



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

INSTITUTO DE POSGRADO

**“EL MICROCRÉDITO Y EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LA
COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO NUEVA HUANCAVILCA,
PROVINCIA DE SANTA ELENA”**

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO

Previó a la obtención del Título de:

**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS MENCIÓN
GESTIÓN DE LAS PYMES**

AUTOR:

ING. LUIS ALBERTO CAISA GALARZA

TUTOR:

ING. GERMÁN ARRIAGA BAIDAL, MSc

SANTA ELENA – ECUADOR

2020

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

INSTITUTO DE POSGRADO

**“EL MICROCRÉDITO Y EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LA
COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO NUEVA HUANCABILCA,
PROVINCIA DE SANTA ELENA”**

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO

**Previó a la obtención del Título de:
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS MENCIÓN
GESTIÓN DE LAS PYMES**

AUTOR:

ING. LUIS ALBERTO CAISA GALARZA

TUTOR:

ING. GERMÁN ARRIAGA BAIDAL, MSc

SANTA ELENA – ECUADOR

2020

Aprobación del Tutor

En mi calidad de Profesor Guía del Proyecto de investigación y desarrollo, “EL MICROCRÉDITO Y EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO NUEVA HUANCABILCA, PROVINCIA DE SANTA ELENA”, elaborado por el Ing. Luis Alberto Caisa Galarza, egresado de la Maestría en Administración de Empresas mención Gestión de las PYMES, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Magister en Administración de Empresas mención Gestión de las PYMES, me permito declarar que luego de haber orientado, dirigido científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científico, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente



Ing. Germán Arriaga Baidal, Mg.

Declaratoria de Responsabilidad

El presente Proyecto de Investigación y Desarrollo denominado “EL MICROCRÉDITO Y EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO NUEVA HUANCAVILCA, PROVINCIA DE SANTA ELENA”, elaborado por el Ing. Luis Alberto Caisa Galarza, declara que la concepción, análisis y resultados son originales y aportan a la actividad científica, educativa, empresarial y administrativa.

Transferencia de derechos

Declaro que, una vez aprobado el tema de investigación por el Instituto de Posgrado, pasan a tener derechos autorales correspondientes, que se transforman en propiedad exclusiva de la Universidad Estatal Península de Santa Elena y, su reproducción, total o parcial en su versión original o en otro idioma será prohibida en cualquier instancia.

Atentamente



Ing. Luis Alberto Caisa Galarza

Dedicatoria

Dedico este proyecto de tesis a Dios y a mis padres, pilares fundamentales en mi vida. A Dios porque ha estado conmigo a cada paso que doy, bendiciéndome y dándome sabiduría y dándome fortaleza para continuar, a mis padres quienes con su ejemplo y tenacidad me inculcaron la lucha y perseverancia, no solo para mí, sino para mis hermanos mayores quienes han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento. A mis sobrinos quienes me dan fuerzas de superación para así poder ayudarlos a alcanzar sus metas también. Los quiero con toda mi alma.

Caisa Luis

Agradecimiento

Quiero expresar mi gratitud primeramente a Dios, quien con su bendición ha llenado siempre mi vida de conocimientos y a toda mi familia por estar siempre presentes en mi mente aun estando lejos, los cuales me motivan día a día.

Mi profundo agradecimiento a todas las autoridades y personal que hacen la familia de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, quienes me han dado la oportunidad de formarme en su casa de estudio y con el apoyo de cada docente que con paciencia nos regalan de su conocimiento y tiempo, por confiar en mí.

Finalmente quiero expresar mi más grande y sincero agradecimiento a una persona muy especial: a mi esposa; quien con sus consejos y guía me han ayudado a dirigir mis estudios a la dirección correcta, gracias por la dedicación y apoyo incondicional.

Caisa Luis



**EL MICROCRÉDITO Y EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LA
COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO NUEVA HUANCAVILCA,
PROVINCIA DE SANTA ELENA**

Autor:

Ing. Luis Alberto Caisa Galarza

Tutor:

Ing. Germán Arriaga Baidal, Msc

Resumen

El presente trabajo de investigación se planteó como objetivo general diseñar una estructura de microcrédito para la Cooperativa de Ahorro y Crédito Nueva Huancavilca, a través del análisis del impacto de éstos microcréditos en el crecimiento de los negocios de sus clientes, para fortalecer su cartera de clientes y aportar al desarrollo local, el cual se utilizó una investigación de enfoque exploratorio y descriptivo; exploratorio ya que se realizó en primer lugar un estudio del impacto del microcrédito a fin de determinar si el microcrédito ha traído beneficios en los negocios de la provincia y descriptivo puesto que con el análisis anterior se podrá diseñar una propuesta que permitirá brindar un mejor servicio de microcrédito. Se consideró el método histórico lógico y deductivo e inductivo; la muestra seleccionada fue de 375 clientes de la cooperativa. Como resultados de la encuesta aplicada a los clientes de la cooperativa se obtuvo que el 70% mencionaron que sus negocios se vieron favorecidos por el microcrédito, este dato fue verificado con información secundaria que por medio del método chi 2 se comprobó la hipótesis propuesta, dando como resultado que el microcrédito está asociado significativamente con el crecimiento empresarial.

Palabras claves: microcrédito, crecimiento empresarial, nivel de utilidad, cooperativa, clientes.



**MICROCREDIT AND BUSINESS GROWTH OF THE SAVINGS AND
CREDIT COOPERATIVE NUEVA HUANCABILCA, SANTA ELENA
PROVINCE**

Autor:

Ing. Luis Alberto Caisa Galarza

Tutor:

Ing. Germán Arriaga Baidal, Msc

Abstract

The present research work had the general objective of designing a microcredit structure for Cooperativa de Ahorro y Crédito Nueva Huancavilca, through the analysis of the impact of these microcredits on the growth of its clients' businesses, to strengthen its client portfolio and contribute to local development, which used an exploratory and descriptive approach research; exploratory, since a study of the impact of microcredit was carried out in the first place in order to determine if the microcredit has brought benefits in the businesses of microentrepreneurs and descriptive since with the previous analysis it will be possible to design a proposal that will allow to provide a better service of microcredit. The logical and deductive and inductive historical method was considered; The selected sample was 375 clients of the cooperative. As results of the survey applied to the clients of the cooperative, it was obtained that 70% mentioned that their businesses were favored by microcredit, this data was verified with secondary information that through the chi 2 method the proposed hypothesis was verified, giving as a result, microcredit is significantly associated with business growth.

Keywords: microcredit, business growth, level of profit, cooperative, clients.

Tribunal de Grado



Ing. Arturo Benavides Rodríguez, PhD.
**DIRECTOR DEL INSTITUTO DE
POSGRADO**



Eco. Caiche Rosales William, MSc.
DOCENTE ESPECIALISTA



Ing. Leonardo Cañizares Cedeño, PhD.
DOCENTE ESPECIALISTA



Ing. Germán Arriaga Baidal, MSc.
DOCENTE TUTOR



Abg. Víctor Coronel Ortiz, MSc.
SECRETARIO GENERAL

Índice General

Aprobación del Tutor	iii
Declaratoria de Responsabilidad.....	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Resumen.....	vii
Abstract	viii
Tribunal de Grado	ix
Índice General	iii
Índices de Tablas.....	v
Índices de Figuras	vi
Introducción	1
Planteamiento del problema.....	3
Pregunta de Investigación	5
Sistematización del problema	5
Objetivos	6
Objetivo General	6
Objetivos Específicos.....	6
Justificación.....	6
Planteamiento de Hipótesis	8
Capítulo I: Marco Referencial.....	9
1.1. Revisión de Literatura	9
1.2. Desarrollo teórico y conceptual	12
Capítulo II: Metodología.....	28
2.1. Diseño de la investigación	28
2.2. Tipos de investigación.....	28
2.3. Métodos de investigación.....	29
2.4. Población y muestra	29
2.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	31

Capítulo III: Resultados y Discusión	33
3.1. Análisis de resultados de la encuesta	33
3.2. Resultados del focus group	48
3.3. Comprobación de la Hipótesis	49
3.4. Propuesta	52
3.5. Antecedentes de la Propuesta.....	52
3.6. Contenido de la Propuesta.....	54
Conclusiones y recomendaciones	63
Referencias bibliográficas	65
Anexos	69

Índices de Tablas

Tabla 1. Periodo de crédito	33
Tabla 2. Periodo de espera	34
Tabla 3. Monto otorgado.....	35
Tabla 4. Monto correcto.....	36
Tabla 5. Garantías	37
Tabla 6. Tipo de garantías.....	38
Tabla 7. Tasa de interés	39
Tabla 8. Tasa de interés alta.....	40
Tabla 9. Tipo de negocio	41
Tabla 10. Monto invertido en el negocio	42
Tabla 11. Correcto uso del dinero.....	43
Tabla 12. Maquinaria.....	44
Tabla 13. Tipo de maquinaria	45
Tabla 14. Sistema de información.....	46
Tabla 15. Beneficio del microcrédito.....	47
Tabla 16. Tabla cruzada Tipo de Microcrédito*Nivel de Utilidad	50
Tabla 17. Prueba de chi-cuadrado.....	51

Índices de Figuras

Figura 1. Periodo de crédito.....	33
Figura 2. Periodo de espera.....	34
Figura 3. Monto otorgado	35
Figura 4. Monto correcto	36
Figura 5. Garantías.....	37
Figura 6. Tipo de garantías	38
Figura 7. Tasa de interés	39
Figura 8. Tasa de interés alta	40
Figura 9. Tipo de negocio	41
Figura 10. Monto invertido en el negocio.....	42
Figura 11. Correcto uso del dinero.....	43
Figura 12. Maquinaria.....	44
Figura 13. Tipo de maquinaria.....	45
Figura 14. Sistema de información	46
Figura 15. Beneficio del microcrédito	47

Introducción

A pesar de la importancia de las pequeñas empresas, la Corporación Financiera Internacional (2017), estima que a nivel mundial alrededor del 45% al 55% de las PYMES formales no tienen acceso a financiamiento y el 21% y 24% de éstas, son mal atendidas, por otro lado, en Latinoamérica, a pesar de que las microempresas siguen siendo piezas claves para el desarrollo, aún enfrentan varias dificultades como la falta de financiamiento para crecer su negocio.

Las instituciones pioneras que trataron este problema a nivel mundial fueron el Grameen Bank en Bangladesh y Banco Sol en Bolivia en los años setenta, los cuales a través de los microcréditos han cubierto las necesidades de alrededor de 155 millones de clientes en todo el mundo, desde ese entonces, los microcréditos se han convertido en una de las ideas más innovadoras para resolver la pobreza según Mohamed et al. (2015).

En el Ecuador, las pequeñas empresas, también, representan uno de los sectores que mayor aporta a la economía del país. Aquello se refleja en las cifras presentadas por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2016) mostraron datos sobre las empresas a nivel nacional, de este estudio, se pudo establecer que las Pymes se distribuyen en un 69% pequeñas empresas, mientras, que el 31% son medianas empresas, cabe indicar que estas empresas representaron el 26% del PIB.

En el Ecuador, según los estándares del SRI (2017), un microcrédito se lo puede brindar a una sola persona o a un grupo de personas, cuyas ventas por año no sean mayores a \$ 100,000, personas que se dedican, principalmente, a actividades

productivas a pequeña escala, donde la fuente principal de sus ingresos y los pagos del financiamiento vienen de las ventas de bienes o la provisión de un servicio.

El microcrédito según el Banco Central del Ecuador (2016), desempeña un papel importante en el desarrollo socioeconómico de las personas de bajos ingresos. Solo en el mes de marzo del 2016, del porcentaje total de créditos entregados, por la banca privada y las cooperativas de ahorro y crédito, el 1.9% se destinó para microcréditos minoritarios, el 25.9% para microcréditos acumulados simple y el 10.7% para microcréditos acumulados ampliados.

El microcrédito se lo ha dividido en tres grupos: El llamado Microcrédito minorista el cual representa valores entregados hasta los mil dólares, mientras, que el microcrédito de acumulación simple, son los créditos que van de mil dólares a diez mil dólares. Finalmente, se encuentran los microcréditos de acumulación ampliada que son créditos mayores a los diez mil dólares.

Al tomar en cuenta el difícil acceso de los emprendedores al financiamiento formal, la Cooperativa de Ahorro y Crédito Nueva Huancavilca es una institución financiera que sirve, principalmente, a las microempresas de la Provincia de Santa Elena desde hace 17 años. Sus microcréditos van desde \$ 300 a \$ 20000, además cuenta con una amplia cartera de clientes, que se dedican a diferentes actividades productivas en beneficio del desarrollo local de la Provincia de Santa Elena.

Planteamiento del problema

En general, las pequeñas empresas son consideradas motores del crecimiento económico, creadoras de empleo y herramientas esenciales para la reducción de la pobreza en los países en desarrollo. En este sentido, la microempresa es considerada como un negocio que puede ser manejado por una sola persona o un grupo de socios y realizan actividades económicas en diferentes sectores productivos.

La Organización Mundial de Comercio (2016), indicó que las PYMES contribuye con la mitad de los trabajos formales a nivel mundial y también representan el 80% de las empresas en Latinoamérica, por lo tanto, si las necesidades crediticias no son satisfechas, implicaría que al largo plazo a falta de capital no podrían convertirse en compañías más grandes perjudicando directamente a la generación de empleo, por otro lado Granja y Polo (2017) resaltan que, a pesar de la alta contribución de este sector, una de las mayores dificultades que ellos enfrentan es la falta de financiamiento para ampliar sus negocios o emprender uno nuevo.

En Ecuador, según la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (2017), las microempresas son los que sostienen a la economía del país, a través de las actividades realizadas por emprendedores se impulsa y refuerza a ciertos sectores productivos, sin embargo, Edes Escuela de Negocios de la UTPL (2018) señala que el 60% de los emprendimientos dura en el mercado aproximadamente 3 años, según las opiniones de los empresarios esto se debe a que no se tiene los recursos económicos necesarios para competir en el mercado.

En Ecuador, las microempresas desempeñan un papel clave en la economía, según la Revista Líderes (2017) existen alrededor de dos millones de microempresas en el país, los cuales con sus actividades representan el 60% del empleo a nivel nacional. Sin embargo, una de sus principales debilidades es el acceso al crédito de la banca comercial, por lo que sus negocios no sobreviven mucho tiempo, lo cual causa que se perpetúe su situación de pobreza.

La problemática de la falta de capital que enfrentan los empresarios para desarrollar sus emprendimientos se solucionaría con buscar financiamiento con entidades financieras, sin embargo, debido a la condición de pobreza de muchas de muchos emprendedores, que, por lo general, no cuentan con activos que puedan garantizar el pago a los bancos, estos créditos son rechazados, otro factor que impide un acceso al crédito es que muchos no están establecidos en el mercado por ser negocios nuevos y no cumplen con algunos requisitos.

Como una de las alternativas para hacer frente al difícil acceso a créditos de financiamiento, el microcrédito ha demostrado ser una herramienta poderosa para ayudar a este importante sector de la sociedad, es por eso, que las cooperativas de ahorro y crédito tienen como objetivo brindar servicios financieros a este sector de la población, ya que, por lo general, no son sujetos de créditos en la banca formal, otro de sus principales objetivos del microcrédito fue, específicamente, la reducción de la pobreza, por el hecho de que la mayoría de estas personas afectadas por la pobreza suelen identificarse con el sector de las microempresas.

En el país, a pesar de que las microempresas son un pilar fundamental para la economía, solo en febrero del 2017 del total de créditos entregados por la banca comercial, solo el 7% fueron destinados a este sector, estas cifras demuestran la dificultad de acceder a un crédito para emprender un negocio, generado por las altas tasas de interés, los plazos, y las garantías que exigen las instituciones financieras.

Dentro de las instituciones que brindan microcréditos a pequeños emprendedores, se encuentra la Cooperativa de Ahorro y Crédito Nueva Huancavilca (2017), que según su portal web opera en la Provincia de Santa Elena desde el 2002 otorgando pequeños créditos a los dueños de negocios en la Provincia, sin embargo, hasta la fecha, la Cooperativa no ha realizado ningún análisis de estos créditos en el crecimiento de los negocios que se han beneficiado de este servicio.

Pregunta de Investigación

¿Cuál es el efecto los microcréditos entregados por la cooperativa de Ahorro y Crédito Nueva Huancavilca en el crecimiento de los negocios de sus clientes de la Provincia de Santa Elena, 2018 - 2019?

Sistematización del problema

-) ¿Cuáles son las principales debilidades y fortalezas que posee el microcrédito según la opinión de los clientes de la cooperativa?
-) ¿Qué relación tienen los microcréditos en el crecimiento de los negocios de los clientes de la cooperativa?
-) ¿Qué tipo de microcréditos y estrategias de expansión podría implementar la Cooperativa Nueva Huancavilca para fortalecer los servicios otorgados?

Objetivos

Objetivo General

Analizar el efecto del microcrédito en el desarrollo empresarial de los clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Nueva Huancavilca, para el fortalecimiento de los servicios brindados.

Objetivos Específicos

-) Identificar las principales debilidades y fortalezas que posee el microcrédito según la opinión de los clientes de la cooperativa, mediante la aplicación de técnicas de investigación.
-) Determinar la relación del microcrédito en el crecimiento de los negocios de los clientes de la cooperativa, mediante el análisis de los resultados obtenidos.
-) Diseñar nuevos modelos de microcrédito y estrategias de expansión para la Cooperativa de Ahorro y Crédito Nueva Huancavilca, para contribuir al desarrollo de los negocios de sus clientes.

Justificación

El microcrédito ha tenido un impacto positivo en el bienestar de los dueños de negocios, según la investigación de Aldanondo et al. (2017) muestran que este impacto ha sido positivo y ha contribuido tanto al desarrollo económico como social porque estimula el espíritu emprendedor, crear puestos de trabajo, movilizan materia prima, fabrican productos semielaborados, tal como insumos para grandes empresas, además contribuye al producto interno bruto (PIB).

Por otro lado, la investigación está relacionada con la teoría de Mohammad Yunus citado por Zambrano et al. (2018) donde mencionan que el autor de la teoría del microcrédito de Yunus plantea que “el microcrédito no se trata solamente de dar unos cuantos dólares para ayudar a que las personas inicien pequeños negocios, la idea consiste en ayudar a que las personas salgan de la pobreza” (p. 232), que mezcla las teorías de la reducción de la pobreza, del trade off y del acceso al crédito.

La investigación se enfoca en resolver un problema actual en los países en vías de desarrollo porque a pesar del papel importante de las actividades microempresariales desempeñan en las economías, no tienen acceso a créditos para continuar su negocio debido al alto costo y la dificultad para obtener financiación de los bancos comerciales, por ejemplo, ha sido observado que, los bancos comerciales prefieren brindar créditos a grandes empresas y evitan a menudo hacer préstamos a pequeñas debido al costo y al riesgo que representan.

Al tener en cuenta el papel esencial que desempeñan los microempresarios en la economía no solo de muchos países en desarrollo, sino también, en el Ecuador, la investigación pretende analizar cuál ha sido el impacto de los microcréditos en el crecimiento de los negocios, debido a que la Cooperativa de ahorro y Crédito Nueva Huancavilca es una institución creada, precisamente, para servir a este sector de la población que ha sido ignorado por la banca comercial.

La investigación es de tipo exploratorio y descriptivo porque busca analizar la relación del microcrédito con el crecimiento del negocio de sus clientes, para lograr los objetivos planteados se utilizarán técnicas de recolección de información, tales

como: un focus group y finalmente, una encuesta, estas técnicas son de tipo cualitativo y cuantitativo que permitirán recolectar la información requerida. Además, para comprobar la relación de las variables y aceptar la hipótesis planteada, se analizó mediante la prueba del Chi cuadrado, base de datos secundarias con información brindadas por la cooperativa.

El estudio es de tipo exploratorio y descriptivo, con métodos tales como: histórico, lógico e inductivo y deductivo, también se utilizó técnicas de recolección de información como: encuestas y focus group, que sirvieron como base para el diseño de la propuesta, y base de datos secundarias para comprobar la hipótesis planteada, considerando una población de 15000 negocios que son los que, actualmente, sirve la Cooperativa a nivel de la provincia de Santa Elena.

Planteamiento de Hipótesis

En base a la revisión de literatura científica sobre el microcrédito en el crecimiento económico, según las investigaciones de Mokhtar, Nartea, Ortiz, Vizueta, y otros autores citados en el marco teórico, existen indicios que nos llevan a proponer las siguientes hipótesis: H. alternativa **H₁**: El tipo de microcrédito otorgado por la Cooperativa de Ahorro y Crédito Nueva Huancavilca posee una asociación significativa con el crecimiento económico de las microempresas de la Provincia de Santa Elena, 2018-2019; con su contraparte la H. Nula **H₀**: El tipo de microcrédito otorgado por la Cooperativa de Ahorro y Crédito Nueva Huancavilca no posee una asociación significativa con el crecimiento económico de las microempresas de la Provincia de Santa Elena, 2018-2019.

Capítulo I: Marco Referencial

1.1. Revisión de Literatura

Dentro de los principales estudios que se han realizado sobre el microcrédito y el crecimiento empresarial se puede mencionar lo siguiente:

Las investigaciones sobre el impacto del microcrédito han sido, ampliamente, analizadas en diferentes países del mundo. Por ejemplo, en Malasia los autores Mokhtar y Nartea (2018), observaron que el microcrédito ha tendido un efecto positivo en la vulnerabilidad económica entre los hogares pobres de ese país, determinando que existe un impacto positivo en la pobreza dado a través del aumento de los ingresos de los beneficiarios.

En el artículo científico escrito por Ortiz y Vizueta (2017) denominado Análisis de los Microcréditos de las MIPYMES en el Sector Sergio Toral 1, Guayaquil, se centra en buscar los factores que intervienen en la otorgación de este tipo de créditos y realizar un análisis de las principales fuentes de financiamiento del lugar objeto de estudio, presentando como principal problemática el difícil acceso que tienen los empresarios a préstamos por parte de entidades financieras públicas y privadas, escogiendo el sector MIPYMES debido a que generan el 72% de empleo del país y su permanencia es fundamental en el entorno económico.

La investigación citada cuenta con un diseño de investigación de carácter cuantitativo-cualitativo, de tipo descriptivo en el período 2011-2014. Los métodos empíricos aplicados fueron la observación y encuestas a 30 emprendimientos para analizar la realidad del sector Sergio Toral.

Los autores concluyen que en su investigación se evidenció la importancia de una entidad financiera orientada a las MIPYMES para el desarrollo sostenible de estos sectores y la necesidad de capacitación para los beneficiarios del microcrédito para optimizar los recursos concedidos, basándose en estudios como el de Madole (2016) sobre el impacto del microcrédito sobre el desempeño de las PYMES en Tanzania, donde afirma que instituciones financieras es clave para el éxito para las pequeñas y medianas empresas.

En la investigación denominada “Microcrédito: Alternativa de reactivación económica para comerciantes de Portoviejo, Manabí, Ecuador”, Hidalgo y Escobar (2020) señalan que una de las principales problemáticas que sufren los comerciantes es la suspensión de las actividades por falta de capital de trabajo, por este motivo los autores plantean como objetivo analizar la incidencia de los microcréditos otorgados por las instituciones financieras, en la reactivación económica de los comerciantes de la calle Alajuela perteneciente a Manabí.

El estudio de Hidalgo y Escobar posee una metodología transeccional exploratoria y descriptiva, basándose en datos obtenidos por medio de encuestas a 251 comerciantes de la calle Alajuela, dando como principal resultado que los beneficiarios que obtuvieron microcréditos para incrementar sus negocios, mejoraron su situación económica, también concluyen que Cooperativas de Ahorro y Crédito y la banca pública ofrecen más servicios financieros que la banca privada, a personas de escasos recursos del sector urbano y que los microcréditos otorgados han contribuido a la reactivación económica del sector.

En la investigación de Inglada et. al (2016) denominada “Importancia de los microcréditos como instrumento de financiación en el desarrollo social” se centra en la problemática que a pesar de los créditos que brindan los sistemas financieros, para comerciantes que recién empiezan o son informales esta alternativa suele ser arriesgada y el monto a pagar muy caro, el objetivo de su escrito es explicar el porqué de las microfinanzas y los microcréditos, sus objetivos fundamentales, la estructura operativa y el mercado, humano y social en el que se desarrollan sus actividades, y su repercusión en el desarrollo social.

Los autores concluyen que los microcréditos han traspasado las fronteras de los países pobres y se estén implantando también en los más desarrollados, solo enfatiza el éxito de los mismos y que las bolsas de pobreza están presentes en cualquier lugar del mundo, el futuro de los microcréditos está tanto en los países en vías de desarrollo como en los del primer mundo.

Finalmente, la investigación titulada “Ecuador, microcrédito: ¿Negocio o inclusión financiera?”, de Salinas (2011) busca hacer un análisis de las diferentes tasas de interés máximas permitidas a los créditos que se entregan las cooperativas.

El autor concluye que la mayoría de los microcréditos han beneficiado a las personas que los han solicitado, sin embargo, una de las observaciones resaltadas en las investigaciones es que no se está fomentando el ahorro en las familias de bajos ingresos, lo cual les serviría para ser sujetos de microcréditos, además, el debate se centra en la inclusión financiera de todas las personas de bajos recursos que deseen acceder a un crédito.

1.2. Desarrollo teórico y conceptual

Teoría del microcrédito - Mohammad Yunus

La Escuela del Grameen Bank estima que la pobreza persiste en parte porque demasiadas personas no cumplen los requisitos para tomar prestado de las instituciones financieras del sector formal y en consecuencia se pierde su oportunidad de negocio, basándose en este postulado Yunus (1998), citado por Nieto (2016), afirma que el microcrédito es un derecho fundamental y la clave para solucionar los problemas económicos de la sociedad.

Esta teoría se enfoca en el concepto de préstamos en grupo, Nieto (2016) menciona que se presenta comúnmente como la principal innovación de las microfinanzas, que pretende responder a las deficiencias de los mercados de crédito, en particular al desafío de superar las asimetrías de la información. Las asimetrías de información pueden conducir a los distintos fenómenos de selección adversa y riesgo. En este caso, el emprendedor es el que pide prestado el dinero, carece de información sobre el sistema financiero.

Este marco establece que la asimetría de la información es la principal causa del mal funcionamiento del mercado financiero en los países en vías desarrollo. Las instituciones financieras que dan préstamos a las personas, no sólo están interesadas en los intereses que reciben de los préstamos, sino también, en los riesgos de tales préstamos, en tal sentido, la mayoría de las instituciones financieras monitorean y supervisan a los prestatarios, de manera más eficiente.

Desarrollo de Conceptos y Definiciones.

Variable Independiente: Microcrédito

El microcrédito es una fuente de servicios financieros para empresarios y pequeños negocios que carecen de acceso a servicios bancarios. Estos incluyen la concesión de pequeños préstamos a los pobres, especialmente, en las zonas rurales, a tasas de interés muy bajas, muchas veces sin garantías, que son reembolsables en cuotas pequeñas. Por lo general, los prestatarios se organizan en grupos, lo cual reduce el riesgo de incumplimiento.

El autor Ferre (2010) define al microcrédito como “un instrumento clave de lucha contra la pobreza, un instrumento destinado a el aumento de los ingresos familiares y, por lo tanto, en la reducción de la vulnerabilidad” (p. 86); en otras palabras es un mecanismo eficaz a través del cual se puede difundir información valiosa sobre alternativas para mejorar la salud, derechos legales, el saneamiento y otras preocupaciones relevantes de los pobres, cabe puntualizar que muchos programas se han centrado en uno de los grupos más vulnerables de la sociedad, las mujeres que viven en hogares que poseen poco o nada de activos, el sector agrícola y en la actualidad se centra a los emprendedores que desean empezar un pequeño o mediano negocio.

Actualmente, según datos de la Superintendencia de la Economía Popular y Solidaria (2017), el Ecuador cuenta con 887 cooperativas de ahorro y crédito, y tienen como sus principales clientes, además, estas Cooperativas cuentan con 4'700,000 socios, cuyos activos, también, representan ocho mil trescientos millones

aproximadamente, lo cual representa un alto crecimiento en este sector. Ecuador es considerado el segundo país en Latinoamérica en tener una gran cantidad de clientes en este sector, en donde además se ha establecido que el 66% de los microcréditos que se dan en el Ecuador han sido otorgados por la Cooperativas de Ahorro y Crédito.

Tipo de Microcrédito

Los tipos de microcréditos se clasifican según los montos otorgados al cliente, la investigación de Parra (2014) manifiesta que los créditos de carácter micro se clasifican según sus beneficios y su alcance, sin embargo, en Ecuador el Banco Central del Ecuador manifiesta que los principales microcréditos que existen son:

Microcrédito Minorista: Se considera microcrédito minorista al crédito cuyo monto de operación sea menor o igual a \$3000; este capital deberá ser usado para fines de producción, comercialización o servicios y cuyo nivel de ventas o ingresos anuales sean inferiores a \$100.000, no necesita estar obligado a llevar contabilidad, y comúnmente la rotación de inventario es mínima.

Microcrédito de Acumulación Simple: se considera a los créditos cuyos montos de operación sean de \$3000 o hasta o menor a \$10,000; este capital deberá ser usado para fines de producción, comercialización o servicios y cuyo nivel de ventas o ingresos anuales sean inferiores a \$100.000, Tienen una ubicación fija, tienen bajos inventarios, pocas maquinarias y equipos.

Microcrédito de Acumulación Ampliada: Crédito cuyo monto de operación sea superior a \$10,000; este capital deberá ser usado para fines de producción, comercialización o servicios y cuyo nivel de ventas o ingresos anuales sean inferiores a \$100.000. Estos tienen relaciones activas y pasivas con proveedores y clientes, presentan registros contables del negocio, tienen una estructura administrativa.

Cabe recalcar que cada institución financiera sea Banco o Cooperativa de Ahorro y crédito determinará los montos de microcrédito según las circunstancias de su clientela y su capacidad de crédito, también existen microcréditos para impulsar ciertas actividades económicas o incentivar a los nuevos innovadores que requieren capital para abrir sus negocios.

Garantías

De acuerdo con Mavila (2014) las garantías “son aquellas donde no se tiene en cuenta bienes específicamente determinados; lo que tiene importancia es la persona del obligado como fiador o como codeudor solidario. Se trata de garantías subjetivas, siendo por el contrario las garantías reales basadas en activos tangibles e intangibles.” (p. 63), es una forma de que el banco asegure el pago del crédito, a continuación, se detalla los tipos de garantías.

Tipo de Garantías

De acuerdo con la página del Banco Internacional (2017) existen diferentes tipos de garantías las cuales se muestra a continuación

Garantía personal: Es una forma de contrato por el que una persona asegura el cumplimiento de una obligación contraída por otra persona.

Garantía solidaria: Es la que otorgan los miembros de un grupo de prestatarios, mediante la cual todos se comprometen a cumplir las obligaciones de cualquiera de los miembros en caso de no pago.

Garantía quirografaria: La que asegura el pago de una deuda solo con la firma del prestatario.

Garantía prendaria: Es cuando un bien mueble (electrodomésticos, vehículos, etc.) queda “prendado” y con prohibición de venta hasta que la persona de cumplimiento al crédito.

Garantía hipotecaria: Esta recae sobre los bienes inmuebles (casa, terreno, etc.), mediante la cual se establece el derecho que tiene sobre esta propiedad la entidad que prestó el dinero y se registra en escritura pública. De tal manera que, en caso de no pago, la institución puede vender el bien para recuperar lo adeudado.

Tasa de interés

En el Ecuador la tasa de interés es regulada por el Banco Central, por ello las instituciones financieras deben ofrecer tasas de intereses por debajo de lo estipulado, sin embargo, mientras no supere el máximo permitido pueden colocar el monto de interés más conveniente según las necesidades de los clientes o de la institución, Soto (2007) lo define como “un rendimiento porcentual que se paga durante algún periodo contra un préstamo seguro” (p. 127),

Por su parte, Keynes (2017) considera que la tasa de interés “es simplemente el precio del crédito y, por tanto, es determinada por la oferta y la demanda de crédito” (p. 24), es decir este monto es parte esencial a la hora de pedir un crédito debido a que puede influir y afectar a los ingresos de los clientes.

Variable Dependiente: Crecimiento Empresarial

Una de las variables a investigar en la investigación, es precisamente, el crecimiento de los negocios que se refiere a actividades diseñadas para expandir el alcance de éste en un nuevo mercado, por ejemplo, formando alianzas con otras empresas para vender el producto o brindar un servicio a los clientes. Para aquello, se puede mencionar algunos e indicadores de esta variable.

Puerto (2010) menciona que el crecimiento empresarial “es asociado a la adaptación que muestra la organización a los cambios que presenta la economía global, permitiéndole así mismo dar paso a una apertura de mercados internacionales y proporcionando oportunidades de crecimiento y posicionamiento”. (p. 67), desde un enfoque organizativo o interno de la empresa este crecimiento se ve reflejado en el nivel de utilidad que logran en un determinado periodo.

Nivel de Utilidad

Para Fernández (2014) la utilidad de un negocio está “integrada por ingresos, costos, gastos e impuestos que se identifican con el periodo contable en que se realizan como condición necesaria y la utilidad fiscal está integrada por ingresos gravables y deducciones fiscales” (p. 436).

Dentro de los niveles de inversión de un negocio se puede utilizar como indicadores al Flujo de caja, el cual es importante, para mostrar cuánto dinero se tiene en una cuenta bancaria en un momento dado, sin embargo, para existir un flujo de efectivo el negocio necesita tener ganancias o una utilidad buena, dependiendo del nivel de ganancia se puede medir el éxito del negocio.

Según Huete (2010) la utilidad “se traduce a la satisfacción de un deseo, admitiendo las comparaciones entre personas, las mismas que son sumadas de manera parcial para alcanzar y maximizar una suma absoluta de las expectativas de los sujetos altamente representativos, sea dentro de una organización” (p. 127).

En términos monetarios y contables la utilidad es la diferencia de ingresos y gastos, si este saldo es positivo se infiere que la organización ha cumplido sus expectativas, muchos negocios se proponen tener un nivel de utilidad fijo y cada año o periodo aumentarlo según el crecimiento que posea el negocio, y el posicionamiento que tenga en el mercado.

Infraestructura del Negocio

La infraestructura es el conjunto de bienes primarios o dados por la naturaleza potenciales o activos, en una zona determinada, es decir los bienes de la empresa, otra variable que ayuda analizar la infraestructura de un negocio es el número de empleados con los que cuenta una institución, si en los últimos años se ha aumentado el número de empleados, indica que el negocio ha crecido.

De acuerdo con ELEARNING S.L. (2020) la estructura es la “forma de organización que adoptan los componentes de un conjunto o bien de un sistema bajo condiciones particulares de tiempo y lugar” (p. 58), existe una estructura cuando una serie de elementos se integran en una totalidad que presenta propiedades específicas como un conjunto y cuando, además, las propiedades de los elementos dependen (en una medida variable) de los atributos específicos de la totalidad.

Activos o Equipos

López (2006) señala que los activos son los recursos que utiliza la entidad para la realización de sus fines, los cuales deben representar beneficios económicos futuros fundadamente esperados y controlados por una entidad económica, provenientes de transacciones o eventos realizados, identificables y cuantificables en unidades monetarias, uno de los mayores indicadores que permite analizar el crecimiento de un negocio es precisamente el acceso a equipos productivos que son la base fundamente para el funcionamiento de algún negocio.

Dentro de esta adquisición de activos, la Infraestructura puede estar representada por las instalaciones físicas donde opera un negocio, también incluye equipo y muebles de oficina, maquinarias, vehículos y cualquier otro mueble o inmueble que rinda beneficios económicos futuros al negocio, para Fernández (2014) los activos son “el conjunto de bienes, derechos reales y personales sobre los que se tiene propiedad, así como cualquier costo o gasto realizado no devengado a la fecha del estado de situación financiera que debe ser aplicado a ingresos futuros” (p. 43).

Tecnología

La tecnología es el conjunto de procedimientos aplicados a un proceso específico que permite aprovechar eficientemente los recursos para proporcionar los beneficios demandados por la sociedad en cantidad, calidad y oportunidad, según Sanchis (2011) se refiere a “las aplicaciones técnicas hacia objetos y hombres dentro de una actividad productiva específica y es el conocimiento sistemático de los procesos industriales y su aplicación” (p. 68).

Por su parte Aguilar et. al (2016) considera que la tecnología tiene el fin de “emitir, transmitir y recibir signos, señales, escritos, sonidos, datos o información de cualquier naturaleza” (p. 78), es decir, a medida que va creciendo un negocio, es necesario, innovar los equipos o las operaciones de éste con el fin de responder a las necesidades de los clientes. Este indicador ayuda a establecer si efectivamente un negocio ha tenido la capacidad de adquirir nueva tecnología para innovar sus operaciones.

Tipo de Negocios

Según Palacios (2011) las empresas se clasifican en función de su actividad económica se dividen en tres tipos de empresas: empresas del sector primario, empresas del sector secundario y empresas del sector terciario.

Las empresas del sector primario son aquellas que crean valor al obtener recursos de la naturaleza (empresas agrícolas, mineras, ganaderas y pesqueras, entre otras).

Las empresas del sector secundario transforman unos bienes en otros que, a su vez se utilizan como factores en otros procesos productivos o que son más útiles para el consumo, incluyen a las empresas industriales y de construcción.

Las empresas del sector terciario son las que ofrecen a los consumidores o a otras empresas un servicio, incluyen actividades de muy diversa naturaleza.

La Organización Internacional del Trabajo (2016) identifica a los tipos de negocios según sus características agrupándolos en 4 tipos que se detallan a continuación:

Manufactura. - es un negocio que usa materias primas como cuero, desperdicios, madera, tela o metal para hacer productos nuevos o diferentes a partir de dichos materiales. Algunos ejemplos de negocios de manufactura son zapatería, sastrería, fabricantes de muebles, productores de papel y fabricantes de equipos agrícolas.

Provisión de servicios. - son personas cuyos negocios venden un servicio en particular como transporte, tours, corte de cabello y peinados, servicios bancarios, entregas, construcción, reparación, pintura, cuidados personales, etc.

Venta al por mayor. - son negocios que compran grandes cantidades de algunos bienes de los fabricantes, y los venden a tiendas de venta al detalle, quienes a su vez venden dichos productos a los consumidores.

Venta al detalle. – estos negocios compran bienes terminados de vendedores al por mayor o proveedores para revenderlos con ganancia. Algunos ejemplos de negocios de venta al detalle son los supermercados, tiendas de electrodomésticos, tiendas de ropa o papelería, venta de computadoras o teléfonos celulares, etc.

1.3. Fundamentos legales, entre otros.

La supervisión bancaria en Ecuador apunta a fortalecer la transparencia y a mejorar la calidad de la información financiera disponible al público, las cooperativas de ahorro y crédito están reguladas por la superintendencia de Economía Popular y Solidaria, la presente investigación se ve fundamentada en los siguientes artículos:

La Constitución de la Republica del Ecuador (2008) señala:

Art. 311.- El sector financiero popular y solidario se compondrá de cooperativas de ahorro y crédito, entidades asociativas o solidarias, cajas y bancos comunales, cajas de ahorro. Las iniciativas de servicios del sector financiero popular y solidario, y de las micro, pequeñas y medianas unidades productivas, recibirán un tratamiento diferenciado y preferencial del Estado, en la medida en que impulsen el desarrollo de la economía popular y solidaria.

El Plan nacional de desarrollo toda una vida (2017-2021) señala:

Objetivo 1: Garantizar una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas

Política 1.1 Promover la inclusión económica y social; combatir la pobreza en todas sus dimensiones, a fin de garantizar la equidad económica, social, cultural y territorial.

Política 1.7 Garantizar el acceso al trabajo digno y la seguridad social de todas las personas.

El Código Orgánico Monetario y Financiero (2014) establece:

Art. 445.- Naturaleza y objetivos. Las cooperativas de ahorro y crédito son organizaciones formadas por personas naturales o jurídicas que se unen voluntariamente bajo los principios establecidos en la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria, con el objetivo de realizar actividades de intermediación financiera y de responsabilidad social con sus socios y, previa autorización de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

Art. 450.- Cupo de créditos. Las cooperativas de ahorro y crédito establecerán un cupo de crédito y garantías de grupo, al cual podrán acceder los miembros de los consejos, gerencia, los empleados que tienen decisión o participación en operaciones de crédito e inversiones, sus cónyuges o convivientes y sus parientes dentro del cuarto grado de consanguinidad y segundo de afinidad.

El cupo de crédito para las cooperativas de ahorro y crédito del segmento 1 en el caso de grupos no podrá ser superior al 10% del patrimonio técnico; en el caso individual no podrá ser superior al 1% calculado al cierre del ejercicio anual inmediato anterior al de la aprobación de los créditos.

El cupo de crédito para las cooperativas de ahorro y crédito para los demás segmentos, serán regulados por la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera.

Art. 194.- Operaciones. Las entidades financieras podrán realizar las siguientes operaciones, de conformidad con la autorización que le otorgue el respectivo organismo de control. Sector financiero popular y solidario:

b. Otorgar préstamos a sus socios. Las mutualistas podrán otorgar préstamos a sus clientes; c. Constituir depósitos en entidades del sistema financiero nacional; d. Actuar como emisor u operador de tarjetas de débito o tarjetas de pago. Las entidades del segmento 1 del sector financiero popular y solidario podrán emitir u operar tarjetas de crédito; f. Efectuar inversiones en el capital social de las cajas centrales; y, efectuar operaciones con divisas.

Art. 130.- Tasas de interés. La Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera podrá fijar las tasas máximas de interés para las operaciones activas y pasivas del sistema financiero nacional y las demás tasas de interés requeridas por la ley, de conformidad con el artículo 14 numeral 23 de este Código.

Art. 172.- Proceso de fusión. El proceso de fusión ordinario será normado por los organismos de control. El proceso de fusión extraordinario queda exceptuado de los procedimientos ordinarios de fusión y será regulado por la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera. Esta fusión estará exenta del pago de tributos. Igual exención tendrán las cooperativas de ahorro y crédito cuando se fusionen.

Las Normas que regulan la segmentación de la cartera de crédito de las entidades del sistema financiero nacional (2015) señalan:

Microcrédito. - Es el otorgado a una persona natural o jurídica con un nivel ventas anuales inferior o igual a USD 100,000.00, o a un grupo de prestatarios con garantía solidaria, destinado a financiar actividades de producción y/o comercialización en pequeña escala, cuya fuente principal de pago la constituye el producto de las ventas o ingresos generados por dichas actividades, verificados adecuadamente por la entidad del Sistema Financiero Nacional.

Para el Microcrédito se establecen los siguientes subsegmentos de crédito:

- a. Microcrédito Minorista. Operaciones otorgadas a solicitantes de crédito cuyo saldo adeudado en microcréditos a las entidades del sistema financiero nacional, sea menor o igual a USD 1,000.00, incluyendo el monto de operación solicitada.
- b. Microcrédito de Acumulación Simple. - Operaciones otorgadas a solicitantes de crédito cuyo saldo adeudado en microcréditos a las entidades del sistema financiero nacional sea superior a USD 1,000.00 y hasta USD 10,000.00, incluyendo el monto de la operación solicitada.
- c. Microcrédito de Acumulación Ampliada. - Operaciones otorgadas a solicitantes de crédito cuyo saldo adeudado en microcréditos a las entidades del sistema financiero nacional sea superior a USD 10,000.00, incluyendo el monto de la operación solicitada.

La Norma de control para la apertura, traslado y cierre de oficinas de las cooperativas de ahorro y crédito, asociaciones mutualistas de ahorro y crédito para la vivienda, cajas centrales y corporación nacional de finanzas populares y solidarias (2018) establece:

Corresponsales solidarios: Son personas naturales o jurídicas que, a través de instalaciones ubicadas en el país, distintas a las de la entidad financiera y bajo la responsabilidad de ésta, prestan servicios financieros autorizados por esta Superintendencia.

Artículo 3.- Para la prestación de productos y servicios financieros, las entidades, previa la respectiva autorización de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, podrán operar en el país a través de: su matriz; sucursales; agencias; ventanillas de extensión de servicios; oficinas temporales; puntos móviles; y/o, corresponsales solidarios.

La Norma para la constitución y catastro de cajas (2018) menciona:

Caja y Banco Comunal: Son entidades que podrán optar por la personalidad jurídica y que pertenecen al sector financiero popular y solidario, que realizan sus actividades, exclusivamente, en los recintos, comunidades, barrios o localidades en donde se constituyen.

Caja de Ahorro: Son entidades que podrán optar por la personalidad jurídica integradas por miembros de un mismo gremio o institución; por grupos de

trabajadores con un empleador común, grupos familiares, barriales o por socios de cooperativas distintas de las de ahorro y crédito.

Artículo 6.- Actividades: Las entidades se forman con aportes económicos de sus socios, en calidad de ahorros, para el otorgamiento de créditos a sus miembros.

Las entidades que opten por la obtención de personería jurídica podrán recibir financiamiento para su desarrollo y fortalecimiento concedidos por entidades públicas, organizaciones de la economía popular y solidaria, entidades de apoyo, cooperación nacional e internacional, y en general ser favorecidos con donaciones y subvenciones que coadyuven al cumplimiento de su objeto social.

De existir excedentes de liquidez, podrán realizar depósitos e inversiones en entidades del sistema financiero nacional.

La Norma para el proceso de fusión extraordinario de entidades del sector financiero popular y solidario (2015) señala:

Artículo 3.- Criterios para identificar posibles entidades absorbentes. La Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, una vez que haya determinado las circunstancias señaladas en el artículo anterior, procederá a identificar las potenciales entidades absorbentes dentro del sector financiero popular y solidario sobre la base de los siguientes criterios:

a) Cumplimiento normativo: Relacionado con solvencia, liquidez, administración de riesgos y gobierno corporativo; b) Nivel de riesgo c) Nivel de activos.

Capítulo II: Metodología

2.1. Diseño de la investigación

El presente estudio es cuantitativo de tipo Descriptivo - Exploratorio, debido a que primero se determinó si el microcrédito ha logrado un impacto positivo en los negocios de los empresarios, para después con estos insumos crear una propuesta confiable sobre un modelo eficiente de otorgamiento de microcréditos por parte de la cooperativa. El método que se utilizó es el histórico-lógico, debido a que se tomó información de base de datos secundarias proporcionadas por la cooperativa objeto de estudio. La población se conformará por los clientes actuales de la cooperativa, con el uso de un método de muestreo probabilístico aleatorio simple. Finalmente, las técnicas de recolección de información estarán enfocadas en una mezcla de técnicas cualitativas y cuantitativas que ayudarán en la respuesta de la pregunta de la investigación y en el análisis de los indicadores por cada variable.

2.2. Tipos de investigación

La investigación posee dos tipos de enfoques. Primero uno exploratorio, debido a que se comienza con un estudio del impacto del microcrédito que ha otorgado a la cooperativa, es decir, si el microcrédito ha traído beneficios en las microempresas. Segundo, una investigación de tipo descriptivo porque con los insumos de la primera parte de la investigación se diseñó una propuesta que permitirá brindar un microcrédito a las personas que, realmente, lo necesitan y bajo los parámetros que permitan el crecimiento de los negocios cuyo fin es el de contribuir al desarrollo local de la Provincia de Santa Elena.

2.3. Métodos de investigación

Método histórico-lógico

Este método es útil para conocer las condiciones específicas de los fenómenos económicos y los procesos del sistema de microcrédito en su secuencia histórica en sus categorías simples y abstractas y desde las más complejas hasta las más específicas. Es decir, este método permite conocer cuál ha sido el desempeño de los créditos que han sido otorgados en la cooperativa en el periodo 2018 – 2019, mientras tanto, la parte lógica permitirá conocer más a fondo el sistema de microcréditos en la provincia.

Método inductivo-deductivo

El método inductivo-deductivo, permitirá indagar, de manera integral, el problema de la investigación. Por un lado, el método inductivo se enfoca en la primera parte de la investigación que es, precisamente, la parte exploratoria del estudio, el cual ayuda a establecer cuál ha sido el impacto de los microcréditos en el crecimiento de los negocios de los clientes de la cooperativa. Por otro lado, el método deductivo ayuda a partir de la literatura que, actualmente, se encuentra sobre la relación de las variables microcrédito y crecimiento de un negocio.

2.4. Población y muestra

La población está conformada por los clientes de la Cooperativa Nueva Huancavilca, actualmente atendidos en la Provincia de Santa Elena. El número de 15000, según datos proporcionados por la página Web de la Institución.

Tamaño de la muestra

Al tomar en cuenta que se conoce cuantas personas son parte de la población, se utilizará para sacar el tamaño de la muestra, una formula con población finita.

$$n = \frac{N * z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Dónde:

N= Población en estudio

Z= Nivel de Confianza (95%) | 1,96

p = Proporción de aceptación (0.5)

q = Proporción de no aceptación (0.5)

e = Error de Presión (5%) | 0,05

Al utilizar un 95% de seguridad para el parámetro que se desea analizar, y un error del 5% entre los datos de la muestra y la población, se analizará **a 375** clientes.

Método de muestreo

El método de muestreo que se aplicará para este estudio será un muestreo probabilístico aleatorio simple. La razón de usar este tipo de muestreo se debe a que se cuenta con la base de datos de la cartera de clientes de la Cooperativa. Es decir, de los 15000 clientes se escogerá, de manera aleatoria, a las 375 personas para la aplicación de las encuestas, y en la ejecución del focus group se seleccionó a 10 clientes de la cooperativa que han recibido el servicio de microcrédito.

2.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Encuesta

Esta técnica es una de las más importantes debido a que permitió recolectar la información de los principales indicadores y dimensiones de las dos variables de la investigación, datos que sirvieron para constatar la realidad actual de los clientes y su opinión referente a los servicios brindados por la cooperativa, dichos datos guiaron a que la propuesta se enfoque en las necesidades que los clientes requieren satisfacer y para mejorar los servicios de la Cooperativa Nueva Huancavilca.

Esta técnica se aplicó mediante un cuestionario con preguntas cerradas, cabe añadir que, la estructura del cuestionario está diseñado de tal manera que la primera parte contiene preguntas demográficas para conocer el tipo de clientes que posee la cooperativa, mientras, que la segunda parte se centra en el problema de la investigación a mejorar mediante la propuesta.

Focus group

Esta técnica cualitativa también se aplicó a un grupo de clientes actuales de la cooperativa, ellos dieron su punto de vista sobre el servicio que brinda la cooperativa resaltando las debilidades en la otorgación del crédito. El focus group contó con la participación de 10 clientes y un moderador representado por el investigador, la reunión permitió conocer más a fondo como mejorar el servicio y dio ideas que están plasmadas en una propuesta planteada en el presente proyecto de investigación.

Base de Datos Secundarias.

Los datos secundarios implican información que ya ha sido recopilada y registrada por otra persona diferente al autor, para un propósito que no está relacionado con el problema de análisis actual, sin embargo, esta información es confiable debido a que es recopilada por instituciones públicas y permiten mostrar la asociación de las variables.

Para la comprobación de la hipótesis planteada se usó información de bases secundarias con datos correspondientes al 2018 -2019, brindados por la cooperativa Huancavilca y comprobados con otra base generada por el Servicio de Rentas Internas (SRI); esta información es importante porque permitió medir el nivel de asociación o efecto que tuvo el microcrédito brindado por la Cooperativa Nueva Huancavilca en los años 2018-2019 en la utilidad obtenida en los negocios de sus clientes.

Capítulo III: Resultados y Discusión

3.1. Análisis de resultados de la encuesta

1. ¿A cuántos años realizó su último crédito?

Tabla 1
Periodo de crédito

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
1 año	105	28%
2 años	103	27%
3 años	74	20%
4 años	48	13%
5 años	35	9%
Más de 5 años	10	3%
Total	375	

Fuente: Elaboración propia

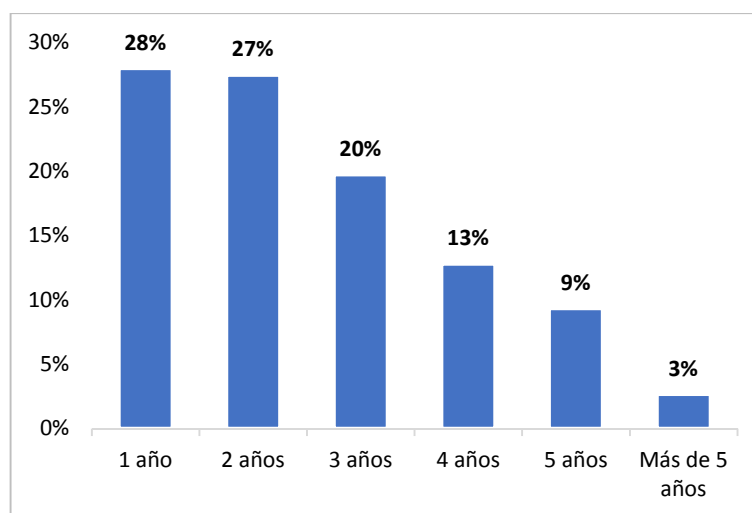


Figura 1. *Periodo de crédito*

Los resultados sugieren que el 28% de los encuestados mencionaron que tienen un año de periodo, el 27% indicaron que tienen 2 años para pagar el préstamo, el 20% eligieron la opción de 3 años, el 13% de los clientes de la cooperativa seleccionaron la opción de 4 años, el 9% mencionaron que tienen que pagar el préstamo a 5 años y el 3% tienen que pagar el préstamo en un lapso mayor a 5 años.

2. ¿Cuál fue el periodo de tiempo que tuvo que esperar para recibir su último crédito?

Tabla 2
Periodo de espera

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
1 día	135	36%
1 semana	109	29%
1 mes	88	23%
Más de 1 mes	43	11%
Total	375	

Fuente: Elaboración propia

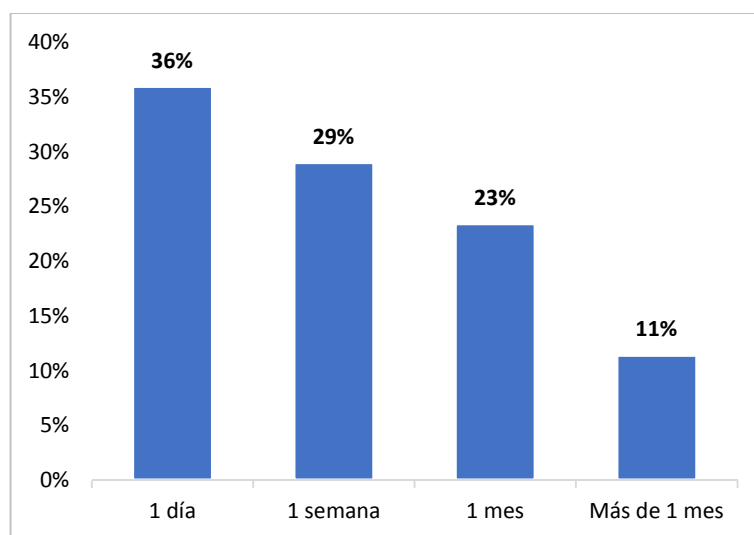


Figura 2. *Periodo de espera*

La segunda pregunta de la encuesta trata sobre el periodo de espera del microcrédito, los resultados sugieren que el 26% de los encuestados mencionaron que esperaron 1 día, el 29% indicaron que tuvieron que esperar 1 semana, el 23% de los clientes seleccionaron la opción 1 mes y el 11% tuvieron que esperar más de un mes para acceder al crédito.

3. ¿Cuál fue el monto del último crédito que recibió?

Tabla 3
Monto otorgado

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Menos de \$3000	145	39%
Entre \$3000 a \$10000	80	21%
Entre \$10001 a \$17000	65	17%
Entre \$17001 a \$20000	43	11%
Más de \$20000	42	11%
Total	375	

Fuente: Elaboración propia

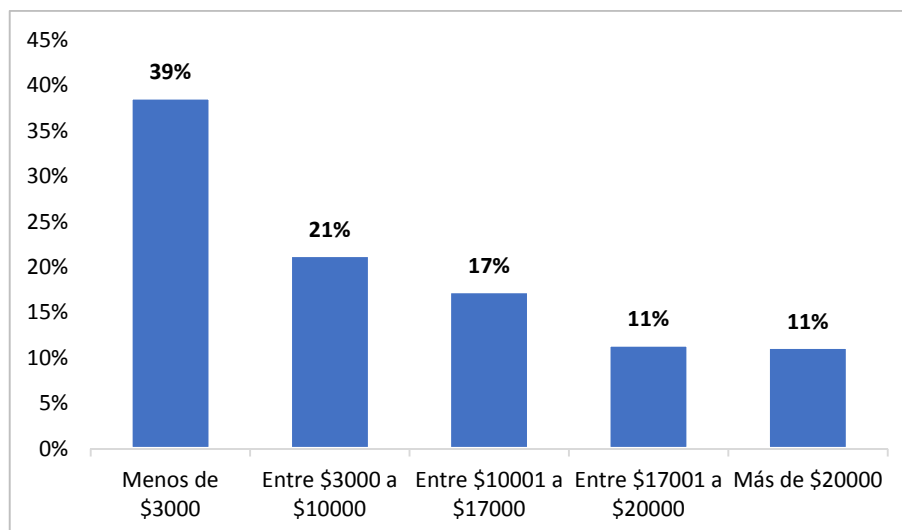


Figura 3. *Monto otorgado*

La pregunta tres de la encuesta trata sobre el monto otorgado del microcrédito, los resultados sugieren que el 39% de los encuestados mencionaron solicitaron menos de \$3000, el 21% indicaron que obtuvieron entre \$3000 a \$10000, el 17% de los clientes seleccionaron la opción de \$10001 y \$17000, el 11% mencionaron que recibieron entre \$17001 y \$20000 y el 11% prestaron más de \$20000.

4. ¿El monto de su último crédito fue el que usted solicitó?

Tabla 4
Monto correcto

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	311	83%
No	64	17%
Total	375	

Fuente: Elaboración propia

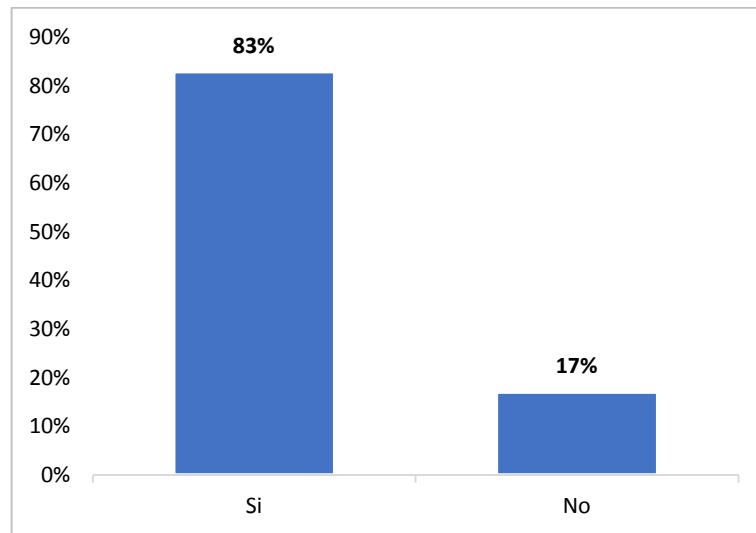


Figura 4. *Monto correcto*

La pregunta cuatro de la encuesta trata sobre el monto otorgado del microcrédito fue lo que solicitaron, los resultados sugieren que el 83% de los encuestados mencionaron que sí y el 17% indicaron que no fue el monto solicitado.

5. ¿La cooperativa les solicitó garantías para otorgar el crédito?

Tabla 5
Garantías

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	375	100%
No	0	0%
Total	375	

Fuente: Elaboración propia

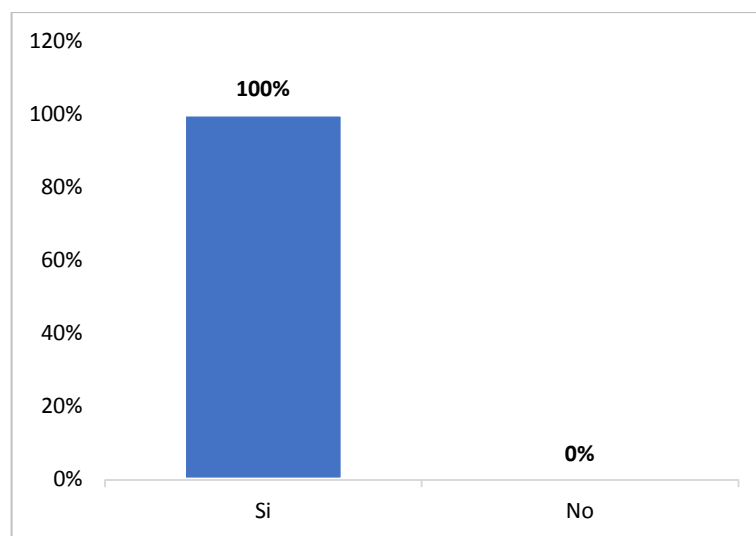


Figura 5. *Garantías*

La pregunta cinco de la encuesta trata sobre si la cooperativa les solicitó garantías, los resultados sugieren que el 100% de los encuestados mencionaron que sí les pidieron una garantía.

6. ¿Qué tipos de garantías le solicitó la cooperativa?

Tabla 6
Tipo de garantías

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Aval (Garante)	145	39%
Caución	0	0%
Hipoteca	120	32%
Embargo	95	25%
Seguro	15	4%
Total	375	

Fuente: Elaboración propia

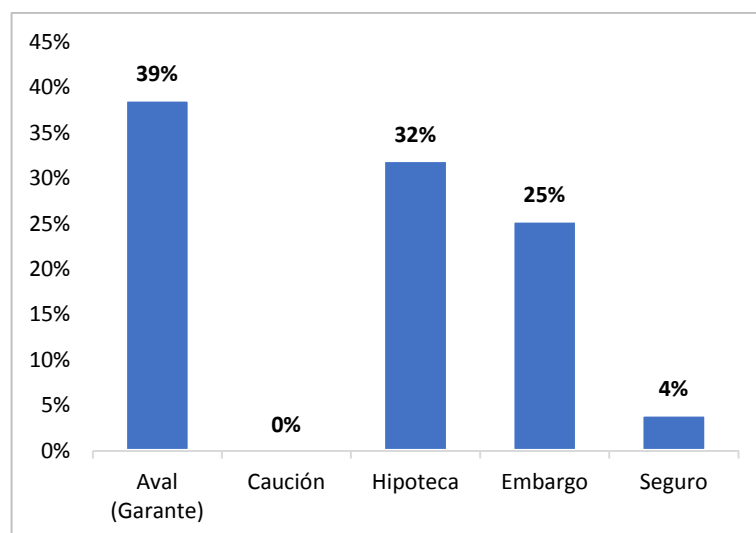


Figura 6. *Tipo de garantías*

La pregunta seis de la encuesta trata sobre el tipo de garantía solicitada, los resultados sugieren que el 39% de los encuestados mencionaron que les pidieron un aval, el 32% indicaron que les pidieron hipotecar un bien, el 25% de los clientes seleccionaron la opción de embargo y el 11% les pidieron un seguro.

7. ¿Cuál ha sido la tasa de interés que la Cooperativa le cobró en su último Crédito?

Tabla 7
Tasa de interés

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Menos del 19%	5	1%
Entre 19% y 22%	81	22%
Entre 23% y 26%	155	41%
Entre 27% y 30%	124	33%
Más del 30%	10	3%
Total	375	

Fuente: Elaboración propia

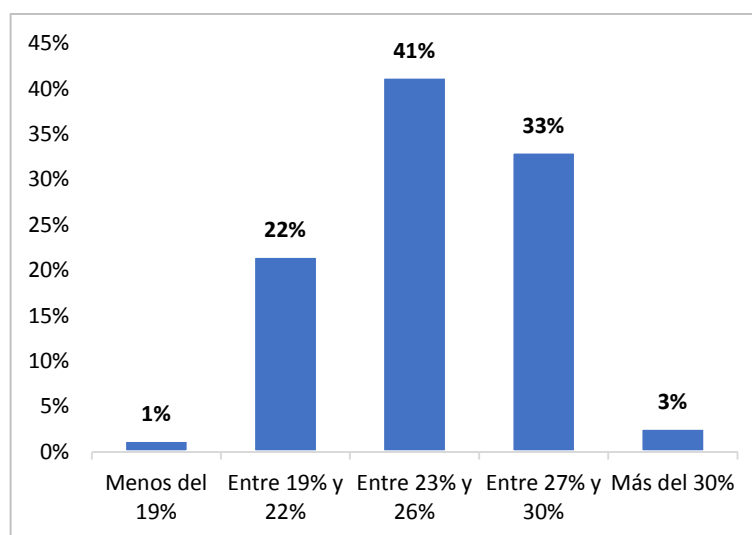


Figura 7. *Tasa de interés*

La pregunta siete de la encuesta trata sobre la tasa de interés, los resultados sugieren que el 1% de los encuestados mencionaron que tienen que pagar una tasa menor al 19%, el 22% indicaron la opción entre 19% y 22%, el 41% de los clientes seleccionaron la opción entre 23% y 26%, el 33% les mencionaron la opción entre 17% y 30% y el 3% de los encuestados mencionaron que tienen que pagar una tasa mayor al 30%.

8. ¿Considera que la tasa de interés es alta?

Tabla 8
Tasa de interés alta

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	185	49%
No	190	51%
Total	375	

Fuente: Elaboración propia

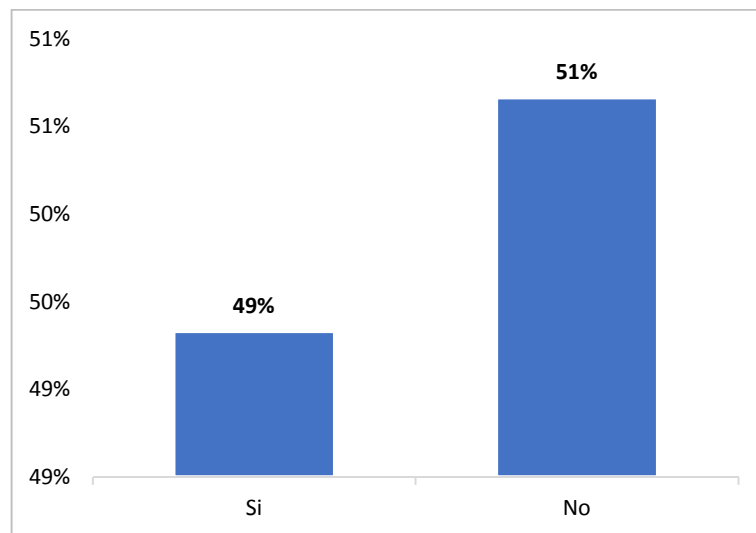


Figura 8. *Tasa de interés alta*

La pregunta ocho de la encuesta trata sobre si la tasa de interés fue alta, los resultados sugieren que el 51% de los encuestados mencionaron que no les pareció una tasa alta y el 49% aseguraron que si es una tasa alta.

9. ¿Cuál es el tipo de negocio que actualmente posee?

Tabla 9
Tipo de negocio

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	81	22%
Manufacturas	7	2%
Comercio	152	41%
Servicios	135	36%
Otros	0	0%
Total	375	

Fuente: Elaboración propia

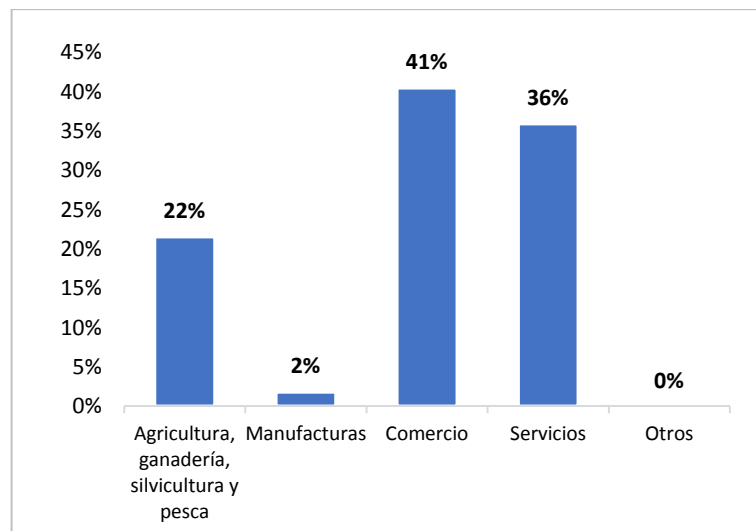


Figura 9. *Tipo de negocio*

La pregunta nueve de la encuesta trata sobre el tipo de negocio, los resultados sugieren que el 22% de los encuestados tienen un negocio de agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, el 2% indicaron la opción de manufacturas, el 41% seleccionó la opción de comercio y el 36% eligieron la opción de servicios.

10. ¿Cuánto ha invertido en su negocio en el último año?

Tabla 10
Monto invertido en el negocio

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
\$0 a \$2000	102	27%
\$2001 a \$4000	98	26%
\$4001 a \$6000	55	15%
\$6001 a \$8000	89	24%
Más de \$8000	31	8%
Total	375	

Fuente: Elaboración propia

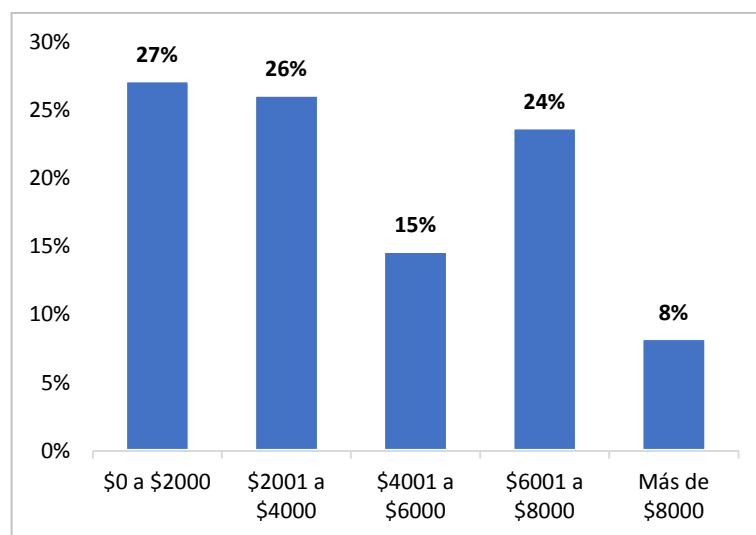


Figura 10. Monto invertido en el negocio

La pregunta diez de la encuesta trata sobre el monto invertido en el negocio, los resultados sugieren que el 27% de los encuestados mencionaron que invirtieron entre \$0 a \$2000, el 26% indicaron que invirtieron entre \$2001 a \$4000, el 15% de los clientes seleccionaron la opción de \$4001 y \$6000, el 24% mencionaron que invirtieron entre \$6001 y \$8000 y el 8% invirtieron más de \$8000.

11. ¿El dinero recibido por la cooperativa ha sido invertido totalmente en su negocio?

Tabla 11
Correcto uso del dinero

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	300	80%
No	75	20%
Total	375	

Fuente: Elaboración propia

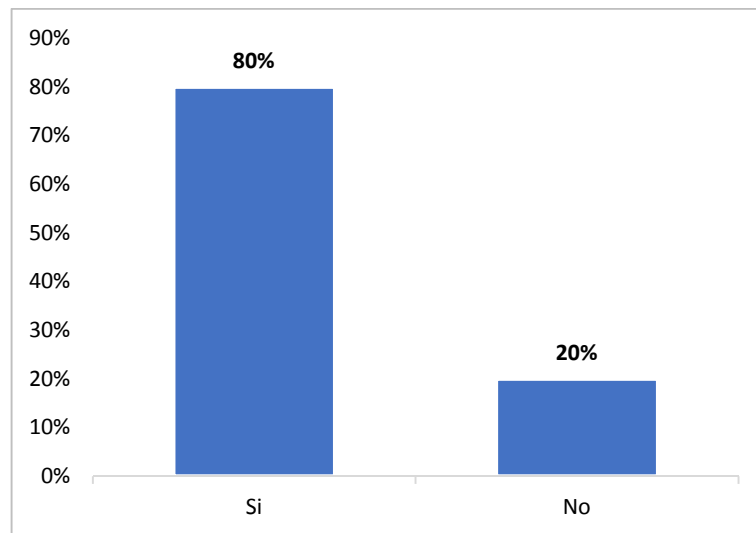


Figura 11. *Correcto uso del dinero*

La pregunta once de la encuesta trata sobre si los clientes invirtieron el dinero prestado en su negocio, los resultados sugieren que el 80% de los encuestados mencionaron que si lo hicieron y el 20% aseguraron que no lo hicieron.

12. ¿Cuenta con maquinaria para la operación de su negocio?

Tabla 12
Maquinaria

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	89	24%
No	286	76%
Total	375	

Fuente: Elaboración propia

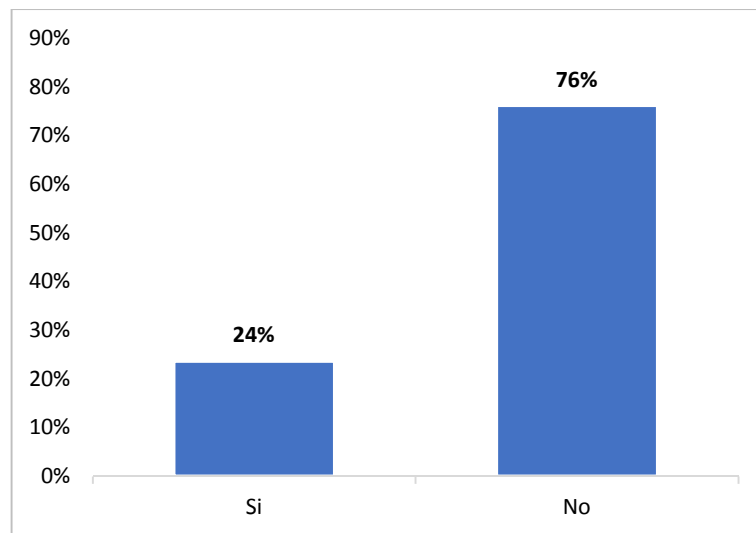


Figura 12. *Maquinaria*

La pregunta doce de la encuesta trata sobre si los clientes cuentan con maquinaria, los resultados sugieren que el 80% de los encuestados mencionaron que si lo tienen y el 20% aseguraron que no lo tienen.

13. ¿Qué tipo de maquinaria utiliza?

Tabla 13
Tipo de maquinaria

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Maquinaria de construcción	56	15%
Maquinaria industrial	33	9%
No he adquirido maquinaria	286	76%
Total	375	

Fuente: Elaboración propia

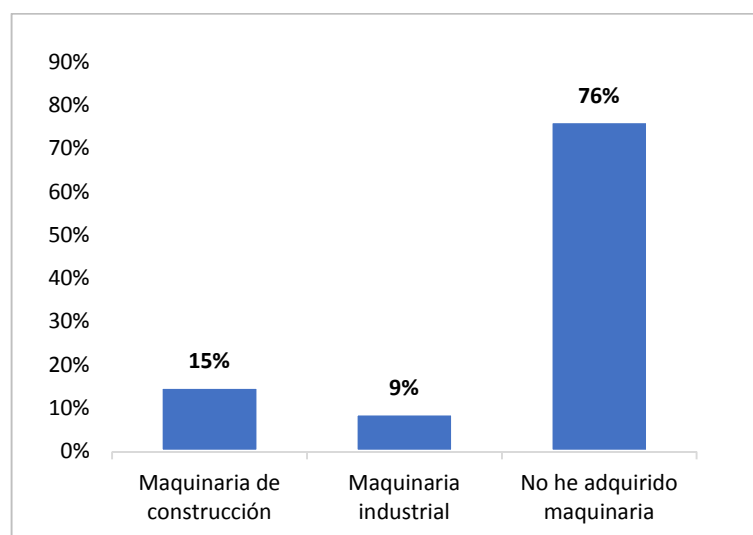


Figura 13. Tipo de maquinaria

La pregunta trece de la encuesta trata sobre el tipo de maquinaria, los resultados sugieren que el 76% de los encuestados mencionaron que no tienen maquinarias, el 15% aseguraron que tienen maquinarias de construcción y el 9% poseen maquinaria industrial.

14. ¿Ha implementado algún sistema de información en su negocio?

Tabla 14
Sistema de información

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	100	27%
No	275	73%
Total	375	

Fuente: Elaboración propia

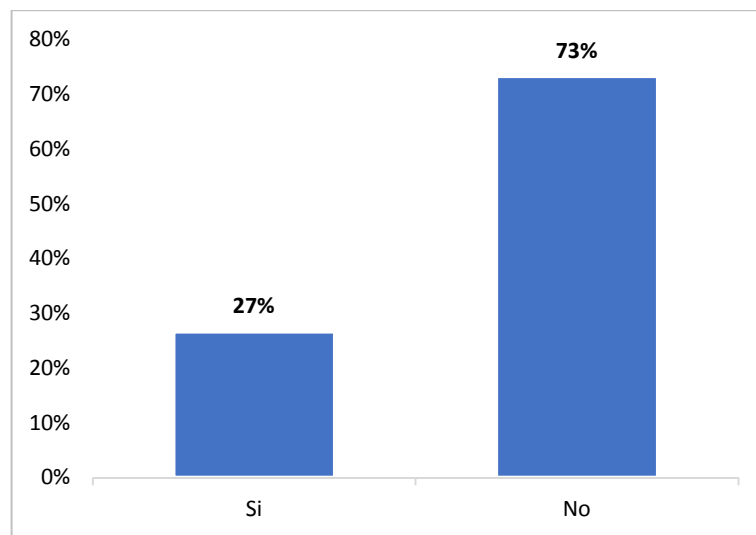


Figura 14. *Sistema de información*

La pregunta catorce de la encuesta trata sobre si los clientes cuentan con sistemas de información, los resultados sugieren que el 73% de los encuestados mencionaron que si lo tienen y el 27% aseguraron que no lo tienen.

15. ¿Su empresa ha crecido económicamente a raíz de la obtención del microcrédito?

Tabla 15
Beneficio del microcrédito

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	140	37%
De acuerdo	124	33%
En desacuerdo	78	21%
Totalmente en desacuerdo	33	9%
Total	375	

Fuente: Elaboración propia

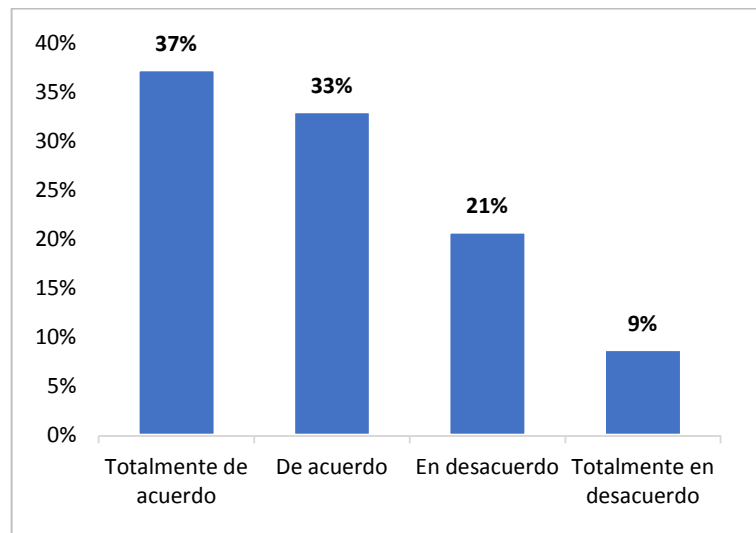


Figura 15. *Beneficio del microcrédito*

La pregunta quince de la encuesta trata sobre si las empresas de los clientes han crecido económicamente a raíz de la obtención del microcrédito, los resultados sugieren que el 37% de los encuestados mencionaron que están totalmente de acuerdo, el 33% se mostraron de acuerdo, el 21% estuvieron en desacuerdo y el 9% eligieron la opción totalmente en desacuerdo.

3.2. Resultados del focus group

Una vez seleccionado a los participantes de este grupo focal, se establecen las orientaciones a seguir por los participantes a los fines de generar la comprensión de la actividad a realizar con el objetivo de recolectar información valiosa sobre las debilidades en el servicio y los tramites que tiene la cooperativa para dar un microcrédito.

Luego de realizar el encuentro con los participantes de esta técnica de recolección de información denominada Focus Group, se coincidió los criterios con respecto a los trámites para la solicitud de créditos, quienes manifestaron que dichos trámites, aunque parecen sencillos son complicados de conseguir para los comerciantes, resaltando que el requisito mas complicado son las garantías dependiendo del monto requerido, además para clientes que recién empiezan un negocio se les hace difícil acceder a un crédito porque no pueden demostrar sus niveles de ingresos.

Con respecto a las recomendaciones sobre los trámites de crédito, se mencionó la posibilidad de simplificar los requisitos y que se considere un documento compromiso ante la empresa, el solicitante y un garante, haciendo así una forma de mejorar el proceso de iniciación a pequeños comerciantes y nuevos emprendedores en la rama del comercio. Esto en consideración, a que existen muchos comerciantes, de manera informal, que no cuentan con los registros y documentos esenciales para activar una empresa comercial, teniendo en cuenta que en primera cuesta generar rentabilidad cuando se inicia un negocio hasta tanto no se posicionen del mercado.

En este aspecto, es importante, resaltar que la Cooperativa bien podría mejorar el procedimiento de solicitud de créditos y captación de una cartera de clientes fidelizados, sin embargo, hay que precisar la actividad comercial, mediante, un estudio de mercado, plaza, producto y tiempo para su posicionamiento. En base a este criterio, la solides de esta cooperativa puede mantenerse o por el contrario fracasar en sus intentos por mejorar abriendo campo a una cartera que no garantice el cumplimiento de sus obligaciones ante los créditos solicitados.

3.3. Comprobación de la Hipótesis

En el presente estudio se planteó la siguiente Hipótesis Alternativa **H₁**: El tipo de microcrédito otorgado por la Cooperativa de Ahorro y Crédito Nueva Huancavilca posee una asociación significativa con el crecimiento económico de las microempresas de la Provincia de Santa Elena, 2018-2019; con su contraparte la Hipótesis Nula **H₀**: El tipo de microcrédito otorgado por la Cooperativa de Ahorro y Crédito Nueva Huancavilca no posee una asociación significativa con el crecimiento económico de las microempresas de la Provincia de Santa Elena, 2018-2019.

A partir de los resultados de la encuesta se pudo observar que el microcrédito otorgado por la Cooperativa de Ahorro y Crédito Nueva Huancavilca incidió, positivamente, en el crecimiento de los negocios de sus clientes de la Provincia de Santa Elena debido a que el 70% de los encuestados se mostraron, de acuerdo, no obstante, estos datos no comprueban si existe una relación entre las variables.

Para comprobar la relación entre variables se utilizó información de 600 clientes de la Cooperativa Huancavilca que han solicitado crédito en los años 2018 y 2019, como principal dimensión de la variable independiente Microcrédito se tomó el tipo de microcrédito que se divide en: Subsistencia (\$1 - \$1.000), Acumulación Simple (\$1.001 - \$10.000) y Acumulación Ampliada (\$10.000 - \$20.000); y como dimensión de la variable dependiente Crecimiento Empresarial se tomó el nivel de utilidad anual generada y declarada por los clientes en el SRI, que se dividió en Deficiente (\$0 - \$1.000), Regular (\$1.001 - \$5.000) y Excelente (más de 5.001), a continuación se muestra la tabla cruzada de los datos obtenidos y analizados en el programa SPSS Statistics.

Tabla 16

*Tabla cruzada Tipo de Microcrédito*Nivel de Utilidad*

		Nivel de Utilidad			Total	
		Deficiente	Regular	Excelente		
Tipo de Microcrédito	Crédito Minorista o Subsistencia	Recuento	13	19	12	44
		% del total	2,2%	3,2%	2,0%	7,3%
	Crédito de Acum. Simple	Recuento	48	244	168	460
		% del total	8,0%	40,7%	28,0%	76,7%
	Crédito de Acum. Ampliada	Recuento	3	27	66	96
		% del total	0,5%	4,5%	11,0%	16,0%
Total		Recuento	64	290	246	600
		% del total	10,7%	48,3%	41,0%	100,0%

En la tabla se muestra que la mayoría de los clientes analizados, que obtuvieron un microcrédito de Subsistencia y Crédito de Acumulación Simple, tuvieron un nivel de utilidad bueno, por su parte la mayoría de clientes que obtuvieron un préstamo de crédito ampliado obtuvieron un nivel de ganancia excelente, a continuación, se presenta la prueba chi cuadrado de la información obtenida.

Tabla 17
Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	52,611 ^a	4	,000
Razón de verosimilitud	48,454	4	,000
Asociación lineal por lineal	40,355	1	,000
N de casos válidos	600		

Como el valor de Significación asintótica (valor crítico observado) es $0,000 < 0,05$ se rechaza la hipótesis nula, por lo tanto, según los datos obtenidos se acepta la hipótesis afirmativa con un nivel de confiabilidad del 95%, es decir el tipo de microcrédito otorgado por la Cooperativa de Ahorro y Crédito Nueva Huancavilca sí contribuyó significativamente al crecimiento económico de las microempresas de la Provincia de Santa Elena.

El método de Chi cuadrado de asociación o independencia utilizado es conveniente para probar la hipótesis planteada porque es el método más utilizado en las investigaciones para hacer comparaciones entre dos o más variables y medir el nivel de asociación debido a su exactitud y nivel de confiabilidad, por consiguiente con los datos obtenidos se puede afirmar el efecto positivo que tiene la otorgación de créditos de la cooperativa Nueva Huancavilca en el crecimiento empresarial de sus clientes, a continuación, presenta como propuesta una serie de estrategias con el objetivo de mejorar dicho servicio y así poder captar a un número mayor de beneficiarios y clientes.

3.4. Propuesta

Elaborar nuevos modelos de microcrédito para la Cooperativa de Ahorro y Crédito Nueva Huancavilca, para contribuir al fortalecimiento de los negocios de sus clientes, mediante el diseño de estrategias para el aumento de la capacidad crediticia de la institución.

3.5. Introducción de la Propuesta

Un desafío nuevo y significativo que enfrentan muchas instituciones de microfinanzas (IMF) es el aumento de la competencia, lo que obliga a una IMF a centrarse en la diferenciación, mientras, mantiene productos y servicios de bajo costo. Los clientes, también, están comenzando a exigir una mayor variedad de productos y servicios, especialmente, a medida que los mercados maduran, además, las barreras regulatorias impiden que las instituciones como la “Cooperativa de Ahorro y Crédito Nueva Huancavilca” satisfaga la demanda de los clientes de servicios adicionales como productos de ahorro, seguros o arrendamiento.

La presente propuesta presenta nuevos modelos de microcréditos que la Cooperativa de Ahorro y Crédito Nueva Huancavilca puede añadir a su lista de servicios, dichos modelos no deben superar los montos de crédito de los tipos de microcrédito establecidos por la Junta de Regulación Monetaria y Financiera en su resolución No. 043-2015-F, que habla de los créditos que pueden otorgar el sector financiero y las entidades supervisadas por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria como las Cooperativas de ahorro y crédito.

Aunque el microcrédito por sí solo no es suficiente para impulsar el crecimiento empresarial de los negocios o al crecimiento económico de la provincia, debido a que estos créditos pueden limitarse porque el Código Orgánico Monetario y Financiero señala que las cooperativas de ahorro y crédito solo pueden otorgar un monto de microcréditos según su capital social, por esto es difícil satisfacer las necesidades de todos los clientes, por este motivo la propuesta también menciona estrategias para expandir la capacidad de crédito.

Dichas estrategias de expansión de crédito están basadas legalmente según la Norma de control para la apertura, traslado y cierre de oficinas de las cooperativas de ahorro y crédito, asociaciones mutualistas de ahorro y crédito para la vivienda, cajas centrales y corporación nacional de finanzas populares y solidarias, La Norma para el proceso de fusión extraordinario de entidades del sector financiero popular y solidario y La Norma para la constitución y catastro de cajas comunales, estas normas son emitidas por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

Con las estrategias adecuadas se puede expandir la capacidad de crédito e implementar nuevos modelos de microcrédito que se adapten a las necesidades de los clientes, por este motivo la siguiente propuesta se divide en dos partes, primero la elaboración de nuevos tipos de microcréditos según las necesidades identificadas en el Focus Group y las entrevistas, y como segunda parte el señalamiento de estrategias para la expansión de la cooperativa Nueva Huancavilca e incrementar su capacidad crediticia.

Los microcréditos son de gran utilidad y beneficio para la sociedad, por ser el principal recurso monetario que permite impulsar nuevos proyectos, mejorar la capacidad productiva de una microempresa o el cambio de infraestructura, de acuerdo con el monto que aplique el cliente en cualquier institución financiera, por este motivo es esencial que las Cooperativa de Ahorro y Crédito Nueva Huancavilca acoja nuevas variantes de microcréditos enfocados a ciertos propósitos que ayuden a los clientes en sus necesidades.

3.6. Contenido de la Propuesta

Primera Parte: Nuevos Modelos de Microcrédito

La Cooperativa actualmente cuenta con 3 tipos de microcréditos enfocados a la clasificación general que establece el Banco Central del Ecuador, en este apartado se planteará 3 nuevas variantes de modelos de microcréditos enfocados en necesidades específicas de los clientes de la Cooperativa y que reduce los actuales requisitos.

Microcrédito de Innovación

Es un microcrédito destinado a personas naturales, propietarios de una unidad económica, que les permita generar flujos de caja suficiente para amortizar dicho crédito y necesiten capital para aumentar su negocio, crear una sucursal en otro cantón, o requieran cambiar su actividad adaptándose a las necesidades productivas de la provincia de Santa Elena.

Monto: Desde \$ 1.000 hasta \$ 5.000 dólares

Interés: Tasa desde el 11%, y dependerá del plazo y monto solicitado. **Plazo:**
Desde 12 meses hasta 24 meses

Requisitos: Libreta del solicitante, Copia de cédula y papeleta de votación del solicitante, Último pago de un servicio básico, Croquis del domicilio del negocio, Documentación que justifique la existencia del negocio, y Garante.

Microcrédito Grupal

Es un microcrédito comunal, creado para beneficiar a pequeños empresarios agrupados en comunidades, que se unieron con la finalidad de hacer crecer su negocio y que sea más productivo.

Monto: Desde \$ 500 hasta \$ 3.000 dólares

Interés: Tasa desde el 10%, y dependerá del plazo y monto solicitado. **Plazo:**
Desde 4 meses hasta 12 meses

Requisitos: Libreta del solicitante, Copia de cédula y papeleta de votación del solicitante, Último pago de un servicio básico, Croquis del domicilio del negocio, Documentación que justifique la existencia del negocio, y Garante.

Microcrédito Activo

Pueden beneficiarse de este crédito, personas naturales o jurídicas con microempresas que se dediquen a actividades de producción, comercio o servicios que deseen invertir en la compra de activos muebles o inmuebles, el financiamiento puede ser de hasta el 100% de la inversión a realizar.

Monto: Desde \$ 1.000 hasta \$ 7.000 dólares

Interés: Tasa desde el 10%, y dependerá del plazo y monto solicitado.

Plazo: Desde 4 meses hasta 12 meses

Requisitos: Libreta del solicitante, Copia de cédula y papeleta de votación del solicitante, Último pago de un servicio básico, Croquis del domicilio del negocio, Documentación que justifique la existencia del negocio, y Garante.

Segunda Parte: Estrategias de Expansión

En la industria de las microfinanzas, las estrategias de expansión comunes incluyen aquellas que requieren menos recursos y, por lo tanto, son más fáciles de implementar. Se observa cada vez más el crecimiento a través de programas de fidelización de clientes, reestructuración legal y alianzas estratégicas. Por las mismas razones, las franquicias, fusiones y adquisiciones son menos comunes. El siguiente es un análisis detallado de cada estrategia.

Reestructuración legal

La reestructuración legal es una forma de estrategia de expansión, mediante la cual una organización de microfinanzas reorganiza sus operaciones en una entidad legal diferente. A diferencia de otros tipos de estrategias de expansión que requieren la debida diligencia de otras organizaciones, como asociaciones estratégicas, adquisiciones, la reestructuración legal es una forma interna de expansión.

Un ejemplo común de reestructuración legal en microfinanzas es una ONG de crédito que se transforma en una institución financiera regulada para proporcionar otros servicios financieros, esta transformación permite a la “Cooperativa de Ahorro y Crédito Nueva Huancavilca” ofrecer una mayor canasta de productos y servicios. Sin embargo, la transformación requiere una gran cantidad de recursos.

Otro ejemplo de reestructuración legal en microfinanzas es el modelo de compañía de servicios, donde un banco forma una entidad legal no financiera para servir a los clientes de microfinanzas, una tercera forma de reestructuración legal es la transformación en un modelo de sociedad de Cartera.

Beneficios

La reestructuración legal ofrece a la “Cooperativa de Ahorro y Crédito Nueva Huancavilca” la oportunidad de ingresar a nuevos segmentos de clientes, productos y geografías.

- La reestructuración legal permite que una organización apunte a diferentes segmentos de clientes (por ejemplo, un banco ahora puede apuntar a clientes de microfinanzas)
- Al ofrecer una variedad de productos y servicios, una organización puede convertirse en una "ventanilla única" para las necesidades del cliente.

Desafíos

- Los costos de transformación son altos y se requieren una gran cantidad de recursos para cambiar la estructura legal de una organización.

- Dentro del modelo de sociedad de cartera, existe el riesgo de "promesa de marca rota" si no se alcanzan las expectativas de la marca en todas las filiales.

Franquicias

La franquicia es una relación continua, en la cual el franquiciador otorga una licencia al franquiciado para hacer negocios. También, ofrece asistencia en la organización, capacitación, comercialización, y administración a cambio de una tarifa de franquicia. La organización es "clonada", mediante, licencias el nombre de la marca y el apoyo comercial continuo al franquiciado, propietario y operador de la tienda comercial. Una organización, generalmente, se dedica a la franquicia para crecer, rápidamente, y aprovechar su marca y modelo de negocio. La franquicia ofrece un medio para expandirse sin mucho financiamiento inicial y tiende a ocurrir en industrias con productos estandarizados.

Beneficios

- La cooperativa puede crecer con un financiamiento inicial, relativamente bajo. Ingresos adicionales a través de tarifas de franquicia y crecimiento agregado.
- La estandarización de los procesos permite el control de calidad.
- Valor de marca apalancado en todas las geografías.
- El franquiciado puede llegar a poblaciones en áreas remotas, lo que tiene implicaciones importantes para las microfinanzas.
- La franquicia ofrece un medio para ser emprendedor y minimizar el riesgo.

Desafíos

- La estricta estandarización de los procesos de negocios hace que sea más difícil para una organización innovar y responder a las necesidades del mercado local. Un negocio exitoso no se traduce, automáticamente, en una franquicia exitosa.
- Existe una forma de franquicia en microfinanzas, a través de la replicación de procesos comerciales y un paquete de franquicias de crédito.
- El valor de la marca no se enfatiza, ya que las organizaciones replicadas tienen nombres diferentes y son entidades legales diferentes.

Alianzas estratégicas

Alianza es un término general para una amplia gama de "asociaciones organizacionales" en las que el modelo comercial central de cada parte permanece separado e intacto. Es un acuerdo entre dos o más compañías separadas en el que se comparten riesgos, retornos y control, así como cierta integración operativa y dependencia mutua.

La Cooperativa puede tratar de lograr el liderazgo del mercado a través de una estrategia de diferenciación aprovechando sus competencias centrales. Los ejemplos de tales competencias incluyen conocimiento del cliente, reputación de marca, descentralización y operaciones.

Sin embargo, a menudo es difícil lograr objetivos organizacionales en mercados más competitivos y maduros.

En una alianza estratégica, un socio podría complementar las capacidades de una cooperativa de ahorro y crédito para lograr sus objetivos al:

- Ampliar el conocimiento de la marca y profundizar la imagen de confianza, mediante, la asociación con una institución acreditada.
- Proporcionar nuevas formas para que el personal preste servicio e interactúe con los clientes.
- Apoyar el crecimiento al ofrecer una oferta de productos más atractiva
- Profundizar el conocimiento del cliente al comprender mejor sus necesidades.

Las alianzas en el campo de las microfinanzas incluyen la negociación, de acuerdos, a granel, subcontratación, alianzas de productos, alianzas de canales y alianzas de servicio completo.

Beneficios

- Las alianzas dan a las organizaciones la capacidad de diferenciarse sin reinventar la rueda; Las instituciones pueden avanzar, relativamente rápido, y pueden ser más flexibles y fáciles de implementar en comparación con las fusiones y adquisiciones.
- El control compartido mitiga el riesgo: un socio puede salir de una alianza estratégica y se necesitan menos recursos, incluido menos efectivo.
- Oportunidad de aprendizaje: las instituciones tienen la oportunidad de aprender más sobre procesos clave / nuevas industrias / nuevas geografías.
- Capacidad para aprovechar la marca: las organizaciones pueden centrarse en sus puntos fuertes.

Desafíos

- Acordar una estructura de trato justo y de beneficio mutuo es a menudo un desafío. La falta de confianza entre las organizaciones puede explicar la baja tasa general de éxito de las alianzas.
- Desafío de comprender el papel de cada socio, que es, especialmente crítico, en la toma de decisiones.
- Un riesgo más bajo implica una recompensa potencial más baja en relación con otras estrategias de expansión como las adquisiciones.
- Es necesario, mantener segmentos de mercado distintos para evitar la superposición de clientes.

Fusiones y Adquisiciones (F&A)

Las organizaciones, también, pueden expandirse a través de una fusión o adquisición. Algunas organizaciones usan alianzas estratégicas como un trampolín para un F&A. Una fusión es la combinación de dos o más entidades en una, mientras, que una adquisición ocurre cuando una organización obtiene el control de otra organización comprando sus activos o acciones.

La propuesta de valor clave para participar en una fusión o adquisición es crear valor, mediante, la realización de sinergias. Las sinergias de ahorro de costos (reducción de la duplicación de funciones y el intercambio de actividades o instalaciones operativas) pueden realizarse, rápidamente, y es más probable que tengan éxito. Las sinergias generadoras de ingresos (la capacidad de expandirse a nuevos canales y nuevos productos después de la fusión o adquisición) son más difíciles de darse cuenta, lo que resulta en una menor probabilidad de éxito.

Si bien las sinergias contienen el potencial de ahorro de costos y se requiere una diligencia debida cuidadosa para evaluar las sinergias potenciales de la fusión o adquisición resultante. Las organizaciones necesitan mantener un equilibrio entre lograr sinergias y posicionarse como líderes en el mercado.

Beneficios

- Potencial para que la cooperativa de ahorro y crédito escale y alcance economías de escala de manera oportuna.
- Capacidad para distribuir los costos fijos de la organización en una gran base de clientes, brindando más servicios a un menor costo para los clientes.
- Aumente la eficiencia al disminuir los gastos generales y administrativos.
- Capacidad para ampliar la oferta de productos a la luz de la demanda del cliente.

Desafíos

La diligencia debida cuidadosa es crucial; sin embargo, es difícil valorar si la cooperativa, y se encuentran pocos especialistas en esta área en microfinanzas. La cooperativa de ahorro y crédito enfrenta limitaciones de recursos que dificultan las fusiones y adquisiciones.

Los problemas culturales presentes en todas las fusiones y adquisiciones son especialmente difíciles, en las microfinanzas, debido al aspecto social de la misión de la organización (ser sostenible, pero, mantenerse fiel a la misión).

Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

El desarrollo de las economías en la Provincia de Santa Elena en su mayoría se debe a las actividades realizadas por emprendedores, pertenecientes a sectores populares, que realizan diferentes actividades comerciales, industriales o de servicios, y que han cubierto sus gastos por medio de solicitudes de microcréditos, otorgados por entidades financieras.

Los resultados de la encuesta sugieren que el 70% de los que clientes de la cooperativa mencionaron que sus negocios se vieron favorecidos por el microcrédito, pero a pesar de este resultado favorable los servicios brindados por la cooperativa pueden mejorar en los siguientes aspectos: trámite, requisitos, porcentajes de interés y tiempo de duración del crédito.

El microcrédito ayuda a erradicar la pobreza, porque permite iniciar procesos de desarrollo a emprendedores y microempresas, en la provincia de Santa Elena ha tenido un efecto positivo, en el crecimiento empresarial, especialmente para los clientes de la cooperativa Nueva Huancavilca, que en su mayoría ha invertido en Activos y Personal.

Las actuales leyes y códigos vigentes en el país permiten a las cooperativas de ahorro y crédito implementar estrategias de expansión como: corresponsalías solidarias, alianzas estratégicas o fusiones que permiten la captación de capitales o recursos, permitiendo aumentar la capacidad de otorgar microcréditos a más clientes o beneficiarios.

Recomendaciones

Es importante impulsar investigaciones referentes al efecto que tienen los servicios brindados por las cooperativas de ahorro y crédito en la economía de los clientes porque permite reconocer debilidades a mejorar y resalta la importancia que poseen estas instituciones en la provincia.

Difundir los beneficios que generan los microcréditos en la comunidad, en la producción y productividad, de manera que los emprendedores y clientes de la cooperativa se vean motivados a invertir o desarrollar sus ideas de negocios, cubriendo sus necesidades de implementación mediante un crédito, favoreciendo el desarrollo de la provincia.

Es necesario simplificar los requisitos solicitados para la generación de microcréditos para nuevos emprendedores teniendo en cuenta el posicionamiento del producto en el mercado, y tomando en cuenta las principales necesidades del cliente, brindando servicios atractivos para los pequeños y medianos negocios de la provincia.

Considerar nuevas variantes de microcréditos para los clientes y estrategias de expansión para aumentar la capacidad crediticia de la institución, lo que mejorará y facilitará la otorgación de créditos y por ende impulsará al crecimiento empresarial de la Provincia de Santa Elena.

Referencias bibliográficas

- AEADE. (Febrero de 2017). *Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador*. Recuperado el 20 de Septiembre de 2017, de Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador: http://www.aeade.net/wp-content/uploads/2017/01/Sector-en-cifras-4_enero-2017-1.pdf
- Aguilar, S., Bustamante, L., & Cano, J. (2016). Uso y apropiación de la tecnología de información y comunicación: dos conceptos para la negociación internacional en organizaciones productivas. *Revista LAN*, 50-62.
- Aldanondo, L., Ruiz, Y., & Eguilez, V. (2017). Contributions to the social and solidarity economy on the path towards *sumak kawsay* (buen vivir) in Ecuador: some conceptual clarifications.
- Armendariz, C., Aguilar, P., & Duchi, O. (2018). El microcrédito como activador del emprendimiento en Guayaquil. *Universidad y Sociedad*, 10(5), 232-237.
- Asamblea Nacional . (2014). *Código Orgánico Monetario y Financiero*. Quito: Suplemento del Registro Oficial 309, 21-VIII-2018.
- Asamblea Nacional. (2008). Constitución de la República del Ecuador. Quito, Ecuador.
- Banco Central del Ecuador. (Marzo de 2016). *Banco Central del Ecuador*. Recuperado el Septiembre 5 de 2017, de Banco Central del Ecuador: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/BoletinTasasInteres/ect201603.pdf>
- Banco Internacional. (2 de Abril de 2017). *Banco Internacional*. Obtenido de <https://www.bancointernacional.com.ec/clases-de-garantias-bancarias/>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de Investigación*. Colombia: Pearson.
- Borísov, Z. y. (21 de septiembre de 2017). *Diccionario de economía política*. Obtenido de <http://www.eumed.net/cursecon/dic/bzm/e/explohom.htm>
- Carmen Parra, F. P. (2014). *Emprendeduría Social: Alternativa sostenible para una nueva economía*. (BOSCH, Ed.) España.
- Consejo Nacional de Planificación (CNP). (2017-2021). *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021. Toda una Vida*. Quito - Ecuador: Semplades.
- Cooperativa de Ahorro y Crédito Nueva Huancavilca. (2 de Septiembre de 2017). *Cooperativa de Ahorro y Crédito Nueva Huancavilca*. Recuperado el 5 de 2017 de 2017, de Cooperativa de Ahorro y Crédito Nueva Huancavilca: <http://www.revistalideres.ec/lideres/economia-popular-cooperativa-gana-participacion.html>
- Edes Escuela de Negocios UTPL. (2018). *¿Por qué fracasan los emprendimientos en Ecuador?* Obtenido de <https://edes.utpl.edu.ec/por-que-fracasan-los-emprendimientos-en-ecuador/>

- ELEARNING S.L. (2020). *Estructura y diseño organizativo*. Editorial Equipo.
- Fernández, J. A. (2014). *Contabilidad de la estructura financiera de la empresa* (4a Ed. ed.). México: Grupo Editorial Patria.
- Ferre Riquelme, J. M. (2010). *Experiencias Internacionales sobre microfinanzas. Manual del microcrédito*. (P. d. I, Ed.) España: Universitat Jaume I, Servei de Comunicació i Publicacions.
- Granja, E., & Polo, D. (6 de Febrero de 2017). *Elecciones 2017*. Recuperado el 2 de Septiembre de 2017, de Elecciones 2017: <http://elecciones2017.gkillcity.com/2017/02/06/microcreditos-ecuador-banca-cynthia-viteri/>
- Hidalgo, M., & Escobar, M. (2020). Microcrédito: Alternativa de reactivación económica para comerciantes de Portoviejo, Manabí, Ecuador. *Ciencias económicas y empresariales*, 431-459.
- Huete, F. (2010). El concepto de utilidad según John Rawls. *Revista de Filosofía, Derecho y Política*, 127-142.
- IFC. (Enero de 2017). *IFC JOBS STUDY*. Recuperado el 3 de Septiembre de 2017, de IFC JOBS STUDY: http://www.ifc.org/wps/wcm/connect/0fe6e2804e2c0a8f8d3bad7a9dd66321/IFC_FULL+JOB+STUDY+REPORT_JAN2013_FINAL.pdf?MOD=AJPERES
- Inglada, M., Sastre, J., & De Miguel, M. (2016). Importancia de los microcréditos como instrumento de financiación en el desarrollo social. *Universidad de Valladolid*, 89-100.
- Junta de Regulación Monetaria y Financiera. (2015). *Norma para el proceso de fusión extraordinario de entidades del sector financiero popular y solidario*. Quito: Resolución No. 163-2015-F.
- Junta de Regulación Monetaria y Financiera. (2015). *Normas que regulan la segmentación de la cartera de crédito de las entidades del sistema financiero nacional*. Quito: Resolución No. 043-2015-F.
- Junta de Regulación Monetaria y Financiera. (2018). *Normas para la constitución y catastro de cajas y bancos comunales y cajas de ahorro*. Quito: Resolución No. 436-20f 8-F.
- Keynes, J. M. (2017). Teorías Alternativas de la Tasa de Interés. *Revista de Economía Institucional*.
- López, Á. J. (2006). *Principios de Contabilidad*. México: Mc Graw Hill.
- Madole, H. (2016). *The impact of microfinance credit on the performance of SMEs in Tanzania: a case study of national microfinance bank-Morogoro (Doctoral dissertation)*. Tanzania.
- Mariana Palacios Preciado, E. J. (2011). Modelos de negocio: propuesta de un marco conceptual para centros de productividad. *Administración & Desarrollo*.

- Mavila, D. (2014). Garantías Crediticias. *Notas Científicas*, 61-64.
- Mohamed, A., Muhamad, A., & Amin, F. (2015). Integration of waqf and Islamic microfinance for poverty reduction: case studies of Malaysia, Indonesia and Bangladesh. . *The Statistical, Economic and Social Research and Training Centre for Islamic Countries*.
- Mokhtar, S., & Nartea, G. G. (2018). Determinants of microcredit loans repayment problem among microfinance borrowers in Malaysia. *International Journal of Business and Social Research*, 33-45.
- Nieto, B. (2016). El microcrédito: dos escuelas teóricas y su influencia en las estrategias de lucha contra la pobreza. *Revista de Economía*, 115-128.
- Organización Internacional del Trabajo. (2016). *Creación de empresas / emprendimiento / pequeñas empresas / guía de administración empresarial* . Ginebra: OIT.
- Organización Mundial de Comercio. (2016). *Organización Mundial de Comercio*. Recuperado el 3 de Septiembre de 2017, de Organización Mundial de Comercio: https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/world_trade_report16_s.pdf
- Ortiz, M., & Vizuela, S. (2017). Análisis de los Microcréditos de las MIPYMES en el Sector Sergio - Guayaquil. *Revista Ciencia & Tecnología*, 32-44.
- Puerto, D. P. (2010). *La globalización y el crecimiento empresarial a través de estrategias de internacionalización*. *Pensamiento y Gestión*.
- Revista Lideres. (28 de Junio de 2017). *Revista Líderes*. Recuperado el 10 de septiembre de 2017, de Revista Líderes: <http://www.revistalideres.ec/lideres/economia-popular-cooperativa-gana-participacion.html>
- Salinas Vásquez, J. (2011). Ecuador, microcrédito: ¿Negocio o inclusión? *Universidad Politécnica Salesiana del Ecuador*, 39-47.
- Sanchis, A. (2011). *Introducción al pensamiento social de Jacques Ellul*. Madrid: AEBIUS.
- Servicios de Rrentas Internas. (2017). *Servicios de Rrentas Internas*. Recuperado el 2 de Septiembre de 2017, de Servicios de Rrentas Internas: <http://www.sri.gob.ec/de/32>
- Soto, O. L. (2007). *El dinero: la teoría, la política y las instituciones* (Primera ed.). (UNAM, Ed.) Mexico.
- Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. (2017). *Superintendencia de Economía Popular y Solidaria*. Recuperado el 3 de Septiembre de 2017, de Superintendencia de Economía Popular y Solidaria: <http://www.seps.gob.ec/interna?conoce-la-eps>
- Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. (2018). *Normas de control para la apertura, traslado y cierre de oficinas de las cooperativas de ahorro y Crédito*. Quito: Resolución No. SEPS-IGT-IGS-INSESF-INR-INGINT-INSEPS-IGJ-2020-0118.

Superintendencia de la Economía Popular y Solidaria. (2016). *Superintendencia de la Economía Popular y Solidaria*. Recuperado el 7 de Septiembre de 2017, de Superintendencia de la Economía Popular y Solidaria: <http://www.seps.gob.ec/noticia?ecuador-tiene-un-total-de-887-cooperativas-de-ahorro-y-credito>

Superintendencia de la Economía Popular y Solidaria. (2017). *Superintendencia de la Economía Popular y Solidaria*. Recuperado el 2 de Septiembre de 2017, de Superintendencia de la Economía Popular y Solidaria: <http://www.seps.gob.ec/noticia?ecuador-tiene-un-total-de-887-cooperativas-de-ahorro-y-credito>

Anexos

Anexo N° 1 Matriz de Consistencia

TÍTULO	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	PROBLEMA	HIPÓTESIS	VARIABLES
<p style="text-align: center;">EL MICROCRÉDITO Y EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO NUEVA HUANCABILCA, PROVINCIA DE SANTA ELENA</p>	<p>Analizar el efecto del microcrédito en el desarrollo empresarial de los clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Nueva Huancavilca, para el fortalecimiento de los servicios brindados.</p>	<p>Identificar las principales debilidades y fortalezas que posee el microcrédito según la opinión de los clientes de la cooperativa, mediante la aplicación de técnicas de investigación</p> <p>Determinar el impacto del microcrédito en el crecimiento de los negocios de los clientes de la cooperativa, mediante el análisis de los resultados obtenidos.</p> <p>Diseñar nuevos modelos de microcrédito y estrategias de expansión para la Cooperativa de Ahorro y Crédito Nueva Huancavilca, para contribuir al desarrollo de los negocios de sus clientes.</p>	<p>¿Cuál es el efecto los otorgados? ¿microcréditos entregados por la cooperativa de Ahorro y Crédito Nueva Huancavilca en el crecimiento de los negocios de sus clientes de la Provincia de Santa Elena, 2018 - 2019?</p>	<p>El tipo de microcrédito otorgado por la Cooperativa de Ahorro y Crédito Nueva Huancavilca posee una asociación significativa con el crecimiento económico de las microempresas de la Provincia de Santa Elena, 2018-2019</p>	<p>V. Independiente: Microcrédito V. Dependiente: Crecimiento de los negocios</p>

Anexo N° 2 Operacionalización de las variables

Operacionalización de la Variable Independiente

Variable independiente	Definiciones conceptuales	Dimensiones	Indicadores	Ítems de la encuesta	Instrumentos de Recolección de Información
Microcrédito	Es la provisión de servicios financieros como crédito, ahorro, depósito, seguros y servicios de pago a aquellos que están privados de acceso a los servicios financieros convencionales porque son pobres y no pueden ofrecer garantías	Tipo de Microcrédito	Valor del crédito	¿Cuál fue el monto del último crédito que recibió?	Encuesta – Base de Datos Secundarias.
		Periodo del crédito	Tiempo de acreditación	¿A cuántos años realizó su último crédito? ¿Cuál fue el periodo de tiempo que tuvo que esperar para recibir su último crédito?	Encuesta
		Garantías	Tipo de garantías	¿La cooperativa les solicitó garantías para otorgar el crédito? ¿Qué tipos de garantías le solicitó la cooperativa?	Encuesta
		Tasa de interés	% de tasa de los créditos	¿Cuál ha sido la tasa de interés que la Cooperativa le cobró en su último Crédito? ¿Considera que la tasa de interés es alta?	Encuesta Focus Group

Fuente: Elaboración propia

Operacionalización de la Variable Dependiente

Variable dependiente	Definiciones conceptuales	Dimensiones	Indicadores	Instrumentos de recolección de información	Instrumentos de Recolección de Información
Crecimiento Empresarial	El crecimiento de un negocio se refiere a actividades diseñadas para expandir el alcance de éste en un nuevo mercado, por ejemplo, formando alianzas con otras empresas para vender el producto o brindar un servicio a los clientes	Nivel de Utilidad	Monto invertido	¿Cuánto ha invertido en su negocio en el último año? ¿El dinero recibido por la cooperativa ha sido invertido, totalmente, en su negocio?	Encuesta
			Ganancia obtenida		Base de Datos Secundarias.
		Infraestructura del Negocio	Cantidad de equipos	¿Cuenta con maquinaria para la operación de su negocio? ¿Qué tipo de maquinaria utiliza?	Encuesta
			Tecnología	¿Ha implementado algún sistema de información en su negocio?	Encuesta
		Tipo de negocio	Clasificación del negocio	¿Cuál es el tipo de negocio que actualmente posee?	Encuesta

Fuente: Elaboración propia

Anexo N° 3 Cuestionario de preguntas para la encuesta



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
INSTITUTO DE POSGRADO**

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES DE LA COOPERATIVA NUEVA
HUANCAVILCA QUE HAN SOLICITADO MICROCRÉDITOS**

Objetivo. – Analizar el efecto del microcrédito en el desarrollo empresarial de los clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Nueva Huancavilca, para el fortalecimiento de los servicios brindados.

➤ Marcar con una X, la opción que ha su criterio sea la respuesta más apropiada.

1. ¿A cuántos años realizó su último crédito?

- 1.- 1 año
- 2.- 2 años
- 3.- 3 años
- 4.- 4 años
- 5.- 5 años
- 6.- más de 5 años

2. ¿Cuál fue el periodo de tiempo que tuvo que esperar para recibir su último crédito?

- 1.- 1 día
- 2.- 1 semana
- 3.- 1 mes
- 4.- más de 1 mes

3. ¿Cuál fue el monto del último crédito que recibió?

- 1.- Menos de 3.000
- 2.- Entre 3.000 a 10.000
- 3.- Entre 10.001 a 17.000
- 4.- Entre 17.001 a 20.000
- 5.- Más de 20.000

4. ¿El monto de su último crédito fue el que usted solicitó?

- 1.- Si
- 2.- No

5. ¿La cooperativa les solicitó garantías para otorgar el crédito?

1.- Si

2.- No

6. ¿Qué tipos de garantías le solicitó la cooperativa?

1.- Aval (Garante)

2.- Caución

3.- Hipoteca

4.- Embargo

5.- Seguro

7. ¿Cuál ha sido la tasa de interés que la Cooperativa le cobró en su último Crédito?

1.- Menos del 19%

2.- Entre el 19% y 22%

3.- Entre el 23% y 26%

4.- Entre el 27% y 30%

5.- Mas del 30%

8. ¿Considera que la tasa de interés es alta?

1.- Si

2.- No

9. ¿Cuál es el tipo de negocio que actualmente posee?

1.- Agricultura, ganadería

2.- Manufacturas

3.- Comercio

4.- Servicios

5.- Otros

10. ¿Cuánto ha invertido en su negocio en el último año?

1.- \$ 0 a 2.000

2.- \$ 2.001 a 4.000

3.- \$ 4.001 a 6.000

4.- \$ 6.001 a 8.000

5.- Mas de \$ 8.000

11. ¿El dinero recibido por la cooperativa ha sido invertido totalmente en su negocio?

1.- Si

2.- No

12. ¿Cuenta con maquinaria para la operación de su negocio?

1.- Si

2.- No

13. ¿Qué tipo de maquinaria utiliza?

1.- Maquinaria de Construcción

2.- Maquinaria Industrial

3.- No he adquirido maquinaria

14. ¿Ha implementado algún sistema de información en su negocio?

1.- Si

2.- No

15. ¿Su empresa ha crecido económicamente a raíz de la obtención del microcrédito?

1.- Totalmente de Acuerdo

2.- De acuerdo

3.- En desacuerdo

4.- Totalmente en desacuerdo

Anexo N° 4 Listado de participantes Focus Group y Programa

Perfil del cliente, participante del Focus Group

Datos del cliente	Descripción
Nombre Completo	Benavente Yulmayra
Profesión	Comerciante
Empresa	El rincón del sabor
Datos del cliente	Descripción
Nombre Completo	Chica, Nancy
Profesión	Comerciante
Empresa	Repostería Dulce Miel
Datos del cliente	Descripción
Nombre Completo	William, Panchana
Profesión	Comerciante
Empresa	Coctelitos Saltamontes
Datos del cliente	Descripción
Nombre Completo	Aúlla, Joselyn
Profesión	Comerciante
Empresa	Restaurant El pescador
Datos del cliente	Descripción
Nombre Completo	Eva Gavilánez
Profesión	Comerciante
Empresa	Mueblería Guayacán
Datos del cliente	Descripción
Nombre Completo	Laínez Yolanda
Profesión	Comerciante
Empresa	Confecciones Patty
Datos del cliente	Descripción
Nombre Completo	Lino, Pamela
Profesión	Comerciante
Empresa	Tienda Pamela
Datos del cliente	Descripción
Nombre Completo	Parrales Pedro
Profesión	Comerciante
Empresa	Karaoke Ilusión
Datos del cliente	Descripción
Nombre Completo	Freiman, Martínez
Profesión	Comerciante
Empresa	Panadería La Cremosita

Datos del cliente	Descripción
Nombre Completo	Malca, Luis
Profesión	Comerciante
Empresa	Comercial Malca

PROGRAMA PARA LA REALIZACIÓN DEL FOCUS GROUP

Objetivo. – Analizar el efecto del microcrédito en el desarrollo empresarial de los clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Nueva Huancavilca, para el fortalecimiento de los servicios brindados.

Establecer debilidades a mejorar en la otorgación de microcréditos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Nueva Huancavilca.

Moderador: Ing. Luis Alberto Caisa

Actividades:

- 1.- Dar la Bienvenida a los Clientes Participantes.
- 2.- Explicar los parámetros del Focus Group, tipo conversatorio donde cada uno de los participantes podrá dar su opinión con una modalidad preguntas y respuestas.
- 3.- Listado de Preguntas

¿Cuál es su criterio sobre los trámites para solicitud de crédito?

¿Qué aspectos del servicio de microcréditos debe mejorar la cooperativa?

¿Cuál es su recomendación sobre los trámites para solicitar créditos?

Nota: El moderador podrá hacer las preguntas que crea conveniente según las opiniones que den los participantes, cada pregunta tendrá una duración de 30 minutos aproximadamente.

- 4.- Agradecimiento y Despedida.

Anexo N° 5 Certificado Gramatológico

La Libertad, 2 de diciembre del 2019

CERTIFICADO

MÓNICA TOMALÁ CHAVARRÍA, Licenciada en Lengua y Literatura Española, Docente en la Carrera de Educación Inicial de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, certifico que:

He leído, revisado y corregido la redacción en la concordancia, la sintaxis y la ortografía del contenido del Trabajo de Titulación "EL MICROCRÉDITO Y EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO NUEVA HUANCAVILCA C.A. PROVINCIA DE SANTA ELENA". Elaborado por el Autor ING. LUIS ALBERTO CAISA GALARZA, previo a la obtención del Título de MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS MENCIÓN GESTIÓN DE LAS PYMES en el INSTITUTO DE POSGRADO de la UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA.

Debo indicar, además, que es de exclusiva responsabilidad que el Autor cumpla con las sugerencias y recomendaciones dadas en la corrección de la tesis impresa.

Atentamente,



LICENCIADA MÓNICA TOMALÁ CHAVARRÍA, Mg.
DOCENTE
SENESCYT REGISTRO No 1031-1386042144

Anexo N° 6 Certificado Antiplagio

Anexo N° 7 Carta Aval



Huancavilca
Cooperativa de Ahorro y Crédito



CARTA AVAL

Santa Elena, 26 septiembre 2020

A quien corresponda:

Yo, **JESSICA ARACELI ARISMENDI TOMALA**, en calidad de **PRESIDENTE** de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Nueva Huancavilca, certifico y autorizo al Ing. **LUIS ALBERTO CAISA GALARZA**, portadora de la cédula de identidad N° 0923313928, estudiante de la **MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS MENCIÓN GESTIÓN DE LAS PYMES** de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, realizar su Proyecto de Investigación y Desarrollo con el tema: **"EL MICROCRÉDITO Y EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO NUEVA HUANCABILCA, PROVINCIA DE SANTA ELENA"**, así como la aplicación de los instrumentos de investigación, que serán utilizados para fines académicos.

Es todo cuanto puedo dar fe.

Atentamente



Lcda. Jessica Arismendi Tomala
PRESIDENTE

WWW.COACNUEVAHUANCABILCA.COM



Nuestra razón
de **EXISTIR** es
su **PROGRESO**

AGENCIA
SANTA ELENA

AGENCIA
PUERTO LÓPEZ

MATRIZ
La Libertad

AGENCIA
BIFIAPA

AGENCIA
QUATAGUIS

AGENCIA
MANTA

Madre
La Libertad
Barrío Libertad Av.7ma calle 21 esq.
Teléfono: (+593) 04- 2785-109 / 04- 2782-325

[coacnuevahuancavilca](https://www.facebook.com/coacnuevahuancavilca)

0962461264



CERTIFICADO ANTIPLAGIO

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación y Desarrollo, “EL MICROCRÉDITO Y EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO NUEVA HUANCABILCA, PROVINCIA DE SANTA ELENA”, elaborado por el maestrante Ing. CAISA GALARZA LUIS ALBERTO, egresado de la MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS MENCIÓN GESTIÓN DE LAS PYMES PRIMERA COHORTE, de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Magister en MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS MENCIÓN GESTIÓN DE LAS PYMES PRIMERA COHORTE, me permito declarar que luego de haber analizado en el sistema antiplagio URKUND, luego de haber cumplido los requerimientos exigidos de valoración del presente proyecto ejecutado, se encuentra con 0% de valoración permitida, por consiguiente se procede a emitir el presente informe.

Atentamente,

**Ing. Germán Arriaga Baidal, MSc.
DOCENTE TUTOR**

