimiento del resumen mensual actual, hasta el vencimiento del pago del resumen mensual, consultas de estado de cuenta, entre otros).

- ✓ Procedimiento y responsabilidades en caso de pérdida o sustracción de tarjetas.
- ✓ Importes o tasas por seguros de vida o por cobertura de consumos en caso de pérdida o sustracción de tarjetas.
- ✓ Firma del titular y de personal apoderado de la empresa emisora.
- ✓ Las comisiones fijas o variables que se cobren al titular por el retiro de dinero en efectivo.
- ✓ Consecuencias de la mora.
- ✓ Una declaración en el sentido que los cargos en que se haya incurrido con motivo del uso de la tarjeta de crédito son debidos y deben ser abonados contra recepción de un resumen periódico correspondiente a dicha tarjeta.
- ✓ Causales de suspensión, resolución y/o anulación del contrato de tarjeta de crédito.

El contrato de tarjeta de crédito entre el emisor y el titular queda perfeccionado sólo cuando se firma el mismo, se emiten las respectivas tarjetas y el titular las reciba de conformidad. Concluye la relación contractual cuando no se opera la recepción de la tarjeta de crédito renovada por parte del titular; o cuando el titular comunica su voluntad en cualquier momento por medio fehaciente.

Lo que se plantea en el presente trabajo es la implementación del sistema de tarjeta de crédito para la empresa en cuestión, que será utilizada en un principio para el financiamiento de las compras realizadas en la empresa, lo que sería en realidad tarjeta de compra, siendo el objetivo futuro de este producto financiero la exteriorización, es decir la implementación de la tarjeta de crédito para efectivizar compras en todos los comercios adheridos, cumpliendo con los requisitos que las leyes preveen. Para la implementación del sistema de tarjeta de compra al ser creada solo para efectivizar compras realizadas en el mismo comercio no serán de aplicación las leyes de entidades financieras o de tarjeta de crédito, por más que se tomen recaudos establecidos en las mismas.

Dicho sistema de la utilización de una tarjeta solo para efectivizar compras en un solo comercio o firma, se adecua a la figura de la tarjeta de compra, como ya se nombró con

anterioridad.

La ley 25065 sostiene que las **tarjetas de compra** son aquellas que las instituciones comerciales entregan a sus clientes para realizar compras exclusivas en su establecimiento o sucursales. Es habitual que grandes negocios (tiendas o supermercados) las emitan a fin de que sus clientes habituales canalicen sus compras. El rasgo distintivo es que al producirse el cierre del período de operaciones, la totalidad de los consumos se paga al vencimiento, es decir, no hay financiamiento en el sentido que tiene esta operatoria en las tarjetas de crédito. Como toda regla, se presentan excepciones ya que algunas tarjetas permiten el pago en cuotas previamente fijadas. Tampoco es posible obtener adelantos en efectivo. Es habitual que el cliente / usuario se vea beneficiado con algún tipo de descuento por utilizar el sistema. En líneas generales, funcionan de forma similar a las tarjetas de crédito, sólo que limitadas al establecimiento que las emite.

2. SISTEMA TRIBUTARIO NACIONAL

La política tributaria en la Argentina está compuesta por el conjunto de impuestos vigentes en el país, política que se ha ido modificando con el correr de los años, desde la independencia hasta nuestros días.

Se requiere que un sistema tributario cumpla con una serie de pautas y requisitos, de forma que permita el cumplimiento de los objetivos de largo plazo de un estado nacional o de estados subnacionales, es decir, las 23 provincias y la ciudad autónoma de Buenos Aires, para lograr que se distorsione en la menor medida posible el funcionamiento de la economía, específicamente, del sector privado.

Los sistemas tributarios se basan, entonces, en una serie de principios, los cuales tratan de delinear lo que sería una óptima tributación. En líneas generales, los principios esenciales que debería tener un sistema impositivo son los siguientes:

- Neutralidad y Eficiencia: efectos sobre la actividad económica y la inversión.
- Suficiencia: satisfacer la restricción presupuestaria del Estado.
- Equidad: aspecto social del sistema tributario.
- Simplicidad: pocos impuestos es mejor que muchos.
- Promover el crecimiento y la estabilidad de precios.

El sistema de gobierno federal implica que tanto el nivel de gobierno nacional como los niveles de gobierno subnacionales, poseen la potestad de gravar a la población y a la actividad económica con impuestos, para financiar su nivel de gasto.

El organismo de control y recaudación, a nivel de tributos “nacionales” es la Administración Federal De Ingresos Públicos; en cada Provincia existe una Dirección General de Rentas que hace las veces de organismo de control y recaudación jurisdiccional.

En la actualidad, el sistema tributario argentino basa su recaudación principalmente en los impuestos que gravan la capacidad contributiva del consumo (IVA, internos, combustibles) trasladables al consumidor final; los impuestos que gravan las capacidades contributivas de rentas y patrimonio (ganancias, ganancia mínima presunta y bienes personales) tienen una incidencia menor en la recaudación global.

En nuestro sistema tributario existe una división de la clase de impuestos, en los cuales se pueden enunciar varias diferencias. A continuación mencionaremos las principales segmentaciones brevemente, teniendo en cuenta el tipo de clasificación en indirectos, directos, otros impuestos y tasas, para orientar al lector de cómo cada impuesto repercute en la empresa.

2.1 IMPUESTOS DIRECTOS

Los impuestos directos se aplican de forma directa sobre la renta o sobre el patrimonio del contribuyente.

Comentaremos los siguientes tributos:

- Impuesto a las Ganancias.
- Impuesto Ganancia Mínima Presunta.
- Impuesto Sobre los Bienes Personales.
- Impuesto a la Transferencia de Inmuebles.

2.1.1 Impuesto a las Ganancias

Grava las ganancias obtenidas por las personas físicas y las sociedades de todo tipo, residentes en el país, tributando sobre la totalidad de sus ganancias obtenidas en el mismo o en el exterior. Este es el llamado criterio de la renta mundial que incluye las rentas de fuente Argentina y de fuente extranjera. A fin de evitar la doble imposición internacional, se les otorga un crédito por los impuestos análogos efectivamente pagados en el exterior sobre las rentas de fuente extranjera. Mientras que los residentes tributan por sus ganancias obtenidas en el país y en el extranjero, los no residentes tributan exclusivamente sobre las ganancias de fuente Argentina.

Las rentas se dividen en cuatro categorías, las cuales tienen deducciones específicas y formas distintivas del cálculo del tributo:

Primera categoría – Renta de Suelo: se trata de rentas obtenidas por la locación de inmuebles urbanos y rurales.

Segunda categoría – Renta de Capitales: se trata de rentas originadas por la imposición de capitales, tales como acciones, intereses, transferencia de llaves de negocio y otros intangibles, dividendos, etcétera.

Tercera categoría - Renta de las empresas y ciertos auxiliares del comercio: se trata de rentas obtenidas por las empresas, comisionistas, rematadores, consignatarios y otros auxiliares del comercio, ciertos fideicomisos y otras rentas que no puedan encuadrarse en las restantes categorías.

Cuarta categoría – Renta del Trabajo Personal: Se trata rentas obtenidas por el desempeño de cargos públicos, el trabajo en relación de dependencia, seguros de retiro privado y jubilaciones, servicios personales de los socios de cooperativas, el ejercicio de profesiones liberales, dirección y sindicatura de empresas y las actividades de viajante de comercio y despachante de aduanas.

La alícuota del tributo es gradual (según escala que varía entre el 9% y el 35%) para las personas físicas y del 35% fijo y directo para las personas jurídicas.

2.1.2 Impuesto a la Ganancia Mínima Presunta

El impuesto grava los activos empresariales localizados en el país o en el exterior y los inmuebles rurales pertenecientes a personas físicas o sucesiones indivisas, valuados de acuerdo con las disposiciones legales. No resultan deducibles los pasivos. Si bien es un impuesto de emergencia y con una vigencia teórica de diez años, la experiencia es que se ha prolongado su vigencia y no tiene visos de eliminarse su aplicación.

Los sujetos pasivos del impuesto, simplificando en demasía la cuestión, son los sujetos comprendidos en la tercera categoría del impuesto a las ganancias, es decir las empresas, sociedades, explotaciones unipersonales, etc. La alícuota es del 1%.

2.1.3 Impuesto sobre los Bienes Personales

El impuesto sobre los bienes personales recae sobre la situación existente al 31 de Diciembre de cada año, respecto a los bienes personales pertenecientes a las personas físicas y las sucesiones indivisas. En otras palabras, se suele decir que la materia gravada resulta de obtener una “fotografía” de los bienes al día mencionado. No importa el día anterior ni el posterior.

Los sujetos radicados en el país, tributarán sobre los bienes situados en el mismo y en el exterior.

Los sujetos radicados en el extranjero, tributarán sobre los bienes situados en el país, a través de un responsable sustituto.

2.1.4 Impuesto a la Transferencia de Inmuebles

Este impuesto se aplica sobre las transferencias de dominio a título oneroso de inmuebles ubicados en el país.

Quienes deben tributar este impuesto son las personas físicas y sucesiones indivisas, que sean sujetos del impuesto a las ganancias, que transfieran inmuebles, y en tanto esas transferencias no se encuentren alcanzadas por el Impuesto a las Ganancias, como lo estaría, por ejemplo, en caso de transmitir el dominio una sociedad o en caso de que una persona física fuera habitué en la compra venta de inmuebles.

Cabe aclarar el concepto de transferencia, es la venta, permuta, dación en pago, aporte a sociedades y todo acto de disposición, excepto la expropiación por el que se transmita el

dominio a título oneroso. Como se ve, solamente debe ser a título oneroso, es decir se deja afuera las transferencias por donación o herencia.

El impuesto se deberá abonar a partir del momento en que se otorga la escritura traslativa de dominio o bien se otorgue la posesión.

La tasa del impuesto es del 15 ‰ (por mil) y se aplica sobre el valor de transferencia del bien. Para el caso que la operación se efectúe por un precio no determinado, se lo computará al precio del bien al momento de perfeccionarse la operación.

2.2 IMPUESTOS INDIRECTOS

Los impuestos indirectos afectan a personas distintas del contribuyente. En otros términos, el contribuyente que enajena bienes o presta servicios, traslada la carga del impuesto a quienes los adquieren o reciben.

Se encuentra dentro de los impuestos indirectos:

-) Impuesto al Valor Agregado
-) Impuestos Internos
-) Impuesto sobre los Ingresos Brutos

2.2.1 Impuesto al Valor Agregado

Es una suerte de impuesto al consumo, donde quien soporta el tributo, al final de la cadena es el consumidor final o, de existir una exención posterior, el último sujeto gravado.

Grava la venta de bienes muebles, situados o colocados en el país, las obras y locaciones de

servicios prestados en el país, con algunas exclusiones, las importaciones definitivas de cosas muebles y las importaciones de servicios.

Existen dos cuestiones para considerar la sujeción al impuesto: la territorialidad y la habitualidad.

Resulta indistinto que las personas que los realicen sean físicas o de existencia ideal.

Como se observa, la carga tributaria recaerá sobre el último eslabón de la cadena, generalmente el consumidor final, mientras que los sujetos intermedios ingresarán las diferencias entre el impuesto sobre sus ventas y el impuesto sobre sus compras, siendo el ingreso, en síntesis, el valor que ha agregado a su producto o servicio.

La alícuota general es el 21%, existiendo una alícuota reducida del 10,50% para ciertos bienes de capital y de primera necesidad y una incrementada del 27% para ciertos servicios públicos.

2.2.2 Impuestos Internos

Los impuestos internos son una modalidad de impuestos a los consumos que se encuadran como impuestos indirectos a consumos específicos.

Están alcanzados por este impuesto:

- a) Bienes: tabaco, bebidas alcohólicas, jarabes, extractos y concentrados, objetos suntuarios, vehículos automóviles y motores, embarcaciones y aeronaves de recreo o deportes, productos electrónicos.

b) Servicios: Seguros; telefonía celular y satelital.

Se trata de una modalidad de tributo que trata de gravar a ciertos bienes en particular a efectos de, por ejemplo, desalentar su consumo por dañino (tabaco o bebidas alcohólicas) o castigar impositivamente a bienes de lujo o suntuosos.

Alícuotas, a modo de ejemplo señalamos:

Cigarrillos (producción nacional o importados) 60 %;

Whisky 20 %;

Cervezas 8 %;

Objetos suntuarios 20 %;

Productos electrónicos 17 %;

Telefonía celular y satelital 4 %.

2.2.3 Impuesto sobre los Ingresos Brutos

Estos gravámenes son aplicados por las distintas provincias y la Ciudad de Buenos Aires (Capital Federal) sobre los ingresos brutos provenientes de actividades primarias, industriales, comerciales y de servicios, desarrolladas dentro de sus respectivas jurisdicciones. Cada una de estas jurisdicciones tiene la facultad de legislar su propia normativa respecto al impuesto.

Este impuesto está gravando el ejercicio habitual y a título oneroso de cualquier actividad (comercio, industria, obras, servicios etc.), cualquiera sea el resultado obtenido y la naturaleza del sujeto que la preste.

El requisito de "habitualidad" se establece con el propósito de comprender aquellas actividades que aun sin ser un negocio estable o una profesión permanente se producen con

cierta reiteración y por ende se revela un propósito de ejercer la actividad en forma duradera.

Son contribuyentes las personas físicas y jurídicas que realizan las actividades anteriormente mencionadas.

En cuanto a las alícuotas, como ya hemos expresado la facultad de legislar sobre éste impuesto es de cada jurisdicción. Esto trae aparejado una diversidad de alícuotas y criterios de exención o promoción.

2.3 OTROS IMPUESTOS

A continuación explicaremos cuales son aquellos tributos que no entran en la clasificación de directos e indirectos por tener características diferentes en cuanto a la persona en la que recae el impuesto, la traslatividad del mismo, entre otras diferencias.

2.3.1 Monotributo

El régimen simplificado para pequeños contribuyentes es un sistema creado a efectos de simplificar la tributación de ciertos sujetos que deben cumplir con ciertos parámetros.

Este régimen es opcional, simplificado e integrado, relativo a los impuestos a las ganancias y al valor agregado y al sistema previsional destinado a pequeños contribuyentes. Rige desde 1998.

Se trata de una cuota fija, que tiene carácter mensual.

A medida que aumentan los “parámetros de categorización” (ingresos, consumo de energía, superficie afectada a la actividad) más alto es el impuesto que deberá pagarse.

2.3.2 Impuestos especiales

2.3.2.1 Impuesto a los Débitos y Créditos

Impuesto sancionado en marzo 2001 ante la dramática situación del gobierno nacional, que carecía de ingresos mínimos suficientes para hacer frente a sus gastos de funcionamiento. La prioridad era de "caja financiera" y así con todos los defectos que tiene este impuesto, permitió al gobierno algo de respiro en un momento muy crítico.

Exige un mayor sacrificio a los contribuyentes mediante retenciones en la fuente. Esta situación lleva a los usuarios a eludir el uso de las cuentas bancarias, efectuando sus transacciones en efectivo, en la medida de sus posibilidades.

El impuesto se aplicará sobre:

- Los créditos y débitos efectuados en cuentas –cualquiera sea su naturaleza– abiertas en las entidades regidas por la Ley de Entidades Financieras.
- Todos los movimientos de fondos, propios o de terceros, aún en efectivo, que cualquier persona, efectúe por cuenta propia o por cuenta y/o a nombre de otras, cualesquiera sean los mecanismos utilizados para llevarlos a cabo, las denominaciones que se les otorguen y su instrumentación jurídica, quedando comprendidos los destinados a la acreditación a favor de establecimientos adheridos a sistemas de tarjetas de crédito y/o débito.

El impuesto se determinará sobre el importe bruto de los débitos, créditos y operaciones gravadas, sin efectuar deducción o acrecentamiento alguno por comisiones, gastos o conceptos similares, que se indiquen por separado en forma discriminada en los respectivos comprobantes.

Las alícuotas a aplicar en cada caso será de seis (6) por mil para los créditos y seis (6) por mil para los débitos.

2.3.2.2 Impuesto de Sellos

Es un típico impuesto a circulación patrimonial, económica, de riqueza.

Recaerá sobre actos, contratos y operaciones de carácter oneroso instrumentados, sobre contratos a título oneroso formalizados por correspondencia, y sobre operaciones monetarias que representen entregas o recepciones de dinero.

Los más habituales serían contratos de compraventa y permuta de bienes muebles e inmuebles, locación, contratos de constitución de sociedades civiles y comerciales; prestamos hipotecarios, contratos de concesión, etc.

Se entiende por instrumento toda escritura, papel o documento del que surja el perfeccionamiento de los actos, contratos etc.

El impuesto puede pagarse según el tipo de operación, acto o contrato como alícuota proporcional al importe del documento o como importe fijo que determina la ley impositiva.

2.3.2.3 Impuesto de Patentes

Automotor

Con este impuesto se grava la titularidad de vehículos comunes, camiones, camionetas, acoplados, casillas rodantes, "tráileres". También vehículos de características particulares: ambulancias, camión tanque; "semirremolque", combis, micro, ómnibus, microbús, etc.

Consecuentemente, el propietario del automotor es el titular registral, dado que la inscripción registral tiene carácter constitutivo. Sólo se reviste tal carácter cuando se ha inscripto la transmisión de dominio en el Registro Nacional de la Propiedad del Automotor.

Se gradúa según el tipo de vehículo, los diferentes modelos-año, modelo de fabricación, categorías y/o valuaciones y las alícuotas correspondientes, fijadas en la ley impositiva anual.

Inmobiliario

Con este impuesto se grava la titularidad, usufructo y posesión a título de dueño de inmuebles urbanos, rurales, edificados o baldíos. Son bienes registrables al igual que los automotores.

La base imponible del impuesto es la valuación fiscal del inmueble que surge de las operaciones de catastro.

La alícuota es variable, según se trate de inmuebles urbanos o rurales, y es de tipo proporcional.

2.4 TASAS

2.4.1 Tasas municipales

Cada municipio fija sus propias normas, tienen una ordenanza fiscal y una ordenanza tributaria.

Los municipios cobran desde derechos de cementerios hasta la tasa de seguridad e higiene (más importante). El municipio tiene que tener la potencialidad de prestar el servicio para cobrarlo, no hace falta que efectivamente lo preste. Cada municipio fija sus tasas. Para las empresas a las que se le prestan servicios en varios municipios de la misma provincia se adopta el convenio multilateral para distribuir la base imponible.

Esta propuesta de clasificación, no es la única, pero nos pareció una de las más apropiadas

para el desarrollo de este trabajo.

2.5 OTRAS CLASIFICACIONES IMPOSITIVAS

Además los impuestos pueden clasificarse, entre otras, en Progresivos, Regresivos, o Plano o Proporcional.

- Impuesto Progresivo, cuando a mayor ganancia o renta, mayor es el porcentaje de impuestos sobre la base.
- Impuesto Regresivo, cuanto mayor es la ganancia o renta, menor es el porcentaje de impuestos que debe pagarse sobre el total de la base imponible.
- Impuesto Plano o Proporcional cuando el porcentaje no es dependiente de la base imponible o la renta del individuo sujeto a impuestos.

Al hablar de impuestos, queda claro que quienes hacen efectivos los mismos son los contribuyentes, ya sean personas jurídicas o físicas, tanto grandes como pequeños contribuyentes; notamos importante mencionar en base al tipo de contribuyente, y en base al órgano de recaudación, como se hace efectivo dichos impuestos y a que órgano de contralor.

Gobierno Nacional

- Sociedades

Impuesto a las Ganancias

Impuesto a la Ganancia Mínima Presunta

Impuesto sobre los Bienes Personales

Impuesto al Valor Agregado
Impuestos Internos
Impuesto a los Débitos y Créditos Bancarios

-Las personas físicas en caso de ser responsables inscriptos

Impuesto a las Ganancias
Impuesto sobre los Bienes Personales, Acciones y Participaciones Societarias
Impuesto al Valor Agregado
Monotributo

Gobiernos Provinciales (tanto Sociedades, como personas físicas)

Impuesto sobre los Ingresos Brutos
Impuesto de Sellos
Impuesto a los Automotores
Impuesto Inmobiliario

Gobiernos Municipales (tanto Sociedades, como personas físicas)

Tasas Municipales (publicidad, habilitaciones)
Alumbrado, Barrido y Limpieza
Tasa de Seguridad e Higiene

La organización tributa a nivel nacional en los siguientes impuestos: Impuesto a las Ganancias, Mínima Presunta, Impuesto sobre los Bienes Personales, Acciones y Participaciones Societarias, Impuesto al Valor Agregado, Impuestos Internos, Impuestos a Débitos y Créditos; a nivel provincial se hace cargo de Ingresos Brutos, Impuesto a las patentes, Impuesto Inmobiliario; a nivel municipal abona Tasa de Servicio a la propiedad, tasas del automotor y Comercio e Industria.

Para incluir la nueva actividad en la empresa en cuestión, se deberá dar de alta la misma en la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP), que se realizará a través del ingreso a la página web de la misma accediendo con la clave fiscal de la empresa, concretándose por medio del sistema registral. El mismo proporcionará un ticket que dará constancia de la transacción realizada.

Además se deberá ingresar la nueva actividad en Rentas de la provincia de Córdoba, a través del formulario F300, en la dependencia correspondiente; también será necesario darla de alta en Industria y Comercio, a nivel Municipal.

3. TIPOS SOCIETARIOS

Cuando se hizo referencia al marco teórico impositivo, se desarrollaron todos los impuestos que se pueden tributar tanto a nivel nacional, como provincial y municipal, ya que de acuerdo al tipo y envergadura de la organización van a depender los tributos de la misma. Sin ir más lejos una empresa no solo puede ser sociedad anónima, sino también cualquiera de los tipos societarios que prevee la Ley de Sociedades Comerciales, o además persona física, individual, sin adoptar ningún tipo societario.

Se considera pertinente nombrar los deferentes tipos de sociedad que prevee la Ley 19.550 de Sociedades Comerciales:

3.1 SOCIEDADES PERSONALISTAS

Son aquellas en la que la participación personal de los socios es fundamental. Se sustenta en la responsabilidad ilimitada, solidaria y subsidiaria de los integrantes.

En este tipo de sociedades las funciones societarias, administración, representación, gobierno y fiscalización, son ejercidas por los socios.

Encontramos:

3.1.1 Sociedad Colectiva

La sociedad colectiva es el único tipo social regularmente constituido donde todos los socios responden con su patrimonio particular (bienes presentes y futuros, de modo ilimitado) por las deudas sociales. Además, responden sin que entre ellos pueda dividirse la deuda (es decir en forma solidaria). La subsidiariedad implica que el acreedor social, antes de dirigir su pretensión contra los bienes particulares de cualquiera de los socios, deba primeramente obtener sentencia condenatoria y firme contra la sociedad, y agotar las instancias contra los bienes de la sociedad.

3.1.2 Sociedad en Comandita Simple

En este tipo de sociedad existen dos clases o grupos de socios, diferenciados por el sistema de responsabilidad. El o los socios comanditados responden por las obligaciones sociales como los socios de la sociedad colectiva, y el o los socios comanditarios solo con el capital que se obliguen a aportar.

3.1.3 Sociedad de Capital e Industria

Es aquel tipo social formado por uno o más socios que aportan bienes (socios capitalistas) que responden de los resultados de las obligaciones sociales como los socios de la sociedad colectiva (ilimitada, solidaria y subsidiariamente); y uno o más socios que aportan solo su trabajo (socios industriales), los que sin comprometer la totalidad de su patrimonio particular por las obligaciones contraídas por la sociedad, responden hasta la concurrencia de las ganancias no percibidas.

3.2 SOCIEDADES POR CUOTAS

Las sociedades por cuotas son tipos societarios que se ubican entre las sociedades personalistas y las de capital.

3.2.1 Sociedad de Responsabilidad Limitada

La SRL., es una sociedad mixta cuyo capital se divide en cuotas de libre transmisión, salvo pacto en contrario, en la que los socios, que no pueden exceder de 50, limitan su responsabilidad por las obligaciones sociales, a la integración de las cuotas suscriptas o adquiridas, garantizando a los terceros ilimitada y solidariamente la integración, existencia y valuación de sus aportes.

3.3 SOCIEDADES POR ACCIONES

Son aquellas sociedades en la que su capital está representado por acciones.

3.3.1 Sociedad Anónima

Es la sociedad en la cual dos o más personas, contrayendo responsabilidad limitada a la integración de las acciones que suscriben, se obligan a realizar aportes para aplicarlos a la producción o intercambio de bienes o servicios, participando de los beneficios y soportando las pérdidas. Se trata así de una sociedad comercial tipificada, que prescinde de la calidad de comerciantes de sus socios y los mismos tienen carácter preminentemente capitalistas; el capital social es representado por acciones transmisibles de igual valor.

En este tipo societario las funciones de la sociedad están claramente definidas y asignadas a órganos específicos como ser: el de Gobierno, Administración, Representación y Fiscalización.

3.3.2 Sociedad en Comandita por Acciones

Se caracteriza por estar integrada por dos tipos de socios: los socios comanditados, que tienen a su cargo la administración y responden por las obligaciones sociales ilimitada, solidaria y subsidiariamente; y los socios comanditarios, cuyo capital se representa en acciones que limitan su responsabilidad al capital que suscriben y no administran.

3.3.3 Sociedades Anónimas con Participación Estatal mayoritaria

Son aquellas que se constituyen cuando el estado nacional, provincial o municipal, organismos estatales o las S.A. sujetas a este régimen, sean propietarios en forma individual o conjunta de acciones que representen por lo menos el 51% del capital social y que sean suficientes para prevalecer en la toma de decisiones.

3.3.4 Sociedad de Economía Mixta

Son las que forma el Estado, por una parte, y los capitales privados, por la otra; para la explotación de empresas que tengan por finalidad la satisfacción de necesidades de orden colectivo o la implantación, el fomento o el desarrollo de actividades económicas.

3.3.5 Sociedades del Estado

Son aquéllas que, con exclusión de toda participación de capitales privados, constituye el Estado en sus tres niveles, para desarrollar actividades de carácter industrial y comercial o explotar servicios públicos.

3.4 SOCIEDADES NO CONSTITUIDAS REGULARMENTE

Esta clasificación no es uno de los tipos previstos por la Ley.

3.4.1 Sociedad de Hecho

Las sociedades de hecho son aquellas que carecen de instrumentación y los socios han prestado su consentimiento en forma verbal. Se han instrumentado en forma escrita pero sin ajustarse a uno de los tipos previstos por la ley o por ausencia de alguno de los requisitos no tipificantes para su constitución. Los socios realizan aportes que tienen por objeto la realización de una actividad económica. No están inscriptos en el Registro Público de Comercio.

3.4.2 Sociedad Irregular

Las sociedades irregulares se han constituido por contrato escrito, ajustado a los requisitos no tipificantes, y conforme a uno de los tipos previstos por la Ley de Sociedades, pero no inscripto en el Registro Público de Comercio.

La empresa en cuestión es una sociedad anónima que cuenta con dos socios, los cuales tienen una participación societaria del 70% y 30%. En donde, como se mencionó anteriormente los socios cuentan con responsabilidad limitada a la integración de las acciones que suscriben.

Al no estar regida por la ley de entidades financieras, no es de importancia, para la implementación de la tarjeta de crédito, el tipo societario. Ya que dicha ley estipula que para las entidades financieras el tipo societario escogido debería ser sociedad anónima o en

su defecto cooperativa.

En el caso en que resultare factible la implementación de la tarjeta de crédito la sociedad agregaría un producto financiero a la misma, manteniendo como actividad principal la venta de indumentaria. Lo que no afectaría el tipo societario escogido por la empresa.

4. CONTABILIDAD

Las empresas utilizan la contabilidad como ciencia aplicada para realizar una medición de la situación económica- financiera, que resulta de suma utilidad a la hora de tomar decisiones.

“La contabilidad es una ciencia aplicada de carácter social y de naturaleza económica que proporciona información financiera del ente económico para luego ser clasificadas, presentadas e interpretadas con el propósito de ser empleados para controlar los recursos y tomar medidas oportunas para evitar una situación deficitaria que ponga en peligro su supervivencia.”

Como ya mencionamos en el anterior capítulo los Estados Contables son cuadros sinópticos, preponderantemente numéricos, integrados con los datos extractados de los libros y registros de contabilidad, aclarados con anotaciones adicionales, en su caso, en los cuales se muestra la situación, a una fecha determinada; o el resultado en la gestión, durante un periodo determinado, de una empresa.

Estos cuadros sinópticos son el resultado del proceso contable, constituyéndose en informes finales que expresan la situación económica - financiera de un ente económico.

La empresa debe dar cumplimiento a los requerimientos del código de comercio, a cerca de la teneduría de los libros comerciales, deberá llevar:

I. Libro Diario

II. Inventarios y Balances

Los estados muestran los activos de la misma, el pasivo, el patrimonio neto, separados en rubros, como así también el resultado de la empresa del periodo en cuestión, a través del Estado de Resultado, completando dicha información con las notas y cuadros anexos.

La empresa tiene su cierre contable el 30 de Septiembre de cada año, fecha en la que se presentan los estados contables ante el Consejo Profesional de Ciencias Económicas, luego de haberlos confeccionado, quien los aprueba y con ello se da cumplimiento al requisito de la ley.

En la empresa que se analiza, la contabilidad es llevada a cabo por el software Atila, especialmente diseñado para la empresa, donde se procesa toda la información que proporcionará los datos necesarios para la elaboración de los estados contables.

Todos los enfoques desde los que fue analizada la sociedad en cuestión, son los pilares que cualquier empresa debe tener cuenta a la hora de implementar un cambio, ya sea en su estructura, o como en este caso ofrecer un nuevo producto. Ya que de acuerdo al cambio que se realice en la sociedad, va a ser el impacto tanto en lo impositivo, como en lo societario y/o legal, como así también en la parte contable de la empresa.

En la siguiente unidad se tratará la implementación del nuevo producto, planteado como una propuesta de cambio brindándole a la empresa las herramientas necesarias y un análisis de los beneficios que obtendrá la empresa cualitativamente, sin experimentar el resultado de dicho producto en forma cuantitativa.



CAPITULO IV

IMPLEMENTACIÓN DE LA TARJETA DE CRÉDITO

Como mencionamos en el capítulo anterior, lo que se plantea en el presente trabajo es la implementación del sistema de tarjeta de crédito para la empresa en cuestión, que será utilizada en un principio para el financiamiento de las compras realizadas en la empresa, lo que sería en realidad tarjeta de compra, siendo el objetivo futuro de este producto financiero la exteriorización, es decir la implementación de la tarjeta de crédito para efectivizar compras en todos los comercios adheridos, cumpliendo con los requisitos que las leyes preveen.

A través de este proyecto se llegó a la conclusión, habiendo analizado la empresa en sus condiciones actuales y habiendo investigado a cerca del funcionamiento de la tarjeta de crédito, de que se va a aplicar la tarjeta de compra como se mencionó con anterioridad dejando plasmada esta idea en el capítulo anterior y pasando a desarrollar la implementación en el presente capítulo.

1. CONTRATO DE TARJETA DE COMPRA

Para la implementación de la tarjeta de compra se considera de importancia el contrato que regula la relación entre el cliente y la empresa, ya que determina en cada una de los puntos las bases y condiciones que la organización va a utilizar para poner en práctica dicho producto.

En el contrato se regulará la relación desde la apertura de la cuenta del cliente en la tarjeta de compra hasta la rescisión del mismo.

A continuación se presenta el contrato que se cree pertinente para la empresa en cuestión, junto con la planilla para la adhesión a la tarjeta y el resumen de cuenta que se sugiere a la empresa.

CONTRATO DE TARJETA DE COMPRA

DATOS PERSONALES DEL TITULAR N° _____

Nombre y Apellido: _____ DNI: _____

Localidad: _____ Barrio: _____ C.P.: _____

Domicilio: _____ E- Mail: _____ @ _____

Fecha de Nacimiento: _____ Edad: años Sexo: F M

Estado Civil: _____ Condición Impositiva: _____

Actividad/ Ocupación: Rel. De Dependencia Independiente Jubilado Jubilado

Profesión: _____ Cargo/Función: _____ Antigüedad: _____

Empresa o Lugar en que trabaja: _____ Dirección: _____

Teléfono: _____

¿Es propietario de su vivienda? SI / NO Si alquila, ¿Cuánto abona por mes?

Apellido y Nombre del propietario de su vivienda: _____

Apellido y Nombre del Conyugue: _____

Fecha de Nacimiento: _____ Edad: años DNI: _____

Apellido y Nombre de los hijos:

1. _____ Fecha de Nacimiento _____

2. _____ Fecha de Nacimiento _____

3. _____ Fecha de Nacimiento _____

Referencias Comerciales:

Tarjetas de Crédito Ctas. Bancarias Ctas. de Ahorro Ctas. Corrientes Créditos

1. _____ Teléfono: _____

2. _____ Teléfono: _____

3. _____ Teléfono: _____

Términos y Condiciones

1. **Propiedad/ Uso de la Tarjeta de Compra:** la tarjeta de compra es propiedad de la empresa xxxxx, CUIT: xxxxxxxxx con domicilio en xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx, ciudad de xxxxxx, Republica Argentina. La TC (Tarjeta de Compra) es personal e intransferible; sólo podrá ser usada por la persona a cuyo nombre fue emitida. Recibida la TC el titular deberá firmar el dorso de la TC. La TC no acreditará identidad de su tenedor ni es carta de presentación ni de crédito. El uso de la tarjeta de crédito fuera de los fines para los cuales ha sido otorgada no genera obligación ni responsabilidad para XXXXX (la empresa). El titular es mero tenedor de la misma en nombre de XXXXX, y tiene única y exclusivamente el derecho a usarla en la forma prevista en estas condiciones generales (las condiciones). El titular no podrá revender los productos adquiridos con la TC ni aceptar dinero en efectivo por devolución de productos. La TC deberá ser devuelta a XXXXX de inmediato, a primer requerimiento. El titular de la tarjeta acreditará su identidad en el comercio y suscribirá los respectivos cupones.
2. **Vigencia:** El presente contrato tendrá vigencia por tres (3) años a contar desde la fecha de recepción de la TC por el titular. XXXXX podrá, percibiendo el respectivo arancel, renovar la vigencia y la TC automáticamente por períodos sucesivos menores, iguales o mayores, manteniendo o alternado el límite de compra, salvo que el titular notifique por escrito a XXXXX con 30 días de anticipación al vencimiento del plazo su decisión en contrario. El titular podrá ejercer este derecho por las TCA (Tarjetas de Crédito Adicionales) solicitadas. Los derechos y obligaciones del titular establecidos en las condiciones se mantendrán en tanta la TC y el contrato estén vigentes y hasta la total cancelación de los saldos deudores pendientes.
3. **Tarjetas Adicionales (TCA):** XXXXX podrá emitir TCA a nombre de las personas que el titular autorice, quedando en ese caso el titular como único y pleno responsable frente a la empresa por los consumos, la utilización y todas aquellas obligaciones de los adicionales mencionadas en estas condiciones. La aceptación por parte de XXXXX de la solicitud de emisión de TCA constituirá el titular principal deudor frente a XXXXXX. Las operaciones y consumos efectuados por los adicionales con las TC se incluirán en el mismo resumen de cuenta (resumen) junto con las operaciones del titular, no obstante lo anterior, los titulares adicionales (junto con el titular los “usuarios”) quedarán sometidos a las obligaciones y responsabilidades por la mera utilización de las TCA.
4. **Límite de Compra (LC):** XXXXX fija la capacidad máxima de endeudamiento de los usuarios por operaciones realizadas con las TC que será informada en cada resumen o que el titular consultará en el local. A los efectos de la aplicación del LC se considerarán las compras realizadas en cada período por los usuarios, más el monto de la deuda financiada, si la hubiere el LC afecta en conjunto a las operaciones de todas las TC. Si el LC fuera superado, XXXXX podrá rechazar las operaciones, anular o pedir la retención de la TC y/o incluirlas en los boletines o comunicaciones que cumplan similar efecto. No obstante, XXXXX podrá exigir de inmediato al titular el pago al contado del monto en exceso, el que deberá

efectivizarse dentro de las 48 hs de recibida la intimación. El titular cumplirá con ese pago sin necesidad de interpelación previa de XXXXX. Asimismo el titular abonará a XXXXX el cargo adicional en compensación por superar el LC establecidos. El titular podrá asignar a sus TCA, siempre dentro del LC, un porcentaje menor de dicho LC, siempre y cuando así lo consigne en el presente contrato. De tal manera el LC de las TCA quedará acotado al tope que así fije el titular. XXXXX podrá variar el LC fijado, notificando al titular mediante leyenda en el resumen. El LC fijado por la empresa es del 50% del recibo de sueldo, que el titular presenta como garantía de la TC. La variación del LC podrá fundarse en razones objetivas de mercado, en el grado de cumplimiento del titular respecto de sus distintas operaciones con XXXXX y/o con otras entidades financieras, y/o en la variación de la situación económica, financiera y/o patrimonial del titular.

5. Pérdida/ Robo de las TC: en caso de extravío, robo, hurto o cualquier otro tipo de apoderamiento o uso ilegítimo por un tercero de la TC, así cualquier otro tipo de retención, el titular deberá: (I) comunicar telefónicamente de inmediato tal circunstancia a XXXXX, a fin de que la TC sea inhabilitada e incluida como tal en el boletín o comunicaciones que cumplan similar efecto; (II) efectuar la denuncia ante las autoridades policiales o de seguridad competentes en el lugar del hecho y comunicar fehacientemente a XXXXX dentro de las 72 horas de efectuada la denuncia policial, acompañando original y copia de la misma, si el usuario recuperase la TC, se abstendrá de utilizarla y la entregará de inmediato a XXXXX para su remplazo por una nueva. En todos los casos el titular quedará obligado por las operaciones que se efectúen con la TC hasta las cero (0) horas del día en que se haya formalizado la denuncia. El titular será responsable por todas las compras que se efectúen con la TC extraviada, hurtada o robada hasta su vencimiento o eventual recuperación por XXXXX, en tanto no hayan cumplido con las obligaciones mencionadas. Serán a cargo del titular los importes que se generen por gastos administrativos derivados de la denuncia de extravío, robo o hurto, y el cargo por el remplazo de las TC.
6. Cargos y Comisiones: la aceptación por parte de XXXXX de la presente solicitud importa la autorización irrevocable a su favor de percibir los cargos de emisión de TC y resumen y demás cargos y/o comisiones que establecen en el ANEXO, junto con los cargos por compras realizadas. El cargo de renovación se generará aun cuando la TC no sea utilizada por el usuario. Los cargos en que haya incurrido el usuario por el uso de la TC son adeudados y deben ser abonados hasta la fecha de vencimiento actual de su resumen.
7. Resumen de Cuenta: los cargos por operaciones que realice el usuario y/o los derechos mencionados en la cláusula 6 serán incluidos en una cuenta (la cuenta) a nombre del titular y serán liquidados mediante resúmenes, los que serán remitidos por XXXXX al domicilio especial fijado por el titular, indicando las fechas de vencimiento y las formas de pago. En caso de no recibir el resumen, el titular se informará en XXXXX para efectivizar el pago del mismo en tiempo y forma. Los saldos acreedores que resulten a favor de los usuarios no devengarán intereses de ningún tipo y podrán ser aplicados por XXXXX a compensar saldos deudores futuros. La emisión del resumen no implica la inexistencia de

compras realizadas por los usuarios antes de la fecha de cierre del resumen, que pudieran encontrarse pendientes de registración por no haber llegado a conocimiento de XXXXX la realización de aquellas en tiempo hábil para su inclusión en el resumen, las que serán incluidas en resúmenes posteriores. La fecha de recepción del resumen por el titular será aquella que indique la compañía prestadora del servicio de correo. El titular autoriza en este acto a XXXXX a enviar los resúmenes por medios electrónicos a la dirección de correo denunciada en la presente, o a la que en el futuro se consigne a tal fin. El titular deberá revisar los resúmenes toda vez que XXXXX notifique por dicho medio electrónico los cambios que afecten la presente solicitud y/o modificaciones en el importe de comisiones, los que estarán a disposición del titular en la sucursal de XXXXX.

8. Impugnación de Cargos y Resúmenes: el titular puede cuestionar la liquidación practicada en el resumen dentro de los 30 días de recibida, detallando el error atribuido y aportando todo dato que sirva para esclarecerlo por nota simple a XXXXX. XXXXX deberá acusar recibo de la impugnación dentro de los 7 días de recibida, y dentro de los 15 días siguientes deberá corregir el error si lo hubiere o explicar la exactitud de la liquidación, aportando copia de los comprobantes o fundamentos que avalen la situación. XXXXX podrá demorar el reconocimiento de consumos impugnados cuando existiesen, a su juicio, dudas razonables a cerca de la veracidad de la impugnación. El titular no podrá impugnar aquellos consumos a cuyo respecto se contase con cupones u otros comprobantes en donde constase firma similar a la de los usuarios, cuando no hubiese sido formulada la pertinente denuncia de extravío o sustracción con anterioridad a la fecha de los consumos.
9. Pago: el pago de los resúmenes deberá efectuarse en XXXXX dentro del plazo allí fijado en dinero efectivo y/o débito en cuenta bancaria. Para pagar el titular deberá presentar el resumen suministrado por la empresa, el cual cuenta con un código de barras. El titular conservará los comprobantes de pago en buen estado y presentará cada vez que le sean solicitado. No serán aceptados pagos por correo. El importe a pagar será el que se indica en el resumen.
10. Mora: la falta de pago a la fecha de vencimiento del resumen, constituirá al usuario en mora automática, de pleno derecho sin necesidad de interpelación previa. Los intereses compensatorios y punitivos se devengarán desde la fecha de vencimiento del resumen hasta la cancelación de lo adeudado. Los intereses compensatorios se establecerán en el anexo, aplicándose un interés punitivo adicional de hasta el 50% del interés compensatorio. XXXXX cobrará el cargo indicado en el anexo, en conceptos de gastos de gestión de protección y recupero de sus acreencias.
11. Efectos de la Mora: la mora de los usuarios en el cumplimiento de sus obligaciones facultará a XXXXX a suspender, sin aviso previo a los usuarios, las TC, sin rescindir el contrato, comunicando tal circunstancia mediante los boletines o comunicaciones que cumplan similar efecto y/o solicitando la retención de las TC. XXXXX podrá admitir las TC una vez cesado el estado de mora, en cuyo caso corresponderá el cobro de nuevos cargos por su emisión.

12. Impuestos: todos los impuestos presentes o futuros que graven la instrumentación de estas condiciones, su anexo, la TC, las operaciones realizadas y/o a consecuencia de estas condiciones, así como los actos tendientes al cobro y ejecución de la deuda, serán pagados por los usuarios y se incluirán los cargos en los resúmenes.
13. Inclusión en el Resumen: la firma de los usuarios inserta en los comprobantes de ventas y/o cupones, o la aprobación del usuario por cualquier otro medio, resultará suficiente y expresa autorización a XXXXX para que ésta incluya el importe de la transacción en los resúmenes.
14. Copiado, microfilmado y/o digitalización de comprobantes: XXXXX podrá conservar y reproducir, por fotocopiado, microfilmación, digitalización y/o procedimientos similares, los cupones, y cualquier otro documento que sustente los créditos o débitos de los resúmenes, tales reproducciones serán consideradas validas y medio de prueba hábiles a todos los efectos legales.
15. Procedimiento ante el incumplimiento: en caso de mora y resultando exigible el saldo de la TC, XXXXX podrá optar por la preparación de la vía ejecutiva, o bien por el trámite de ejecución del saldo líquido y exigible de la cuenta previsto en el código de comercio para la cuenta corriente mercantil.
16. Ausencia del usuario: la ausencia de los usuarios de su domicilio no lo exime del cumplimiento en tiempo y forma de las obligaciones emergentes de la presente. Si el usuario se ausentare de su domicilio, designará un representante para recibir, aceptar y pagar los resúmenes. Todos los avisos y/o comunicaciones que XXXXX dirija al usuario en su domicilio especial se presumirán recibidos por aquel o por su representante y serán vinculantes para los usuarios, quienquiera los hubiese recibido allí.
17. Rescisión: el titular podrá rescindir el contrato sin expresión de causa y sin que ello genere resarcimiento de ninguna especie. En tal caso, el titular notificará la rescisión, devolverá las TC y abonará a XXXXX todos los cargos e intereses, dando cumplimiento de las obligaciones pendientes hasta la fecha de devolución de las TC a XXXXX contra recibo, siendo aplicable lo establecido en las condiciones con relación al pago, mora o intereses por mora, en tal caso, así como la demora o incumplimiento por parte del usuario, XXXXX podrá incluir en el boletín o comunicaciones que cumplan similar efecto la inhabilitación transitoria o cancelación de las TC. La rescisión del contrato por el titular implicará la cancelación de su TC y TCA. Así mismo las partes acuerdan y el usuario declara conocer y aceptar que el contrato se resolverá: (I) por mora, según cláusulas 10 y 11; (II) si el usuario falseara, y ello fuera acreditado, los datos consignados en el contrato o el anexo; (III) si el usuario estuviere inhibido, embargado, solicitase un acuerdo preventivo extraconcursal, su contrato preventivo, o su propia quiebra, si esta le fuese solicitada o decretada a pedido de terceros, si librase cheques sin provisión de fondos, si fuese declarado incapaz, si falleciese o incurriese en cesación de pagos; (IV) fuese incluido en la base de datos de cuentacorrentista inhabilitados del BCRA; (V) si el usuario excediese el LC establecido por XXXXX sin que cancelase tal excedente dentro del plazo fijado por XXXXX.
18. Veracidad: el titular declara que toda la información suministrada en la solicitud es veraz y

se obliga a notificar a XXXXX cualquier modificación en la misma dentro de las 72 horas de ocurrido el cambio. En caso de falsedad o incumplimiento del deber de informar, XXXXX podrá suspender o cancelar las TC incluyéndolas en los boletines o comunicaciones que cumplan similar efecto.

19. Modificaciones: XXXXX podrá modificar las condiciones, cargos aranceles y comisiones mencionados en el anexo en cualquier momento, invocando las causas previstas en la presente, o razones derivadas de cambios objetivos en el mercado que justifiquen los cambios, previa notificación fehaciente al titular con un mínimo de 60 días de antelación a la vigencia de las modificaciones. Esta comunicación podrá cursarse a través del resumen, cuando XXXXX opte por notificar por medio fehaciente dicho lapso se reduce a 5 días corridos, en tal caso, el titular puede optar por continuar con el uso de la TC en las nuevas condiciones o rescindir el contrato; en este último caso deberá notificar a XXXXXX por escrito su decisión y devolver las TC. El usuario acepta que el régimen de modificación de las condiciones, en tanto se respeten condiciones objetivas del mercado, no implica un ejercicio abusivo de XXXXXX en los términos de las normas de defensa del consumidor, toda vez que es una exigencia razonable de la contratación para gran cantidad de usuarios, mediante instrumento de adhesión.
20. Relación contractual: este contrato de TC entre XXXXX y el titular quedará perfeccionado solo cuando se firme, se emita la TC y el titular la reciba de conformidad, en este acto el titular recibe de conformidad la TC emitida por XXXXX bajo el número consignado en el encabezado de la presente.
21. Protección de datos personales: conforme el art. 6 de la Ley 25.326 de protección de datos personales, el usuario declara con relación a los datos aportados, en o/y junto con esta solicitud, y que XXXXX registrará (los "datos"): (I) que presta irrevocable conformidad para que XXXXX, con relación a operaciones de crédito, pueda informar los datos a las agencias de informes crediticios, conforme el artículo 26 de la Ley 25.326; (II) que los datos recabados por XXXXX resultan indispensables para la contratación del producto financiero objeto de esta solicitud, que deben ser obligatoriamente aportados por el usuario, en forma exacta.
22. Fecha de cierre: la fecha de cierre contable será el 28 de cada mes.
23. Domicilio: el titular constituye domicilio especial a todos los efectos derivados de presente en el indicado en el encabezamiento de la presente.

ANEXO- TABLA DE COMISIONES Y CARGOS EN PESOS*

TASAS DE INTERÉS EN PESOS	T.N.A.	GASTOS Y CARGOS ADMINISTRATIVOS	
FINANCIACIÓN	HASTA 30%	PROCESAMIENTO Y EMISIÓN DE RESUMEN	HASTA \$24,90
INTERESES PUNITORIOS	HASTA 15%	REPOSICIÓN DE TARJETA	\$ 69
CARGO RENOVACIÓN **	\$100	GESTIÓN DE COBRANZAS ***	\$ 12,50

* A todos los importes y comisiones mencionados deberá adicionarse el respectivo impuesto al valor agregado, en caso de corresponder según legislación vigente.

** El presente cargo representa el derecho de uso y acceso a los beneficios que pueda conceder la TC conforme lo determine XXXXX y se generará aun cuando la TC no sea utilizada por el usuario. No obstante lo anterior, XXXXX podrá bonificar el cargo de renovación, en todo o en parte evaluando el comportamiento de consumos y de pagos del titular.

*** Monto variable en función del plazo de regularización de la mora. El cargo será percibido por un plazo máximo de 3 meses, por lo cual el monto máximo a percibir por este concepto será de \$37,50.

ACLARACIÓN DE FIRMA: _____

DOCUMENTO TIPO Y N°: _____

FIRMA DEL TITULAR

RESUMEN DE CUENTA DE TARJETA DE COMPRA

Nombre y Apellido del Titular	N° de Tarjeta de Compra
Domicilio	
Periodo: Noviembre	
Consumos	5000
N° de Factura Compra 17/11- 3 cuotas	1500
N° de Factura Compra 20/11- 3 cuotas	1500
N° de Factura Compra 27/11- 6 cuotas	2000
Cierre: 30/11/2012	
N° de Factura Cuota 1/3	500
N° de Factura Cuota 1/3	500
N° de Factura Cuota 1/6	333,33
Saldo Actual	1333,33

Vencimiento: 10/12/2012

Proximo vencimiento: 10/01/2013

1.1 REQUISITOS PARA SOLICITAR LA TARJETA DE COMPRA

Para darle garantía a la cuenta de la tarjeta de crédito que se está solicitando, la empresa pedirá como requisitos mínimos los siguientes.

- Fotocopia del DNI del titular.
- Últimos tres recibo de sueldos y/o últimos tres pagos de Monotributo y/o Autónomo.
- Antigüedad mínima laboral de 6 (seis) meses.
- Contrato completo con los datos requeridos y firmado por el titular.
- Tener entre 18 y 75 años.
- Cumplir con el nivel mínimo de aprobación previsto por la empresa.

Para solicitar tarjetas de créditos adicionales el requisito es:

- Fotocopia del DNI de el/los adicional/es.

1.2 COMPARACIÓN

Como se expuso a lo largo del trabajo, la empresa cuenta con sistema de crédito propio, el cual se vería amenazado por la implementación del nuevo producto financiero, ya que este último tiende a la desaparición de la cuenta corriente y aspira a la conversión en tarjeta de compra, para luego transformarse en tarjeta de crédito.

Se observa que algunas de las características de la cuenta corriente son:

- Para la apertura de la misma es necesario que el titular presente a la empresa: el recibo de sueldo
- a garantía personal o en su defecto 3 referencias comerciales. Luego dicha

información es sometida a una evaluación, realizada por la empresa para determinar el límite de compra.

- Dicho límite la empresa lo establece de acuerdo al recibo de sueldo y a las garantías presentadas, sin parámetros establecidos.
- No tiene promociones especiales
- Las compras pueden ser hasta en 6 cuotas como máximo:
Compra hasta \$250 —————> 3 Cuotas
de \$250 a \$500 —————> hasta 4 Cuotas
mayor a \$500 —————> hasta 6 Cuotas
- Se puede comprar sin realizar una entrega en el momento.
- El sistema de cuenta corriente maneja una tasa de financiación del 37%.

En cambio, la tarjeta de compra presenta las siguientes características:

- Para solicitar la tarjeta de compra es necesario presentar fotocopia de DNI, recibo de sueldo, contrato completo. Para que luego la empresa lo analice.
- El límite de compra de la tarjeta de hasta el 50% del recibo de sueldo.
- Al realizar compras utilizando la tarjeta de compra, participará de promociones especiales lanzadas por la empresa.
- Por el pago en término del resumen, el titular participará de sorteos mensuales, premiando de esta forma el cumplimiento.
- Las compras podrán realizarse hasta en 6 cuotas sin necesidad de superar monto mínimo alguno.
- La tasa de financiación establecida será del 30%.

1.3 VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA TARJETA DE COMPRA

A continuación se plasmarán las ventajas y desventajas de la tenencia de la tarjeta de compra:

Ventajas

- Para los clientes la ventaja principal es que podrán efectuar compras en la empresa sin la necesidad de contar con efectivo.
- Podrán contar con hasta 6 cuotas sin intereses, efectuando los pagos correspondientes a término.
- En caso de no efectuar los pagos a términos, el interés que se le aplica es de hasta el 30% en caso de los de financiación, y los intereses punitivos de hasta el 15%. Siendo los utilizados en la actualidad en el sistema de cuenta corriente un interés de hasta el 38%.
- Se considera oportuno comparar que si el cliente tuviera que recurrir a una financiación externa a la empresa para realizar la compra, por ejemplo un préstamo personal, ya sea en un banco o en una entidad financiera, el interés además de ser mayor, oscila entre el 38% y 40%, se le imputa desde el momento en que se retira el dinero.
- Además la empresa obtendrá un ingreso por gastos de envío de resumen, que será de hasta \$24.99, lo que le permitirá solventar los gastos que el sistema provoque.
- Para la implementación de dicho sistema, se aplicarán promociones especiales para las compras realizadas con tarjeta de compra, lo que no sólo motivará a la clientela a

incrementar el consumo, sino también a adquirir la tarjeta.

Desventajas

- La organización contará con cierto riesgo de incobrabilidad de los créditos, que generará una pérdida para la misma, la cual puede ser previsionada.
- Al comenzar con el sistema de tarjeta de compra, sobrevivirán ambos sistemas, cuenta corriente y el nuevo producto financiero; lo que posiblemente le generará algún costo mayor a la empresa además de capital de trabajo disponible para administrar ambos sistemas.
- Además, existe la posibilidad de que ciertos clientes no deseen cambiar de sistema de financiación, por comodidad, costumbre, o falta de interés, entre otros; lo cual hará que convivan el sistema de cuenta corriente y el de tarjeta de compra, estos son riesgos que la empresa incurre con el cambio, ya que a la empresa le conviene mantener el sistema de tarjeta de compra más que el de cuenta corriente, ya que al primero obtiene un ingreso a través del resumen y en el otro sistema no.
- Deberá reorganizar procesos administrativos para llevar los controles necesarios y procurará que el sistema resulte eficiente, lo que generará costos de implementación para la empresa.
- La empresa reducirá en un 8% la financiación en caso de pagos fuera de término.

2. PREVISIÓN DEUDORES DUDOSO COBRO

Toda empresa que trabaja a crédito debería constituir una previsión para deudores de dudoso cobro, ya que al trabajar bajo este sistema se incurre en un riesgo de incobrabilidad.

Se puede decir que los deudores por venta representan los créditos contra clientes por ventas realizadas a los mismos en cuenta corriente. Se debita por las ventas en cuenta corriente a los clientes. Se acredita por la cancelación que efectúen estos a la fecha de vencimiento pactada. Su saldo será siempre deudor e indica las ventas en cuenta corriente pendiente de cobro.

Por otra parte, es posible categorizar a los deudores según la situación de cada uno de ellos en cuanto al cumplimiento de sus obligaciones. A esto se lo llama depuración de deudores. Los créditos son derechos que tiene la empresa de cobrar determinadas sumas de dinero. Las cuentas que integran los créditos, entre otras, son: Deudores varios, Deudores por ventas (definido anteriormente), Documentos a cobrar, Deudores Morosos, Deudores en gestión judicial. Todas ellas pertenecen al activo (saldo deudor) y al rubro créditos.

Deudores Varios: son personas que le deben a la empresa por haber comprado, en cuenta corriente, diferentes bienes que no mercaderías.

Deudores morosos: son aquellos que tienen demorados sus pagos. Esta cuenta se debita (aumenta en el activo) cuando los deudores se atrasan en los pagos y se acredita cuando pagan la deuda o van a juicio.

Deudores en gestión judicial: son aquellos a quienes se les ha iniciado juicio. Esta cuenta se debita (aumenta el activo) cuando los deudores entran en litigio y se acredita cuando pagan la deuda o se declaran incobrables.

Deudores incobrables: se sabe que las ventas en cuenta corriente presuponen un riesgo para la empresa, pues pueden existir casos de incobrabilidad en alguno/s de nuestros cliente/s. Estos son los llamados deudores incobrables, esta cuenta es de resultado negativo o pérdida, se acredita cuando los deudores se declaran incobrables (aumentan las pérdidas) y se acredita una vez al año en el asiento de refundición de cuentas.

La necesidad de efectuar una estimación de deudas que pueden resultar incobrables, viene dada por el riesgo de incobrabilidad que presenta en cierta medida el efectuar ventas a crédito, ya que si alguno de los clientes no paga el monto comprometido, acarreará a la empresa una pérdida por este concepto. En circunstancias de no pago la empresa se enfrenta ante la posibilidad de enviar todo a trámite judicial para efectuar la respectiva cobranza. Si con el trámite de cobranza la empresa no obtiene buenos resultados, y una vez que ha agotado todas las posibilidades de cobro, la empresa procederá a pasar el deudor de dudoso cobro a incobrable. Una vez que el cliente se encuentra en gestión judicial de cobro, la empresa se ve motivada a constituir una previsión, que se ajustará una vez al año al cierre del ejercicio contable. Será utilizada dicha previsión para los deudores incobrables.

Cabe aclarar que las provisiones son reservas para cubrir un gasto estimado, pero cuyo costo exacto no se conoce, como tampoco la oportunidad en que pueda ocurrir el mismo.

En la empresa en cuestión no se lleva a cabo el cálculo de la previsión para deudores incobrables, es por esto que se propone la siguiente estimación, teniendo en cuenta la incobrabilidad actual que la misma refleja a través de sus estados contables.

Prev. Para Deudores Incobrables: $\frac{\text{Ds. Incobrables}}{\text{Ds. Por Venta}} \times 100$

$$\text{Prev. Para Deudores Incobrables: } \frac{3937,44}{1.708.782,75} \times 100 = 0,23 \%$$

$$1708782,75 \times 0,23\% = 1630,25$$

De esta forma queda constituida la previsión en \$1630,25 pudiendo darle utilidad en caso de ser necesario como se dijo anteriormente.

Cabe aclarar que con la nueva incorporación del producto financiero a la empresa, tarjeta de compra, dicho previsión puede verse modificada con el transcurso del tiempo, como ya se dijo, es un cálculo que se estima al cierre de cada ejercicio económico.

En la presente unidad, se dejó plasmada las diferencias existentes entre el sistema de cuenta corriente utilizado por la empresa y las sugerencias propuestas para la implementación del sistema de tarjeta de compra, pudiendo ver en dicho análisis las ventajas que presentan la implementación del nuevo producto financiero.

Se brindaron las herramientas apropiadas, como lo son la planilla de adhesión al sistema de tarjeta de compra, los requisitos necesarios para adquirir la tarjeta, el contrato de adhesión y el resumen sugerido para que la empresa pueda desarrollar el producto. Como así también se especuló en el cálculo de provisiones para deudores incobrables ya que la empresa no implementaba dicha estimación y al aplicar el nuevo producto financiero necesitaría de una estructura de incobrables que le permitiera amortiguar el impacto de incobrables.

CONCLUSIÓN

Al concluir el estudio de la empresa en cuestión, obtuvimos como resultado del análisis económico y financiero, que la organización presenta condiciones favorables para la implementación de la tarjeta de compra. Además se analizó el entorno, el cual presenta condiciones propicias para la puesta en marcha del proyecto. Para realizar estos análisis se tuvo en cuenta la normativa legal, impositiva y societaria vigente, dejando plasmado en este trabajo las herramientas necesarias para llevar a cabo el nuevo producto financiero.

De esta forma se cumplimentó con los objetivos planteados al comenzar el trabajo. Pudiendo desarrollar los contenidos planteados a lo largo de cada uno de los capítulos, hecho que nos permitió salvar la incertidumbre de la idea que finaliza siendo una propuesta de cambio para la empresa.

Dejando a criterio de la misma a partir de este momento su aplicación, teniendo a su disposición, como se dijo reiteradas veces, las herramientas necesarias y suficientes.

BIBLIOGRAFÍA

MARC EDMOND – PICARD DOMINIQUE: La interacción social, cultural, instituciones y comunicación. Editorial, 1992.

SUSANA, BARRIONUEVO: Administración I.

STEPHEN P., ROBBINS; MARY, COULTER: Administración.

Wikipedia: www.wikipedia.org

McGRAW-HILL / IRWIN: Las Organizaciones: Comportamiento, Estructura, Procesos.

ALEJANDRO FERRER QUCA: Análisis de los Estados Contables y sus ajustes por Inflación.

ENRIQUE FOWLER NEWTON: Análisis de Estados Contables.

HECTOR TRABALLINI: Administración Financiera

Ley 25.065 - Tarjetas de Crédito

Ley 19.550 de Sociedades Comerciales

NANCY BARRA Y MIGUEL ÁNGEL PEYRANO: Legislación y Técnica Impositiva I y II.

ANTONIO DANIEL FOURCADE: Sociedades.



I- ANEXO

VI- ANEXO

Estado de Situación Patrimonial al 30 de Septiembre de 2009

ACTIVO

ACTIVO CORRIENTE

Caja y Bancos (nota 2.1)	77.232,04
Créditos (nota 2.2)	1.651.152,16
Otros Créditos (nota 2..2)	87.384,31
Bienes de Cambio (nota 2.3)	1.029.174,00
Total Activo Corriente	2.844.942,51

ACTIVO NO CORRIENTE

Bienes de Uso (anexo II)	325.858,85
Otros Activos	0,00
Total Activo No Corriente	325.858,85

TOTAL ACTIVO **3.170.801,36**

PASIVO

PASIVO CORRIENTE

Deudas Comerciales (nota 2.4)	1.502.720,84
Deudas Bcrias y Financ. (nota 2.5)	293.566,99
Deudas Sociales (nota 2.6)	50.062,81
Deudas por Cargas Fiscales (nota 2.7)	106.069,85
Otras Deudas (nota 2.8)	446.769,69
Total Pasivo Corriente	2.399.190,18

PASIVO NO CORRIENTE

Previsión para despidos (anexo IV)	31.333,21
Total Pasivo No Corriente	31.333,21

TOTAL PASIVO **2.430.523,39**

TOTAL P.N. (Según Estado Correspondiente) **740.277,97**

TOTAL PASIVO + P.N. **3.170.801,36**

Estado de Flujo de Efectivo al 30 de Septiembre de 2009

VARIACIONES DEL EFECTIVO	30/09/2009	30/09/2008
Efectivo al Inicio del Ejercicio	298893,22	53898,46
Efectivo al Cierre del Ejercicio	77232,04	298893,22
DISMINUCIÓN/AUMENTO NETO DEL EFVO	-221661,18	244994,76
CAUSAS DE LAS VARIACIONES DEL EFVO		
<u>Actividades Operativas</u>		
Ganancia Ordinaria del Ejercicio	263685,1	249464,82
AJUSTE EN ACTIVIDADES OPERATIVAS		
Depreciación de Bienes de Uso	67530,69	58748,25
Constitución Previsión para despidos	6969,43	6445,29
Utilización previsión para despidos	0	0
Ganancia Ordinaria del Ejerc. Ajustada	338185,22	314658,36
<u>Cambios en los activos y pasivos operativos</u>		
Aumento en Créd. Por Ventas	-415645,32	-286979,38
Disminución/Aumento en otros créd.	17571,48	-23117,79
Aumento en Bienes de Cambio	-219768,09	-66203,41
Sin Variación/Disminución en otros activos	0	23144,91
Aumento en edudas comerciales	200244,75	471126,02
Aumento/Disminución en deudas bancarias y financ.	224587,82	-429863,49
Aumento en deudas fiscales	7590,05	44840,13
Aumento en deudas sociales	6032,81	3778,25
Disminución/Aumento en otras deudas	-144244,4	171004,38
Total Cambios Operativos	-323630,9	-92270,38
Pago de Honorarios Directores	-43000	-37500
Pago de Dividendos en efectivo	0	-79850,23
Pago Impuesto a las Ganancias	-78629,08	-74518,54
Aporte p/futuro aumento de Capital	0	235000
Flujo Neto de Efvo. Generado por activ. operativas	-107074,76	265519,21
<u>Actividades de Inversión</u>		
Pagos por compra de Bienes de uso	-114586,42	-20524,45
Flujo Neto de Efvo. Generado por activ. de Inv.	-114586,42	-20524,45
<u>Actividades de Financiación</u>		
No existen		
DISMINUCIÓN/AUMENTO NETA DEL EFVO.	-221661,18	244994,76

Notas a los Estados Contables

2.1. Caja y Bancos

La composición al cierre es la siguiente:

Caja	\$ 60.471,56	
Banco Nación Cta. Cte.	\$ 4.798,32	
Banco Galicia Cta. Cte.	\$ 624,83	
Banco de la Prov. de Cba. Cta. Cte.	\$ 11.337,33	
		\$ 77.232,04

2.2. Créditos

La composición al cierre es la siguiente:

Deudores por ventas	\$ 1.545.144,24	
Deudores en Gestión Judicial	\$ 12.168,84	
Tarjetas a cobrar	\$ 93.839,08	
		\$ 1.651.152,16

Otros Créditos

Anticipo Imp. a las Gcias.	\$ 47.301,00	
Pago a cta. Imp. s/Créd.	\$ 745,70	
Retenciones Imp. A las Gcias.	\$ 12.813,68	
Retenciones Ing. Brutos pendientes	\$ 4.916,92	
IVA	\$ 14.904,23	
Retenciones IVA pendientes	\$ 6.702,78	
		\$ 87.384,31

2.3. Bienes de Cambio

La composición al cierre es la siguiente:

Existencias varias	\$ 1.029.174,00	
		\$ 1.029.174,00

2.4. Deudas Comerciales

La composición al cierre es la siguiente:

Proveedores	\$ 287.759,15	
Valores diferidos de oblig. Comerciales	\$ 319.146,52	
Valores pend. de pago de oblig. Com.	\$ 416.754,00	
Acreditaciones pendientes de proved.	\$ 78.859,18	
Otras deudas	\$ 400.201,99	
		\$ 1.502.720,84

2.5. Deudas Bancarias y Financieras

La composición al cierre es la siguiente:

Bco.Pcia. De Cba. Préstamo	\$ 293.566,99	
		\$ 293.566,99

2.6. Deudas Sociales

La composición al cierre es la siguiente:

Sueldos a pagar	\$ 34.963,57	
DGI Leyes Sociales a pagar	\$ 12.453,85	
Otras Cargas Sociales a pagar	\$ 2.645,39	
		\$ 50.062,81

2.7. Deudas por Cargas Fiscales

La composición al cierre es la siguiente:

Plan de pagos AFIP	\$ 14.298,88	
Municipalidad Tasa Com. e Industria	\$ 1.978,69	
Imp. a las Gcias. a pagar P.F.2009	\$ 78.629,08	
Imp. a los Ing. Brutos	\$ 11.163,20	
		\$ 106.069,85

2.8. Otras Deudas

La composición al cierre es la siguiente:

Cta Cte Accionistas y Directores:	\$ 199.705,44	
Saab de Cúneo Mónica	\$ 91.119,61	
Cúneo Carlos Ap. Ext.		
Anticipos Directores:		
Saab de Cúneo Mónica	\$ 81.090,65	
Cúneo Carlos	\$ 74.853,99	
		\$ 446.769,69

2.9. Result. Financ. Y por Tenencia

Generados por Activos y Pasivos:

Intereses pagados	\$ 38.623,27	
		\$ 38.623,27

2.10. Otros Ingresos

La composición al cierre es la siguiente:

Rdo. Venta Bienes de Uso	\$ 27.149,30	
Ingresos Varios	\$ 4.278,70	
		\$ 31.428,00

ESTADO DE EVOLUCIÓN DEL PATRIMONIO NETO AL 30 DE SEPTIEMBRE DE 2009

RUBROS	APORTES			RDOS. ACUMUL.		TOTAL PN	TOTAL PN
	Cap. Sucripto	Aj. al Cap.	Ap. P Futuros aum de cap.	Gan. Reserv/ RL	RNA	30/09/2009	30/09/02008
Saldos al inicio del Ejercicio	50.000,00	106.896,39	235.000,00	31.379,28	174.946,28	598.221,95	305.625,90
Dist. Utilidad s/Acta N°15 del 07/02/2009:							
Honorarios Directores					-43.000,00	-43.000,00	-37.500,00
Dividendos en Efectivo							-79.850,20
Saldos después de dist. Utilidad	50.000,00	106.896,39	156.896,39	31.379,28	131.946,28	555.221,95	188.275,70
Capitalización de Saldo Ganancia del Ejercicio							235.000,00
					185.056,02	185.056,02	174.946,20
Saldos al cierre del Ejercicio	50.000,00	106.896,39	156.896,39	31.379,28	317.002,30	740.277,97	598.221,90

ANEXO IV
PREVISIONES AL 30 DE SEPTIEMBRE DE 2009

Rubros	Saldo al comiendo del ejerc.	Aumentos	Disminuciones	Saldo al finalizar el ejerc.
INCLUIDAS EN EL PASIVO				
Previsión p/ despidos	24.363,78	6.969,43	0,00	31.333,21

ANEXO VI

COSTO DE MERCADERÍAS VENDIDAS

Existencia Inicial	\$ 809.405,91
Compras del Ejerc.	\$ 3.416.112,53
Existencia Final	-\$ 1.029.174,00
CMV	\$ 3.196.344,44

ANEXO VII

Información sobre Rubros de Gastos y su aplicación art. 64 inc. B Ley 19.550 al 30 de Septiembre de 2009

RUBROS	TOTAL	GTOS COM.	GTOS ADM.	OTROS GTOS
Sueldos	397.771,88	348.471,88	49.300,00	
Cargas Sociales	115.438,64	102.708,43	12.730,21	
Asign. No remuner.	125.399,47	125.399,47		
Alquileres	83.800,00	83.800,00		
Envases y embalajes	23.555,39	23.555,39		
Teléfono	17.922,33	17.922,33		
Energía Eléctrica	31.093,83	31.093,83		
Imp. s/ventas	231.112,11	231.112,11		
Tasas y Servicios	14.439,69	14.439,69		
Gastos pre. Vidriera	86,00	86,00		
Mantenimiento PC	8.876,56	8.876,56		
Mantenimiento Edificio	75.546,28	75.546,28		
Fletes	40.516,23	40.516,23		
Gtos. Representación	4.696,46	4.696,46		
Premios a clientes	6.907,43	6.907,43		
Public. Y prop. Mantenimiento	138.877,87	138.877,87		
rodados	15.507,43	15.507,43		
Viáticos y movilidad	6.560,91	6.560,91		
Ds. Incobrables	4.435,35	4.435,35		
Papelería e Impresos	22.677,50		22.677,50	
Honorarios Legales	23.883,25		23.883,25	
Seguro	9.565,26		9.565,26	
Amort. Bs de Uso	67.530,69		67.530,69	
Contribuciones otorgadas	1.529,99		1.529,99	

Gtos Vs Tramitación	600,00		600,00	
Comis. Y gtos Tj.	97.747,23			97.747,23
Gtos. Bancarios	7.262,78			7.262,78
Imp. Déb. Y Créd.	18.952,65			18.952,65
Gastos Varios	28.284,59	28.284,59		
Indemnización	18.110,31	18.110,31		
TOTALES	1.638.688,11	1.326.908,55	187.816,90	123.962,66

E.S.P. al 30 de septiembre de 2010

	30/09/2010	30/09/2009
ACTIVO		
ACTIVO CORRIENTE		
Caja y Bancos (nota 2.1)	80.171,86	77.232,04
Créditos (nota 2.2)	1.824.970,80	1.651.152,16
Otros Créditos (nota 2..2)	105.241,00	87.384,31
Bienes de Cambio (nota 2.3)	1.285.727,00	1.029.174,00
Total Activo Corriente	3.296.110,66	2.844.942,51
ACTIVO NO CORRIENTE		
Bienes de Uso (anexo II)	271.253,51	325.858,85
Otros Activos	0,00	0,00
Total Activo No Corriente	271.253,51	325.858,85
TOTAL ACTIVO	3.567.364,17	3.170.801,36
PASIVO		
PASIVO CORRIENTE		
Deudas Comerciales (nota 2.4)	1.008.027,91	1.502.720,84
Deudas Bcrias y Financ. (nota 2.5)	354.805,23	293.566,99
Deudas Sociales (nota 2.6)	92.236,05	50.062,81
Deudas por Cargas Fiscales (nota 2.7)	111.430,33	106.069,85
Otras Deudas (nota 2.8)	1.042.220,87	446.769,69
Total Pasivo Corriente	2.608.720,39	2.399.190,18
PASIVO NO CORRIENTE		
Previsión para despidos (anexo IV)	31.333,21	31.333,21
Total Pasivo No Corriente	31.333,21	31.333,21
TOTAL PASIVO	2.640.053,60	2.430.523,39
TOTAL P.N. (Según Estado Correspondiente)	927.310,57	740.277,97
TOTAL PASIVO + P.N.	3.567.364,17	3.170.801,36

EERR al 30 de Septiembre de 2010

	30/09/2010	30/09/2009
Venta Neta de Mercaderías	5.929.355,83	5.105.912,92
Costo de Mercaderías Vendidas (anexo VI)	-3.623.779,92	-3.196.344,44
Ganancia Bruta	2.305.575,91	1.909.568,48

Gastos de Comercialización (anexo VII)	-1.579.329,83	-1.326.908,55
Gastos de Administración (anexo VII)	-209.008,47	-187.816,90
Otros Gastos (anexo VII)	-169.233,83	-123.962,66
Rdos Financ. y por tenencia (nota 2.9)	-31.412,08	-38.623,27
Otros Ingresos (nota 2.10)	12.304,61	31.428,00
Ganancia antes de Impuesto	328.896,31	263.685,10
Impuesto a las Ganancias	-95.863,71	-78.629,08
Ganancia del Ejercicio	233.032,60	185.056,02

Estado de Flujo de Efectivo al 30 de Septiembre de 2010

VARIACIONES DEL EFECTIVO	30/09/2010	30/09/2009
Efectivo al Inicio del Ejercicio	77232,04	298893,22
Efectivo al Cierre del Ejercicio	80171,86	77232,04
DISMINUCIÓN/AUMENTO NETO DEL EFVO	2939,82	-221661,18
CAUSAS DE LAS VARIACIONES DEL EFVO		
<u>Actividades Operativas</u>		
Ganancia Ordinaria del Ejercicio	328896,31	263685,1
AJUSTE EN ACTIVIDADES OPERATIVAS		
Depreciación de Bienes de Uso	64056,09	67530,69
Constitución Previsión para despidos	0	6969,43
Utilización previsión para despidos	0	0
Ganancia Ordinaria del Ejerc. Ajustada	392952,4	338185,22
<u>Cambios en los activos y pasivos operativos</u>		
Aumento en Créd. Por Ventas	-173818,64	-415645,32
Disminución/Aumento en otros créd.	-17856,69	17571,48
Aumento en Bienes de Cambio	-256553	-219768,09
Sin Variación/Disminución en otros activos	0	0
Aumento en edudas comerciales	-494692,93	200244,75
Aumento/Disminución en deudas bancarias y financ.	61238,24	224587,82
Aumento en deudas fiscales	5360,48	7590,05
Aumento en deudas sociales	42173,24	6032,81

Disminución/Aumento en otras deudas	595451,18	-144244,4
Total Cambios Operativos	-238698,12	-323630,9
Pago de Honorarios Directores	-46000	-43000
Pago de Dividendos en efectivo	0	0
Pago Impuesto a las Ganancias	-95863,71	-78629,08
Aporte p/futuro aumento de Capital	0	0
Flujo Neto de Efvo. Generado por activ. operativas	12390,57	-107074,76
<u>Actividades de Inversión</u>		
Pagos por compra de Bienes de uso	-8153,6	-114586,42
Ajuste Bienes de Uso	-1297,15	0
Flujo Neto de Efvo. Generado por activ. de Inv.	-9450,75	-114586,42
<u>Actividades de Financiación</u>		
No existen		
DISMINUCIÓN/AUMENTO NETA DEL EFVO.	2939,82	-221661,18

Notas a los Estados Contables

2.1. Caja y Bancos

La composición al cierre es la siguiente:

Caja	\$ 424,29	
Banco Nación Cta. Cte.	\$ 52.427,42	
Banco Galicia Cta. Cte.	\$ 1.460,01	
Banco de la Prov. de Cba. Cta. Cte.	\$ 25.860,14	
		\$ 80.171,86

2.2. Créditos

La composición al cierre es la siguiente:

Deudores por ventas	\$ 1.708.782,75	
Deudores en Gestión Judicial	\$ 20.368,62	
Tarjetas a cobrar	\$ 95.819,43	
		\$ 1.824.970,80

Otros Créditos

Anticipo Imp. a las Gcias.	\$ 49.282,00	
Pago a cta. Imp. s/Créd.	\$ 791,64	
Retenciones Imp. A las Gcias.	\$ 18.180,76	
Retenciones Ing. Brutos pendientes	\$ 19.505,62	
Retenciones IVA pendientes	\$ 11.002,64	
anticipo directores	\$ 6.478,35	
		\$ 105.241,01

2.3. Bienes de Cambio

La composición al cierre es la siguiente:

Existencias varias	\$ 1.285.727,00	\$ 1.285.727,00
--------------------	-----------------	------------------------

2.4. Deudas Comerciales

La composición al cierre es la siguiente:

Proveedores	\$ 230.888,61	
Valores diferidos de oblig. Comerciales	\$ 732.218,92	
Acreditaciones pendientes de proved.	\$ 44.920,38	
		\$ 1.008.027,91

2.5. Deudas Bancarias y Financieras

La composición al cierre es la siguiente:

obligaciones a pagar bancarias	\$ 354.805,23	\$ 354.805,23
--------------------------------	---------------	----------------------

2.6. Deudas Scoiales

La composición al cierre es la siguiente:

suss	\$ 21.030,17	
otras cargas	\$ 4.024,96	
sueldos a pagar	\$ 67.180,92	
		\$ 92.236,05

2.7. Deudas por Cargas Fiscales

La composición al cierre es la siguiente:

iva	\$ 1.831,25	
imp a los IIBB	\$ 11.138,41	
municipalidad tasa ind y com	\$ 2.596,96	
impuestos a las ganancias	\$ 95.863,71	
		\$ 111.430,33

2.8. Otras Deudas

La composición al cierre es la siguiente:

Cta Cte Accionistas y Directores:		
Saab de Cúneo Mónica	\$ 196.672,15	
Cúneo Carlos Ap. Ext.	\$ 353.691,66	
otros	\$ 491.857,06	
		\$ 1.042.220,87

2.9. Result. Financ. Y por Tenencia

Generados por Activos y Pasivos:

Intereses pagados	\$ 31.412,08	\$ 31.412,08
-------------------	--------------	---------------------

2.10. Otros Ingresos

La composición al cierre es la siguiente:

Ingresos Varios	\$ 12.304,61	\$ 12.304,61
-----------------	--------------	---------------------

ESTADO DE EVOLUCIÓN DEL PATRIMONIO NETO AL 30 DE SEPTIEMBRE DE 2010

RUBROS	APORTES			RDOS. ACUMUL.		TOTAL PN	TOTAL PN
	Cap. Sucripto	Aj. al Cap.	Ap. P Futuros aum de cap.	Gan. Reserv/ RL	RNA	30/09/2010	30/09/02009
Saldos al inicio del Ejercicio	50.000,00	106.896,39	235.000,00	31.379,28	317.002,30	740.277,97	598.221,95
Dist. Utilidad s/Acta N°15 del 07/02/2009:							
Honorarios Directores					-46.000,00	-46.000,00	-43.000,00
Dividendos en Efectivo							
Saldos después de dist. Utilidad	50.000,00	106.896,39	235.000,00	31.379,28	271.002,30	694.277,97	555.221,95
Capitalización de Saldo							
Ganancia del Ejercicio					233.032,60	233.032,60	185.056,02
Saldos al cierre del Ejercicio	50.000,00	106.896,39	235.000,00	31.379,28	504.034,90	927.310,57	740.277,97

ANEXO II
BIENES DE USO

RUBROS	VALOR AL INICIO	AUMENTO O DISMINUCION	VALOR AL CIERRE	AMORTIZACIONES				VALOR RESIDUAL AL CIERRE
				ACUM AL INICIO	BAJAS DEL EJERCICIO	DEL EJERCICIO	ACUM AL CIERRE	
INSTALACIONES CASA CENTRAL	200891,4	0	200891,4	-95200,14	0	-9992,88	-105193,02	95698,38
INSTALACIONES CALZADOS	83286,35	0	83286,35	-44255,31	0	-5575,85	-49831,16	33455,19
MUEBLES Y UTILES C CENTRAL	338511,13	8153,6	346664,73	-247844,72	0	-24893,71	-272738,43	73926,3
M Y UTILES CALZADOS	57258,83	0	57258,83	-54549,4	0	-1329,2	-55878,6	1380,23
RODADOS Y EQ DE TRABAJO	11322,31	0	111322,31	-22264,45	0	-22264,45	-44528,9	66793,41
TOTALES	691270,02	8153,6	699423,62	-464114,02	0	-64056,09	-528170,11	271253,51

ANEXO IV

PREVISIONES AL 30 DE SEPTIEMBRE DE 2009

Rubros	Saldo al comiendo del ejerc.	Aumentos	Disminuciones	Saldo al finalizar el ejerc.
INCLUIDAS EN EL PASIVO				
Previsión p/ despidos	31.333,21	0,00	0,00	31.333,21

ANEXO VI

COSTO DE MERCADERÍAS VENDIDAS

Existencia Inicial	\$ 1.029.174,40
Compras del Ejerc.	\$ 3.880.332,52
Existencia Final	-\$ 1.285.727,00
CMV	\$ 3.623.779,92

ANEXO VII

Información sobre Rubros de Gastos y su aplicación art. 64 inc. B Ley 19.550 al 30 de Septiembre de 2009

RUBROS	TOTAL	GTOS COM.	GTOS ADM.	OTROS GTOS
Sueldos	461.123,66	409.123,66	52.000,00	
Cargas Sociales	122.073,62	105.606,85	16.466,77	
Asign. No remuner.	237.324,04	237.324,04		
Alquileres	90.030,17	90.030,17		
Envases y embalajes	31.399,33	31.399,33		
Teléfono	16.987,36	16.987,36		
Energía Eléctrica	46.430,32	46.430,32		
Imp. s/ventas	266.816,85	266.816,85		
Tasas y Servicios	6.503,88	6.503,88		
cer.bell inf. Comerciales	568,00	568,00		
Mantenimiento PC	11.133,53	11.133,53		
gas	584,57	584,57		
Mantenimiento Edificio	45.942,09	45.942,09		

Fletes	48.587,87	48.587,87		
servicios de seguridad	4.500,00	4.500,00		
Gtos. Representación	15.394,13	15.394,13		
Premios a clientes	6.512,82	6.512,82		
Public. Y prop.	163.536,59	163.536,59		
Mantenimiento rodados	39.086,78	39.086,78		
Viáticos y movilidad	3.127,01	3.127,01		
Ds. Incobrables	3.937,44	3.937,44		
Papelería e Impresos	32.561,23		32.561,23	
Honorarios Legales	25.244,96		25.244,96	
Seguro	13.764,00		13.764,00	
serv de emerg medicas	2.097,54		2.097,54	
serv de internet	796,67		796,67	
Amort. Bs de Uso	64.056,09		64.056,09	
cer.bell cta social	510,00		510,00	
Contribuciones otorgadas	911,21		911,21	
Gtos Vs Tramitación	600,00		600,00	
Comis. Y gtos Tj.	129.878,13			129.878,13
Gtos. Bancarios	10.788,13			10.788,13
Imp. Déb. Y Créd.	28.566,98			28.566,98
Gastos Varios	26.196,54	26.196,54		
TOTALES	1.957.571,54	1.579.329,83	209.008,47	169.233,24