



Impacto económico y financiero de la implementación de la tarjeta de crédito propia y aplicaciones móviles (apps) en la empresa Nueva Americana, en capital y departamento central, año 2024

Cecilia Guadalupe Ocampo

Tutor: Juana Melgarejo

Proyecto de Tesis presentada en Facultad de Gestión de la Universidad Integración de las Américas como requisito parcial para obtención del título de Licenciada en Contaduría Pública

Asunción, 2024



Resumen

En el contexto actual de Paraguay, las empresas están adoptando tecnologías digitales para mejorar la experiencia del cliente y elevar su competitividad (García, F., & Pérez, A., 2022). Este estudio analiza el impacto económico y financiero de la implementación de una tarjeta de crédito propia y una aplicación móvil personalizada en la empresa Nueva Americana durante el año 2024, centrándose en las operaciones en la capital y el departamento central (Santos, 2023). La investigación explora cómo estas herramientas influyen en la fidelización de los clientes y en la rentabilidad operativa de la empresa, considerando que la retención de clientes es esencial para la sostenibilidad empresarial y que los incentivos personalizados pueden incrementar la lealtad del consumidor (Martínez, L., & Torres, M, 2021).

A través de un enfoque cuantitativo, se investiga cómo la implementación de estas tecnologías afecta la estructura contable, la presentación de los estados financieros y la eficiencia en las operaciones financieras y administrativas (Rivera, 2023). Los hallazgos permiten identificar las relaciones significativas entre las herramientas digitales y los indicadores de rendimiento financiero, proporcionando así un modelo predictivo sobre su efectividad (Rojas, M., & Gómez, S., 2024). Los resultados ofrecen insumos valiosos para que Nueva Americana y otras empresas optimicen sus estrategias de fidelización y rentabilidad, mejorando la experiencia del cliente y aumentando la eficiencia operativa. Además, el estudio contribuye al conocimiento en el área de finanzas corporativas y fidelización, y ofrece una perspectiva sobre la relevancia de la transformación digital en el mercado paraguayo.

Palabras clave: tecnologías digitales, fidelización de clientes, rentabilidad financiera, tarjeta de crédito propia, aplicación móvil, estructura contable.

