



UNIVERSIDAD ECOTEC

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

Título del Trabajo:

Proceso de Implementación de Medios de Pagos Electrónicos en Almacenes
CREDIHOGAR de la ciudad de Guayaquil.

Línea de Investigación:

Desarrollo Empresarial e Innovación

Modalidad de Titulación

Examen Complexivo

Nombre de la Carrera

Licenciatura en Administración de Empresas

Título a Obtener

Lcdo. en Administración de Empresas con énfasis en Gestión Empresarial

Nombre del Autor

Baltazar Fuela Valdez

Nombre del Tutor

Mgtr. Diego José Donoso Vargas

Samborondón, 2023

CERTIFICADO DEL PORCENTAJE DE COINCIDENCIAS

Habiendo sido nombrado PhD. **Diego José Donoso Vargas**, tutor del trabajo de titulación: **Proceso de Implementación de Medios de Pagos Electrónicos en Almacenes CREDIHOGAR de la ciudad de Guayaquil**. Elaborado por **Baltazar Fuela Valdez** con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de **Lcdo. en Administración de Empresas con énfasis en Gestión Empresarial**.

Se informa que el mismo ha resultado tener un porcentaje de coincidencias del (3%), mismo que se puede verificar en el print de pantalla a continuación:



CERTIFICADO DE ANÁLISIS
magister

EXAMEN COMPLEXIVO FUELA BALTAZAR COMPLETO FINAL

3% Similitud

4% Texto entre comillas
2% Idéntico a referencias

Numero de palabras: 13,505
Numero de caracteres: 85,264

Nombre del documento: EXAMEN COMPLEXIVO FUELA BALTAZAR COMPLETO FINAL.docx
ID del documento: E75c43af1c48b6716019c11347c712dc0fa79
Tamaño del documento original: 5.56 MB

Depositar: DIEGO JOSÉ DONOSO VARGAS
Fecha de depósito: 10/07/2023
Tipo de carga: manual
Fecha de fin de análisis: 10/07/2023

Ubicación de los similitudes en el documento

≡ Fuentes

Fuentes principales detectadas

Nº	Descripción	Similitud	Ubicaciones	Datos adicionales
1	similitud registrada en el documento	< 1%		
2	similitud registrada en el documento	< 1%		
3	similitud registrada en el documento	< 1%		
4	similitud registrada en el documento	< 1%		
5	similitud registrada en el documento	< 1%		

Página 1 de 19



FIRMA DEL TUTOR
PhD. **Diego José Donoso Vargas**



ANEXO N°16

**CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR PARA LA PRESENTACIÓN DEL
TRABAJO DE TITULACIÓN CON INCORPORACIÓN DE LAS OBSERVACIONES
DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL**


Samborondón, 22. de agosto de 2023

Magister
Ana María Gallardo
Decana de la Facultad
Ciencias Económicas y Empresariales
Universidad Tecnológica ECOTEC

De mis consideraciones:

Por medio de la presente comunico a usted que el trabajo de titulación TITULADO: Proceso de Implementación de Medios de Pagos Electrónico en Almacenes CREDIHOGAR, en la ciudad de Guayaquil, según su modalidad EXAMEN COMPLEXIVO; fue revisado y se deja constancia que el estudiante acogió e incorporó todas las observaciones realizadas por los miembros del tribunal de sustentación por lo que se autoriza a: **Fueta Valdez Baltazar**, para que proceda a la presentación del trabajo de titulación para la revisión de los miembros del tribunal de sustentación y posterior sustentación.

ATENTAMENTE,


Mgtr/ PhD., Diego Jose Donoso Vargas
Tutor(a)



ANEXO N° 14

**CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR PARA LA PRESENTACIÓN A
REVISIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Samborondón, 10 de julio de 2023

Magister
Mónica Armijos Santos
Coordinadora Académica
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Universidad Tecnológica ECOTEC

De mis consideraciones:

Por medio de la presente comunico a usted que el trabajo de titulación TITULADO: Proceso de Implementación de Medios de Pagos Electrónicos en Almacenes CREDIHOGAR de la ciudad de Guayaquil, según la modalidad **Examen Complexivo**; fue revisado, siendo su contenido original en su totalidad, así como el cumplimiento de los requerimientos establecidos en la guía para la elaboración del trabajo de titulación, Por lo que se autoriza a: **Fuela Valdez Baltazar**, para que proceda a su presentación para la revisión de los miembros del tribunal de sustentación.

ATENTAMENTE,


Mgtr/ PhD. PhD **Diego José Donoso Vargas**
Tutor(a)

Dedicatoria

Le dedico el resultado de este trabajo a la empresa Comdeltro S A. a mi familia. Especialmente, a mis padres, esposa e hijos donde el apoyo moral y espiritual nunca ha faltado, además, donde tuvimos momentos buenos y los momentos complejos, es allí donde nos enseñó la vida a enfrentar los retos y nos instruyó a cruzar las dificultades y perder el miedo y no morir en el intento, más bien a triunfar.

A lo largo de mi vida he aprendido a ser la persona que soy, mis principios, y mis valores, la perseverancia que nos inculcaron soy el resultado de hoy. Toda esta Indivisible dosis es el aporte para la formación de mi vida.

Además, quiero dedicarle este trabajo a mi esposa Beatriz, hijos Josué y Joao. Por la paciencia, y por la comprensión, por tu amor, ya que por ocupar en el estudio he quitado el tiempo necesario a ustedes, donde no he podido brindar el tiempo necesario con la salida de las vacaciones y disfrute en los fines de semana, por lo tanto, pido perdón por dedicar el tiempo limitado como esposo o padre, Nunca dejaré de estar agradecido por la comprensión.

He llegado al final, espero que este trabajo sea útil para nuestra empresa y hacer frente a este nuevo reto y mejorar continuamente en la innovación tecnológica y poder continuar a un crecimiento de la empresa apoyando a las familias que depende de nuestra empresa familiar y por último aportando al desarrollo económico para el país.

Agradecimiento

En primer lugar, quiero expresar el agradecimiento al Dios todo poderoso, por permitirnos a llegar a esta etapa de estudio y por dar la fuerza necesaria para poder terminar mis estudios, a pesar de tener mis 49 años de vida, ya que en el trayecto de esta carrera he enfrentado muchas dificultades, pero no me he rendido, igualmente quiero expresar un agradecimiento al, Mgtr. Diego José Donoso Vargas, en la cual nos ha guiado para poder elaborar el presente trabajo y por su apoyo incondicional que nos ha brindado.

En lo general, gracias a la universidad y a mis profesores por permitirnos e instruirse de ustedes como profesor que me han impartido el conocimiento sin condiciones, estoy seguro de que nos ayudara para el resto de la vida que tengo a valorar y aplicar las enseñanzas y, por último, convertir en un ejemplo en la sociedad como estudiante, recordare por siempre los mejores momentos, olvidando los peores, que he pasado a lo largo de la carrera universitaria.

Por lo consiguiente, gracias a mi familia, en especial a mi esposa e hijos, donde ellos han sido la inspiración de continuar y luchar con mi carrera, estoy seguro de que he dejado una huella y un ejemplo a mis hijos, y al resto de mi familia y a la sociedad, la tarea de agradecer no me es fácil expresar el agradecimiento a todas aquellas personas que ha sido una ayuda, donde de una manera u otra hicieron algo tangible.

No quisiera concluir sin agregar a mis compañeros del aula, donde brindaron el apoyo moral, e intercambio de ideas en el proceso aprendizaje, ya que esto significa mucho para mí y tener presente en mi vida.

A todos, muchas gracias

Resumen

Los medios de pago electrónico representan una opción hacia la innovación y transformación que permite a los usuarios realizar sus transacciones o pagos de forma rápida y segura. En este sentido, en el presente estudio se proporciona un análisis con respecto a la propuesta de implementación de un medio de pago electrónico como estrategia de innovación tecnológica y de mejora en la eficiencia de los procesos de recaudación o pago de las ventas a crédito efectuadas por almacenes Credihogar de la ciudad de Guayaquil. Para lo cual, se emplea metodología con un enfoque cuantitativo-cualitativo, con investigación de tipo descriptiva y el método descriptivo-exploratorio. En el caso de la muestra, está conformada por 150 clientes actuales de la empresa, a quienes se le aplica una encuesta y una entrevista dirigida al propietario. Entre los principales resultados se tienen, que, en su mayoría con más del 50% los clientes encuestados consideran que la implementación de un nuevo medio de pago electrónico podría generar una mayor eficiencia y haría mucho más ágil las recaudaciones o pagos de las ventas a crédito de almacenes Credihogar y esto ayudaría a expandirse hacia nuevos mercados en el país. Asimismo, en la entrevista se pudo constatar que para el propietario resulta muy importante la innovación tecnológica para satisfacer a sus clientes, mejorar la rentabilidad de la empresa y expandirse hacia nuevos mercados.

Palabras claves: *medios de pago, innovación tecnológica, pago electrónico, recaudación, ventas a crédito.*

Abstract

Electronic payment methods represent an option towards innovation and transformation that allow users to carry out their transactions or payments quickly and safely. This study includes the analysis of the implementation process of an electronic payment method as a strategy of technological innovation and improvement in the efficiency of the processes of collection or payment of credit sales made by Credihogar stores in the city of Guayaquil. For which, a methodology with a quantitative-qualitative approach is used, with descriptive research and the descriptive-exploratory method. In the case of the sample, it is made up of 150 current clients of the company, to whom a survey and an interview directed to the owner are applied. Among the main results are that most of the clients surveyed 50% consider that the implementation of a new electronic payment method could generate greater efficiency and would make the collections or payments of credit sales of Credihogar stores much more agile and this It would help to expand into new markets in the country. Likewise, in the interview it was possible to verify that technological innovation is very important for the owner to satisfy his clients, improve the profitability of the company and expand into new markets.

Keywords: *means of payment, technological innovation, electronic payment, collection, credit sales.*

Índice

Introducción.....	1
Planteamiento del problema.....	4
Formulación del problema.....	5
Objetivos.....	6
Objetivo General.....	6
Objetivos específicos.....	6
Justificación.....	6
Desarrollo de la investigación.....	8
Capítulo I: Revisión de Literatura.....	8
1.1. Definición de Venta.....	9
1.2. Tipos de ventas.....	10
1.3. Tipos de ventas por su forma de pago.....	10
1.4. Definición de Crédito.....	11
1.5. Importancia del Crédito.....	12
1.6. Sistema de Crédito.....	13
1.7. Función del Crédito en las empresas.....	13
1.8. Procesos de Recaudación de ventas a crédito.....	14
1.9. Factores de riesgos de las ventas a créditos.....	17
1.10. Ventajas o beneficios de las ventas a crédito.....	18
1.11. Medios de pago.....	19
1.12. Pagos electrónicos.....	20
1.13. Comercio Electrónico.....	21
1.15. Aplicación móvil.....	22

Capítulo II: Método de Investigación	25
2.1. Enfoque de la Investigación	26
2.2. Tipo de Investigación.....	26
2.3. Periodo y lugar donde se desarrolla la investigación.....	27
2.4. Universo y muestra de la investigación	27
2.4.1. Universo o población:	27
2.4.2. Muestra:	27
2.4.3. Muestreo:	28
2.5. Criterios de inclusión y exclusión.....	28
2.6. Métodos empleados:	29
2.6.1. Técnicas de recolección de datos	29
2.6.2. Instrumentos de recolección de datos	30
Capítulo III: Análisis de Resultados	31
3.1. ANÁLISIS DE LAS TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN EMPLEADAS EN LA INVESTIGACIÓN	32
3.1.1. ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA REALIZADA AL GERENTE DE ALMACENES CREDIHOGAR	33
3.1.2. ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A LOS CLIENTES DE ALMACENES CREDIHOGAR	38
3.2. PROPUESTA.....	46
3.2.1. Título de la Propuesta	46
3.2.2. Objeto de la Propuesta.....	46
3.2.3. Justificación de la propuesta	46
3.2.4. Beneficiarios	46
3.2.5. Descripción de la propuesta:	47

Conclusiones.....	50
Referencias y bibliografía.....	51
Anexos	56

Índice de Tabla:

Tabla 1. Frecuencia que compra a crédito en almacenes Credihogar.....	38
Tabla 2. Está cancelando una compra a crédito almacenes Credihogar.....	39
Tabla 3. Ha tenido inconveniente al momento de cancelar en efectivo sus pagos....	40
Tabla 4. Cómo es el servicio proporcionado por almacenes Credihogar a sus clientes al momento de cancelar sus pagos.....	41
Tabla 5. Le gustaría que almacenes Credihogar implemente un medio de pago que sea más ágil y sencillo para sus clientes	42
Tabla 6. La implementación de un medio de pago electrónico sería una buena opción para los clientes de almacenes Credihogar.....	43
Tabla 7. Ha utilizado en otras entidades un botón de pago para realizar la cancelación de sus pagos en línea	44
Tabla 8. Utilizaría un botón de pago para realizar la cancelación de sus obligaciones en línea.....	45

Índice de Figuras:

Figura 1. Organigrama de almacenes CREDIHOGAR.....	32
Figura 2. Frecuencia que compra a crédito en la almacenes Credihogar	38
Figura 3. Está cancelando una compra a crédito en almacenes Credihogar	39
Figura 4. Ha tenido inconveniente al momento de cancelar en efectivo sus pagos .	40
Figura 5. Cómo es el servicio proporcionado por almacenes Credihogar a sus clientes al momento de cancelar sus pagos	41
Figura 6. Le gustaría que almacenes Credihogar implemente un medio de pago que sea más ágil y sencillo para sus clientes.....	42
Figura 7. La implementación de un medio de pago electrónico sería una buena opción para los clientes de almacenes Credihogar	43
Figura 8. Ha utilizado en otras entidades un botón de pago para realizar la cancelación de sus pagos en línea	44
Figura 9. Utilizaría un botón de pago para realizar la cancelación de sus obligaciones en línea	45

Introducción

En la presente investigación se va a abordar el tema denominado Proceso de implementación de medios de pagos electrónicos en almacenes CREDIHOGAR de la ciudad de Guayaquil. Si bien, el objetivo principal de este estudio consiste en lograr la eficiencia en los procesos de recaudación de ventas a crédito en la entidad comercial señalada, mediante la implementación de un medio de pago electrónico que facilite a los clientes la cancelación de los adeudos contraídos con la empresa.

Para Jordán Sánchez (2011), las empresas entienden que la innovación es una mejora de la actividad empresarial a través de cambios ya sean, en su modelo de negocio, en sus procesos, su organización, sus productos o servicios con el propósito de lograr una mayor efectividad y posicionamiento en el mercado, considerando esto, en la actualidad las empresas deben mejorar e innovar continuamente sus servicios para satisfacer a sus clientes, y de esta forma, incrementar sus ventas.

Cabe recalcar que, a raíz de la pandemia, los ciudadanos empezaron a confiar más en los medios de pago electrónicos disponibles, puesto que se tuvo un crecimiento de un 35% en el número de transacciones por pagos interbancarios, para el periodo comprendido entre mayo a septiembre del año 2020, a su vez, se redujo el uso de las tarjetas de crédito, en tanto que las de débito aumentó. Cabe recalcar, que, para el mismo año, cerca del 55% de la población no disponía de acceso al servicio de internet, por lo que, se debe reducir dicha brecha, para fomentar el desarrollo de los medios de pago electrónico en el país (Subgerencia de Servicios (BCE), 2020). Desde esta perspectiva, los medios de pagos electrónicos representan una opción innovadora para optimizar los procesos de recaudación de las ventas de las empresas, asimismo, estos medios electrónicos permitirán a los clientes realizar transacciones de manera instantánea y sin restricciones desde la comodidad de su hogar o desde cualquier lugar del país en el que se encuentren.

CREDIHOGAR es el nombre comercial de la empresa que tiene como razón Social Comdeltro S.A, esta entidad en estudio es un tipo de sociedad anónima y pertenece al sector terciario, el mismo que está formado por las actividades de comercialización, es decir, que brinda servicios, por lo tanto, es evidente que la mencionada empresa pertenece al sector de servicios y dentro de los servicios que oferta a sus clientes se destaca la venta de electrodomésticos, aparatos tecnológicos y demás artículos para el hogar con precios al contado y a crédito.

Por otro lado, respecto a la situación del mercado es preciso señalar que las tendencias del mismo son muy variantes, es decir, estas pueden ser positivas o negativas. Dentro de los factores negativos que pueden afectar el giro del negocio se puede citar la inseguridad del país (siendo el tercer país con mayor tasa de robo, con un 43% en los primeros meses de 2022) (EL UNIVERSO, 2022), la inestabilidad política, la falta de plazas de trabajo (tasa de desempleo 3,2%) (INEC, 2023) entre otros. Mientras que, dentro de los factores positivos cabe citar que el mercado de electrodomésticos ha variado de forma creciente en la utilización de las nuevas tecnologías.

Hoy en día las empresas que venden electrodomésticos han implementado medios digitales para la compra y pagos en línea de sus clientes, además cabe señalar que los consumidores se encuentran enfocados en la compra de productos inteligentes, lo cual, ha provocado un incremento de la demanda de artículos como: refrigeradores, televisores, aires acondicionados, lavadoras, entre otros. Si bien, se estima que la tendencia de compra en línea de electrodomésticos en 2021 fue de un 32%, y a pesar de que en 2022 bajó a un 30%, este sector ha tenido mucha aceptación y crecimiento significativo gracias al comercio electrónico. (CECE & UEES, 2022)

Entonces, en virtud de lo mencionado se considera necesario el desarrollo de la presente propuesta, debido a que existe la necesidad de actualizarse y profundizar en el mundo digital con el propósito de facilitar la dinamización de la actividad

económica de la empresa. Entonces considerando que es de vital importancia innovar constantemente, ya que la tecnología avanza cada vez más, y las personas van optando por usar las nuevas tecnologías, debido a que esta facilita la vida, ahorra tiempo y dinero, es preciso señalar que la evolución e implementación de pagos digitales son cada vez más vistos y estos van reemplazando los pagos en dinero físico, de hecho, los pagos digitales o en línea no solo benefician a las empresas, sino también a las personas, es decir, a la sociedad en general, dado a que la mayoría de las personas puede abrir una cuenta bancaria e ingresar al mundo de la virtualidad y participar en los sistemas financieros formales.

Por otro lado, las empresas han optado por la digitalización por seguridad y sobre todo por la agilidad, ya que cada vez más los pagos de los salarios y los pagos a proveedores se acreditan mediante una transferencia a través de medios electrónicos, facilitando la inclusión en el mundo de sistema de digitalización y automatización, el usuario o acreedor solo con un mensaje de texto llega saber si ya se acreditaron o no sus sueldos o pagos.

Por esta razón, es que el almacén Credihogar busca dar apertura a la transformación e innovación y para esto apuesta por la tecnología ya que se ha propuesto invertir en la implementación de un nuevo medio de pago digital para que sus clientes puedan realizar la cancelación de sus compras a crédito desde cualquier lugar geográfico del país, dejando de lado del método convencional y dando paso al pago electrónico, para así de esta forma, incrementar las ventas, ahorrar tiempo y mejorar los niveles de productividad en la empresa.

Planteamiento del problema

En la actualidad, Useche et al (2021) señalan que luego de la pandemia Covid-19, las empresas enfrentan el desafío hacia la innovación y mejora tecnológica, debido a los cambios inesperados que esta trajo consigo en el mundo de los negocios, mismos que se han visto obligados a trasladarse del modelo tradicional a un nuevo modelo que implica ajustarse a las exigencias del mercado, en respuesta a la nueva realidad que se vive.

En este contexto, los clientes se han vuelto mucho más exigentes en cuanto a la búsqueda de un producto o servicio que satisfagan sus necesidades, optando por hacer comparaciones y así elegir la mejor opción, que cumpla con sus requerimientos; buenas características del producto/servicio, que satisfaga sus necesidades, facilidades de pagos, etc. Es así, que empresas internacionales como: Amazon, eBay, JD.com, Alibaba, entre otras, han optado por ofrecer sus productos/servicios por medio de medios electrónicos, ofreciendo a sus clientes una experiencia única de compra en línea desde el lugar donde se encuentren y con formas de pagos fáciles y rápidas (Tejeda, 2020).

De esta forma, estas empresas han logrado destacarse debido a las innovaciones en sus procesos de ventas en línea aplicadas en sus modelos de negocio. En este sentido, se estima que alrededor del 90% de los consumidores a nivel mundial compraron en línea al menos una vez al año (Orús, 2023). Por su parte, cerca del 40% de ecuatorianos han realizado compras en línea al menos una vez al mes y el 26% una vez por semana en 2022 (Ecuavisa, 2022). En este sentido, se evidencia que cada vez son más las personas que se muestran dispuestas a realizar sus compras a través de plataformas digitales ya que con los dispositivos móviles pueden realizar todo tipo de pagos móviles de forma rápida y mucho más segura, puesto que esto resulta un panorama innovador para los clientes actuales.

Por su parte, se indica que en algunos de los procesos de recaudación de ventas a crédito realizados por almacenes CREDIHOGAR, han tenido deficiencias al momento de recaudar los pagos efectuados por los clientes, debido a que cerca del 30% de las recaudaciones presentan retrasos, incumplimientos o deficiencias en los medios de pagos empleados. Es necesario además recalcar, que la empresa no cuenta con un sistema de pago electrónico que facilite y agilice los pagos de ventas a crédito realizados por sus clientes, por lo que resulta necesario establecer soluciones técnicas competitivas que permitan la agilización de este proceso.

Hay que señalar que, aunque el almacén cuenta con diversas formas de pago como: pagos en efectivo, con tarjeta, transferencias o depósitos bancarios, la mejor solución a dicho problema resulta ser, el diseño e implementación de un botón de pago en línea dentro de un modelo de comercio electrónico cuya integración permita a los usuarios mantener un entorno seguro, confiable, cómodo y sencillo en el cual, mediante sus dispositivos móviles puedan realizar todo tipo de pagos desde la App disponible. Entendiendo así, que la innovación tecnológica resulta ser una oportunidad de mejorar los procesos de recaudación de ventas a crédito, la rentabilidad y confianza por parte de los clientes de la empresa.

Formulación del problema

¿Cuáles son los beneficios del uso de medios de pago electrónicos desde la perspectiva de los consumidores de almacenes CREDIHOGAR de la ciudad de Guayaquil?

En este caso es preciso señalar que para medir la perspectiva de los consumidores se aplicarán encuestas de satisfacción a los clientes que han realizado compras a crédito en almacenes CREDIHOGAR. En el cuestionario se mostrarán diferentes opciones de respuestas que permitirán comprender la experiencia del

cliente desde que realiza la compra, hasta la forma en que difiere sus pagos y el medio empleado.

Objetivos

Objetivo General

- Proponer la Implementación de un medio de pago electrónico para mejorar la eficiencia en los procesos de recaudación de ventas a crédito de almacenes CREDIHOGAR de la ciudad de Guayaquil.

Objetivos específicos

- Analizar el entorno del comercio electrónico y los medios de pago digitales y su aplicación en las empresas.
- Determinar la situación actual de almacenes CREDIHOGAR de cara al proceso de innovación tecnología y las alternativas de transformación.
- Plantear el posible diseño de una Aplicación móvil para facilitar los pagos a crédito de los clientes de almacenes CREDIHOGAR.

Justificación

En la actualidad se vive en una época en la que las tecnologías de la información se encuentran a la orden del día en la mayor parte del planeta, esto gracias a Internet. En efecto, Internet, así como las diferentes aplicaciones que surgen alrededor de esta red de redes, proporciona una gigantesca cantidad de información y posibilidades.

Después de la pandemia del COVID-19, estas tecnologías han adquirido aún más relevancia y se han convertido en ya casi una herramienta imprescindible para muchas personas. No solo por el hecho de entretener o por el poder de comunicación que tienen, sino también por hacer la vida de los ciudadanos mucho más cómoda y segura.

Hoy en día el uso de los medios digitales en el campo empresarial es muy popular, la expansión de los mismos ha sido importante para que se propague el comercio electrónico. Al respecto, cabe señalar que, en los tiempos actuales de alta competitividad, uno de los procesos que ha adquirido cada vez mayor relevancia en las entidades comerciales es el de atención al cliente. Para el caso de las empresas del sector de servicios, como es el caso de almacenes CREDIHOGAR se trata de un proceso clave. El proceso de pago es determinante en este aspecto y es un factor que está directamente relacionado con el tiempo de atención.

Debido a lo señalado es que la implementación de un medio de pago electrónico mediante el uso de una aplicación móvil permite a la empresa proporcionar un mejor servicio y experiencia de pago a los clientes, ya que esta es una forma de pago fácil, sencilla, rápida y segura. Entonces, en virtud de lo señalado la realización de la presente investigación denominada “Proceso de Implementación de Medios de Pagos Electrónicos en almacenes CREDIHOGAR de la ciudad de Guayaquil” es importante debido a que brinda a los clientes de la empresa en cuestión un sin número de beneficios entre los que se destacan los siguientes:

- Permitirá que los usuarios que hayan adquirido una venta a crédito con la empresa puedan realizar sus pagos desde cualquier lugar geográfico del país.
- Los clientes podrán realizar sus pagos de forma fácil y sin pérdida de tiempo.
- Se incrementarán las ventas de la empresa, ya que, al ofrecer una nueva modalidad de pago Online, los servicios que ésta ofrece podrán extenderse a otros lugares del país, considerando que los clientes no van a tener que acudir hasta las instalaciones de la empresa a cancelar sus deudas, sino que ahora podrán hacerlo de manera fácil y sencilla desde el lugar dónde se encuentren.

Desarrollo de la investigación

Capítulo I: Revisión de Literatura.

1.1. Definición de Venta

Según la Real Academia Española (2020), el término venta proviene del latín “*vendĭta*” que es la acción o efecto de vender. Esto a su vez, se implica la transmisión de un bien o propiedad a alguien por el precio convenido o pactado.

De acuerdo con la American Marketing Association (2021):

“La venta es el proceso personal o impersonal por el que el vendedor comprueba, activa y satisface las necesidades del comprador para el mutuo y continuo beneficio de ambos, tanto del vendedor y el comprador” (p.12). Es decir, que en el proceso de venta intervienen dos individuos; vendedor y comprador y debe haber un acuerdo entre ambas partes, para que la venta sea considerada como tal.

La venta es una actividad comunicativa que consiste en la persuasión de un individuo conocido como “cliente potencial” con el propósito de que este, adquiera ya sea un producto o servicio que supla alguna necesidad que éste presente. (Sánchez, 2022). Es decir, que la venta consiste en lograr la persuasión del individuo que presenta una necesidad y para la cual el vendedor puede satisfacer o cubrir dicha carencia sea de un bien o servicio.

La venta entonces puede ser definida como la acción de efectuar un intercambio o transacción ya sea, de un producto o servicio entre dos o más individuos a cambio de un valor monetario en el cual, ambos se ven beneficiados de alguna forma, puesto que es importante enfatizar que mediante esta acción uno de los individuos se beneficia con el valor monetario y el otro con lo que adquirió producto dicha acción. En el caso de que uno de los individuos no se vea beneficiado por alguna razón específica, no puede considerarse como una venta.

1.2. Tipos de ventas

Para Bermúdez (2021), las ventas se clasifican en dos tipos: ventas directas y ventas indirectas, estas dependen de si se realizaron a través de intermediarios o sin estos.

Las ventas directas son aquellas que se efectúan sin necesidad de intermediarios, sino directamente entre vendedor y comprador, es decir, que no intervienen más individuos para llegar al cliente final, sino que se logra la venta directa y de forma concreta. Por ejemplo: una tienda de abastos vende de forma directa a sus clientes finales.

Las ventas indirectas son aquellas que para llevarse a cabo se necesita de otro individuo llamado intermediario, quien sirve de canal para llegar al cliente final, es decir, que se tiene en cuenta a un mediador en la distribución del bien o servicio que se vende al cliente final. Por ejemplo: una empresa que vende a través de sus empleados o mediante una página web, y hace uso de alguna otra empresa para hacer posible la venta o distribución del producto o servicio enajenado.

Para Pérez et al (2021), en la venta directa, las empresas utilizan su fuerza de ventas, porque consideran que la contratación de personal capacitado es importante para lograr ventas a clientes importantes, por su parte la motivación de este personal es relevante para asegurar esta fuerza de ventas. Por otro lado, los autores señalados manifiestan que, en la venta indirecta, se busca forjar relaciones con los clientes a través de los intermediarios, representantes que conocen bien el mercado y quienes reciben una comisión por cada venta realizada.

1.3. Tipos de ventas por su forma de pago

Todas las empresas buscan vender la mayor cantidad de productos/servicios, este es su fin principal sin duda alguna, puesto que a través de las recaudaciones por ventas es que logran aumentar su riqueza. Cuando se logra la venta, el cliente decidirá

la forma de pago por el bien o servicio adquirido. A continuación, de acuerdo con Chamba Vivero (2017), se presentan las formas de pagos más empleadas por las empresas:

Ventas al contado: Este tipo de venta puede ser, de forma directa o indirecta pero su pago es realizado en el momento en el que es entregado el producto/servicio al cliente final.

Venta a créditos: En esta venta, se da un plazo determinado para realizar el pago del bien/servicio luego de haberlo adquirido. El plazo puede ser escogido por el cliente, las cuotas y el interés por la deuda y el tiempo dado. (p.10)

1.4. Definición de Crédito

Se denomina crédito al desembolso de un valor monetario actual o transferencia de un bien o servicio, fundamentado en la confianza y recibiendo a cambio de un valor equivalente a futuro. A continuación, se presentará una definición más precisa:

Según Montaña (2010), señala que:

Se puede definir al crédito como aquella confianza otorgada a cambio de un valor, esta palabra es proveniente del vocablo latino CREDITUM, que significa, asentimiento, aceptación, aprobación, en otras palabras, es aceptar lo sugerido por un tercero. Es preciso resaltar que solo se otorga un crédito a aquellas personas a las que se les tiene confianza de que cumplirán con la obligación contraída. (p.12)

En base a la definición presentada es preciso señalar que en las empresas el crédito surge como resultado de incrementar las ventas de sus mercaderías, fidelizar un cliente y buscar nuevos, este es un medio equilibrado y con menor costo para tener recursos mediante los pasivos a corto plazo. En el caso de las empresas comerciales,

especialmente, el crédito es muy importante para acrecentar las ventas y captar nuevos clientes.

1.5. Importancia del Crédito

Según los autores Pinto et al (2016) señalan que entre los principales aportes del crédito se destaca el hecho de que este permite impulsar el consumo y la inversión en tres sectores importantes como son las familias, las empresas, y el gobierno, que por diversas razones tengan un financiamiento limitado. De esta forma, el crédito contribuye a la satisfacción de necesidades y eleva la calidad de vida de la ciudadanía.

En virtud de lo citado, es preciso indicar que el crédito es importante también para reactivar el sistema productivo del país. A continuación, se van a citar algunas formas:

Pinto et al (2016) mencionan las siguientes:

- Al momento de que el crédito produce un mayor consumo tanto público como privado se suscita
- la demanda de bienes y servicios, por lo tanto, se fortalece la producción de los mercados.
- Si el crédito incrementa la inversión privada, se promueve la capacidad de producción de las empresas y se favorece la productividad y el rendimiento de una determinada compañía o sector económico que cree diferentes fuentes de empleo.
- A medida que el crédito incrementa la inversión estatal, se crean también beneficios sociales como salud, educación, conectividad, entre otros, para favorecer a la ciudadanía.

1.6. Sistema de Crédito

Chávez Fernández (2018), presenta los diferentes sistemas de financiamiento, mismos que están dirigidos para cada tipo de cliente o para quien requiera de algún crédito, entre los cuales están:

Crédito directo: A través de este tipo de sistema, se conceden créditos a personas naturales, con la aceptación de letras de cambio.

Facturas por cobrar: son créditos que se confieren a corporaciones o A1 con excelente calificación en el sistema SBS (financiero y comercial).

Cheques diferidos: se tratan de créditos concedidos, respaldados mediante un título valor (cheque) direccionados a empresas que posean de forma básica, buenos movimientos en sus cuentas corrientes bancarias.

Letras de descuento: son créditos conferidos por medio de la aceptación de letras de cambio, para esto, la empresa solicitante convendrá en contar con buena información en el SBS y no tener reclamaciones de letras anteriores.

Tarjeta de crédito: se trata de básicamente de operaciones de venta con tarjeta de crédito.

1.7. Función del Crédito en las empresas

Como se ha mencionado con anterioridad al crédito se lo considera como un agente de producción y un medio de cambio, debido a que este incrementa las ventas. A continuación, se dará a conocer la función que tiene este dentro de las empresas.

Según la declaración de López (2005) indica que:

En términos comerciales, es la designación de crédito en la cuenta, este es un valor monetario que garantiza una promesa de pagos futuros conforme a la Ley

del Impuesto sobre la Renta y se trata como un crédito para determinar los ajustes anuales. El derecho del acreedor a obtener una suma de efectivo de otro deudor, incluidos los créditos obtenidos por una entidad de factoraje financiero, instrumentos de deuda de inversión de capital en una empresa de inversión y operaciones financieras derivadas a través de las cuales una parte proporciona fondos líquidos a la otra parte, que a su vez garantiza las materias primas mencionadas en la operación de recompra responsable, derechos de propiedad o acciones por un importe igual al aportado por la primera más una comisión en proporción a los intereses. (p. 68)

Gracias a los créditos las empresas comerciales pueden llevar a cabo proyectos e inversiones para mejorar su productividad y sus ventas, lo cual representa ingresos para ellas y para el país.

1.8. Procesos de Recaudación de ventas a crédito

Según Hansen-Holm (2012) indicó que “todo negocio necesita generar los ingresos suficientes para mantener estable su ciclo de operaciones” (p. 381) Al respecto, también Choez et al (2019), señala que: “Las cuentas por cobrar son activos que una empresa adquiere en el curso de su actividad comercial mediante la venta de bienes o servicios. Por lo tanto, las empresas deben documentar adecuadamente todos los movimientos relacionados con estas cuentas”. (p.28)

El autor Van Home et al (2010), señala que “Las cuentas por cobrar hace referencia a las cantidades adeudadas por los clientes a una empresa por determinados bienes o servicios prestados a crédito.” (p. 254)

En virtud de lo expuesto por los autores, es preciso señalar que los ingresos por las recaudaciones de las ventas realizadas a créditos que en este caso se registran en los libros diarios como cuentas por cobrar son muy importante para que una empresa se pueda mantener estable económicamente, además, llevar un control adecuado de

estas cuentas es esencial para así evitar problemas de liquidez en la entidad comercial.

Ahora bien, las empresas para tener una recaudación efectiva de sus ingresos necesitan una adecuada gestión de cobranza. Según Castro (2014), define a la gestión de cobranza de la siguiente manera:

Es una actividad cuyo objetivo principal consiste en reactivar la relación con el cliente con la finalidad de que el cliente o deudor mantenga sus créditos al día. Para que esta gestión de cobranza sea efectiva se debe de llevar a cabo ciertas actividades para el correcto uso de los recursos de la entidad. (p.67)

En términos generales es el acto de recoger algo, recolectar elementos u objetos con un fin específico. Respecto a la palabra recaudar Choez et al (2019) señalan que “hace referencia al acto de juntar elementos monetarios o ya sean en forma de billetes”. (p.31). Es importante, en las empresas contar con un proceso de recaudación eficaz, debido a que la conversión ineficiente de las cuentas por cobrar en efectivo puede conducir a serios problemas económicos y, en casos más extremos, a la quiebra de las empresas. A veces, muchos empresarios descubren que sus fondos han desaparecido de sus cuentas bancarias, y no están representados por inventarios o mercaderías para la venta, sino que estas se encuentran registradas dentro de sus cuentas por cobrar.

En efecto, en los negocios, el trabajo de recuperación debe ser siempre eficaz. De lo contrario esto puede repercutir en la falta de liquidez y en retrasos en las cuentas por cobrar. Debe prestarse especial atención al hecho de que la productividad de la empresa y su éxito o fracaso depende muchas veces de su eficiencia en el cobro de las cuentas por cobrar. Por lo tanto, la gerencia debe asegurarse de que las funciones de recuperación en partes específicas de la entidad cumplan con esta actividad esencial.

Actualmente, un gran problema para las empresas que venden bienes o servicios a crédito es su la recuperación del mismo, por lo que surgen interrogantes, por ejemplo: ¿Cuántas empresas cierran porque los clientes no pagan?, es importante imaginar que un tipo de organización empresarial tiene que hacer esto en el corto plazo, además de buscar protección contra riesgos y planificación de utilidades en el mediano o largo plazo, para no solo poder permanecer en el mercado, sino también poder encontrar formas más adecuadas y otorgar crédito y, lo más importante, tener una cartera de inversiones saludable..

Una empresa comercial debe contar con un proceso eficiente para la recaudación de sus ventas a créditos. Toda entidad tiene diversos procedimientos, los cuales los aplica a la hora de realizar el seguimiento de sus cuentas por cobrar.

Para Moyer et al (2005), indican que el cobro de deudas es un método que utilizan las empresas para tratar de cobrar las cuentas vencidas. Los métodos más comunes son los siguientes:

- Enviar un aviso o carta informando a los clientes que su cuenta ha vencido y solicitando el pago.
- Llamar o visite a los clientes para tratar de que les paguen.
- Contratar una agencia de cobro de deudas
- Tomar medidas legales contra los clientes

De Igual forma Revelo (2013), menciona que:

Otro método que funciona ciertas veces es que la empresa se niegue a realizar el envío del producto hasta que el cliente liquide la cuenta morosa. Si bien el propósito del proceso de cobro de deudas es acelerar la recuperación de los pagos atrasados y reducir las carteras morosas, sin embargo, las empresas deben evitar conflictos con clientes que muchas veces son solventes y no pagan

a tiempo por alguna razón válida su deuda, ya que el uso o de procedimientos de cobro demasiado agresivos puede reducir las ventas y ganancias futuras a medida que los clientes cambien a proveedores con políticas de cobro más indulgentes. (p. 20)

Particularmente, es preciso mencionar que una empresa debe evitar dar más créditos a un cliente que tiene cuentas vencidas. No obstante, es recomendable que los encargados de la gestión de cobranzas no utilicen técnicas o métodos agresivos con aquellos clientes que han venido cumplimiento generalmente con sus pagos pero que por alguna razón se retrasan en ciertos momentos. Los encargados de esta área deben sentarse a dialogar para encontrar la mejor manera de hacer que los usuarios paguen, así de esta manera no solo tendrán el pago de sus deudas sino también mantendrán sus clientes.

1.9. Factores de riesgos de las ventas a créditos

Entre los principales factores de riesgos que una empresa debe analizar antes de conceder un crédito a sus clientes se pueden citar los siguientes:

Conducta: Es necesario evaluar la calidad moral y la capacidad administrativa que tienen sus clientes, para esto es necesario que se realice una investigación cualitativa del riesgo del adeudado, esto debe incluir una evaluación de la calidad y autenticidad de la información que otorga el cliente al recibir el crédito.

Capacidad de pago: Se debe realizar una evaluación de la habilidad que poseen los clientes, para generar recursos y cumplir con la obligación contraída.

Capacidad de endeudamiento: También es necesario medir la solidez financiera de la empresa, mediante la evaluación de la coherencia entre los recursos obtenidos y el giro del negocio.

Condiciones macroeconómicas: Es importante analizar la conducta y la influencia que posee la capacidad financiera del adeudado.

Capacidad de pago proyectada: Es medir aquella capacidad que el cliente posee para obtener o generar dinero en efectivo a futuro y cumplir con sus obligaciones financieras. (Chamba, 2017)

Cada uno de los factores señalados con anterioridad son necesarios para que la empresa pueda conocer si un cliente está capacitado o no para ser beneficiario de un crédito. Además, es fundamental hacer un seguimiento adecuado para conocer al cliente.

1.10. Ventajas o beneficios de las ventas a crédito

Las ventas a créditos como ya se ha mencionado con anterioridad son transacciones dónde el cliente recibe un bien o servicio a cambio de un préstamo, el cual debe ser pagado con intereses en el transcurso del tiempo convenido con el proveedor.

Entre las principales ventajas se pueden citar las siguientes:

- Los créditos consienten costear y satisfacer ciertas necesidades de los usuarios que no tienen liquidez o efectivo disponible para poder cancelarlos al momento de adquirirlo.
- Facilita la forma de pago de los clientes, es decir se establecen cuotas y un periodo de tiempo para su cancelación. (Chamba, 2017)

Por su parte, Espinoza (2020), señala que:

- El crédito también origina un aumento en las ventas de la empresa.
- El crédito es de vital importancia para el desarrollo y crecimiento de la empresa.

- Permite a los ciudadanos adherirse al mercado del consumidor.

Según Espinoza (2020), menciona que entre otras Ventajas o beneficios se pueden señalar las siguientes:

- Incremento del consumo, ya que permite a diversos sectores de la población obtener determinados bienes o servicios que por lo general no podrían adquirir pagando al contado.
- Promueven el uso de diversos tipos de bienes y servicios.
- Apertura y amplía el mercado al vender mercaderías a una parte de la población que no tienen los suficientes ingresos o que no pueden comprar ciertos productos al contado.
- Producen un efecto, positivo en la economía, debido a que el consumo se incrementa y se estimula la producción.

En efecto, como se señaló con anterioridad vender a crédito tiene un sin número de ventajas o beneficios tanto para las empresas comerciales como para la población en general. Para la entidad este incrementa la venta de sus bienes o servicios y para la ciudadanía este le permite obtener mercaderías sin tener dinero en efectivo y pagarlos posteriormente en cómodas cuotas.

1.11. Medios de pago

Los medios de pago son una forma a través de las cuales las empresas transfieren o reciben un valor monetario por la compra o venta de algún producto/servicio. Las empresas comerciales deben contar con varios medios de pagos para hacer mucho más ágil la recaudación de pagos y aumentar la rentabilidad con rapidez.

De acuerdo con Pinto Andrade (2016), los medios de pago genéricos que existen son:

El cheque: es un documento contable, por el cual una persona da la autorización a otra, para poder retirar una cantidad de dinero de su cuenta bancaria, sin la presencia del mismo, simplemente a través de la voluntad expresa en el documento, donde consta el valor, número de cuenta y firma del titular.

Transferencia Bancaria: Consiste en la acción de mover una cantidad de dinero de una cuenta bancaria a otra. En pocas palabras, es una forma de traspasar un valor monetario entre cuentas bancarias, sin necesidad de intervención física.

Tarjeta de crédito: Esta es emitida por la entidad bancaria, con la autorización y el propósito de que la persona poseedora de la misma, pueda utilizarla como medio de pago en los negocios que constan dentro del sistema de la entidad. El poseyente de la tarjeta de crédito deberá reconocer el interés por el consumo de la misma.

Pago de facturas por medios electrónicos: son medios de pago mucho más flexibles y confiables debido a que reduce los costos de transacciones, y resultan mucho más eficientes.

1.12. Pagos electrónicos

De acuerdo con Ferrer Gomila (2020), los pagos electrónicos son, todos aquellos pagos que pueden ser realizados a través de la ayuda de algún medio tecnológico, sin necesidad del dinero físico. Estos pagos son muy útiles debido a que las transacciones se efectúan de forma más rápida y confiable de lo habitual.

Los cheques electrónicos, son sustitutos de los cheques físicos, pero resultan un mecanismo de transferencias bancarias exitoso. Este consiste en un mensaje con firma digital, que muestra un valor monetario, este se hace efectivo a través de las redes interbancarias existentes.

La moneda electrónica, es otra de las alternativas de pagos electrónicos, y permite realizar pagos que no quedan registrados y tampoco se vinculan a los usuarios, pues las transferencias se hacen en línea, de forma segura y eficiente.

Las tarjetas de crédito y débito también forman parte de este grupo de medios de pago electrónico. No obstante, debido a la inseguridad que enfrenta el cliente, han surgido iniciativas encaminadas al uso del teléfono móvil para realizar pagos, este tipo de pagos pueden efectuarse, ya sea por un prepago, a través de una tarjeta de crédito o cuenta corriente, o también por medio de la factura de teléfono.

A esto se suma la posibilidad de realizar pagos mediante internet sin la necesidad de los datos personales, simplemente con el número de la tarjeta. El uso de aplicaciones móviles también ha resultado un excelente medio de pago electrónico que hace mucho más ágil y segura la transacción para los clientes.

1.13. Comercio Electrónico

Según Hernández (2012), señala que: “El incremento del comercio se ha dado gracias a la oportunidad ofrecida por el Internet entre empresas y consumidores. Este tipo de comercio permite a las empresas ser más flexibles y brindar mejores servicios a los clientes” (p. 10)

Existen diferentes conceptos y definiciones en cuanto al comercio electrónico, a continuación, se van a citar algunas de las más relevantes:

El autor Rodríguez (2003), indica que el comercio electrónico es aquella “actividad de compra y venta de bienes y servicios mediante el internet donde las transacciones consisten en el intercambio de una serie de documentos electrónicos que llevan información de los elementos negociados, así como de los procesos, áreas y personajes involucrados” (p. 10)

Por su parte, según Criollo (2017), “El comercio electrónico se refiere a las transacciones de compra y/o venta de un producto y/o servicio a través del Internet. También conocido como E-commerce, el cual aprovecha las herramientas tecnológicas para realizar las transacciones”. (p. 15)

Para Hernández (2012) “el comercio electrónico es un sistema por medio del cual se realiza la compra o venta de productos o servicios que incluye una forma de transacción electrónica entre las partes involucradas mediante el uso de Internet”. (p. 11)

1.14. Medios de pagos digitales

Según Balarezo (2022), Un medio de pago digital es, “un sistema que permite transacciones de pago de servicios que ofrecen diferentes métodos de pasarela de pago (Visa, MasterCard, Diners, AMEX, etc.), para facilitar las transacciones a los clientes. El objetivo del sistema es hacer que los pagos sean más rápidos, seguros y personales”. (p.22)

Así también, Hernández (2012) indica que “Los sistemas de pago electrónico transfieren dinero entre compradores y vendedores en compras y ventas electrónicas. Por lo tanto, es una parte esencial del proceso de compra y venta en el comercio electrónico”. (p.17)

Si bien, es preciso señalar que el uso de los medios de pago digitales se ha convertido en una de las dificultades más comunes para el usuario cuando realiza la transacción de pago; ya que, la tarjeta de crédito o débito muchas veces no se alinea a las expectativas de seguridad y confianza que esperan.

1.15. Aplicación móvil

Para el autor Chango (2015), “Una aplicación móvil o App es una herramienta informática desarrollada para ser ejecutada dentro en un determinado dispositivo

móvil. Es común encontrar disponibles sistemas operativos como: Android, iOS, BlackBerry OS, Windows Phone, y demás”. (p.6)

De igual forma, Serna et al (2016), señalan que las aplicaciones móviles permiten mejorar y personalizar un dispositivo en función de los gustos y necesidades del usuario, el mismo que instalará a su criterio la aplicación que considere necesaria.

Hoy en día considerando que las aplicaciones móviles son una parte muy importante para los seres humanos, es indispensable que la realización de una App móvil que permita una mejor interacción con la sociedad y el mercado.

1.16. Tipos de Aplicaciones Móviles

Para Serna et al (2016), existen tres tipos de aplicaciones las cuáles son: nativas, híbridas y aplicaciones web. A continuación, se van a detallar cada una de estas.

- **Aplicaciones Nativas:** Las aplicaciones nativas utilizan los lenguajes de programación activo del sistema operativo y utilizan todo el potencial de hardware de los terminales a través de paquetes de desarrollo del sistema.
- **Aplicaciones Híbridas:** Las aplicaciones híbridas combinan diversas tecnologías de los lenguajes del sistema operativo fusionados como elementos web en su interfaz.
- **Aplicaciones Web:** las aplicaciones web son similares a las aplicaciones nativas. La diferencia es que éstas utilizan en su totalidad la tecnología web.

Botón de pago

Respecto al tema botón de pago es preciso citar que no existen muchas definiciones o conceptualizaciones que enseñen en términos claros en que consiste este, no obstante, en una publicación realizada por el Diario el Telégrafo se señala

que: Los botones de pagos son sistemas que permiten cobrar y pagar a través del uso de una App móvil o página web, este se trata de un medio de pago totalmente digital, sencillo y que con solo un clic el usuario puede cancelar un valor adeudado a cualquier entidad o persona sin importar la distancia (El Telégrafo, 2021).

En efecto, las personas actualmente con un botón de pago pueden ingresar sus datos y pagar de forma segura y fácil sus deudas sin necesidad de intermediarios.

De igual forma, en este artículo se señala algunas ventajas que tiene el incluir un botón de pago en los negocios o empresas.

- Facilitar las compras de los usuarios
- Minimizar los riesgos de manejo de datos confidenciales
- Permitir la realización de un pago directo
- Es más seguro y eficaz
- Este activo durante las 24 horas.
- Se puede incluir de manera fácil dentro de la página web. (El Telégrafo, 2021)

Capítulo II: Método de Investigación

2.1. Enfoque de la Investigación

Para Hernández et al (2014), el enfoque de la investigación representa un proceso de investigación sistemático, empírico y crítico, que incluye la recolección y análisis de datos cuantitativos y cualitativos, su integración y discusión conjunta con el fin de sacar conclusiones (meta-conclusiones) de toda la información recolectada y lograr una mejor comprensión de los estudiados fenómenos.

Este estudio tuvo un enfoque mixto que consiste en la combinación de métodos tanto cuantitativos como cualitativos para obtener información y datos sobre las variables. En este sentido, se obtuvieron tanto datos numéricos, como información que ayudó a determinar los beneficios del uso de medios de pago electrónicos desde la perspectiva de los consumidores de almacenes CREDIHOGAR de la ciudad de Guayaquil.

2.2. Tipo de Investigación

Para el avance de esta investigación se van a utilizar una investigación de tipo descriptiva.

La **investigación descriptiva**, consiste en la revisión y análisis de datos e información básica relacionados con la problemática de estudio, para luego describir sus características principales y los efectos de determinado fenómeno. (Marcillo Abad, 2018)

Se empleó el método descriptivo-exploratorio que permitió evaluar la problemática en estudio, para poder identificar y detallar los posibles beneficios, facilidades y mejoras que podría generar el proceso de implementación de medios de pago electrónicos en almacenes CREDIHOGAR de la ciudad de Guayaquil.

2.3. Periodo y lugar donde se desarrolla la investigación

Almacenes CREDIHOGAR se encuentra ubicada en el Parque California 2 Local K-8, en la Ciudad de Guayaquil. Tiene dos sucursales en Bastión Popular, Av. Principal diagonal al parque Mz 561 BI 1B SI 1, y el segundo Av. Casuarina Vía perimetral Guayaquil. El periodo considerado para el estudio está comprendido entre los meses de junio y julio del año 2023.

2.4. Universo y muestra de la investigación

2.4.1. Universo o población:

Para Hernández et al (2014) señala que la población o universo es aquel “Conjunto de elementos que concuerdan o que tienen determinadas características específicas”. (p. 174)

En este caso el universo a estudiar en esta investigación está conformado por 500 clientes que se encuentran actualmente pagando un crédito otorgado por la empresa en los últimos años. En el Anexo IV se podrá observar una lista de clientes proporcionada por el departamento de ventas.

2.4.2. Muestra:

Para Hernández et al (2014), la muestra es aquel subgrupo de la población a la cual se la va a estudiar y del cual se van a recolectar los datos, por lo que, debe ser representativa de dicha población. En este caso de los 500 clientes seleccionados se va a sacar la muestra a través de la siguiente formula:

$$n = \frac{PxQxN}{(N - 1)E^2/K^2 + PxQ}$$

P = Probabilidad de éxito (0.50)

Q = Probabilidad de fracaso (0.50)

N = Tamaño de la población (500)

E = Error de estimación (5%)

K = # de desviación típica "Z" (1:68 %, 2:95,5%, 3:99.7 %)

n = Tamaño de la muestra (220)

$$n = \frac{0.50 \times 0.50 \times 500}{(500 - 1)0.05^2/2^2 + 0.50 \times 0.50}$$

$$n = \frac{125}{(499)(0.0025)/4 + 0.25}$$

$$n = \frac{125}{(499)(0.000625) + 0.25}$$

$$n = \frac{125}{(0.311875) + 0.25}$$

$$n = 220$$

Como se puede observar el cálculo de la muestra para esta investigación es de un total de 220 elementos. Esto quiere decir que se deberán aplicar las encuestas a un mínimo de 220 clientes de los almacenes en cuestión.

2.4.3. Muestreo:

Considerando que el autor Bernal (2016), señala que el muestreo aleatorio simple es un método que permite que todos los elementos de una población en estudio tengan la misma probabilidad de ser seleccionados o escogidos para formar parte de la muestra. Por lo tanto, en base a esta definición, en esta investigación se optó por utilizar el muestreo aleatorio simple.

2.5. Criterios de inclusión y exclusión

Dentro de los criterios de inclusión se puede mencionar que serán objetos de este estudio todos los clientes de la empresa que estén dispuestos a colaborar y a brindar información oportuna para avanzar con la investigación abordada.

Por otro lado, dentro de los criterios de exclusión se encontrarán aquellos clientes de la empresa que se nieguen a colaborar o a participar de la presente investigación.

2.6. Métodos empleados:

En este estudio se aplicaron los métodos analíticos y sintéticos, la aplicación de ambos métodos de investigación ayudaron a analizar y hacer una síntesis efectiva de cada una de las técnicas de recolección de datos empleadas para la adecuada sustentación del tópico en estudio, de igual forma el uso de estos métodos permitieron la descripción de las características y particularidades más importantes que guardaban relación con el tema planteado.

De igual forma, se van a utilizar los siguientes métodos estadísticos:

2.6.1. Técnicas de recolección de datos

Entre las técnicas de recolección de datos se destacan las siguientes:

Entrevista: La entrevista es un documento a través del cual mediante el diálogo se puede obtener información de un tema en específico (Carrasco, 2017). En este caso como técnica de recolección de datos se va a usar la entrevista, la cual estará dirigida al jefe de cobranzas de almacenes CREDIHOGAR. (Ver Anexo I)

Encuesta: Esta es una herramienta de recolección de datos muy utilizada y también permite el levantamiento de información de un determinado tema (Bernal, 2016). Para recopilar información oportuna respecto a la investigación abordada se realizarán encuestas a los clientes de la empresa en estudio. (Ver Anexo II)

2.6.2. Instrumentos de recolección de datos

Los instrumentos a utilizar son:

Formulario: Un formulario es aquel documento que se encuentra diseñado para recabar de forma rápida y simple información referente a un tema en común. (Bernal, 2016) Si bien, para la aplicación de la misma se va a elaborar un formulario de preguntas las mismas que estarán dirigidas al jefe de cobranzas de CREDIHOGAR, con el propósito de conocer la necesidad que existe en la empresa para la creación de un botón de pago para que sus clientes puedan cancelar sus créditos desde la comodidad de su hogar. En el Anexo I de este documento se puede ver el formulario con las preguntas de las entrevistas y las respuestas del entrevistado.

Cuestionario: Si bien, Para Ramos et al (2018), el cuestionario es el instrumento que se utiliza cuando se realiza la investigación mediante una encuesta. Este debe estar conformado por normas metodológicas específicas. En este caso se espera también elaborar un cuestionario, el cual será el instrumento que servirá para la recopilación de datos, para ser aplicado a los clientes que mantienen créditos con la empresa para conocer si la creación del botón de pago sería de beneficio para ellos al momento de realizar los pagos de sus deudas. En el Anexo II de este documento se puede ver el cuestionario de preguntas realizado para las encuestas aplicadas a los clientes. Posteriormente en el anexo III se pueden ver las evidencias fotográficas de dichas encuestas.

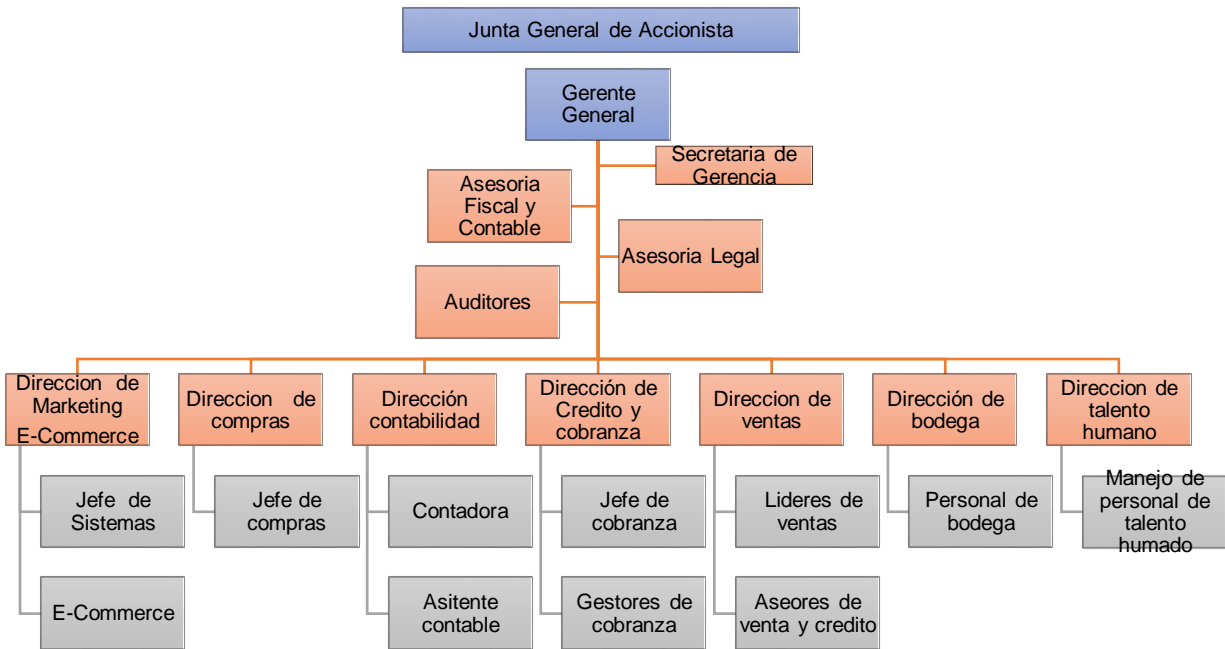
Capítulo III: Análisis de Resultados

3.1. ANÁLISIS DE LAS TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN EMPLEADAS EN LA INVESTIGACIÓN

En este apartado se va a citar el análisis tanto de la entrevista realizada al jefe de Cobranzas de almacenes Credihogar como el de las encuestas aplicadas a los clientes de la misma.

Ahora bien, con el propósito de identificar al jefe de Cobranzas de almacenes CREDIHOGAR se va a mostrar a continuación el organigrama de la misma.

Figura 1. Organigrama de CREDIHOGAR



Nota. La figura citada muestra el Organigrama de almacenes CREDIHOGAR; obtenido de los registros de la empresa.

3.1.1. ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA REALIZADA AL GERENTE DE ALMACENES CREDIHOGAR

Tema: Proceso de Implementación de Medios de Pagos Electrónicos en Almacenes CREDIHOGAR de la ciudad de Guayaquil.

Pregunta 1.

Desde la perspectiva del propietario, se conoció, que a raíz de la pandemia Covid-19 que generó graves afectaciones económicas en los negocios, y que además impuso nuevos retos de adaptación e innovación para las empresas, desde entonces almacenes CREDIHOGAR, ha optado por la transformación e innovación para lograr adaptarse a las nuevas exigencias y necesidades de sus clientes. Por tal razón, la empresa ha venido proyectándose hacia un cambio a través de la implementación de nuevas tecnologías que permitan mejorar los servicios que esta ofrece a sus clientes. Es preciso mencionar, que antes de la pandemia, para los negocios innovar era simplemente una opción, sin embargo, en la actualidad, la innovación tecnológica resulta una estrategia y acción clave para el crecimiento de las empresas.

Pregunta 2.

Se pudo constatar, que, para el propietario, resulta importante considerar tanto las necesidades y nuevas exigencias de los clientes para establecer los cambios e innovación tecnológica necesaria, para que los clientes pueden sentirse satisfechos y que sientan que la empresa está superando sus expectativas. CREDIHOGAR no solo necesita adaptarse a los nuevos cambios y exigencias, sino también, mejorar su forma de vender y recaudar los pagos, adentrándose al entorno digital que genera un impacto positivo en la rentabilidad de los negocios.

Pregunta 3.

En esta, se pudo comprender el proceso de recaudación de los pagos de las ventas a crédito:

Primero, el cliente adquiere un crédito, es decir adquiere una obligación.

En Segundo lugar, el personal de caja le hace la entrega de una tabla de amortización junto con la factura (con fecha de vencimiento de su obligación).

Posteriormente, el cliente deberá acercarse a ventanilla para la respectiva cancelación de su letra en las fechas establecidas en su tabla de amortización.

Otra opción, es a través de una transferencia bancaria donde deberán enviar el comprobante de pago respectivo, por medio del WhatsApp de la empresa.

- El personal de la empresa le confirmará si el depósito fue realizado o no.
- Finalmente, si el depósito fue realizado correctamente, se emitirá el recibo correspondiente y será enviado al cliente.
- Por el contrario, si el depósito del cliente no fue realizado, el personal de caja procederá a comunicar al cliente.

Pregunta 4.

Entre los pagos más empleados por los clientes de almacenes Credihogar se tienen, en efectivo, con cheque, a través de transferencias bancarias, depósitos, banco de barrio y/o banco y también, con tarjetas de crédito/débito.

Pregunta 5.

Entre los problemas más usuales que se han tenido con los medios de pagos utilizados por los clientes, se mencionaron:

- En muchos casos, se presentan problemas con los depósitos, en los cuales el banco del barrio no acepta los pagos de los clientes, por lo que se genera malestar y, por ende, los clientes deben buscar otra forma de realizar sus pagos, y muchas veces, solo les queda acercarse a la ventanilla de la empresa, por lo que esto

resulta muy molesto para los clientes, puesto que lo que requieren es una mayor agilidad en los procesos de pagos, es decir que se brinde mayor facilidad y eficiencia en dicho proceso.

- Otro de los problemas que se presentan es con las transferencias bancarias, puesto que al momento de que el cliente realiza la transferencia, este no continua con el proceso de comunicar a la empresa sobre la realización de la misma; y en muchos casos, la empresa no cuenta con los datos de quien canceló, para poder confirmarle y emitir el recibo correspondiente.

Pregunta 6.

Desde la perspectiva del propietario, los medios de pago electrónicos son una forma o método de realizar pagos, estas tienen un respaldo de las entidades financieras, es decir, consiste en el envío de una cantidad de dinero por vía electrónica, de una cuenta a otra, más conocido transferencias bancarias, además, y se recalca que en este medio no se cobra comisión.

Cabe recalcar, que el propietario mencionó que la empresa no cuenta con una de las opciones funcionan actualmente en el mercado conocido como: “pasarelas de pago” y además indicó que esto uno de sus objetivos por los cuales han venido trabajando es innovar y adentrarse aún más en el comercio electrónico. Además, reveló que también se conocen como “plataformas de pagos”, que son servicios de terceros, y funcionan como intermediarios para el procesamiento y autorización de las transacciones monetarias entre clientes y sitios web de ventas.

Pregunta 7.

Entre los beneficios que menciona el propietario de almacenes Credihogar, están:

- Mayor seguridad tanto para la empresa como para el cliente.
- Comodidad y tranquilidad del cliente

- Transparencia de la empresa
- Realización de los pagos de forma inmediata
- Vender a los clientes sin necesidad del uso de efectivo.
- Control sobre las operaciones efectuadas y contribución en el historial crediticio.

Se entiende que los medios de pago electrónico hacen mucho más ágil la recaudación de pagos, además de que los usuarios pueden emplear estos medios desde la comodidad del lugar donde se encuentren, sin hacer uso de dinero en efectivo, lo que genera mucha más seguridad y confiabilidad tanto de los clientes hacia la empresa y viceversa.

Pregunta 8.

De acuerdo con el propietario, los pagos electrónicos son cada vez más aceptados debido a la innovación y beneficios que estos generan, por lo que se considera que la implementación de un medio de pago a través de una App móvil, no solo ayudaría a incrementar las ventas debido a las facilidades y rapidez de los pagos, sino que además permitiría dar cobertura a nivel nacional sin restricción alguna, evitando así los riesgos de inseguridad que se vive en el país. Así, las recaudaciones de las ventas a crédito al realizarse a través de un entorno virtual sin necesidad del contacto personal y el dinero físico, el cliente solo necesitaría contar con servicio de internet para acceder a la misma.

Los beneficios del uso de medios de pago electrónico, sin duda alguna generan varios beneficios tanto a los clientes, a través de la seguridad y facilidad que implican su uso, y a la empresa para tener una mayor rentabilidad.

Pregunta 9.

Como lo indica el propietario, la implementación de un medio de pago electrónico a través de una App móvil ayudaría a la empresa a expandirse hacia nuevos mercados en el país, puesto que los usuarios podrían realizar los pagos de sus

facturas desde el lugar donde residan, con un solo clic. Es decir, que este medio de pago se convierte en una forma segura y ágil de realizar sus pagos sin necesidad de acercarse la empresa o alguna entidad bancaria.

Pregunta 10.

Si bien, el propietario indica, que la implementación de una App móvil como medio pago mejoraría significativamente la eficiencia en la recaudación de las ventas a crédito por parte de la empresa, debido a que los pagos pueden ser efectuados de forma rápida y muy sencilla, con solo dar un clic, brindando una experiencia satisfactoria al cliente desde cualquier lugar en el que este se encuentre.

Además, los pagos realizados por los clientes se verían reflejados inmediatamente en el Sistema Contable de la empresa, para poder llevar así, un adecuado control con mucha responsabilidad y confiabilidad, comprobando automáticamente el pago realizado y emitiendo el recibo digital correspondiente al cliente. De esta forma, se ofrece comodidad y facilidad al cliente evitando muchos de los problemas ya mencionados como inseguridad, retrasos, fallos, etc.

3.1.2. ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A LOS CLIENTES ALMACENES CREDIHOGAR

1. ¿Con cuánta frecuencia realiza usted compras a crédito en almacenes Credihogar?

Tabla 1.

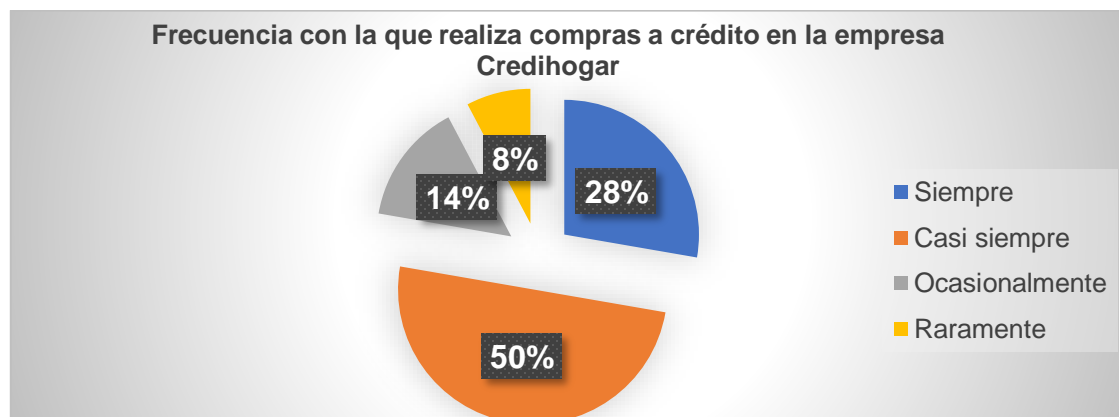
Frecuencia que compra a crédito en los almacenes Credihogar

	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	61	28%
Casi siempre	110	50%
Ocasionalmente	32	15%
Raramente	17	8%
Total	220	100%

Nota. Encuestas realizadas a los clientes de almacenes Credihogar.

Figura 2.

Frecuencia que compra a crédito en los almacenes Credihogar



Nota. Encuestas realizadas a los clientes de almacenes Credihogar.

Análisis Crítico:

Como se puede observar el 50% de los clientes encuestados señalaron que ellos casi siempre realizan compras a créditos en la empresa, un 28% indicó que lo hacen siempre, el 14% señaló que lo hace ocasionalmente y el 8% restante señaló que raramente realiza una compra a crédito en la empresa. En este caso se puede ver que existe un porcentaje significativos de clientes que sí realizan con frecuencia compras a créditos dentro de almacenes Credihogar.

2. ¿Se encuentra actualmente cancelando una compra a crédito en almacenes Credihogar?

Tabla 2.

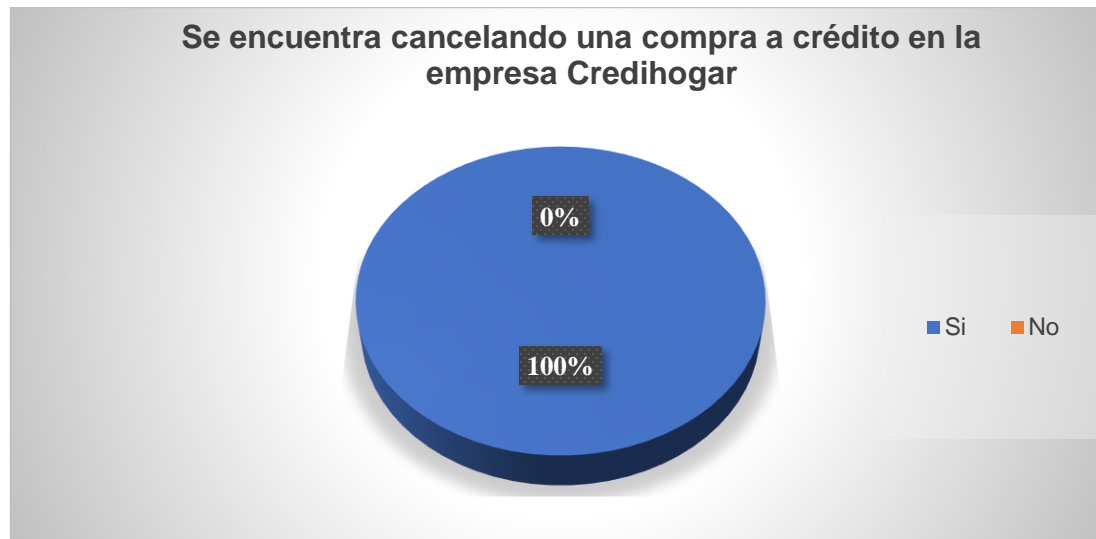
Se encuentra cancelando una compra a crédito en almacenes Credihogar

	Frecuencia	Porcentaje
Si	220	100%
No	0	0%
Total	220	100%

Nota. Encuestas realizadas a los clientes de almacenes Credihogar.

Figura 3.

Se encuentra cancelando una compra a crédito en almacenes Credihogar



Nota. Encuestas realizadas a los clientes de almacenes Credihogar.

Análisis Crítico:

Respecto a esta pregunta se puede observar que el 100% de los encuestados señalaron que actualmente se encuentran cancelando compras a crédito en almacenes Credihogar. En este caso, es preciso citar que todos los clientes seleccionados para ser encuestados han solicitado crédito a la empresa y se encuentran pagando mensualmente su obligación.

3. ¿Ha tenido algún inconveniente o dificultades al momento de dirigirse hasta el establecimiento comercial a cancelar en efectivo sus pagos?

Tabla 3.

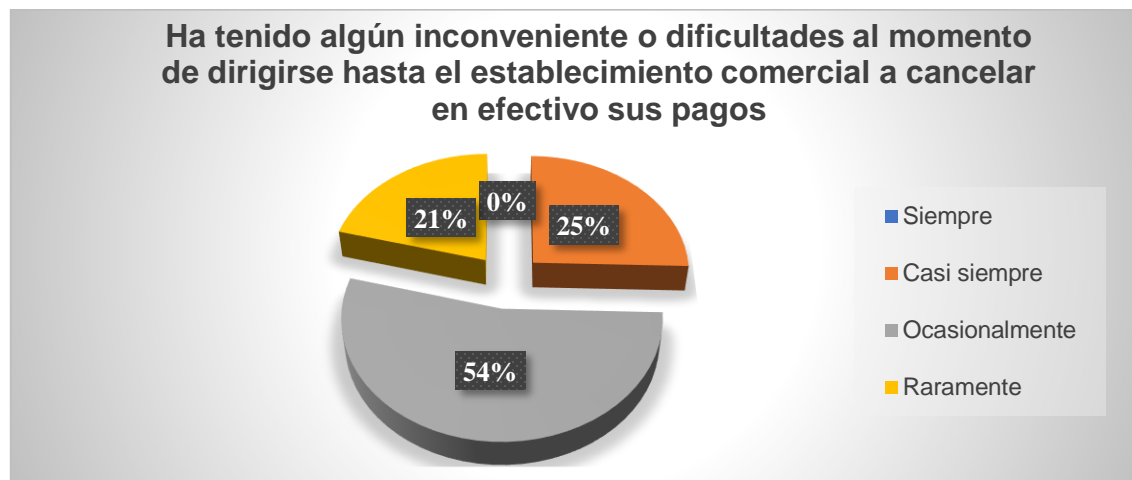
Ha tenido inconveniente al momento de cancelar en efectivo sus pagos

	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	0	0%
Casi siempre	56	25%
Ocasionalmente	118	54%
Raramente	46	21%
Total	220	100%

Nota. Encuestas realizadas a los clientes de almacenes Credihogar.

Figura 4.

Ha tenido inconveniente al momento de cancelar en efectivo sus pagos



Nota. Encuestas realizadas a los clientes de almacenes Credihogar.

Análisis Crítico:

Se puede observar en esta pregunta que el 54% de los clientes encuestados señalaron que ocasionalmente ellos han tenido algún tipo de inconvenientes o dificultades al momento de dirigirse a Credihogar a cancelar sus pagos en efectivo. Un 25% señaló que siempre tiene dificultades mientras que el 21% restante indicó que raramente tienen inconvenientes para realizar sus pagos.

4. ¿Cómo considera que usted que es el servicio que proporciona almacenes Credihogar a sus clientes al momento de cancelar sus pagos?

Tabla 4.

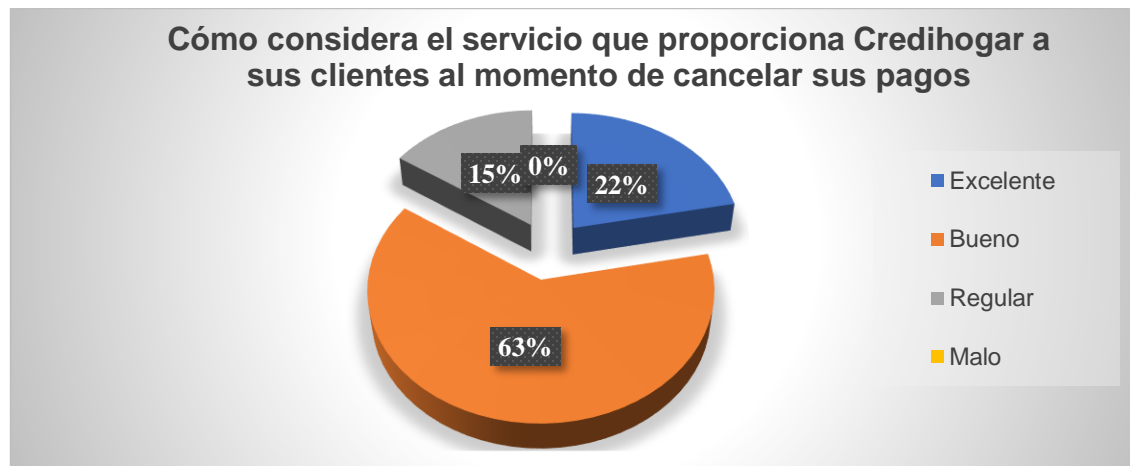
Servicio proporcionado por almacenes Credihogar a sus clientes al momento de cancelar sus pagos

	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	48	22%
Bueno	138	63%
Regular	34	15%
Malo	0	0%
Total	220	100%

Nota. Encuestas realizadas a los clientes de almacenes Credihogar.

Figura 5.

Servicio proporcionado por almacenes Credihogar a sus clientes al momento de cancelar sus pagos



Nota. Encuestas realizadas a los clientes de almacenes Credihogar.

Análisis Crítico:

En base a esta pregunta se puede ver que el 63% de los clientes de la empresa concordaron en que el servicio que proporciona la empresa Credihogar a sus clientes al momento de cancelar sus pagos es bueno, un 22% señaló que este es excelente, no obstante, el 15% restante indicó que este es regular. Si bien, existe un porcentaje pequeño de clientes que no se encuentran satisfechos con el servicio brindado.

5. ¿Le gustaría a usted que CREDIHOGAR implemente un medio de pago que sea más ágil y sencillo para sus clientes?

Tabla 5.

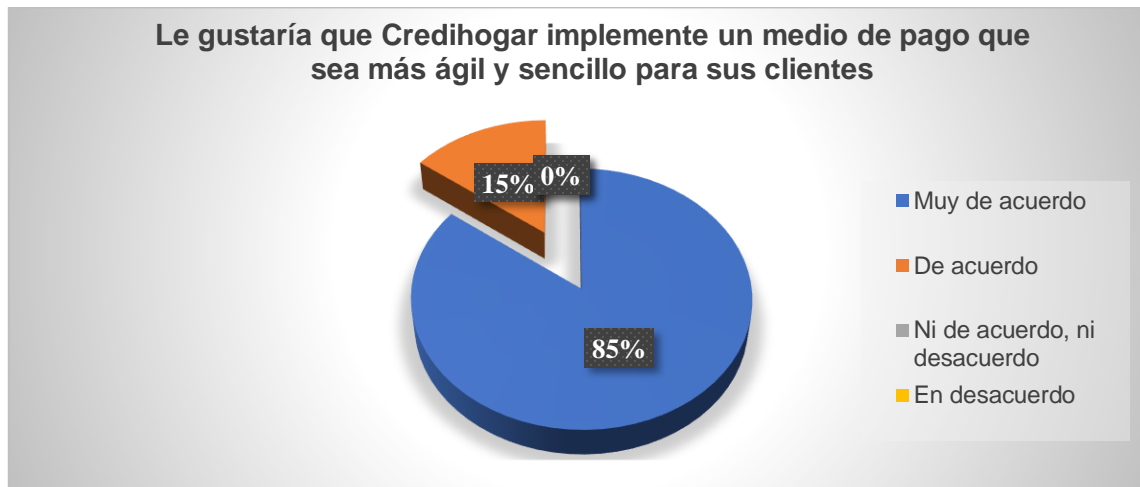
Le gustaría que Credihogar implemente un medio de pago que sea más ágil y sencillo para sus clientes

	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	184	84%
De acuerdo	36	16%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Total	220	100%

Nota. Encuestas realizadas a los clientes de almacenes Credihogar.

Figura 6.

Le gustaría que Credihogar implemente un medio de pago que sea más ágil y sencillo para sus clientes



Nota. Encuestas realizadas a los clientes de almacenes Credihogar.

Análisis Crítico:

Respecto a esta pregunta se puede ver que los clientes encuestados en un 84% señalaron que están muy de acuerdo en que Credihogar implemente un medio de pago que sea más ágil y sencillo para sus clientes. El 16% restante de igual manera señaló estar de acuerdo. En efecto, se evidencia que los usuarios demandan un medio de pago más rápido para poder cancelar sus valores pendientes con la empresa.

6. ¿Cree usted que la implementación de un medio de pago electrónico sería una buena opción para los clientes de almacenes CREDIHOGAR?

Tabla 6.

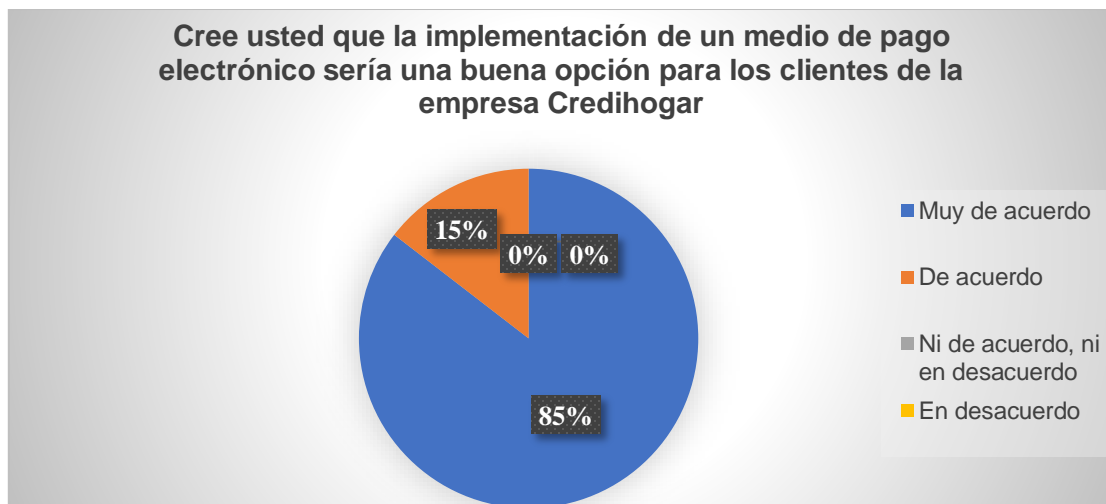
La implementación de un medio de pago electrónico sería una buena opción para los clientes de Credihogar

	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	188	85%
De acuerdo	32	15%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	10	0%
Total	220	100%

Nota. Encuestas realizadas a los clientes de almacenes Credihogar.

Figura 7.

La implementación de un medio de pago electrónico sería una buena opción para los clientes de Credihogar



Nota. Encuestas realizadas a los clientes de almacenes Credihogar.

Análisis Crítico:

Se puede observar que el 85% de los clientes encuestados señalaron que ellos consideran que la implementación de un pago electrónico sería una buena opción a la hora de pagar sus obligaciones a almacenes Credihogar. El 15% restante también indicó estar de acuerdo. Si bien, los clientes concuerdan en que un medio de pago electrónico les facilitaría a ellos el pago de sus compras a créditos.

7. ¿Conoce o ha utilizado usted en otras entidades un botón de pago para realizar la cancelación de sus pagos en línea?

Tabla 7.

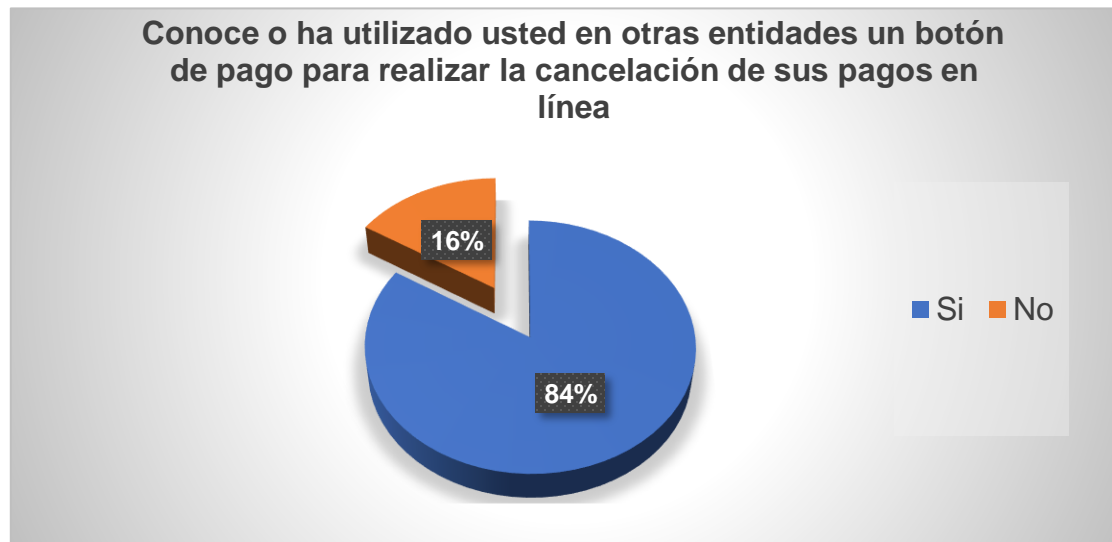
Ha utilizado en otras entidades un botón de pago para realizar la cancelación de sus pagos en línea

	Frecuencia	Porcentaje
Si	184	84%
No	36	16%
Total	220	100%

Nota. Encuestas realizadas a los clientes de almacenes Credihogar.

Figura 8.

Ha utilizado en otras entidades un botón de pago para realizar la cancelación de sus pagos en línea



Nota. Encuestas realizadas a los clientes de almacenes Credihogar.

Análisis Crítico:

Se puede ver que el 84% de los clientes encuestados señalaron que ellos si conocen y han utilizado en otras empresas un botón de pago al momento de realizar la cancelación de sus pagos. El 16% restante de clientes indicó que ellos no han utilizado un botón de pago. Como se puede observar el empleo de los botones de pago en las diversas empresas se está incrementando, por lo que la mayoría de los clientes conocen o han utilizado ya este medio de pago electrónico.

8. ¿Utilizaría usted el botón de pago para realizar la cancelación de sus obligaciones en línea?

Tabla 8.

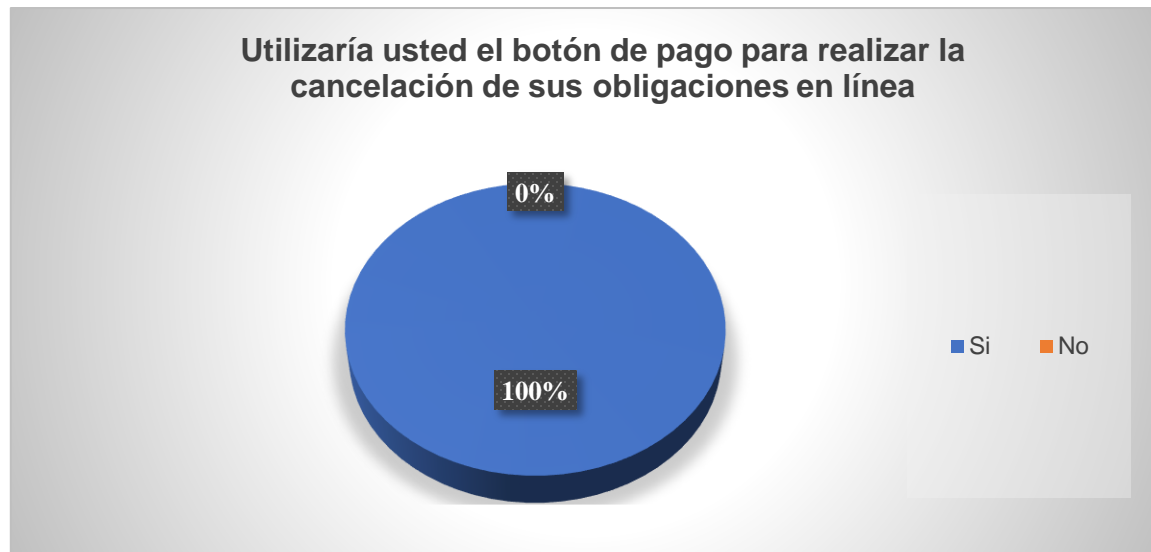
Utilizaría un botón de pago para realizar la cancelación de sus obligaciones en línea

	Frecuencia	Porcentaje
Si	220	100%
No	0	0%
Total	220	100%

Nota. Encuestas realizadas a los clientes de almacenes Credihogar.

Figura 9.

Utilizaría un botón de pago para realizar la cancelación de sus obligaciones en línea



Nota. Encuestas realizadas a los clientes de almacenes Credihogar.

Análisis Crítico:

En esta pregunta se puede observar que el 100% de los clientes encuestados indicaron que ellos si utilizarían un botón de pago para realizar la cancelación de sus obligaciones con la empresa Credihogar en línea. En base a esto se puede señalar que la implementación de un botón de pago tendría una buena acogida por parte de los clientes de la empresa, quienes estarían dispuestos a utilizar este medio digital para cumplir a tiempo y sin retrasos con sus obligaciones.

3.2. PROPUESTA

3.2.1. Título de la Propuesta

Diseño de una Aplicación móvil para facilitar los pagos a crédito de los clientes de almacenes CREDIHOGAR.

3.2.2. Objeto de la Propuesta

Crear un prototipo para el diseño de una Aplicación móvil que facilite a los clientes la cancelación de los créditos contraídos con almacenes CREDIHOGAR.

3.2.3. Justificación de la propuesta

Como se ha mencionado en el transcurso de esta investigación el diseño y la implementación de un medio de pago electrónico será de mucha utilidad para la mejora del proceso de recaudación de las ventas a créditos de almacenes CREDIHOGAR. Si bien, por esta razón se ha optado por proponer el diseño de una aplicación móvil que agilite el proceso de cancelación y permita a los usuarios realizar sus pagos de forma rápida, eficiente y segura. De esta forma, se brinda un mejor servicio a los clientes y se les ofrece comodidad al momento de cancelar su deuda.

Entonces la idea es que los clientes puedan mediante la App móvil revisar sus valores pendientes con la empresa y pagar cuando estimen conveniente desde cualquier lugar que se encuentre, de esta forma, se evitarán inconvenientes al momento de realizar sus pagos, además, se promueve la eficiencia en el proceso de recaudación de las ventas a crédito, lo cual brinda una mejor experiencia a los consumidores y mejora el servicio proporcionado por la empresa.

3.2.4. Beneficiarios

En este caso el grupo más beneficiado con el diseño de la App móvil para pagos, serán los clientes que han contraído y mantiene actualmente un crédito abierto con almacenes CREDIHOGAR.

3.2.5. Descripción de la propuesta:

Se propone el desarrollo de una aplicación móvil (APP) para que los clientes de almacenes CREDIHOGAR puedan realizar los pagos de las letras de sus facturas, a través del aplicativo. La App, que será desarrollada para los sistemas operativos Android y iOS, funcionará como una ventanilla de pagos para los clientes que han comprado productos y que hayan recibido sus facturas. El diseño de la App estará centrado en la Experiencia del Usuario, para que éste encuentre lo que busca de una manera fácil y sencilla.

A continuación, se describirán las actividades que la App móvil permitirá realizar a los usuarios:

1. **Iniciar sesión** Registro: (Login / Logout) Cabe señalar que los usuarios podrán acceder a la App móvil a través de un QR creando su respectivo usuario y contraseña, la misma será enviado a una clave al correo personal del cliente, esta aplicación se publicará por medio de Redes sociales como: (Facebook, Google, Apple id); al iniciar la sesión deberá llenar un formulario con datos adicionales.
2. **Visualizar Estado de cuenta.** El cliente podrá ver su estado de cuenta por factura, por Cuotas, Valor por Mora y por último valor por pagar, El cliente podrá revisar 24/7 los saldos pendientes con el almacén.
3. **Creación de Pagos en el sistema.**
4. **Seleccionar una o varias:** El cliente podrá seleccionar aquellas cuotas que desee cancelar.
5. **Detalle del pago de la cuota:** También se podrán revisar los detalles del pago de cada cuota canceladas y de las que faltan por cancelar.
6. **Pago realizado:** Si bien, es preciso señalar que los clientes pueden hacer sus pagos se podrá realizar por medio del botón de pago, usando sus tarjetas de crédito o débito.

7. **La creación de documentos:** En el sistema SAP B1 debe cumplir con ciertas reglas y con ciertas condiciones, de lo contrario los documentos no podrán ser creados y devolverá un mensaje con el código y descripción del error
8. **Historial de pagos:** La aplicación brindará un reporte para el usuario de establecimiento donde podrá revisar toda la información almacenada correspondiente a los pagos, esto incluye la fecha del pago, el tipo de tarjeta, el monto, el número de confirmación, entre demás datos importantes para el establecimiento y para el cliente.

La App también contará con un Administrador Web General, el cual permitirá revisar los pagos realizados; hacer reportes necesarios; y tener acceso por medio de roles.

Por su parte, la App móvil permitirá también a los usuarios recibir notificaciones generales de recordatorios de pagos. Esta notificación se la enviará a todos los usuarios de la App que tengan una cuota de pago pendiente, dicho proceso se lo realizará una vez por semana.

En el anexo VI se podrá observar un ejemplo del prototipo de la App móvil que se plantea en esta investigación. (Ver Anexo V)

Presupuesto para el desarrollo de la App Móvil:

Cabe señalar que almacenes CREDIHOGAR solicitó una cotización para el diseño de la App móvil a la empresa Pulpo ec. La cual es una empresa de programación y desarrollo de software. Esta proporcionó un presupuesto de \$12990, dentro de este presupuesto se incluye lo siguiente:

1. Desarrollo de aplicación para IOS y Android
2. Código fuente • Subidas a tiendas
3. Capacitación técnica

4. Garantía por 2 meses
5. Propuesta de diseño UX, en base a la línea gráfica del cliente
6. Integración con sistema de facturación del cliente
7. Cliente debe proporcionar el API de integración (Ver Anexo VI)

Conclusiones

Entre las principales conclusiones de la presente investigación se destacan las siguientes:

- La investigación abordada permitió conocer que las empresas actualmente han implementado diversos medios de pagos para mejorar la eficiencia en los procesos de recaudación de ventas a crédito. Si bien, dentro de estos medios de pagos se destacan los electrónicos o digitales, los cuales permiten a los usuarios realizar pagos a diferentes instituciones con solo dar un clic.
- Por su parte, con el análisis correspondiente al entorno del comercio electrónico y los medios de pagos digitales se pudo conocer que estos son una herramienta muy importante dentro del entorno empresarial ya que benefician tanto a los empresarios como a los usuarios. Si bien, por una parte, el beneficio que recibe el empresario reside en que agilizará el proceso de recaudación de las ventas a créditos, mientras que el beneficio para el usuario reside en que este pueda pagar y cumplir con sus obligaciones a tiempo desde cualquier lugar en el que se encuentren.
- De igual forma, se pudo conocer que almacenes Credihogar actualmente no cuenta con un medio de pago digital y esto genera ineficiencia en su proceso de recaudación de las ventas a crédito. Por lo tanto, la entidad comercial se encuentra en la búsqueda de innovación tecnológica y se está proyectando para la implementación de nuevas aplicaciones.
- Finalmente, se plantea que almacenes Credihogar invierta en el diseño de una Aplicación móvil para facilitar los pagos a crédito de sus clientes, mediante la implementación de un botón de pago. Para esto se realizó en este documento un prototipo de la aplicación que se desea crear y se presentó la cotización de la misma.

Referencias y bibliografía

- Balarezo, K. (2022). *El uso de medios de pagos digitales y la satisfacción de los clientes de luz del Sur SAA, 2020*. Lima-Perú: Universidad San Ignacio de Loyola.
- Bernal, C. (2016). *Metodología de la Investigación*. Bogotá: Pearson Education .
- Carrasco, S. (2017). *Metodología de la investigación científica*. Perú: San Marcos.
- Castro, J. (2014). *Crédito y Cobranza* . México: Patria.
- CECE, C. E., & UEES, O. d. (2022). *ESTUDIO DE TRANSACCIONES NO PRESENCIALES EN ECUADOR*. CECE- UEES. Obtenido de <https://online.uees.edu.ec/upload/Estudio%20Ecommerce%20%202022%20-%20VI%20Medici%C3%B3n%20UEES%20CECE.pdf>
- Chafloque Córdova, A. J. (2021). *Implementación de estrategias de marketing directo para incrementar las ventas de "Servilac SAC"*. San Juan de Miraflores, Lima. Chiclayo, Lima, Perú: Universidad César Vallejo. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/55209/Chafloque_CAJ-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Chamba Vivero, S. S. (2017). *Las ventas a crédito y su impacto en la liquidez*. Guayaquil: Universidad Laica "Vicente Rocafuerte" de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/1701/1/T-ULVR-1517.pdf>
- Chamba, S. (2017). *Las ventas a crédito y su impacto en la liquidez* . Guayaquil : Universidad Laica Vicente Rocafuerte.
- Chango, J. (2015). *Aplicación móvil para transacciones, consultas e ingreso de información financiera en el Sistema Financial Business System de la empresa SifizSoft S.A"*. Ambato-Ecuador: Universidad Técnica de Ambato .

- Chavez Fernandez, Y. D., & Loconi León, J. K. (2018). *Evaluación de la Gestión de Cuentas por cobrar comerciales para determinar la eficiencia de las políticas de créditos y cobranzas en la empresa Ferronor SAC, 2015. Propuesta de mejora*. Chiclayo: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Obtenido de https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/2141/1/TL_ChavezFernandezYsela_LoconiLeonJenny.pdf
- Choez , K., & Soledispa, S. (2019). *Auditoría Operativa al proceso de recaudación de las cuentas por cobrar de la empresa exportadora Aurífera Expausa S.A.* Manabí-Ecuador : Universidad San Gregorio de Portoviejo.
- Criollo, A. (2017). *Implementación de una APP tipo Botón de pago del Banco Central como alternativa de pago a las Tarjetas de crédito en los comercios electrónicos*. Guayaquil-Ecuador: ESPOL.
- Ecuavisa. (14 de febrero de 2022). Economía. *El 54 % de ecuatorianos empezaron a comprar en línea desde marzo de 2020*.
- El Telégrafo. (15 de Septiembre de 2021). Sobre los botones de pagos. *Botón de pagos: beneficios, cómo funciona y cuál elegir para impulsar tu negocio*. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/empresariales/1/boton-de-pagos-beneficios-como-funciona-y-cual-elegir-para-impulsar-tu-negocio>
- EL UNIVERSO. (5 de agosto de 2022). Así están las cifras de la inseguridad en el primer semestre del 2022 comparadas con los tres años previos. *Delincuencia*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/seguridad/asi-estan-las-cifras-de-la-inseguridad-en-el-primer-semestre-del-2022-comparadas-con-los-tres-anos-previos-nota/>
- Espinoza, A. (2020). *Gestión de Cobranzas, rentabilidad y Liquidez de Mypymes comercializadoras de materiales de construcción en cuenca*. Cuenca-Ecuador: Universidad Politécnica Salesiana. doi:<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/19795/1/UPS-CT008955.pdf>

- Ferrer Gomila, J. L., Huguet Rotger, L., & Payeras Capellà, M. M. (2020). *Sistemas de pago electrónico*. Catalunya: Universitat Oberta de Catalunya. Obtenido de <https://hopelchen.tecnm.mx/principal/sylabus/fpdb/recursos/r131089.PDF>
- Hernández, Fernández, & Baptista. (2014). *Enfoque de la Investigación Mixta de Roberto Hernández Sampieri*. México: Mc Graw Hill Education. Obtenido de <https://1library.co/article/enfoque-investigaci%C3%B3n-mixta-roberto-hern%C3%A1ndez-sampieri.zlg764oy>
- Hernández, J. (2012). *Sistema de Pago para Comercio Electrónico*. Zacatecas: Centro de Investigación en Matemáticas .
- Holm, H. (2012). *El ciclo operativo de las cuentas por cobrar*. Guayaquil-Ecuador: Ediciones Holgin.
- INEC. (2023). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU) Diciembre 2022 Mercado Laboral*. Quito: ENEMDU. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2022/Diciembre_2022/202212_Boletin_empleo.pdf
- Jordán Sánchez, J. C. (enero-junio de 2011). La innovación: una revisión teórica desde la perspectiva de marketing. *PERSPECTIVAS*(27), 47-71. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425941231004.pdf>
- López, J. (2005). *Diccionario Contable, Administrativo y fiscal*. México: Editorial Thomson.
- Marcillo Abad, D. E. (2018). *EVALUACIÓN DE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DEL DEPARTAMENTO*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/37481/1/departamento%20de%20ventas%20de%20electrodomesticos%20XYZ%20TESIS%20ACTUAL.pdf>
- Montaño, A. (2010). *Administración de la Cobranza*. México: Trillas.

Moyer, C., Guigan, J., & Kretlow, W. (2005). *Administración Financiera contemporánea*. México: Editorial Thompson.

Orús, A. (2023). *Statista*. Obtenido de Statista: <https://es.statista.com/estadisticas/1243580/frecuencia-de-compra-online-a-nivel-mundial/#:~:text=Aproximadamente%20el%2090%25%20de%20los%20consumidores%20a%20nivel,servicios%20a%20trav%C3%A9s%20de%20Internet%20de%20forma%20diaria.>

Pérez Sevilla, B. J., López Fargas, B. M., & Ramírez González, B. M. (2021). *Administración de ventas: El proceso de ventas y la importancia de la fuerza de ventas para el cumplimiento de los objetivos de las empresas*. Managua, Managua, Nicaragua: Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua. Obtenido de <https://repositorio.unan.edu.ni/15074/1/15074.pdf>

Pinto Andrade, J. B., & Sivinta Maquilon, J. M. (2016). *“Evaluación Financiera de las Ventas a Crédito de la Inmobiliaria XYZ.”*. Guayaquil, Ecuador: Universidad de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/19518/1/Tesis-Evaluacion%20Financiera%20Vtas%20a%20Credito.pdf>

Ramos, M., Hernández, A., & Placencia, B. (2018). *Metodología de la Investigación Científica*. Ecuador: Área de Innovación y Desarrollo, S.L.

Real Academia Española. (2020). *Real Academia Española*. (A. d. Española, Editor) Obtenido de Real Academia Española: <https://dle.rae.es/vender?m=form>

Revelo, S. (2013). *Sistema de cobro y recuperación de cartera de crédito para la empresa “Profemac” de la ciudad de Tulcán*. Tulcán: Universidad Regional Autónomas de los Andes. Obtenido de <https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/3524/1/TUTCYA018-21013.pdf>

- Sánchez, J. L. (2022). *Marketing: Manual del Vendedor*. TECSIMA S.A Consultora en Marketing, Gestión y Calidad. Obtenido de https://www.tecsima.com.ar/facebook/MANUAL_DEL_VENDEDOR.pdf
- Serna, & Pardo. (2016). *Diseño de interfaces en Aplicaciones Móviles*. España: Editorial RA-MA.
- Subgerencia de Servicios (BCE). (2020). *EVOLUCIÓN DE LOS MEDIOS DE PAGO DEL ECUADOR EN EL CONTEXTO DE PANDEMIA COVID 19*. Banco Central del Ecuador, Subgerencia de Servicios. Quito: Dirección Nacional de Sistemas de Pago. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Administracion/snp-estadistica-2.pdf>
- Tejeda, F. B. (7 de Julio de 2020). *ECOMMERCE NEWS Comercio electrónico para todos*. Obtenido de ECOMMERCE NEWS Comercio electrónico para todos: <https://www.ecommercenews.pe/comercio-electronico/2020/empresas-ecommerce.html>
- Useche Aguirre, M. C., Pereira Burgos, M. J., & Barragán Ramírez, C. A. (2021). Retos y desafíos del emprendimiento ecuatoriano, trascendiendo a la pospandemia. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 11(22), 271-286. doi:<https://doi.org/10.17163/ret.n22.2021.05>
- Van Home, & Wachowicz. (2010). *Fundamentos de administración*. México: Prentice Hall.

Anexos



UNIVERSIDAD ECOTEC

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

ANEXO I FORMATO DE ENTREVISTA

Fecha: 27 de marzo de 2023.

Nombres completos del entrevistado: Baltazar Fuela Valdez.

Cargo: Jefe de Cobranza

Tema: Proceso de Implementación de Medios de Pagos Electrónicos en Almacenes CREDIHOGAR de la ciudad de Guayaquil.

1. ¿Desde su perspectiva, cual considera usted que es la situación actual de los almacenes Credihogar en temas de innovación tecnológica?

Desde mi perspectiva, en temas de innovación tecnológica estamos proyectando para una implementación de nuevas aplicaciones, a raíz de COVID-19, CrediHogar han enfocado en una transformación integral de los negocios y de sus modelos, con esta referencia estamos adaptando a un cambio en las necesidades de los consumidores. Por tal razón, en los años anteriores innovar era una opción para las empresas, pero ahora se ha vuelto una obligación, la innovación tecnológica es una clave en el crecimiento económico y como también el bienestar humano.

2. ¿Considera, que es necesario para la empresa adaptarse a los cambios y exigencias del mercado? ¿Por qué?

Los cambios son obligatorios y no es una opción, los consumidores tienden a tener nuevas exigencias y necesidades, ya que las exigencias del mercado cada vez son más exigentes, por lo tanto, CrediHogar necesita adaptarse a nuevos cambios, donde su forma de vender ya no es lo mismo, por aquello asumimos

una responsabilidad evolutivo y compromiso, por último, adaptación en el mercado.

3. ¿Cómo almacenes CrediHogar efectúa la recaudación de los pagos de las ventas a crédito? Explique el proceso.

Nuestra recaudación se determina de la siguiente manera, cuando un cliente adquiere crédito adquiere una obligación donde el personal de la caja entrega una tabla de amortización junto con la factura, por lo tanto el cliente está al tanto de cuándo vence su obligación, lo que se denomina una recaudación, donde cada cliente debe acercarse a la ventanilla a cancelar su letra de acuerdo a la tabla de amortización, mientras otros prefieren realizar una transferencia bancaria y luego nos envían su comprobante de pago por medio de WhatsApp de la empresa, por lo tanto, el personal de la empresa confirma el depósito para luego realizar el recibo de pago; por último, si el depósito es correcto emite el recibo nuevamente el personal de la caja nos envía el recibo al cliente, por otro lado si el depósito del cliente no existe, el personal de la empresa comunica al cliente.

4. ¿Qué medios de pago utilizan comúnmente sus clientes? Detalle.

Los pagos más utilizados es el efectivo, los cheques, transferencias bancarias, depósitos, bancos de barrios y/o banco y por último tarjetas de crédito/débito.

5. ¿Qué tipo de problemas se han presentado con los medios de pagos que hasta ahora han empleado sus clientes? Especifique.

Con medios de pagos tenemos problemas en los depósitos a la cuenta de la empresa donde el banco del barrio tiene un cupo asignado por el banco, es decir el banco del barrio no quiere aceptar los pagos de los clientes causando el malestar y que el cliente tiene que buscar otra manera de cancelar o por último acercarse a la ventanilla de la empresa. Otro de los problemas que ocasionan son con las transferencias bancarias, donde el cliente realiza la transferencia y no comunica a la empresa; al final la empresa no tiene la información de quien

cancelo; con otro medio de pago no hemos tenido ninguna novedad, lo que nos falta es una implementación de pago en línea, donde el cliente pague a través de una app y automáticamente refleje en nuestro sistema SAP el valor del pago, esto nos ayudaría a ampliar el mercado y vender más.

**6. ¿Qué tanto conoce usted acerca de los medios de pagos electrónicos?
Detalle.**

En nuestra empresa funciona uno de los medios de pago electrónico, donde la empresa recauda un porcentaje de cartera. Desde nuestro enfoque los medios de pago electrónicos es un medio o el método de pago, la misma que son respaldado por las entidades financieras, es decir, consiste en enviar dinero por vía electrónica, de una cuenta a otra, más conocido transferencias bancarias, además, no se cobra comisión.

Por últimos, nuestra empresa no tenemos una de las opciones que esta funcionando en el mercado que es conocido “Pasarelas de pago” esto es nuestro objetivo y estamos trabajando para innovar en el comercio electrónico, además, son conocidas como plataformas de pagos, son servicios de terceros, la misma que funcionan como intermediarios para procesar y autorizar las transacciones monetarias entre clientes y sitios web de ventas.

7. ¿Qué beneficios cree usted que podría generar a almacenes CREDIHOGAR el uso de medios de pago electrónico?

Los beneficios son de ambas partes, tanto de la empresa y de los clientes, donde no se manejaría el efectivo esto nos conviene por la seguridad, además por la comodidad y tranquilidad del cliente y la transparencia de la empresa, además se puede acceder a los pagos de forma inmediata y poder vender a los clientes evitando el efectivo. Por último, permite un control sobre las operaciones y contribuye un historial crediticio.

8. ¿La implementación de un medio de pago electrónico a través de una app ayudaría a incrementar las ventas en su empresa? ¿Por qué?

Los pagos electrónicos son cada vez más digital, y la competencia está a la altura con este tipo de cobros electrónico, por este motivo nos optamos a innovar, por lo consiguiente las ventas aumentara por la facilidad de pago, además con la app nos facilitaría dar cobertura a nivel nacional si restricción alguno, evitando los riesgos de manejar grandes sumas de dinero en efectivo, porque la recaudación de ventas a crédito se optaría a través de canales virtuales ya que no requieren el contacto físico, ni dinero físico y se pueden realizar los pago por este medio, puesto que el cliente solo necesita de internet. Por este motivo, los negocios o empresas deben adaptarse a esta nueva tendencia y ofrecer nuevos métodos de pagos digitales y sin dejar los de tradicional a sus clientes.

9. ¿Los medios de pago electrónico a través de una app móvil podría ayudar a expandirse hacia nuevos mercados en el país? ¿Por qué?

Como le indicaba en la pregunta 8, los medios de pagos electrónicos beneficiaria de diferentes maneras, unas de ellas es expandirse a nuevos mercados en el país, puesto que se podría realizar ventas virtuales y el cliente tendría facilidad de pagar su deuda a través de una app y automáticamente se reflejaría en nuestro sistema. Hoy en día, la tecnología ha facilitado la vida de las personas ya que con un clic puedes realizar diferentes trámites en cualquier lugar. Nosotros como empresa debemos adaptarnos y otorgar a nuestros clientes la facilidad de compras, pagos, entre otros.

10. ¿De qué forma, la aplicación de un medio de pago electrónico a través de una app móvil mejoraría la eficiencia en los procesos de recaudación de ventas a crédito?

La eficiencia de la plataforma de este tipo de app lo mejoraría al consumidor y a la empresa, por un lado, a la empresa a mejorar la venta de sus productos y otorgar un servicio ofreciendo de pago mediante una app que permita realizar

compras y pagos como si estuviera en el punto de venta de manera sencilla y rápida, cumpliendo la mejor satisfacción al cliente y con la experiencia inmediata del servicio desde cualquier lugar que se encuentre. En los últimos tiempos se ha visto necesario el desarrollo de Apps, siendo Android o iOS uno de los sistemas operativos más utilizados en el mundial.

Estas aplicaciones son con la finalidad es incrementar las ventas e incentivando con los pagos en línea con un aplicativo disponible 24/7. La aplicación está dirigida a personas que quieren comprar y pagar desde cualquier parte del mundo, solamente que tengan conectividad a internet, el resaltando final es la compra desde la comodidad del hogar y sin riesgo de caminar con efectivo.



UNIVERSIDAD ECOTEC

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

ANEXO II FORMATO DE ENCUESTA PARA LOS CLIENTES

Fecha:

Tema: Proceso de Implementación de Medios de Pagos Electrónicos en Almacenes CREDIHOGAR de la ciudad de Guayaquil.

Objetivo: Proponer la Implementación de un medio de pago electrónico para mejorar la eficiencia en los procesos de recaudación de ventas a crédito en almacenes CREDIHOGAR de la ciudad de Guayaquil.

Indicaciones: Lea detenidamente y marque con una x el ítem de su respuesta

1. ¿Con cuánta frecuencia realiza usted compras a crédito en almacenes Credihogar?

Siempre

Casi siempre

Ocasionalmente

Raramente

2. ¿Se encuentra actualmente cancelando una compra a crédito en almacenes Credihogar?

Si

No

3. ¿Ha tenido algún inconveniente o dificultades al momento de dirigirse hasta el establecimiento comercial a cancelar en efectivo sus pagos?

Siempre

Casi siempre

Ocasionalmente

Raramente

4. ¿Cómo considera que usted que es el servicio que proporciona almacenes Credihogar a sus clientes al momento de cancelar sus pagos?

Excelente

Bueno

Regular

Malo

5. ¿Le gustaría a usted que almacenes CREDIHOGAR implemente un medio de pago que sea más ágil y sencillo para sus clientes?

Muy de acuerdo

De acuerdo

Ni de acuerdo, ni desacuerdo

En desacuerdo

6. ¿Cree usted que la implementación de un medio de pago electrónico sería una buena opción para los clientes de almacenes CREDIHOGAR?

Muy de acuerdo

De acuerdo

Ni de acuerdo, ni desacuerdo

En desacuerdo

7. ¿Conoce o ha utilizado usted en otras entidades un botón de pago para realizar la cancelación de sus pagos en línea?

Si

No

8. ¿Utilizaría usted el botón de pago para realizar la cancelación de sus obligaciones en línea?

Si

No

ANEXO III EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A LOS CLIENTES DE ALMACENES CREDIHOGAR



Nota. Encuestas realizadas a los clientes de almacenes Credihogar; fuente. Investigación para la implementación de un botón de pagos que permita mejorar el proceso de recaudación de las ventas a créditos.



Nota. Encuestas realizadas a los clientes de almacenes Credihogar; fuente. Investigación para la implementación de un botón de pagos que permita mejorar el proceso de recaudación de las ventas a créditos.



Nota. Encuestas realizadas a los clientes de almacenes Credihogar; fuente. Investigación para la implementación de un botón de pagos que permita mejorar el proceso de recaudación de las ventas a créditos.



Nota. Encuestas realizadas a los clientes de almacenes Credihogar; fuente. Investigación para la implementación de un botón de pagos que permita mejorar el proceso de recaudación de las ventas a créditos.



Nota. Recopilación de información de los clientes en el departamento de ventas de almacenes Credihogar.

**ANEXO IV CLIENTES QUE TIENEN CRÉDITO ABIERTO CON ALMACENES
CREDIHOGAR**

N°	Nombre y Apellidos del cliente	Periodo	Forma de pago
1	VILLAMAR PLUAS CARLOS DANIEL	01/01/2021	Crédito
2	JALCA ALBAN LUIS FELIPE	03/01/2021	Crédito
3	GUTIERREZ TUMBACO LEONARDO ALEXANDER	04/01/2021	Crédito
4	TORRES RONQUILLO CRISTINA VERONICA	04/01/2021	Crédito
5	YANZAPANTA VERA ELIZABETH SARA	06/01/2021	Crédito
6	VILLAO CARBONERO JENNY MARIA	08/01/2021	Crédito
7	PIN MERCHAN WILLIAN RUBEN	10/01/2021	Crédito
8	CHANCAY CALDERON EDILMA MARISOL	12/01/2021	Crédito
9	VARGAS DECIMILLA PLUTARCO XAVIER	14/01/2021	Crédito
10	AVELINO QUINTO DAVID DANIEL	16/01/2021	Crédito
11	PIBAQUE ALVEAR GEOCONDA LUCRECIA	18/01/2021	Crédito
12	RODRIGUEZ RUIZ DARWIN ARMANDO	20/01/2021	Crédito
13	GOMEZ CANO FRANCISCO AMADOR	22/01/2021	Crédito
14	VILLA QUINDE MIGUEL ENRIQUE	26/01/2021	Crédito
15	ALVAREZ BAJAÑA GUISEPPE KARIN	28/01/2021	Crédito
16	MOTA ALVARADO DALIA FRANCISCA	28/01/2021	Crédito
17	BONILLA BUNAY ALICIA KAROLINA	31/01/2021	Crédito
18	MERCHAN TOMALA CELINDA JUANA	01/02/2021	Crédito
19	VALENCIA RODRIGUEZ JUDITH ROSARIO	03/02/2021	Crédito
20	FRANCO AVILA JORGE ALEJANDRO	05/02/2021	Crédito
21	FLOR CORONEL CARLOS SILVANO	07/02/2021	Crédito
22	GAMBOA GURUMENDI HUGO ENRIQUEZ	10/02/2021	Crédito
23	CARRIEL HOLGUIN VERONICA MARIUXI	12/02/2021	Crédito
24	GARCIA PACHECO HECTOR FELIPE	14/02/2021	Crédito
25	BRAVO ESPINOZA MARIANELA BEATRIZ	16/02/2021	Crédito
26	VILLA PINCAY FRANCISCO ADOLFO	18/02/2021	Crédito
27	TRIANA ESPAÑA CARLOS GUILLERMO	20/02/2021	Crédito
28	VILLAO MARTINEZ MAYI RUTH	22/02/2021	Crédito
29	VERA PONCE GUISSOLA NATIVIDAD	24/02/2021	Crédito
30	CATAGUA DAZA JOHN AGUSTIN	26/02/2021	Crédito
31	VELIZ CASTRO MERCEDES KATIUSKA	28/02/2021	Crédito
32	RAMOS ZAMBRANO KATHERINE LISBETH	28/02/2021	Crédito
33	PARRALES AVILA NUBIA EVELYN	01/03/2021	Crédito
34	RIVERA MORA NERELIA YAMILETH	04/03/2021	Crédito
35	TUMBACO ESPINALES ANGEL ALFREDO	06/03/2021	Crédito

36	ESCALANTE PAZMINO CARMEN JULIANA	07/03/2021	Crédito
37	TENORIO TUBAY JHON STEVEN	07/03/2021	Crédito
38	PONCE RODRIGUEZ CRISTHIAN ALEJANDRO	08/03/2021	Crédito
39	CEVALLOS CARBO GEANELLA BETZABETH	09/03/2021	Crédito
40	YAGUAL JORDAN RONALDO JOSE	10/03/2021	Crédito
41	GAMBOA CONTRERAS HUGO BYRON	12/03/2021	Crédito
42	BUSTAMANTE BASURTO DIGNA EMERITA	14/03/2021	Crédito
43	BAQUE ALVARADO SEBASTIAN GUSTAVO	16/03/2021	Crédito
44	REA CUJILEMA HILDA ROCIO	18/03/2021	Crédito
45	ZAMBRANO TIGUA EDGAR ALEXANDER	20/03/2021	Crédito
46	MINOTA BONE MAYRA MARIA	22/03/2021	Crédito
47	ARANA ICAZA ALBERTO JOSE	24/03/2021	Crédito
48	ROLDAN VERA CARLA EMPERATRIZ	26/03/2021	Crédito
49	GARCIA ANCHUNDIA RODDY ELVIS	28/03/2021	Crédito
50	MONSERRATE LOOR ANA MARIA	30/03/2021	Crédito
51	MALTA TRIANA PAOLA KATHERINE	30/03/2021	Crédito
52	CEVALLOS DEL PEZO MIGUEL ANGEL	01/04/2021	Crédito
53	AVILES MACIAS NARCISA JAMILETH	03/04/2021	Crédito
54	PINELA HUAYAMABE LORENZA JACINTA	05/04/2021	Crédito
55	ALAY GOMEZ ISIDRO ERASMO	07/04/2021	Crédito
56	PACHECO ALVAREZ XIOMARA BRIGGETTE	09/04/2021	Crédito
57	VITERI HERNANDEZ RAFAEL ANIBAL	10/04/2021	Crédito
58	PAYE DIAZ NAHIN ISAAC	12/04/2021	Crédito
59	BAQUE ASENCIO CAROLAY NICOLE	14/04/2021	Crédito
60	GONZALEZ ALCIVAR CHRISTIAN JAVIER	16/04/2021	Crédito
61	VILLO POLIT REBECA MARIA MARGARITA	18/04/2021	Crédito
62	RON CHOEZ SERGIO LUIS	21/04/2021	Crédito
63	PINCAY MENDOZA RUBEN GABRIEL	23/04/2021	Crédito
64	SOSA ORELLANA CRISTIAN ANDRES	25/04/2021	Crédito
65	MITE LAZ STEEVEN JONATHAN	27/04/2021	Crédito
66	VELASTEGUI LUCAS FERMIN RAUL	28/04/2021	Crédito
67	AVILA MERCHAN PAOLA MARIELA	28/04/2021	Crédito
68	SALAZAR QUINTANA ERICK ALEXANDER	30/04/2021	Crédito
69	MANZABA GUERRERO LADY LIZBETH	02/05/2021	Crédito
70	CHOEZ CHIPRE WALTHER PAULINO	04/05/2021	Crédito
71	CEVALLOS CARBO GEANELLA BETZABETH	06/05/2021	Crédito
72	SALAZAR RUIZ JAIME EDISON	08/05/2021	Crédito
73	TUTIVEN RIVERA ALLISON DAYANA	10/05/2021	Crédito
74	CHICHANDE QUINTERO DOCTI MARIUXI	12/05/2021	Crédito
75	SILVA PIN JOHNNY DAVID	14/05/2021	Crédito
76	ZAMBRANO TIGUA EDGAR ALEXANDER	15/05/2021	Crédito

77	VALVERDE CHILA YARITZA PAMELA	17/05/2021	Crédito
78	LUMBI VALENTE JORGE LUIS	19/05/2021	Crédito
79	MERELO CHIRIGUAYA ALEXANDRA DEL CARMEN	21/05/2021	Crédito
80	SALAZAR ZAMBRANO ULBIO ENRIQUE	23/05/2021	Crédito
81	GARCIA MURILLO FERNANDA PAMELA	25/05/2021	Crédito
82	SUAREZ ARBOLEDA SILVIA ELENA	27/05/2021	Crédito
83	MORALES RON MELANIE VERUSHKA	28/05/2021	Crédito
84	PLUAS VARGAS FRANCISCO BARBARO	28/05/2021	Crédito
85	SANTANA ZAMBRANO ROQUE RAMON	30/05/2021	Crédito
86	CARRANZA MERO JOSSELYN MARIA	31/05/2021	Crédito
87	MINDIOLA BECERRIN MIRYAN ELIZABETH	31/05/2021	Crédito
88	SANTANA PONCE LIMBER JACINTO	01/06/2021	Crédito
89	BERMEO BOHORQUEZ MARIA AUXILIA	03/06/2021	Crédito
90	GUALE MAGALLANES WASHINGTON FELIPE	05/06/2021	Crédito
91	CHOEZ GUAMAN INES VIRGINIA	07/06/2021	Crédito
92	AGUIRRE POZO JEAN CARLOS	09/06/2021	Crédito
93	TRIANA MATAMOROS DAYSA DE LA LUZ	11/06/2021	Crédito
94	ALVARADO PERALTA CARLOS STALIN	13/06/2021	Crédito
95	CARRENO REYES GABRIEL	15/06/2021	Crédito
96	HUAYAMAVE PERALTA ROSA MERCEDES	17/06/2021	Crédito
97	TOMALA BACUSOY DAVIS JAIR	19/06/2021	Crédito
98	TUAREZ TUAREZ NIEVE CECIBEL	20/06/2021	Crédito
99	MACIAS GUERRERO JOEL BRYAN	21/06/2021	Crédito
100	PIBAQUE PINCAY EMILIO URBANO	23/06/2021	Crédito
101	RIVERA YANEZ WASHINTONG GUILLERMO	23/06/2021	Crédito
102	CRUZ LOPEZ RAMIRO ARTURO	24/06/2021	Crédito
103	ZAMBRANO GUASHPA ANDY ARIEL	26/06/2021	Crédito
104	CUADRO GARCIA ANDREA CAROLINA	27/06/2021	Crédito
105	DIER ALTAMIRANO DIANA CAROLINA	29/06/2021	Crédito
106	LOPEZ SANCHEZ LUIS ALEJANDRO	30/06/2021	Crédito
107	ORDEN LLININ ELIZABETH ALEXANDRA	30/06/2021	Crédito
108	YAUTIBUG AUCANCELA MIGUEL	02/07/2021	Crédito
109	LOPEZ ZAMBRANO BRYAN OMAR	04/07/2021	Crédito
110	PLUAS PLUAS ROSA PALMIRA	05/07/2021	Crédito
111	CARRIEL CAMPOS XAVIER IGNACIO	06/07/2021	Crédito
112	MURGUEITIO MEZA CRISTHIAN GUILLERMO	08/07/2021	Crédito
113	OVIEDO VERA LEONCIO GUMERCINDO	10/07/2021	Crédito
114	ESPINEL VAQUE JEFFERSON PATRICIO	12/07/2021	Crédito
115	NAULA PINCAY DANIELA ALEJANDRA	14/07/2021	Crédito
116	MORALES RUIZ JOSE ANTONIO	15/07/2021	Crédito
117	TUMBACO REYES ELVA YENNY	17/07/2021	Crédito

118	ANZULES SANTANA JESUS FELIPE	19/07/2021	Crédito
119	CHELE MADRID FELIX ALEXANDER	20/07/2021	Crédito
120	RODRIGUEZ MACIAS EFREN WILMER	21/07/2021	Crédito
121	DELGADO RIVERA MADELINE ROSARIO	23/07/2021	Crédito
122	RIVERA PINO PAMELA LISBETH	25/07/2021	Crédito
123	ORTIZ IDROVO ANDRES ALEXIS	27/07/2021	Crédito
124	RUIZ ZAMBRANO DOMINGO MISAEAL	29/07/2021	Crédito
125	VILLACIS RODRIGUEZ CHRISTHIAN ANDRES	29/07/2021	Crédito
126	JARAMILLO MORA WILSON	30/07/2021	Crédito
127	GUERRERO MOLINA ROBERTO ISRAEL	31/07/2021	Crédito
128	GONZALEZ GONZALEZ MARIA MAGDALENA	01/08/2021	Crédito
129	SALAVARRIA SOLEDISPA OSCAR FERNANDO	03/08/2021	Crédito
130	PERERO REYES JAIME HUMBERTO	04/08/2021	Crédito
131	TOALA ALVARADO CRISTOBAL INOCENCIO	06/08/2021	Crédito
132	PALMA PEREZ LICENIA BEATRIZ	08/08/2021	Crédito
133	MAGALLAN MARTINEZ JEAN MARCOS	10/08/2021	Crédito
134	GARCIA MANTUANO MAYCOL ARIEL	10/08/2021	Crédito
135	BRAVO BRAVO YULLY GABRIELA	12/08/2021	Crédito
136	CEDEÑO HIDALGO WILLIAM FABIAN	13/08/2021	Crédito
137	RIVERA GALEAS BRENDA GEOVANNA	14/08/2021	Crédito
138	RIVAS MORALES ELIZABETH LETICIA	16/08/2021	Crédito
139	QUIMI PILOZO LUCIO OMAR	18/08/2021	Crédito
140	REYES PIN ANGELO MIGUEL	20/08/2021	Crédito
141	COBEÑA SALTOS ALBA NARCISA	22/08/2021	Crédito
142	PALACIOS ESPINOZA CHRISTIAN ANDRES	24/08/2021	Crédito
143	GUAGUA ARBOLEDA MAICOL ARIEL	26/08/2021	Crédito
144	CHICHANDE QUINTERO FRIXON JACSON	28/08/2021	Crédito
145	MIELES MACIAS DANIEL CIRICIO	29/08/2021	Crédito
146	ROLDAN PALMA MIRELLA MERCEDES	30/08/2021	Crédito
147	MINAYA VARGAS JUAN CARLOS	30/08/2021	Crédito
148	ANDRADE FLORES FRANKLIN JAVIER	31/08/2021	Crédito
149	ARIAS QUINTERO JUAN JAIBER	31/08/2021	Crédito
150	CARABAJO PERALTA LUIS CORNELIO	01/09/2021	Crédito
151	VARGAS BARZOLA AMELIA MARIBEL	03/09/2021	Crédito
152	CHIPE LIBERIO ARTURO BENITO	05/09/2021	Crédito
153	PINCAY VERA ANGEL STEVEN	06/09/2021	Crédito
154	PONCE GUTIERREZ EDUARDA ANABEL	08/09/2021	Crédito
155	SOLORZANO SOLORZANO FLOR MARIA DEL ROCIO	10/09/2021	Crédito
156	TOMALA VILLAMAR GIANCARLOS XAVIER	12/09/2021	Crédito
157	MORALES GARCIA NELSON ALEJANDRO	14/09/2021	Crédito
158	ARIAS ALCIVAR ALISSON ADRIANA	16/09/2021	Crédito

159	HIDALGO OCHOA NORYS YOCONDA	18/09/2021	Crédito
160	CHOMPOL CEPEDA ANGEL JHONNY	18/09/2021	Crédito
161	SORIANO BAJAÑA BETTY PAOLA	20/09/2021	Crédito
162	PARRA ROMAN KATHERYNE ELIZABETH	22/09/2021	Crédito
163	MANTUANO CABRERA GREGORIA CONSUELO	24/09/2021	Crédito
164	BAUTISTA PORTOCARRERO HAIRO HORACIO	25/09/2021	Crédito
165	JIMENEZ SANCHEZ MELANY JOSELIN	26/09/2021	Crédito
166	AGUILAR VARGAS CARLOS ALBERTO	28/09/2021	Crédito
167	MONCADA LAGO FATIMA DOMITILIA	29/09/2021	Crédito
168	CUJI SEGOVIA JORGE GIOVANNY	30/09/2021	Crédito
169	COIME PEREA MICHAEL STEVES	30/09/2021	Crédito
170	PLUAS ORTEGA FREDDY OSWALDO	01/10/2021	Crédito
171	PARRAGA RUIZ JOSE GRABIELITO	03/10/2021	Crédito
172	CARCHI CARCHI MARIO CESAR	05/10/2021	Crédito
173	VELEZ INFANTE JEREMY GABRIEL	05/10/2021	Crédito
174	CHOEZ RODRIGUEZ GABRIELA RAQUEL	06/10/2021	Crédito
175	MORIEL QUIMIS MARIA FERNANDA	07/10/2021	Crédito
176	SUAREZ REYES LIDIA FABIOLA	09/10/2021	Crédito
177	SOLORZANO ZAMBRANO CARMEN ESTEFANIA	11/10/2021	Crédito
178	CEVALLOS BAILON BRYAN ALEXI	13/10/2021	Crédito
179	JORDAN GOMEZ VICTORIA ISABEL	15/10/2021	Crédito
180	YAGUAL YAGUAL DEMETRIO	17/10/2021	Crédito
181	NAULA YAUTIBUG CRISTHIAN DAVID	19/10/2021	Crédito
182	BAJAÑA PANTA MIRIAN ISABEL	21/10/2021	Crédito
183	OROSCO ENCARNACION AMABLE MEDARDO	23/10/2021	Crédito
184	GONZALEZ PALMA DIANA BEATRIZ	25/10/2021	Crédito
185	CANDELARIO PIN DAVID VLADIMIR	26/10/2021	Crédito
186	CHIMBOLEMA INGUILLAY JHON JOEL	27/10/2021	Crédito
187	GOROTIZA VERGARA JULIO CESAR	28/10/2021	Crédito
188	VARGAS LETURNET ANITA MARIA	29/10/2021	Crédito
189	COOX BASURTO BOLIVAR EDUARDO	30/10/2021	Crédito
190	TOALA GUANANGA MANUEL ARTURO	31/10/2021	Crédito
191	HERRERA AGUILERA KEVIN ARIEL	31/10/2021	Crédito
192	VILLAMAR MORA HECTOR DAVID	01/11/2021	Crédito
193	MORAN MORAN JONATHAN ANDRES	03/11/2021	Crédito
194	ZAMBRANO CAMPUZANO YULIANA MAYLIN	05/11/2021	Crédito
195	TRIANA ESPAÑA WELLINTONG VIRGINIO	06/11/2021	Crédito
196	ZAMBRANO SOLORZANO FERNANDO SEBASTIAN	07/11/2021	Crédito
197	ROSADO MENDOZA LORETO ENRIQUE	08/11/2021	Crédito
198	COROZO AYOVI JACINTO DOUGLAS	10/11/2021	Crédito
199	MENDOZA LABORDE ZOILA LUZ	12/11/2021	Crédito

200	MATOS HARO JULIO CESAR	14/11/2021	Crédito
201	RODRIGUEZ PLUAS KENNI DARWIN	14/11/2021	Crédito
202	BARAHONA GUTIERREZ JORGE GUSTAVO	15/11/2021	Crédito
203	CHOEZ CHIQUITO MARISOL ORTENCIA	16/11/2021	Crédito
204	HERRERA PELAEZ PABLO ANTONIO	17/11/2021	Crédito
205	CAGUA CEDEÑO JOSE ANTONIO	18/11/2021	Crédito
206	VILLACRESES MENDOZA SILVIA LORENA	20/11/2021	Crédito
207	MACIAS VINCES FANNY NATIVIDAD	22/11/2021	Crédito
208	GUAYRACAJA COPA SAMUEL ELIAS	22/11/2021	Crédito
209	MERCHAN VERA WILDER GEORGE	24/11/2021	Crédito
210	TUBAY LOPEZ MELANI ARIANA	26/11/2021	Crédito
211	CHAVEZ PINCAY ERNESTO VICENTE	27/11/2021	Crédito
212	GUALLI GUAMAN LUIS JAVIER	28/11/2021	Crédito
213	ARIAS QUINTERO JUAN JAIBER	28/11/2021	Crédito
214	MINA QUINTERO MARIA DELLANIRE	29/11/2021	Crédito
215	QUINTO ESPINOZA GLORIA JACINTA	30/11/2021	Crédito
216	GARCIA GARCIA LEONELA MAHELA	30/11/2021	Crédito
217	MUÑIZ SUAREZ GLADIS JUANA	01/12/2021	Crédito
218	BELTRAN AVILA LUIZ DE LA CRUZ	02/12/2021	Crédito
219	ORTIZ RODRIGUEZ AIDA BARBARA	03/12/2021	Crédito
220	GUACHO AUCANCELA GRACE BRIGITTE	04/12/2021	Crédito
221	MERCHAN VARGAS WILSON ALBERTO	05/12/2021	Crédito
222	LOY BARZOLA DANILO JAVIER	05/12/2021	Crédito
223	BORBOR BACILIO KELVYN ELIAS	07/12/2021	Crédito
224	JURADO CORTEZ JOHAN LUIS	09/12/2021	Crédito
225	CHANALATA ZAMBRANO CHARLOTTE ZULAY	11/12/2021	Crédito
226	PONCE ZAMBRANO NIEVE YOLANDA	13/12/2021	Crédito
227	NIETO SOLEDISPA JOEL MOISES	15/12/2021	Crédito
228	TOALA LINO LUIS ALBERTO	17/12/2021	Crédito
229	PINCAY MUÑOZ CRISTOFER AUGUSTO	17/12/2021	Crédito
230	SOLIS LICOA CARLOS FRANK	19/12/2021	Crédito
231	MACAY LOOR ANGEL SANDINO	21/12/2021	Crédito
232	VERA RODRIGUEZ NELY BETTI	23/12/2021	Crédito
233	LOZA MANOSALVA ELVIS HUMBERTO	24/12/2021	Crédito
234	MUÑOZ BENITEZ MADELINE FABIANA	25/12/2021	Crédito
235	BRIONES INTRIAGO GLENDA ELVIRA	26/12/2021	Crédito
236	MEDINA BANCHON HERLINDA GRACIELA	27/12/2021	Crédito
237	FIGUEROA LINO JAIME SALVADOR	28/12/2021	Crédito
238	PARRALES GUAMAN DIANA KATHERINE	28/12/2021	Crédito
239	IBARRA APOLO JHON JAIRO	29/12/2021	Crédito
240	HOLGUIN TOMALA DENNIS ROLANDO	30/12/2021	Crédito

241	CAICEDO NAZARENO VICTOR HUGO	30/12/2021	Crédito
242	RIVAS TEJENA GEMA ASUNCION	31/12/2021	Crédito
243	CHANCAY CALDERON ELIZABETH PAULETTE	31/12/2021	Crédito
244	MORALES BAJAÑA KLEBER AMADO	01/01/2022	Crédito
245	MENDOZA ESPINOZA MARIA MARIBEL	02/01/2022	Crédito
246	CHELE BORBOR GENESIS YAMILETH	03/01/2022	Crédito
247	VITERI PEÑAFIEL EDUARDO CENTURION	04/01/2022	Crédito
248	DICAO VILLACRES ILEANA DEL PILAR	05/01/2022	Crédito
249	GOMEZ MONTES JOSE KERLIN	07/01/2022	Crédito
250	HIDALGO MEDINA PEDRO JACINTO	09/01/2022	Crédito
251	COBO ILBAY WILSON LUIS	11/01/2022	Crédito
252	CHILA CEVALLOS ANGY GABRIELA	13/01/2022	Crédito
253	CORREA QUINDE OBDULIO BIENVENIDO	15/01/2022	Crédito
254	PUYA OVIEDO ULBIO DANIEL	17/01/2022	Crédito
255	MORA TAPIA SARA LIZBETH	18/01/2022	Crédito
256	MARTINEZ CRUZ MARIA JACINTA	19/01/2022	Crédito
257	DELGADO ALCIVAR DIANA ODALYS	20/01/2022	Crédito
258	REYES MONTIEL KAROLYNE LIZBETH	21/01/2022	Crédito
259	PALACIOS CHAMAIDAN JOSE ALBERTO	21/01/2022	Crédito
260	CLEMENTE BURGOS EDISON FERNANDO	23/01/2022	Crédito
261	PALMA LAZARO PATRICIA PILAR	25/01/2022	Crédito
262	MARCILLO PARRALES SERGIO DANIEL	27/01/2022	Crédito
263	ANCHUNDIA BAQUE EDISON ARMANDO	29/01/2022	Crédito
264	FREIRE BRITO DIOSA GABRIELA	30/01/2022	Crédito
265	BENITEZ CAÑOLA JORGE	31/01/2022	Crédito
266	LEON VARGAS PEDRO ARMENDOD	01/02/2022	Crédito
267	EUGENIO ABAD ROCIO DEL PILAR	01/02/2022	Crédito
268	VERA QUINDE ARIEL ADONIS	02/02/2022	Crédito
269	MAGALLANES GRANOBLE JOFFRE SANTIAGO	03/02/2022	Crédito
270	BANCHON RIVERA JOSE DAVID	04/02/2022	Crédito
271	AGUIÑO CUERO LIDIA	05/02/2022	Crédito
272	CUERO DELGADO ABIGAIL NOEMI	07/02/2022	Crédito
273	MONTECE SUAREZ LUIS ENRIQUE	07/02/2022	Crédito
274	BERNITA LOY SHIRLEY RUTH	09/02/2022	Crédito
275	MACIAS ZAMBRANO GERMANIA KARINA	09/02/2022	Crédito
276	RENGIFO GANCHOZO LUIS ALBERTO	11/02/2022	Crédito
277	BARRETO RIZZO HENRRY IZMAEL	12/02/2022	Crédito
278	BAQUE VILLAMAR ROSA ELENA	14/02/2022	Crédito
279	REBOLLEDO ALI KATHERINE NICOL	16/02/2022	Crédito
280	TREJO MITE BELLA AZUCENA	18/02/2022	Crédito
281	COELLO PLUAS OSCAR ALFREDO	18/02/2022	Crédito

282	FIGUEROA MERO MIRIAN ISABEL	19/02/2022	Crédito
283	TORRES CHOEZ KATHERINE PAOLA	20/02/2022	Crédito
284	SALGUERO OLVERA DARWIN ENRIQUE	21/02/2022	Crédito
285	GONZALEZ FLORES CARLOS HUMBERTO	22/02/2022	Crédito
286	NAPA CHEME SANTA REGINA	23/02/2022	Crédito
287	PINCAY PINCAY ALFREDO WALTER	23/02/2022	Crédito
288	CARRION NIVELÓ VICTOR HUGO	25/02/2022	Crédito
289	CASTRO ELEUTERIO ALIVES	25/02/2022	Crédito
290	RAMOS DOMINGUEZ MIRIAM MARILU	26/02/2022	Crédito
291	PEÑAFIEL SELLAN JORGE GUSTAVO	27/02/2022	Crédito
292	SANTOS LIGUA JAMILETH ISABEL	28/02/2022	Crédito
293	LINO ZAMBRANO PEDRO HERNAN	02/03/2022	Crédito
294	MACIAS ZAMBRANO GERMAN WASHINGTON	04/03/2022	Crédito
295	AVILES SALAZAR VIRGILIO	04/03/2022	Crédito
296	LASCANO ESPINOZA LUIS ANTONIO	06/03/2022	Crédito
297	SOLORZANO CHAVARRIA MARJORIE GUISELLA	08/03/2022	Crédito
298	MORALES BAJAÑA KLEBER AMADO	10/03/2022	Crédito
299	DELGADO VELEZ HENRY FABIAN	11/03/2022	Crédito
300	HERRERA GUAMAN EDSON DANIEL	12/03/2022	Crédito
301	PIBAQUE RODRIGUEZ MARIA LORENA	13/03/2022	Crédito
302	LAVAYEN VERA GEOCONDA VIVIANA	14/03/2022	Crédito
303	SOLIS NAPA SONIA JAQUELINE	15/03/2022	Crédito
304	PARRALES ALAY LADY DIANA	17/03/2022	Crédito
305	HERRERA CEDEÑO VICTOR XAVIER	19/03/2022	Crédito
306	LARROSA MARTINEZ JESSICA MARIANA	21/03/2022	Crédito
307	SALTOS MACIAS LUIS EDUARDO	21/03/2022	Crédito
308	BAJAÑA RIVAS VICTORIA CELESTE	23/03/2022	Crédito
309	CHIRIGUAYO SANCHEZ INES YOLANDA	25/03/2022	Crédito
310	ESMERALDAS MENDOZA JESUS ARACELY	27/03/2022	Crédito
311	GUARANDA CAJAPE MIGUEL EUGENIO	28/03/2022	Crédito
312	TUMBACO LOPEZ ANA HERMINIA	29/03/2022	Crédito
313	REYES SUAREZ JESUS ISABEL	30/03/2022	Crédito
314	CANCHINGRE GAMEZ JOSE WILIAN	31/03/2022	Crédito
315	PIEDRA GOMEZ TANIA YESSERIA	31/03/2022	Crédito
316	CANDELARIO AVILA MARCIANA RICARDINA	01/04/2022	Crédito
317	CARRION AVILA DIANA KATHERINE	03/04/2022	Crédito
318	ROQUE VILLAFUERTE JAMILETH LISSETH	04/04/2022	Crédito
319	CORTEZ PERALTA JUAN CARLOS	04/04/2022	Crédito
320	FUENTES ALVARADO SUGEY STEPHANIA	06/04/2022	Crédito
321	VASQUEZ VILLAMAR MARLENE PRIMITIVA	07/04/2022	Crédito
322	GABINO SORIANO FLORINDA PALMIRA	08/04/2022	Crédito

323	HERRERA GUAMAN LUIS DAVID	09/04/2022	Crédito
324	GOMEZ ALVARADO CECILIA LORENA	11/04/2022	Crédito
325	LEON MORAN GUILLERMO SOTERO	12/04/2022	Crédito
326	BUSTAMANTE CISNEROS SELENE YADIRA	13/04/2022	Crédito
327	TORRES VENTURA LIDIA ESMERALDA	14/04/2022	Crédito
328	CHAGUAY QUINTO HUGO MARCELO	15/04/2022	Crédito
329	INGA CAMPOVERDE FAUSTO RAUL	17/04/2022	Crédito
330	VERA VINCES KARLA ELINA	19/04/2022	Crédito
331	LOPEZ CHICA CARLOS JOEL	21/04/2022	Crédito
332	REYES BORBOR ZOILA DE JESUS	21/04/2022	Crédito
333	ESPINOZA ZAMBRANO PEDRO VICENTE	22/04/2022	Crédito
334	CARRIEL VELIZ YARITZA YAMILEX	23/04/2022	Crédito
335	CAÑARTE CHELE JOHAN BRYAN	24/04/2022	Crédito
336	CRUZ MANZABA WILSON STALIN	26/04/2022	Crédito
337	RODRIGUEZ MUÑOZ ALBERTO JOEL	28/04/2022	Crédito
338	PIHUAVE MARTINEZ CAROLINA ESTEPHANIE	29/04/2022	Crédito
339	PONCE AVELINO EFREN WALTER	30/04/2022	Crédito
340	GUALLI LEMA LUIS HUMBERTO	30/04/2022	Crédito
341	HOLGUIN ALEXANDRA ELIZABETH	01/05/2022	Crédito
342	ZAMBRANO VELEZ JOFFRE MANUEL	02/05/2022	Crédito
343	CAICEDO NAZARENO MARIA JOHANNA	04/05/2022	Crédito
344	ELIZALDE BERMUDEZ JOEL ELIAS	05/05/2022	Crédito
345	QUINONEZ CEDENO MAGALI	06/05/2022	Crédito
346	GARCIA MANTUANO ALEX ALEXIS	07/05/2022	Crédito
347	CASTRO PLUAS LILIANA ELIZABETH	09/05/2022	Crédito
348	SOTO SOTO LUIS EMILIO	09/05/2022	Crédito
349	PIZA MONTOYA AZUCENA PREDILECTA	11/05/2022	Crédito
350	PINCAY INDIO EDDY PABLO	13/05/2022	Crédito
351	SOLORZANO VALAREZO SCARLETH AMEL	15/05/2022	Crédito
352	QUICHIMBO MORENO BRYAN ALEXIS	17/05/2022	Crédito
353	BOHORQUEZ MACIAS LUIS FEDERICO	19/05/2022	Crédito
354	HERRERA MINA LUIS ENRIQUE	21/05/2022	Crédito
355	ALBAN QUINDE MARIA FERNANDA	23/05/2022	Crédito
356	SALINAS TIERRA JENNY ELVIRA	25/05/2022	Crédito
357	QUIROZ BONILLA FRANKLIN STALIN	27/05/2022	Crédito
358	SANTANA RUIZ SHIRLEY YADIRA	30/05/2022	Crédito
359	SANTILLAN NARANJO CHARLEY RUBEN	31/05/2022	Crédito
360	ZAMORA ESPINOZA JESENIA LUCILENIA	02/06/2022	Crédito
361	MERA COBENA NELLY ELIZABETH	04/06/2022	Crédito
362	LUCIO BAQUE JORGE LUIS	07/06/2022	Crédito
363	ARIAS PALMA ANIBAL ABRAHAM	10/06/2022	Crédito

364	MENENDEZ BAQUE JUAN CARLOS	12/06/2022	Crédito
365	CHAFLA CHICAIZA JOSE ARMANDO	15/06/2022	Crédito
366	MENENDEZ SANTOS JORDY ENRIQUE	18/06/2022	Crédito
367	FRANCO MONTOYA ELSA ELIZABETH	20/06/2022	Crédito
368	RIVERA RIVERA LEONARDO ANTONIO	21/06/2022	Crédito
369	RIVERA RIVERA LEONARDO ANTONIO	22/06/2022	Crédito
370	MOSQUERA VALAREZO WINDERT GERBIN	24/06/2022	Crédito
371	CARDOZO RIZZO KATTIA YASMIN	26/06/2022	Crédito
372	SANTANA MENDOZA MARJORIE MARGARITA	28/06/2022	Crédito
373	VELEZ CHICHONIS ANTHONY FERNANDO	30/06/2022	Crédito
374	PINTO PARRA DANNY ROBERTO	03/07/2022	Crédito
375	MUÑIZ MUÑIZ JOSE LUIS	06/07/2022	Crédito
376	OLIVES CAGUA JELENA JADIRA	09/07/2022	Crédito
377	PINTADO VACA JULEISY ELIZABETH	11/07/2022	Crédito
378	INDIO CHOEZ HENRY ARMANDO	13/07/2022	Crédito
379	HOLGUIN CORREA ARMANDO LLACELGA	16/07/2022	Crédito
380	CHOEZ GOMEZ FIDEL EPIFANIO	17/07/2022	Crédito
381	PLUA LICOA FREDDY LEONARDO	18/07/2022	Crédito
382	GARCIA ARANA FRANCISCO RAFAEL	21/07/2022	Crédito
383	BATIOJA HERRERA SANTO INOCENCIO	23/07/2022	Crédito
384	MOSQUERA SANCHEZ JORGE ALBERTO	25/07/2022	Crédito
385	QUINONEZ ARCE WILSON JANNER	27/07/2022	Crédito
386	YEPEZ MINDIOLA MARISOL JACQUELINE	29/07/2022	Crédito
387	QUIMIS SOLIS WILBERT JAVIER	31/07/2022	Crédito
388	CABEZAS FRANCO NANCY ELVA	02/08/2022	Crédito
389	ALVEAR HIDALGO MARIA ISABEL	05/08/2022	Crédito
390	HOLGUIN SANTANA ROCIO AGUSTINA	08/08/2022	Crédito
391	PEREA CHENCHE MAXIMO FABIAN	11/08/2022	Crédito
392	MERCHAN TOALA PORFIRIA ISABEL	14/08/2022	Crédito
393	TORRES MAGALLANES YADIRA LORENA	17/08/2022	Crédito
394	CEVALLOS CHAGUAY LUIS TEODORO	20/08/2022	Crédito
395	SANCHEZ PIN FELICITA IRLANDA	22/08/2022	Crédito
396	VARGAS GOMEZ VIDAL DAVID	24/08/2022	Crédito
397	HOLGUIN RIVAS TERESA DOMINGA	27/08/2022	Crédito
398	COBO ILBAY WILSON LUIS	29/08/2022	Crédito
399	LUMBANO CORDOVA BERTHA RAMONA	31/08/2022	Crédito
400	GALARZA MARIDUEÑA ALEJANDRO ALFONSO	04/09/2023	Crédito
401	CHIQUITO ZAMBRANO WALTER EDISON	05/09/2023	Crédito
402	HIDALGO ULLOA MANUEL MARTIN	08/09/2023	Crédito
403	MUÑIZ PEREZ GONZALO AGUSTIN	11/09/2023	Crédito
404	MOLINA CARRANZA DERIAN JAVIER	13/09/2023	Crédito

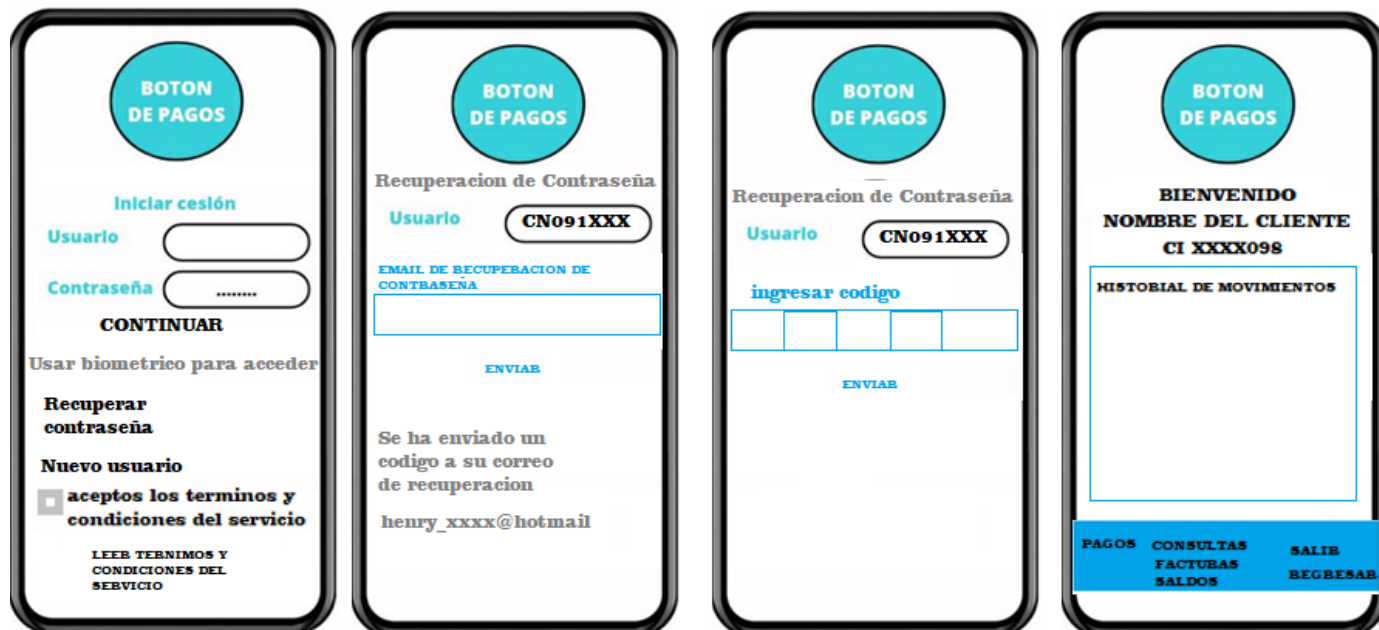
405	VILLACRESES PONCE VERONICA MARIBELL	17/09/2023	Crédito
406	GOMES CANTO MAIRA DEL ROCIO	19/09/2023	Crédito
407	BERNITA CEVALLOS YORDIN MOISES	21/09/2023	Crédito
408	ARIAS MACIAS MERLY KATHERINE	24/09/2023	Crédito
409	SANCHEZ GOMEZ MELANIE DEYANEIRA	27/09/2023	Crédito
410	FERNANDEZ GUTIERREZ EDUARDO RENE	29/09/2023	Crédito
411	CHILA GONZALES AMADO LAUTARO	03/10/2022	Crédito
412	DUCHE CUJILEMA PEDRO SEGUNDO	07/10/2022	Crédito
413	RENTERIA MORAN GARY TEMISTOCLES	09/10/2022	Crédito
414	ALVARADO PARRALES MARIA ELENA	12/10/2022	Crédito
415	ALARCON LOZANO FELIX GABRIEL	15/10/2022	Crédito
416	CHANCA Y CALDERON EDILMA MARISOL	19/10/2022	Crédito
417	QUIÑONEZ BAUTISTA SEGUNDO LUIS	23/10/2022	Crédito
418	SALAZAR MORA ARNALDO ANDRES	25/10/2022	Crédito
419	RODRIGUEZ GALARZA JIMMY XAVIER	28/10/2022	Crédito
420	RODRIGUEZ VERA JOSELYNE SUGEY	30/10/2022	Crédito
421	RODRIGUEZ CHOEZ UFREDO EUCLIDES	03/11/2022	Crédito
422	MERCHAN TOALA PORFIRIA ISABEL	06/11/2022	Crédito
423	GONZALEZ BORBOR EDITH MARIA	10/11/2022	Crédito
424	PAZ VINCES GUSTAVO IVAN	13/11/2022	Crédito
425	PIN ASUNCION JUAN INOCENCIO	17/11/2022	Crédito
426	BENITES OROSCO GUSTAVO VICENTE	23/11/2022	Crédito
427	ARANA PINARGOTE CARLOS ALFREDO	27/11/2022	Crédito
428	MENOSCAL PIBAQUE BRYAN JOSTIN	28/11/2022	Crédito
429	ULLAGUARI LEON EDWIN ALEJANDRO	29/11/2022	Crédito
430	SWETT CHUEZ FRANCISCA BEATRIZ	30/11/2022	Crédito
431	TUMBACO PINCAY ESTHER MAGDALENA	01/12/2022	Crédito
432	VALERIANO PEREZ PEDRO PASCUAL	01/12/2022	Crédito
433	MARTINEZ RODRIGUEZ WILMER ENRIQUE	04/12/2022	Crédito
434	MARTINEZ RODRIGUEZ WILMER ENRIQUE	06/12/2022	Crédito
435	MARCALLA CUMBAJIN MATEO WLADIMIR	13/12/2022	Crédito
436	MOROCHO SAYAY CARLOS JAIME	15/12/2022	Crédito
437	CASTRO MERA MARCOS RODRIGO	18/12/2022	Crédito
438	SOLIS RAMIREZ PAULA FABIOLA	20/12/2022	Crédito
439	SALTOS INTRIAGO ANGEL MILCIADES	25/12/2022	Crédito
440	AROCA MERCHAN KARLA VANESSA	28/12/2022	Crédito
441	SANTILLAN OLLAGUE EMILIO ALBERTO	30/12/2022	Crédito
442	PLUA PLUAS MARILU ESPERANZA	31/12/2022	Crédito
443	QUIMIS MUÑIZ HERMEN FREDDY	01/01/2023	Crédito
444	ESMERALDAS GOMEZ WELLINGTON DAVID	04/01/2023	Crédito
445	NARVAEZ ESPINOZA OSCAR GONZALO	06/01/2023	Crédito

446	CHICA CHAVEZ LEIDA ESTERLINA	10/01/2023	Crédito
447	MACIAS VALDEZ MARGARITA BELEN	15/01/2023	Crédito
448	LOPEZ COELLO MERCY ESPERANZA	20/01/2023	Crédito
449	VERGARA DICADO ISAAC JOSUE	25/01/2023	Crédito
450	SALAVARRIA LIGUA LAURA ELIZABETH	27/01/2023	Crédito
451	GUARANDA AVILA ENRIQUE JAIME	29/01/2023	Crédito
452	VERA VERGARA ARTURO RAFAEL	31/01/2023	Crédito
453	RIVERA ANCHUNDIA CARLOS ANDRES	01/02/2023	Crédito
454	GUAPI PAUCAR JORGE ELIAS	5/02/2023	Crédito
455	TENORIO CALDERON LUIS ALFREDO	10/02/2023	Crédito
456	CEDEÑO JOSE ANTONIO	13/02/2023	Crédito
457	NAUSIN QUINATO A NORMA ODALIA	15/02/2023	Crédito
458	GARCIA GARCIA KELLY IRINA	18/02/2023	Crédito
459	VARGAS BUSTAMANTE FRANKLIN WELLINGTON	20/02/2023	Crédito
460	MEZA RODRIGUEZ JUAN CARLOS	22/02/2023	Crédito
461	PIONCE PIN MARIANA FANNY	25/02/2023	Crédito
462	VULGARIN PRADO ROSA ELENA	27/02/2023	Crédito
463	AREVALO FRANCO ROSA AMELIA	01/03/2023	Crédito
464	VIEJO ONOFRE EDITH ELIZABETH	06/03/2023	Crédito
465	CASTRO TUAREZ MELANIE LILIANA	10/03/2023	Crédito
466	MEDINA CABEZA BEDER PATRICIO	15/03/2023	Crédito
467	SALTOS MUÑOZ JOSELYN FABIANA	18/03/2023	Crédito
468	SUAREZ FUENTES ESILDA ANABELL	21/03/2023	Crédito
469	VELIZ SOLORZANO JESSENIA ELIZABETH	24/03/2023	Crédito
470	MARTINEZ TIGUA LETSY MARIBEL	27/03/2023	Crédito
471	TOALA CEDEÑO ANGEL AGUSTIN	29/03/2023	Crédito
472	MONSERRATE YANZA PEDRO GABRIEL	31/03/2023	Crédito
473	MORAN SUAREZ GUILLERMO LENARD	05/04/2023	Crédito
474	MONTALVAN ARISTEGA MARCO ISRAEL	16/04/2023	Crédito
475	CASTRO CEDEÑO DANNY BERNABE	18/04/2023	Crédito
476	CONFORME HERRERA CARLOS ALBERTO	20/04/2023	Crédito
477	PINCAY QUIMIS JONATHAN PABLO	25/04/2023	Crédito
478	ARISTEGA MORA LEIDY NEYIBETH	26/04/2023	Crédito
479	JORDAN GOMEZ VICTORIA ISABEL	27/04/2023	Crédito
480	TENORIO GUAGUA ELSA ESTHER	30/04/2023	Crédito
481	GOMEZ SORNOZA GERMAN MAXIMO	02/05/2023	Crédito
482	DELGADO PARRAGA JULIO STALIN	07/05/2023	Crédito
483	HERNANDEZ VERA MARIA EUGENIA	10/05/2023	Crédito
484	CARDENAS DIAZ JULY MICHELLE	14/05/2023	Crédito
485	ACEBO PADILLA FELIPE ANSELMO	20/05/2023	Crédito
486	LOPEZ CANO JOSE FLORENTINO	25/05/2023	Crédito

487	MARTINEZ TIGUA LETSY MARIBEL	28/05/2023	Crédito
488	HARO LOPEZ DANIELA ANDREINA	30/05/2023	Crédito
489	VARGAS PEÑAFIEL ZAIDA GLENDA	31/05/2023	Crédito
490	ZAMORA VASQUEZ VICKY ALEXANDRA	01/06/2023	Crédito
491	RODRIGUEZ CHOEZ MARCOS EZEQUIEL	05/06/2023	Crédito
492	LEON ZUMBA WASHINGTON MIGUEL	08/06/2023	Crédito
493	SUAREZ FLORES XAVIER RENE	10/06/2023	Crédito
494	ALI TIGRE ROSA AIDA	17/06/2023	Crédito
495	ZAMBRANO VERGARA RAMON EDUARDO	22/06/2023	Crédito
496	RODRIGUEZ ALAY JACQUELINE LOURDES	26/06/2023	Crédito
497	MIELES PLUA VANESSA MITZI	28/06/2023	Crédito
498	CHICHANDE QUINTERO DOCTI MARIUXI	28/06/2023	Crédito
499	ORDOÑEZ BAJAÑA KENNELY LEONIDAS	29/06/2023	Crédito
500	PALACIOS MERA LEONELA ALEXANDRA	30/06/2023	Crédito

Nota. Clientes que tienen créditos con la empresa CREDIHOGAR.

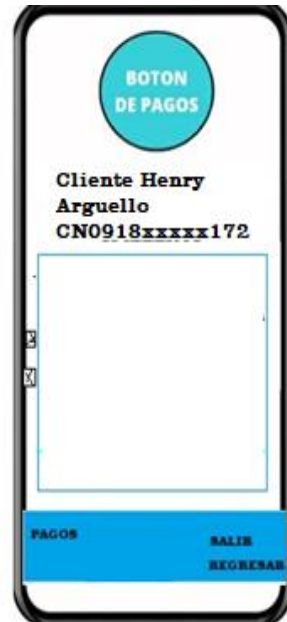
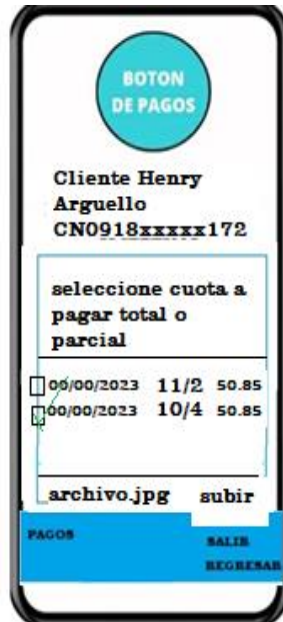
ANEXO V Prototipo de la App móvil para el proyecto de pago en línea



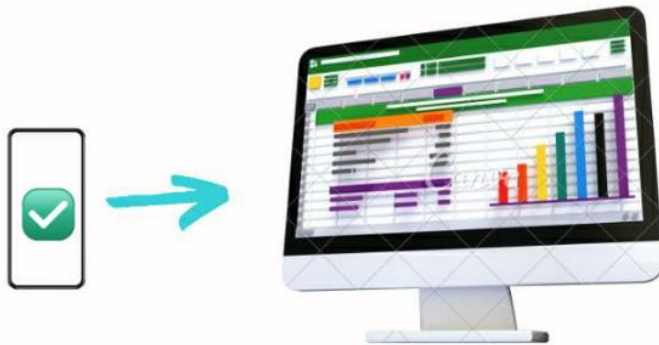
INGRESO CONOCIENDO EL USUARIO Y CONTRAENA O CREAR NUEVA CONTRASEÑA



OPCION 1 PAGOS



Acreditacion en la cuenta de la empresa



Reconciliación externa

Número ...	Fecha de co...	Fecha de ven...	Ref.1 (fila)	Ref.2 (fila)	Ref.3 (fila)	▲ Importe	Info.detallada	Referenc...	Cuenta asoc
126992	17/05/2023	17/05/2023	110036349	CALIFORN	0053750574	USD 50.00	PGR-CN0909226573-OCHOA MENDOZA TEOFILIO BENEDO		11110304
127827	22/05/2023	22/05/2023	110036642	CALIFORN	0140697107	USD 42.02	PGR-CN0953600749-VALLEJO SUAREZ JENNIFFER LORENA		11110304
127829	22/05/2023	22/05/2023	110036643		0140697107	USD 0.98	Pagos recibidos - CN0953600749		11110304
127787	22/05/2023	22/05/2023	110036626		102173705	USD 1,027.82	Pagos recibidos - CN0921772729		11110304
127804	22/05/2023	22/05/2023	110036631	CALIFORN	104294290	USD 73.50	PGR-CN0950016410-ANCHUNDIA ROLDAN JAIR JOEL		11110304
127799	22/05/2023	22/05/2023	110036628	CALIFORN	104865789	USD 100.00	PGR-CN1305139196-SANCHEZ MERO JAIME INOCENTE		11110304
127369	19/05/2023	19/05/2023	120018029	FORTIN	11488802	USD 42.83	PGR-CN0907138069-RODRIGUEZ HOLGUIN LODER ORLANDO		11110304
127109	18/05/2023	18/05/2023	130015963	BASTION	12932913	USD 11.28	PGR-CN0911490878-CASTRO MARTIN FELICIANO		11110304
127112	18/05/2023	18/05/2023	130015964		12932913	USD 3.72	Pagos recibidos - CN0911490878		11110304
127830	22/05/2023	22/05/2023	120018119	FORTIN	133458321	USD 71.96	PGR-CN0908773005-GUTIERREZ MIRANDA ISABEL DEL CARM		11110304
127831	22/05/2023	22/05/2023	120018119	FORTIN	133458321	USD -71.96	Anular entrada para número de pago recibido 120018		11110304
127832	22/05/2023	22/05/2023	120018120	FORTIN	133458321	USD 71.96	PGR-CN0908773005-GUTIERREZ MIRANDA ISABEL DEL CARM		11110304
127835	22/05/2023	22/05/2023	120018121		133458321	USD 3.19	Pagos recibidos - CN0908773005		11110304
127426	20/05/2023	22/05/2023	130015988	BASTION	13385459	USD 50.00	PGR-CN0922232616-ANDALUZ CRUZ VANESSA JUDITH		11110304
127613	20/05/2023	20/05/2023	110036560	CALIFORN	13454988	USD 56.00	PGR-CN0925444499-URGILES MONTALEZA JORGE LUIS		11110304
127615	20/05/2023	20/05/2023	110036561		13454988	USD 4.00	Pagos recibidos - CN0925444499		11110304
127449	20/05/2023	20/05/2023	110036497	CALIFORN	13462088	USD 100.00	PGR-CN1203095086-NARANJO BORJA JOSE FRANKLIN		11110304
127808	22/05/2023	22/05/2023	110036632	CALIFORN	13510876	USD 59.01	PGR-CN0931132864-PINCAJ VERA ANGEL STEVEN		11110304
127836	22/05/2023	22/05/2023	110036644	CALIFORN	136122433	USD 23.18	PGR-CN1307698736-RIVAS MORALES ELIZABETH LETICIA		11110304
127838	22/05/2023	22/05/2023	110036645		136122433	USD 2.82	Pagos recibidos - CN1307698736		11110304
127855	22/05/2023	22/05/2023	120018124	FORTIN	146079568	USD 60.00	PGR-CN0202683637-VERGARA OLIVARES GABRIELA NAYELLY		11110304
127436	20/05/2023	19/05/2023	130015990	BASTION	15543592	USD 0.64	PGR-CN0941352247-AREVALO ZAMBRANO SULLEY KATIUSCA		11110304
127437	20/05/2023	19/05/2023	130015991	BASTION	15543592	USD 59.01	PGR-CN0941352247-AREVALO ZAMBRANO SULLEY KATIUSCA		11110304
127440	20/05/2023	20/05/2023	130015992		15543592	USD 1.35	Pagos recibidos - CN0941352247		11110304
127859	22/05/2023	22/05/2023	120018126	FORTIN	156161486	USD 75.00	PGR-CN0940292105-NIETO PALMA MICHAEL LEONEL		11110304
127269	19/05/2023	19/05/2023	110036440	CALIFORN	16135181	USD 93.35	PGR-CN0930577887-ZAMBRANO NARANJO CINDY MELISSA		11110304
127272	19/05/2023	19/05/2023	110036441		16135181	USD 0.65	Pagos recibidos - CN0930577887		11110304
127812	22/05/2023	22/05/2023	130015958	FORTIN	163828678	USD 23.83	PGR-CN0921222786-VILLALBA CIRINO MARTHA LEUZANIA		11110304



Operaciones abiertas en libros

Número ...	Fecha de co...	Fecha de ven...	Ref.1 (fia)	Ref.2 (fia)	Ref.3 (fia)	Importe	Info.detalada	Referenc...	Cuen...
12692	17/05/2023	17/05/2023	110036349	CALIFORN	0053790574	USD 50.00	PGR-CN0909126573-OCHOA MENDOZA TEOFILO BENEDO		11110304
12782	22/05/2023	22/05/2023	110036642	CALIFORN	0140697107	USD 42.02	PGR-CN0953600749-VALLEJO SUAREZ JENNIFFER LORENA		11110304
127829	22/05/2023	22/05/2023	110036643		0140697107	USD 0.98	Pagos recibidos - CN0953600749		11110304
127804	22/05/2023	22/05/2023	110036631	CALIFORN	104294290	USD 73.50	PGR-CN0950016410-ANCHUNDIA ROLDAN JAIR JOEL		11110304
127799	22/05/2023	22/05/2023	110036628	CALIFORN	104865789	USD 100.00	PGR-CN1305139196-SANCHEZ MERO JAIME INOCENTE		11110304
127369	19/05/2023	19/05/2023	120018029	FORTIN	11488802	USD 42.83	PGR-CN0907138069-RODRIGUEZ HOLGUIN LODER ORLANDO		11110304
127109	18/05/2023	18/05/2023	130015963	BASTION	12932913	USD 11.28	PGR-CN0911490878-CASTRO MARTIN FELICIANO		11110304
127112	18/05/2023	18/05/2023	130015964		12932913	USD 3.72	Pagos recibidos - CN0911490878		11110304
127830	22/05/2023	22/05/2023	120018119	FORTIN	133458321	USD 71.96	PGR-CN0908773005-GUTIERREZ MIRANDA ISABEL DEL CARM		11110304
127831	22/05/2023	22/05/2023	120018119	FORTIN	133458321	USD -71.96	Anular entrada para número de pago recibido 120018		11110304
127832	22/05/2023	22/05/2023	120018120	FORTIN	133458321	USD 71.96	PGR-CN0908773005-GUTIERREZ MIRANDA ISABEL DEL CARM		11110304
127835	22/05/2023	22/05/2023	120018121		133458321	USD 3.19	Pagos recibidos - CN0908773005		11110304
127426	20/05/2023	22/05/2023	130015988	BASTION	13385459	USD 50.00	PGR-CN0922232616-ANDALLUZ CRUZ VANESSA JUDITH		11110304
127613	20/05/2023	20/05/2023	110036560	CALIFORN	13454988	USD 56.00	PGR-CN0925444499-URGILES MONTALEZA JORGE LUIS		11110304
127615	20/05/2023	20/05/2023	110036561		13454988	USD 4.00	Pagos recibidos - CN0925444499		11110304
127449	20/05/2023	20/05/2023	110036497	CALIFORN	13462088	USD 100.00	PGR-CN1203095086-NARANJO BORJA JOSE FRANKLIN		11110304
127808	22/05/2023	22/05/2023	110036632	CALIFORN	13510876	USD 59.01	PGR-CN1091132864-PINCAU VERA ANGEL STEVEN		11110304
127836	22/05/2023	22/05/2023	110036644	CALIFORN	13612433	USD 23.18	PGR-CN1307698736-RIVAS MORALES ELIZABETH LETICIA		11110304
127838	22/05/2023	22/05/2023	110036645		13612433	USD 2.82	Pagos recibidos - CN1307698736		11110304
127855	22/05/2023	22/05/2023	120018124	FORTIN	146079568	USD 60.00	PGR-CN0202683637-VERGARA OLIVARES GABRIELA NAYELLY		11110304
127436	20/05/2023	19/05/2023	130015990	BASTION	15543592	USD 0.64	PGR-CN0941352247-AREVALO ZAMBRANO SULLEY KATIUSCA		11110304

USD 1,027.82

Operaciones abiertas en extracto externo

Línea	Fecha	Ref.1 (fia)	Importe	Info.detalada
5509	03/05/2023	10023537	USD -0.36	1055 94906505-COSTO OPER CASH-RT-099318047500 D
5510	03/05/2023	10023588	USD -0.04	1055 94906505-COSTO IVA CASH-RT-099318047500 D
5776	22/05/2023	104294290	USD 73.50	1045 TRANSFERENCIA INTERNET C
5777	22/05/2023	104865789	USD 100.00	1045 TRANSFERENCIA INTERNET C
5738	19/05/2023	11488802	USD 42.83	1045 TRANSFERENCIA INTERNET C
5727	18/05/2023	12932913	USD 15.00	4245 DEP CNB 0926658864001 C
5778	22/05/2023	133458321	USD 75.15	1045 TRANSFERENCIA INTERBANCARIA RECIBIDA C
5748	22/05/2023	13385459	USD 50.00	1045 TRANSFERENCIA INTERNET C
5749	22/05/2023	13454988	USD 60.00	4245 DEP CNB 0701380669001 C
5750	22/05/2023	13462088	USD 100.00	4245 DEP CNB 09266505223003 C
5751	22/05/2023	13510876	USD 59.01	1045 TRANSFERENCIA INTERNET C
5779	22/05/2023	13612433	USD 26.00	1045 TRANSFERENCIA INTERNET C
5780	22/05/2023	140379968	USD 65.00	4245 DEP CNB 0913005930001 C
5781	22/05/2023	140697107	USD 43.00	1045 TRANSFERENCIA INTERBANCARIA RECIBIDA C
4882	21/03/2023	14370487	USD -16,000.00	1055 93950510-COMDELTR0 S-RT-traspaso cta ah D
5782	22/05/2023	146079568	USD 60.00	4245 DEP CNB 0917307605001 C
5478	02/05/2023	154983513	USD 10.00	1045 TRANSFERENCIA INTERBANCARIA RECIBIDA C
5739	19/05/2023	15543592	USD 61.00	1045 TRANSFERENCIA INTERNET C
5783	22/05/2023	156161486	USD 75.00	1045 TRANSFERENCIA INTERNET C
5479	02/05/2023	158448833	USD 94.00	1045 TRANSFERENCIA INTERBANCARIA RECIBIDA C
5728	18/05/2023	16135181	USD 43.00	4245 DEP CNB 0940620586001 C
5784	22/05/2023	163838628	USD 43.00	4245 DEP CNB 0915759369001 C
5785	22/05/2023	166279719	USD 51.60	1045 TRANSFERENCIA INTERBANCARIA RECIBIDA C

USD 1,027.82

Número ...	Fecha de ...	Fecha de ven...	Ref.1 (fia)	Ref.2 (fia)	Ref.3 (fia)	Importe	Info.detalada	Referenc...	Cuenta aso...
127787	22/05/2023	22/05/2023	110036626		102173705	USD 1,027.82	Pagos recibidos - CN0921772729		11110304

Línea	Fecha	Ref.1 (fia)	Importe	Info.detalada
5775	22/05/2023	102173705	USD 1,027.82	1045 TRANSFERENCIA INTERBANCARIA RECIBIDA C

ANEXO VI PRECIO DEL DESARROLLO DE LA APP MÓVIL PROPUESTO POR LA EMPRESA PULPO EC.

Precio de Desarrollo: \$12,990

Forma de pago: 40% de anticipo, 30% a la mitad del Desarrollo (de acuerdo al Cronograma) y 30% contra entrega

Tiempo de Desarrollo: 50 días laborables

NOTA: el precio de la integración del Operador de Pagos es aparte, son \$500 por cada Operador.

Equipo de Trabajo:

- 3 Desarrolladores FullStack
- 1 Diseñador UX
- Scrum Master
- Product Owner

Viviana Gallardo
Directora Comercial

vgallardo@pulpo.ec
(593)999518826

www.pulpo.ec