

Tema-Pregunta

¿Puede la implementación de una pasarela de pagos propia en Tarjeta Naranja mejorar la experiencia del cliente y aumentar la rentabilidad, en un contexto de alta competencia en medios de pago digitales?

Objetivo/s

Implementar una pasarela de pagos propia de Tarjeta Naranja para ecommerce que permita:

- * Mejorar la experiencia de compra del cliente.
- * Incrementar las ventas y la rentabilidad un 10% para diciembre de 2025.
- * Fortalecer la fidelización y diferenciación de marca.
- * Optimizar la eficiencia operativa y reducir costos.



Método - Marco teórico

Se aplicó una metodología cualitativa y estratégica, con herramientas como:

Análisis PESTEL, FODA, Cadena de Valor y Matriz BCG. Enfoque de desarrollo de producto según la Matriz de Ansoff. Fundamentos teóricos de Kotler, Drucker, David y Trujillo. Evaluación financiera mediante VAN, TIR y ROI. El proyecto se estructuró en tres planes de acción y se gestionó con herramientas como CRM, Trello y consultoría externa.

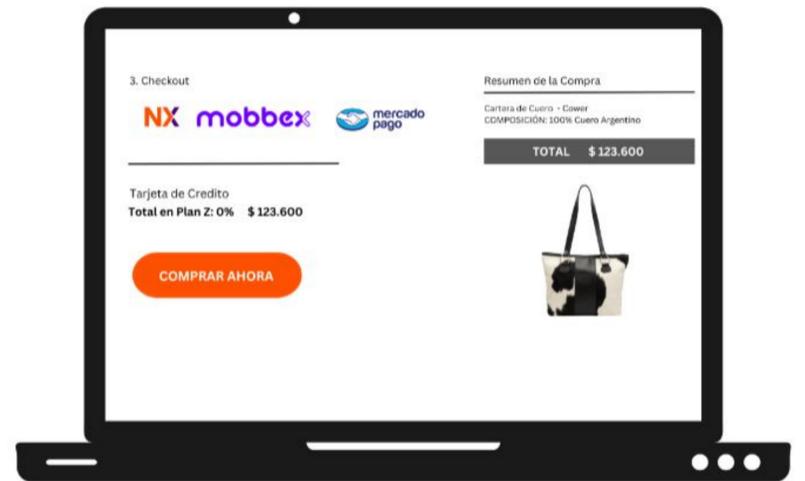
Referencias bibliográficas

Cace. (5 de Abril de 2024). Obtenido de <https://cace.org.ar/estadisticas/#:~:text=Durante%202023%2C%20se%20sumaron%20al,compradores%20online%20a%2023.247.989>.

Kotler, Philip y Armstrong, Gary. (2013). Fundamentos del Marketing. En P. y. Kotler, Fundamentos del Marketing (págs. 37-63). Mexico: Pearson Educacion.

Naranja, T. (2020). Balance 2020. Córdoba.

PROPUESTA



Durante el primer semestre de 2024



Peso del canal online sobre total de ventas (15% en MID 23).

Discusión

Tarjeta Naranja opera en un entorno altamente competitivo, con clientes volátiles frente a múltiples opciones de pago. La empresa cuenta con una estructura sólida, presencia nacional y cultura de innovación. Apostar al desarrollo de una solución propia le permitiría ofrecer mayor seguridad, eliminar intermediarios, mejorar el control operativo y adaptarse a las tendencias del mercado fintech, con foco en la transformación digital y la sostenibilidad.

Principales resultados

El flujo de fondos proyectado muestra un VAN positivo de \$39.998.632, una TIR del 224% y un ROI de 152.85.

Se espera una mejora del 80% en la eficiencia de pagos, y un aumento del 10% en ventas y cartera de clientes.

Profesionalización del 100% del equipo de postventa en el uso de la nueva plataforma.

Viabilidad y alta rentabilidad del proyecto en un plazo de 2 años.

Primer semestre de 2024:
+ \$ 8 Billones
El comercio en línea registró una facturación.



Comparación con la primera mitad de 2023.