

Pontificia Universidad Católica del Ecuador

Facultad de Economía

Disertación previa a la obtención del título de Economista

***Incidencia del microcrédito en la calidad de vida percibida
por los microempresarios de la Cooperativa de Ahorro y
Crédito “Maquita Cushunchic” en el período 2019***

Autor: Angel Jonathan Carvajal Endara

ang.carvajal95@gmail.com

Director: Verónica Cordero

vicordero@puce.edu.ec

Quito, agosto de 2020

Resumen

La presente investigación describe los cambios percibidos en la calidad de vida de los microempresarios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Maquita Cushunchic” ubicada en Quito. Para alcanzar el objetivo planteado se analizó variables relacionadas al microcrédito como monto y número de crédito, dentro de las cuales se desagregó el género y tipo de crédito. De la misma forma, por medio de encuestas cerradas y aplicando estadística inferencial relacionada a pruebas de hipótesis, se observó la percepción que los clientes tuvieron antes y después de acceder a un microcrédito en relación a su calidad de vida representada por: ingresos, salud, ventas y vivienda. Como resultado de la investigación se observó que el segmento de microempresarios que accedieron a un microcrédito percibieron una mejora en su ingreso y nivel de ventas. Sin embargo, en salud y vivienda no se evidenció un cambio representativo.

Palabras clave: microfinanzas, microcrédito, calidad de vida.

Abstract

This investigation describes the perceived changes in the quality of life of the microentrepreneurs of the Credit and Savings Cooperative “Maquita Cushunchic” located in Quito. To achieve this objective, variables related to microcredit were analyzed as amount and number of credit, within which gender and type of credit were disaggregated. Similarly, by means of closed surveys and applying inferential statistics related to hypothesis tests, it was observed the perception that clients had before and after accessing a microcredit in relation to their quality of life represented by: income, health, sales and housing. As a result of the investigation, it was observed that the segment of microentrepreneurs who accessed a microcredit perceived an improvement in their income and level of sales. However, there is no representative change in health and housing.

Key Words: microfinance, microcredit, quality of life.

A Dios que con su infinita misericordia me permitió conocer de Él, y puso a lo largo de mi camino a personas maravillosas.

*Porque todas las cosas proceden de él,
y existen por él y para él.
¡A él sea la gloria por siempre! Amén.*

Romanos. 11:36

A mi mamita Vevita, gracias por tantas enseñanzas, no pude haber llegado aquí sin tu amor, tu apoyo y fortaleza.

A mi abuelita Lulita, la cual es mi segunda madre, gracias por la fuerza y alegría que me das todos los días, las risas y las complicidades que tenemos.

A mi abuelito Manuelito, que ha sido como un padre para mí, gracias por ser mi modelo a seguir.

A mi tío Javi, gracias por ser ese soporte en mi vida que me permitió llegar aquí.

A mi tía Linda, gracias por las palabras de ánimo que siempre con cariño me has sabido dar.

A mi tutora, Verónica Cordero, gracias por su tiempo y paciencia para guiarme en el transcurso de esta investigación

A Salomón, gracias por tener ese corazón tan grande y generoso siempre para conmigo.

A Luigi, por sus consejos y palabras de ánimo para todo momento.

A María Belén, Javier y Sebastián, gracias por su amistad y por poder contar siempre con ustedes.

A Ale y Jimmy, que estuvieron conmigo durante todo el proceso.

Incidencia del microcrédito en la calidad de vida percibida por los microempresarios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Maquita Cushunchic” en el período 2019

Índice General	
Introducción.....	10
Metodología.....	12
Preguntas de Investigación	12
Tipo de Investigación	13
Fuentes de información.....	13
Procedimiento metodológico.....	13
Fundamentación Teórica.....	15
Economía Social.....	15
Economía Popular.....	18
Economía Social y Solidaria	19
Economía Popular y Solidaria	19
Microfinanzas.....	22
Microcrédito.....	24
Calidad de vida	28
Capítulo 1: Microfinanzas en la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Maquita Cushunchic”	31
1.1 Historia y evolución de Cooperativas de Ahorro y Crédito	32
1.2 Captaciones, colocaciones y volumen de crédito de Cooperativas de Ahorro y Crédito.....	33
1.3 Servicios de microcrédito en la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Maquita Cushunchic” ...	37
1.4 Microcrédito en la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Maquita Cushunchic”	39
1.4.1 Número de crédito otorgado por año y tipo de crédito	41
1.4.2 Monto de microcrédito otorgado por año y tipo de crédito	41
1.4.3 Monto otorgado por tipo de microcrédito	43
1.4.4 Microcrédito otorgado por año y género	43
1.4.5 Número de socios por año y género	45
Capítulo 2: Microcrédito y su incidencia en la calidad de vida percibida por los microempresarios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Maquita Cushunchic”	47
2.1 Calculo de la muestra representativa	48
2.2 Caracterización de clientes	49
2.2.1 Edad promedio	49
2.2.2 Género y nivel de estudio de los clientes	50
2.2.3 Estado civil.....	51
2.3 Caracterización del crédito otorgado a los clientes	52
2.3.1 Año del último microcrédito otorgado a los clientes	52
2.3.2 Actividad que ejercen los clientes	53

2.3.3 Monto de microcrédito al que accedieron los clientes	53
2.3.4 Destino del microcrédito de los clientes	54
2.3.5 Plazo del microcrédito al que accedieron los clientes	55
2.3.6 Forma de pago y garantía del microcrédito.....	55
2.4 Incidencia del microcrédito otorgado en la percepción de la calidad de vida de los clientes ..	56
2.4.1 Percepción del ingreso de los clientes antes y después del microcrédito	57
2.4.1.1 Servicios básicos y niveles de ingreso para el negocio de los clientes	58
2.4.1.2 Niveles de ingreso óptimos para la vida de los clientes y ampliación del espacio de negocio	59
2.4.2 Percepción del nivel de acceso a salud de los clientes antes y después del microcrédito	60
2.4.2.1 Acceso a atención médica frecuente y de emergencia de los clientes.....	62
2.4.2.2 Acceso a exámenes rutinarios y medicamentos de los clientes	63
2.4.3 Percepción del nivel de ventas para el negocio de los clientes antes y después del microcrédito	64
2.4.3.1 Inversión en maquinaria para el negocio de los clientes.....	65
2.4.3.2 Desempeño en ventas y contratación de empleados para el negocio de los clientes	66
2.4.3.3 Nuevas líneas para la ampliación y mejora de la imagen del negocio de los clientes	67
2.4.4 Percepción del nivel de ingreso para vivienda de los clientes antes y después del microcrédito	68
2.4.4.1 Mejora del techo o losa y nivel de pago de servicios básicos de la vivienda de los clientes	70
2.4.4.2 Acceso a televisión por cable e internet para la vivienda de los clientes	71
2.4.5 Situación socioeconómica y calidad de vida de los clientes	72
Conclusiones.....	74
Recomendaciones	76
Referencias Bibliográficas	77
Anexos	82
Anexo A	82
Anexo B	89

Índice de gráficos

Gráfico 1. Captaciones de Bancos y Cooperativas 2015-2019	34
Gráfico 2. Colocaciones de Bancos y Cooperativas 2016-2019	34
Gráfico 3. Porcentaje del Volumen de Crédito por segmentos del Sector Cooperativo 2015-2019	35
Gráfico 4. Porcentaje del Volumen de Crédito por segmentos del Sector Bancario 2015-2019	36
Gráfico 5. Porcentaje de número de crédito otorgado por tipo de crédito período 2015-2019	41
Gráfico 6. Monto de crédito otorgado por tipo de crédito período 2015-2019	42
Gráfico 7. Monto otorgado por tipo de microcrédito período 2015-2019	43
Gráfico 8. Microcrédito otorgado por género período 2015-2019	44
Gráfico 9. Número de socios por género período 2015-2019	45
Gráfico 10. Clientes por género y nivel de estudio que accedieron a un microcrédito 2015-2019	50
Gráfico 11. Estado civil de los clientes 2015-2019	51
Gráfico 12. Año del último microcrédito otorgado a los clientes 2015-2019	52
Gráfico 13. Actividad que ejercen los clientes 2015-2019	53
Gráfico 14. Destino del microcrédito de los clientes 2015-2019	54
Gráfico 15. Plazo del microcrédito al que accedieron los clientes 2015-2019.....	55
Gráfico 16. Forma de pago y garantía de microcrédito de los clientes 2015-2019	55
Gráfico 17. Servicios básicos y niveles de ingreso para el negocio de los clientes antes y después del microcrédito 2015-2019	58
Gráfico 18. Niveles de ingreso óptimos para la vida de los clientes y ampliación del espacio de negocio antes y después del microcrédito 2015-2019.....	59
Gráfico 19. Acceso a atención médica frecuente y de emergencia de los clientes antes y después del microcrédito 2015-2019	62
Gráfico 20. Acceso a exámenes rutinarios y medicamentos de los clientes antes y después del microcrédito 2015-2019	63
Gráfico 21. Inversión en maquinaria para el negocio de los clientes antes y después del microcrédito 2015-2019	65
Gráfico 22. Desempeño en ventas y contratación de empleados para el negocio de los clientes antes y después del microcrédito 2015-2019.....	66
Gráfico 23. Nuevas líneas para la ampliación y mejora de la imagen del negocio de los clientes antes y después del microcrédito 2015-2019.....	67
Gráfico 24. Mejora del techo o losa y nivel de pago de servicios básicos de la vivienda de los clientes antes y después del microcrédito 2015-2019.....	70
Gráfico 25. Acceso a televisión por cable e internet para la vivienda de los clientes antes y después del microcrédito 2015-2019	71
Gráfico 26. Situación socioeconómica y calidad de vida de los clientes antes y después del microcrédito 2015-2019	72

Índice de tablas

Tabla 1. Coceptos de Economía social, popular, social y solidaria , popular y solidaria	21
Tabla 2. Variables de estudio de la Cooperativa “Maquita Cushunchic” período 2015-2019	40

Introducción

La Economía Popular y Solidaria se basa en un conjunto de instituciones que se apoyan en valores relacionados con beneficio igualitario, distribución de ingresos, participación y cooperación solidaria. Estas cualidades sirven para generar organización en procesos destinados a producción, circulación y consumo para ampliar las condiciones de vida de una persona con el fin de asegurar un trabajo estable (Coraggio, 2012; Pinda, 2017).

En consecuencia, resulta trascendente estudiar el sector financiero de la Economía Popular y Solidaria del Ecuador ya que consta de 645 entidades. Entre estas se encuentran cooperativas de ahorro y crédito y mutualistas cuyos activos totales para 2018 ascienden a \$13.039 millones de dólares. Las entidades financieras anteriormente mencionadas otorgan diferentes tipos de crédito relacionados a distintos sectores como consumo, microcrédito, inmobiliario, comercial y educativo; sin embargo, es primordial estudiar el microcrédito debido a que es una herramienta importante para la reducción de las limitaciones financieras presentes en emprendimientos (Gulli, 1999; SEPS, 2018).

El microcrédito para 2018 contó con un saldo total de \$3.383,12 millones de dólares y participó con el 36,60% en la destinación a actividades productivas y pequeños emprendimientos. El porcentaje restante se dividió en 51,50% para créditos de consumo, 9,14% para créditos inmobiliarios, 2,75% para créditos comerciales y 0,01% para créditos educativos (SEPS, 2018).

En base a los datos vistos, se observa la importancia de analizar el microcrédito dado que promueve la inclusión de sectores y personas que han sido excluidas de procesos financieros tradicionales. Es decir, proporciona a las personas de bajos ingresos y emprendedores jóvenes la posibilidad del desarrollo de actividades productivas (Cuasquer y Maldonado, 2011).

En consecuencia, resulta importante analizar la incidencia del microcrédito en los socios de cooperativas para evidenciar si existió una mejora en la calidad de vida que, según Salas y Garzón (2013), implica la percepción que tienen los individuos al momento de satisfacer sus necesidades. En este aspecto, Mallarino (2004) define la calidad de vida como el resultado de un avance para un conjunto de factores relacionados a mayores ingresos, mayor acceso a servicios de salud y una mejora en el estado de la vivienda; por lo tanto, una mejora en la calidad de vida implica todo lo relacionado a que las personas puedan vivir de una mejor manera a través de un mayor acceso a oportunidades y bienes de consumo (Mallarino, 2004; Salas y Garzón, 2013).

Por consiguiente, la presente investigación se centra en estudiar la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Maquita Cushunchic”, la cual es una entidad del sector financiero popular y solidario. Esta entidad consta con 21 años de funcionamiento y 60.000 socios. A su vez, ha logrado establecer un modelo de gestión para las finanzas populares y solidarias (Albarracín, 2018).

A través de este modelo, la cooperativa ha logrado resultados sostenibles y rentables que tienen un alto desempeño social por sus diferentes productos y servicios financieros. Además, está ofrece calidad y transparencia para la satisfacción de las necesidades de sus socios dentro de los sectores populares urbanos y rurales del Ecuador (Albarracín, 2018).

En resumen, la presente investigación se centrará en el microcrédito de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Maquita Cushunchic” y su incidencia en la calidad de vida percibida por los socios que han sido beneficiarios de los mismos para el período 2019. En lo que respecta a calidad de vida se observarán variables relacionadas a acceso a servicios de salud, estado de la vivienda y actividades ocupacionales del socio beneficiario del crédito como la mejora del nivel de ingresos, nivel de ventas (Gulli, 1999; Salas y Garzón, 2013).

El Capítulo I aborda la evolución del microcrédito durante el período comprendido entre 2015-2019. Por medio de las diferentes variables relacionadas al sector del microcrédito se observará cómo se ha desarrollado el nivel de monto al que acceden los clientes juntamente con el número de créditos otorgados por género, tipo de crédito y tipo de microcrédito.

El Capítulo II responde cuál ha sido la incidencia que ha tenido el microcrédito en la calidad de vida percibida por los clientes en base a una muestra representativa y una encuesta cualitativa cerrada. A través de la encuesta se abordarán variables para la generación de la calidad de vida de las personas como el nivel de ingreso, salud, nivel de ventas y vivienda.

Finalmente, se dan conclusiones y recomendaciones sobre la incidencia del microcrédito en la calidad de vida de los clientes de la cooperativa en base a los resultados de la presente investigación.

Metodología

Preguntas de Investigación

1. Pregunta General

¿Cuál ha sido la incidencia del microcrédito en la calidad de vida percibida por los microempresarios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Maquita Cushunchic” para el período 2019?

2. Preguntas Específicas

1. ¿Cuál ha sido la evolución de las colocaciones de microcrédito de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Maquita Cushunchic” para el período 2015-2019?
2. ¿Cómo perciben los microempresarios socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Maquita Cushunchic” la incidencia del microcrédito recibido para el período 2019?

Objetivos de la Investigación

1. Objetivo General

Analizar la incidencia del microcrédito en la calidad de vida percibida por los microempresarios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Maquita Cushunchic” para el período 2019.

2. Objetivos Específicos

1. Definir la evolución de las colocaciones de microcrédito de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Maquita Cushunchic” para el período 2015-2019.
2. Analizar la percepción de los microempresarios socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Maquita Cushunchic” sobre la incidencia del microcrédito recibido para el período 2019.

Tipo de Investigación

La presente investigación es descriptiva ya que detalla las características de un fenómeno por medio de la determinación de variables o categorías ya conocidas. En el caso particular de esta investigación se recolecta y define la incidencia del microcrédito en la percepción de la calidad de vida para los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Maquita Cushunchic”.

Por otro lado, la dimensión de la investigación es de corte transversal para el 2019; es decir, toma información actual sobre el microcrédito y su incidencia en la percepción de la calidad de vida de los microempresarios; por lo tanto, analiza esto para los socios que accedieron a microcréditos en la cooperativa “Maquita Cushunchic” entre 2015 y 2019. Dentro de la investigación se plantea un método deductivo que busca partir de premisas generales como el microcrédito llegar a algo más específico sobre cómo perciben los socios la incidencia del microcrédito otorgado en su calidad de vida.

Fuentes de información

Para el desarrollo de la investigación se utilizaron fuentes primarias de información otorgadas por la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Maquita Cushunchic”. Dentro de los datos se pueden ver el número de créditos que se consignaron al sector del microcrédito en un determinado año. Además, se tendrá el monto y número de créditos otorgados por género, tipo de crédito y tipo de microcrédito en el período conformado entre 2015-2018. Asimismo, se hace uso de encuestas cualitativas para observar la percepción de la incidencia del microcrédito en variables relacionadas a la calidad de vida como ingreso, salud, nivel de ventas y vivienda. Se utilizan también fuentes secundarias como información publicada por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS), la Asociación de Bancos Privados del Ecuador (ASOBANCA), artículos científicos, libros y disertaciones.

Procedimiento metodológico

La metodología empleada hace uso de un enfoque descriptivo, el cual busca mostrar las características de un fenómeno con el objetivo de generar una comprensión acertada y llegar a una conclusión; a partir de esto, se investigó la historia y evolución de las cooperativas de ahorro y crédito en el contexto ecuatoriano en base a datos publicados por la Asociación de Bancos Privados del Ecuador (ASOBANCA). Posteriormente, con los datos otorgados por la cooperativa “Maquita Cushunchic” se analizó la evolución de los microcréditos dentro del período de análisis. Se estudió variables como: número y monto de microcréditos otorgados por año y género, tipo de crédito y tipo de microcrédito.

Del mismo modo, se buscó conocer la incidencia del microcrédito en la percepción de calidad de vida según los clientes de la cooperativa “Maquita Cushunchic”. Para evidenciar esto se hizo uso del concepto

de calidad de vida que según el INEC (2015) representa la construcción de herramientas y capacidades que un individuo puede obtener para satisfacer sus necesidades. Asimismo, el INEC (2015) describe a la calidad de vida como una noción multidimensional; es decir, un concepto que incluye varios lineamientos tanto materiales y de relacionamiento. Debido a esto, se aplica la metodología relacionada a Encuesta de Condiciones de Vida (ECV), la cual es una encuesta multipropósito cuyo fin es recabar información acerca de las diferentes dimensiones vinculadas al bienestar de los hogares (INEC, 2015).

Por ende, tomando como referencia la metodología del INEC (2015) con la definición de Salas y Garzón (2013) y Palomba (2002) la calidad de vida al ser un concepto multidimensional está sujeta a condiciones objetivas y subjetivas que determinen la satisfacción de las necesidades en la vida de una persona; sin embargo, para Palomba (2002) la definición de calidad de vida se agrupa en los siguientes apartados: bienestar físico (salud), bienestar material (vivienda, ingresos, posesiones), bienestar social (familia), desarrollo (productividad) y bienestar emocional (autoestima); por lo tanto, el concepto de calidad de vida que se ha construido para esta investigación es el contiene las dimensiones de: ingresos, nivel de ventas, salud y vivienda (INEC, 2015; Salas y Garzón, 2013; Palomba, 2002).

En base a esto, se realizó una encuesta cualitativa categórica con 49 preguntas cerradas en relación a 4 dimensiones de la calidad de vida: ingreso, salud, ventas y vivienda. A través de un muestreo probabilístico simple el tamaño de la población se obtuvo por la variable número de créditos otorgados para la microempresa dentro del período 2015-2019. Para calcular el tamaño de la muestra representativa en base al número de créditos otorgados para la microempresa se hizo uso de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

Donde:

- n: Tamaño de la muestra
- N: Tamaño de la población
- Z: Nivel de confianza
- p: Probabilidad de éxito
- q: Probabilidad de fracaso
- d: Nivel de precisión

Por medio de este cálculo se podrá determinar el número adecuado de clientes a encuestar; por lo tanto, se logró obtener resultados que evidencien si existió o no una incidencia en las cuatro áreas anteriormente mencionadas para la percepción de la calidad de vida del segmento de los clientes que accedieron a un microcrédito dentro de la cooperativa.

Sin embargo, dentro de esta investigación existen limitaciones metodológicas. Una de estas se encuentra en la incapacidad de recopilar y analizar datos de varios años; por lo que, no se puede conocer de forma más profunda el contexto de los clientes. A raíz de esto, surge la incapacidad de generar conclusiones causales. De la misma forma, se encontró una limitación en las respuestas por parte de los socios ya que no eran muy claras y concisas; por ende, existieron dificultades para el procesamiento de datos.

Fundamentación Teórica

La fundamentación teórica analizada para esta investigación incluirá definiciones teóricas relacionadas a la economía social para después ahondar en términos como: economía popular, economía social y solidaria explicados a través de su historia; de la misma forma, contendrá conceptos, características y principios fundamentales acerca de enfoques dentro de la economía social, economía popular; economía social y solidaria y economía popular y solidaria.

Asimismo, se estudiarán dos términos fundamentales conocidos como microfinanzas y microcrédito junto con sus distintas concepciones por varios autores con el fin de conocer teóricamente su importancia. Finalmente, se explicarán teóricamente las definiciones de diferentes autores para llegar a definir un concepto de calidad de vida propio de esta investigación con el fin de conocer la incidencia que el microcrédito ha tenido en la calidad de vida percibida por los microempresarios.

Economía Social

Para conocer de mejor manera la economía social, se debe evidenciar su cambio histórico a lo largo del tiempo. La economía social tuvo su origen como perspectiva distinta a la economía de mercado en el siglo XIX con el impulso del cooperativismo. Esto se desarrolla en el marco de la revolución industrial, la cual sería entendida como una evolución lenta y determinante que se ubica en Inglaterra entre los años 1750 y 1780 (Bastidas Delgado y Richer, 2001; Palacios, 2004).

Dentro del espacio de tiempo comprendido por la revolución industrial se consideró que una sociedad es industrial cuando sabe beneficiarse del desarrollo tecnológico sustituyendo la energía generada por músculos humanos y animales por la creada a través de máquinas. Estos cambios en la sociedad tendrían grandes consecuencias ya que los hombres podían trabajar solo un número restringido de horas diarias. Mientras que, las máquinas podían trabajar un número ilimitado de horas; por esta razón, se conoce que la industrialización llegó gracias a un proceso de cambios tecnológicos que sustituyeron la fuerza y capacidad humana por herramientas mecánicas provocando que el trabajo familiar sea sustituido por la fuerza industrial (Palacios, 2004).

Sin embargo, a lo largo del siglo XIX también existió la irrupción de numerosas corrientes que querían un mundo distinto al que estaba desarrollándose a partir de la revolución industrial. A través de estas corrientes, se conoce que el siglo XIX se relaciona con las primeras experiencias de la tradición cooperativa inspirada por Robert Owen (1771-1858); debido a esto, Owen fue considerado como el principal representante inglés del socialismo cooperativista ya que expuso un cambio completo del orden económico y social, el cual pretendía reemplazar a la competencia por la cooperación (Bastidas Delgado y Richer, 2001; Campos, 2013; Guerra, 2006).

Es a partir de 1828 cuando el cooperativismo tiene un extraordinario desarrollo ,ya que, entre los años 1828 y 1830 se publica un periódico mensual en Inglaterra conocido como The Co-operator. Esto sirvió como medio para la difusión de diversas ideas cooperativas y para el año 1830 se contabilizaron más de 300 cooperativas en Inglaterra (Campos, 2003).

Paralelamente, entre 1820 y 1844 las cooperativas no solo fueron una corriente importante del pensamiento económico de la época sino que estas fueron directamente promovidas por los intelectuales de la época; de esta forma, las cooperativas coordinaron esfuerzos y formaron así un congreso cooperativo en el que se crearon las pautas necesarias para un nuevo orden social pacífico de producción bajo el sistema capitalista. Es así que, en 1844 dentro de Manchester, los Pioneros de Rochdale lograron abrir un almacén centrado en víveres y otros artículos, creando de esa manera al antepasado de las cooperativas de consumo. Lo mencionado anteriormente, permite ver que el concepto de economía social se construyó en base a la confluencia de corrientes ideológicas del siglo XIX relacionadas a la creación de movimientos cooperativos entre colonias de trabajadores (Bastidas Delgado y Richer, 2001).

En relación a las tradiciones que comprenden a la economía social se pueden encontrar dos enfoques. Uno de ellos es la tradición social-cristiana, conocida también como solidarista, influenciada directamente por la encíclica Rerum Novarum. Dentro de esta tradición social-cristiana, incidida directamente por la encíclica Rerum Novarum, se encuentra un enfoque sensible al costo humano que acarrió la revolución industrial que se enfoca en dimensiones sociales y moralistas; en base a esto, se pretende desde un ámbito social terminar con la propiedad privada y sustituirla por una colectiva en donde los bienes sean accesibles para todos permitiendo una conservación y distribución que beneficie el orden social (Bastidas Delgado y Richer, 2001; Pontífice León XIII, 1891).

El segundo enfoque, conocido como la tradición social según Bastidas Delgado y Richer (2001) se centra en la capacidad de auto organización de los trabajadores que plantea afrontar y satisfacer una cuestión social y de necesidades. Esto se generó formulando diferentes soluciones, que tengan como fin la disminución de la propiedad capitalista de los medios de producción y así sustituirla parcialmente o totalmente; por ende, se aplicó enfoques relacionados con la reivindicación para el derecho de los trabajadores a una vida satisfactoria sin privaciones, y que ,contribuya al bienestar en su totalidad (Bastidas Delgado y Richer, 2001; Peña, 2010).

Los apartados históricos anteriormente mencionados son los que han ido formando el concepto de economía social a lo largo del tiempo como un enfoque alternativo a la forma en la que se concebía la economía anteriormente. Se destaca principalmente la tradición social-cristiana, la cual permitió en base a sus dimensiones morales y éticas que las personas cooperen y logren satisfacer sus necesidades a través de operaciones con valores sociales y solidarios (Bastidas Delgado y Richer, 2001; Coraggio, 2011; Pontífice León XIII, 1891).

En base a lo visto, se logra definir la economía social como un espacio de acción y reproducción conformado por asociaciones de trabajadores y familias a través de comunidades o uniones de diversos tipos; de esta forma, se realizaban transacciones por medios de producción, organización y crédito generando valores solidarios y cooperativos para satisfacer las necesidades de todos sus miembros (Coraggio, 2011).

Para Coraggio (2011) la economía social es una concepción cuyo principal objetivo es superar la brecha entre el mercado capitalista y un estado central planificador. En el mercado capitalista, se encuentra el dominio de poderes monopólicos que tienden a manipular necesidades y formas de socialización excluyendo a mayorías de su derecho para ser tanto productor como consumidor; por otro lado, un estado central planificador y regulador de la economía tiende fácilmente a obedecer intereses de grupos económicos más fuertes restandole poder a la sociedad (Coraggio, 2011).

Paralelamente, Coraggio (2013) define a la economía social como una corriente de pensamiento y acción que posee varios hechos históricos que forman parte de la crítica al contexto económico y social moderno; sin embargo, es necesario recoger diferentes definiciones acerca de lo que es la economía social para poder entender mas a fondo el tema. Es por esto que, CLACSO (2009) entiende a la economía social como un tercer sector en el que se encuentran valores humanísticos dentro de las diferentes relaciones de producción y distribución. En estas características se encuentran incorporados principios aledaños a la solidaridad, gestión democrática, otorgamientos de servicios a sus miembros y la organización sin fines de lucro (CLACSO, 2009; Coraggio, 2013).

A su vez, Guerra (2004), considera que la economía social incluye a la solidaridad como columna vertebral de diversos comportamientos económicos que se distinguen por la movilización de recursos, factores y relaciones económicas. Asimismo, Barea (1990), define a la economía social como un enfoque de inclusión en donde las empresas permiten a todos sus miembros la posibilidad de participar en desiciones independientemente del capital que cada miembro aporte (Barea, 1990; Guerra, 2004).

Finalmente, se entiende a la economía social como una relación entre diferentes organizaciones, cooperativas, mutualidades y asociaciones que van autodefiniéndose con procesos democráticos. Esto se genera por medio de igualdad de oportunidades generando un resultado positivo y de crecimiento para todos los participantes (Pérez, Etxezarreta y Guridi, 2008).

Los conceptos abordados sobre la economía social permiten ver que es un enfoque alternativo de la economía que busca limitar modelos que no velen principalmente por los trabajadores. Esto se logra a través de corrientes sociales y cristianas, en donde la unión de un conjunto de trabajadores junto con mecanismos de producción y distribución generan beneficios para la satisfacción de las necesidades con valores solidarios y cooperativos; sin embargo, para poder entender de mejor manera la economía social se tiene que definir y comprender ciertos conceptos que derivan de este enfoque. Los conceptos que forman parte de esta nueva forma de ver la economía son: economía popular, economía social y solidaria y la economía popular y solidaria.

Economía Popular

La economía popular se define como un conjunto de capacidades que regulan la práctica de recursos para la realización de actividades concernientes a la producción y distribución. Estas son realizadas por hogares o comunidades para lograr emprendimientos, cooperativas y asociaciones con el fin de mejorar condiciones existentes; por lo tanto, este tipo de economía puede llegar a considerarse de trabajadores ya que su objetivo fundamental es generar y mantener los medios necesarios para la obtención de una vida digna; es decir, todos los trabajadores que dependen de trabajos, comunidades, asociaciones organizacionales y su continua fuerza de trabajo buscan asegurar libertades al elegir su plan de vida (Coraggio, Arancibia y Deux, 2010; Coraggio, 2015; Coraggio, 2018).

En la economía popular se encuentra la unidad doméstica, la cual es su núcleo ya que se encuentra formada por un conjunto de personas conectadas por relaciones de parentesco, afinidad o contrato. Estos individuos asumen un papel dentro de la economía popular como el principal medio de organización solidaria para el desarrollo de la vida humana y la satisfacción de las necesidades de todos sus miembros (Coraggio, 2015; Coraggio, 2018).

Asimismo, esta unidad doméstica puede contener numerosos hogares; por lo que, la definición de hogar para estos vendría a ser la de un grupo de personas que socializa, comparte y hace uso común de sus recursos como medio para la subsistencia; es decir, el grupo que comparte y utiliza recursos y presupuesto en común para su alimentación, vivienda y otros gastos (Coraggio et al. 2010).

A su vez, Coraggio (2018) considera que la economía popular engloba a trabajadores independientes, los cuales si no estuvieran trabajando de esta forma verían su calidad de vida muy deteriorada por la incapacidad de realizar sus capacidades en el trabajo. Entre estos trabajadores se encuentran asalariados, emprendedores, comunitarios y ocasionales; por lo tanto, el principal objetivo de la economía popular es el desarrollo de la calidad de vida para todos sus trabajadores. De la misma forma, la economía popular trabaja a través de cooperativas de ahorro y crédito, las cuales vendrían a ser lugares donde se busca alcanzar una mayor calidad de vida generando actividades relacionadas a emprendimientos (Coraggio, 2015; Coraggio, 2018).

Por lo tanto, se entiende que la economía popular es un puente en donde un conjunto de individuos pueden generar emprendimientos por medio de cooperativas de ahorro y crédito para alcanzar una mejor calidad de vida; sin embargo, es necesario comprender como esto se liga con la economía social y solidaria, un tercer sector de la economía que liga todos estos conceptos con el fin de obtener un beneficio para todos sus miembros.

Economía Social y Solidaria

Se entiende la economía social y solidaria como un tercer sector en el que se encuentran valores humanísticos constituidos por principios aledaños a solidaridad y gestión democrática para relaciones de producción y distribución. Además, se considera la inclusión de la solidaridad dentro de la columna vertebral de diversos comportamientos económicos caracterizados por movilización de recursos, factores y relaciones económicas; de esta forma, organizaciones, cooperativas, mutualidades y empresas participan en el mercado con el fin de producir, asegurar, financiar y distribuir bienes o servicios (Barea, 1990; CLACSO, 2009 ;Guerra, 2004 ; Pérez et al. 2008).

Es por esta razón que, la economía social y solidaria se define correctamente como un sector que se maneja por relaciones de cooperación, intercambio, financiación y consumo solidario; de este modo, la solidaridad genera características democráticas en relación a sus responsabilidades dentro de una cultura y entorno que promueve derechos humanos, sociales e individuales. Asimismo, la principal riqueza para la economía social y solidaria es el conjunto de bienes y servicios para poder satisfacer las necesidades de los trabajadores (Coraggio et al. 2010).

Dentro de la economía social y solidaria las cooperativas trabajan para generar una producción y financiación produciendo un desarrollo continuo de emprendimientos. Además, logran generar recursos por medio de trabajadores que buscan salir adelante a través de su trabajo; de esta forma, mejoran su calidad de vida sin excluir a personas jubiladas o sin educación (Coraggio, 2015).

Por lo que, para Coraggio (2009) la economía social y solidaria implica garantizar la inclusión de valores, relaciones y comportamientos solidarios. Esto no implica que se de una supresión del individuo o una invalidación de la comunidad sino que mas bien se genere la expansión de diferentes capacidades con las que se pueda cooperar entre varias personas; por ende, se asumen responsabilidades en conjunto para la satisfacción de necesidades (Coraggio, 2009).

Economía Popular y Solidaria

En base a lo anteriormente dicho, se observa que la economía social, economía popular y economía social y solidaria son representadas como una relación entre diferentes organizaciones y cooperativas con comportamientos solidarios para mejorar la calidad de vida de los trabajadores; no obstante, se necesita ahondar un poco más en el análisis y definir la economía popular y solidaria y su trascendencia en el contexto ecuatoriano.

La economía popular y solidaria representa un conjunto de habilidades, insumos y actividades que trabajan de acuerdo a nociones de solidaridad para la realización de actividades de producción, distribución, circulación, financiamiento y consumo. Estas actividades están organizadas por diferentes actores que vendrían a ser los trabajadores y sus familias por medio de ejercicios comunitarios dentro de organizaciones y cooperativas (Coraggio et al. 2010).

A su vez, se considera a la economía popular y solidaria como una mezcla entre la economía popular y economía social y solidaria; es decir, la unión entre estas ideas se genera en relación al vínculo de actores y recursos dentro de la economía social, en donde lo más importante es mantener una lógica productiva para asegurar una plena satisfacción de todos los miembros de una sociedad (Coraggio et al. 2010).

Paralelamente, resulta necesario conocer las causas que llevaron a la adopción de este concepto en el contexto ecuatoriano. Para Coraggio (2011) los elementos que han llevado a la presencia de prácticas y movimientos relacionados a la economía popular y solidaria van relacionados a la incapacidad del Estado para resolver problemas sociales como la pobreza, exclusión o desigualdad; por lo tanto, la insistencia por parte de diferentes movimientos buscan afirmar diferentes formas de organización relacionadas con la cooperación para atender necesidades no satisfechas (Coraggio et al. 2010; Coraggio, 2011).

De la misma forma, Coraggio et al. (2010) explica los principios de la economía popular y solidaria, los cuales son: asociatividad, cooperación y participación. En primer lugar se encuentra la asociatividad, la cual consiste en la relación que se da individual o colectivamente a través de grupos o instituciones por medio de organizaciones y relaciones solidarias para alcanzar un objetivo común; seguidamente, se encuentra la cooperación, que explica como los actores organizan las diversas responsabilidades y actividades que tienen; finalmente, se llega a la participación, la cual consiste en repartición de tareas, distribución de excedentes y toma de decisiones (Coraggio et al. 2010).

En este contexto, es necesario puntualizar acerca de las diferentes organizaciones asociativas que se encuentran en la economía popular solidaria y que están dirigidas a actividades referentes a la producción, comercialización, financiación y consumo. Para Coraggio et al. (2010) las organizaciones que se encuentran dentro de la economía popular y solidaria son entidades asociativas, de productores, sector financiero popular y solidario, entidades de representación y redes de intercambio (Coraggio et al. 2010).

Como se mencionó anteriormente, las organizaciones para la economía popular y solidaria consisten en entidades asociativas. Dentro de estas, existe la participación de consumidores o beneficiarios de los servicios que se unen para controlar correctamente los insumos; de esta forma, se generan procesos de producción para bienes y servicios para alcanzar un beneficio mutuo (Coraggio et al. 2010).

Por otro lado, en el sector popular y solidario se encuentran cooperativas de ahorro y crédito junto con mutualistas y cajas de ahorro; sumado a esto, se encuentran entidades de representación, las cuales son las uniones y asociaciones que se encargan del abastecimiento de servicios a los socios. Por último, se encuentran las redes de intercambio que consisten en relaciones por parte de los consumidores, información sobre oportunidades de negocio y de venta (Coraggio et al. 2010).

Dentro de los conceptos desagregados a partir de la economía social se ha podido apreciar varios puntos de vista para comprender la economía ya sea esta social solidaria o popular; por lo tanto, es necesario poder identificar las características de cada una de estas.

Tabla 1. Conceptos de Economía social, popular, social y solidaria, popular y solidaria

Concepto	Definición
Economía Social	Espacio de acción formado por asociaciones de trabajadores para realizar transacciones por medios de producción, organización y crédito con el fin de satisfacer las necesidades de todos sus miembros
Economía Popular	Capacidades que regulan la realización de actividades concernientes a la producción y distribución, las cuales son hechas por hogares o comunidades para lograr emprendimientos y mejorar condiciones existentes.
Economía Social y Solidaria	Enfoque en el que se encuentran valores humanísticos dentro de las diferentes relaciones de producción constituidas por principios aledaños a la solidaridad, gestión democrática y otorgamientos de servicios a sus miembros.
Economía Popular y Solidaria	Conjunto de habilidades, insumos y actividades que trabajan de acuerdo a nociones de solidaridad para la producción, distribución, circulación, financiamiento y consumo.

Fuente: (Coraggio, 2009; Coraggio et al. 2010; Coraggio, 2011).

Realización: Ángel Carvajal

En la tabla 1 se pueden encontrar los conceptos que engloban a la presente investigación. Lo que resalta en si es que las definiciones no difieren en gran manera unas de otras sino que en conjunto forman una cadena de conceptos que permiten llegar al resultado más completo sobre el cooperativismo. Esto se puede confirmar ya que todo nace de la economía social creando un espacio que forma parte con asociaciones para poder satisfacer sus necesidades. Con la creación de la economía social nace la economía popular, la cual no viene solo a ser un conjunto de asociaciones sino de capacidades que regulan la realización de actividades concernientes a emprendimientos para la mejora de condiciones existentes.

En el caso de la economía social y solidaria se trata de resaltar valores humanísticos que forman parte del enfoque de producción y distribución ya que van relacionados con la solidaridad entre miembros. Toda esta cadena de conceptos permite que al final se pueda agrupar parte de cada uno para formar el concepto de economía popular y solidaria; por ende, este nuevo concepto implica un espacio de acción formado por asociaciones de trabajadores con habilidades y nociones de solidaridad para actividades de producción, distribución, circulación, financiamiento y consumo.

Microfinanzas

Una vez ya conocidos los principios fundamentales de la economía popular y solidaria se necesita ahondar en las entidades del sector popular y solidario y las herramientas que estas utilizan. Es por esto que, a continuación se definirán conceptos importantes sobre microfinanzas y microcrédito, ya que, son medios utilizados dentro de las cooperativas de ahorro y crédito para generar un cambio en la calidad de vida de las personas.

Las microfinanzas vienen a ser un puente entre la satisfacción de las necesidades y un cliente ya que son servicios financieros destinados para el progreso de las pequeñas economías; de esta forma, se motiva la inclusión de aquellos sectores que han sido excluidos de los distintos servicios financieros. Dentro de las microfinanzas, se encuentran diferentes mecanismos de crédito como: el microcrédito, prestación de servicios de ahorros; préstamos para vivienda y préstamos para la micro, pequeña y mediana empresa. Por lo que, para Cuasquer y Maldonado (2011) las microfinanzas contienen servicios financieros y no financieros que proporcionan entidades como cooperativas a personas de bajos ingresos que no pueden acceder a un sistema financiero tradicional, para el progreso de actividades como comercio y servicios (Cuasquer y Maldonado, 2011).

Asimismo, Gulli (1999) considera que la función de las microfinanzas es suministrar servicios financieros a personas de bajos ingresos; a pesar de esto, los más pobres no podrían acceder ya que la principal importancia es atender a zonas del mercado que no han sido tomadas en cuenta; asimismo, dentro los principios de las microfinanzas se encuentra la reducción de la pobreza y el aumento de capacidades de las personas; de la misma forma, es necesario que las microfinanzas puedan enfrentar de manera activa las distintas realidades y obstáculos que diariamente afrontan las personas con ingresos bajos (Gulli, 1999).

Uno de los principales problemas de las microfinanzas según Valenzuela (2011) se da porque existe una demanda de familias que no ha sido atendida; es decir, que no han podido acceder a servicios financieros tradicionales; por ende, dentro de las microfinanzas se deben considerar definiciones como profundidad de alcance y comercialización (Valenzuela, 2011).

La definición relacionada a profundidad de alcance indica el grado de pobreza de los clientes y como las microfinanzas ayudarían a revertir esta situación; por lo que, si los clientes tienen ingresos muy bajos, las microfinanzas deberán ser más profundas en relación a cobertura de crédito para mejorar la calidad de vida de los clientes; a su vez, se define a la comercialización como la capacidad de funcionamiento de principios de mercado como autosuficiencia financiera y eficiencia operacional; además, dentro de la comercialización se puede ver una ventaja importante relacionada a una mayor apertura para el crédito con el fin de hacer procesos productivos más eficientes (Valenzuela, 2011).

Continuando con las definiciones relacionadas a la profundidad de alcance y comercialización Valenzuela (2011) introduce dos escuelas de pensamiento en función de un sistema financiero. La primera consiste en la ética del bienestar, en la cual se tiene un enfoque relacionado a la reducción de la pobreza por medio de microcréditos. En este caso se da prioridad a la profundidad de alcance y su evaluación se da por medio de un análisis de la incidencia del microcrédito en los clientes que accedieron al servicio. Mientras que, en el caso de los institucionalistas se tiene un enfoque que se basa en la autosuficiencia financiera; es decir, instituciones que operan como intermediarios financieros entre personas de bajos ingresos que buscan acceder a un crédito y clientes que depositan sus ahorros (Valenzuela, 2011).

Se puede observar que tanto Gulli (2009) como Valenzuela (2011) denotan la importancia que tienen las microfinanzas para las personas con bajos ingresos que son relegados de procesos financieros. En el caso de Valenzuela (2011) es interesante ver como pueden existir dentro de las microfinanzas diferentes enfoques que basen sus acciones en diferentes medidas como es el caso de la ética del bienestar; sin embargo, se puede ver que en sí el enfoque del microcrédito sirve para insertar gente de bajos ingresos al sistema financiero (Gulli, 2009; Valenzuela, 2011).

El primer problema que las microfinanzas deben resolver para la reducción de la pobreza es la promoción de inversiones en activos, la cual trata de dar capacidad de que las personas puedan superar restricciones económicas. Como segundo problema, se tiene la facilidad de actividades para ganarse la vida, dentro del cual las personas con bajos ingresos puedan administrar correctamente su economía. Un tercer problema vendría a ser la provisión de más servicios financieros que puedan aumentar la capacidad económica de las familias y permitirles resistir a diferentes vulnerabilidades. Como cuarto problema, Gulli (1999) identifica la creación de capital social en la manera en que las personas con bajos ingresos sean capaces de generar capital social a través de grupos solidarios para acceder a más oportunidades (Gulli, 1999).

Se ha podido ver que entidades populares y solidarias como las cooperativas tienen a las microfinanzas como medio para que sus clientes accedan a servicios financieros no tradicionales con el fin de poder generar una actividad económica y salir de la pobreza. En base a esto, la presente investigación buscará comprobar si las microfinanzas han permitido que personas con bajos ingresos puedan mejorar su calidad de vida; sin embargo, para poder comprender la incidencia de las microfinanzas en la calidad de vida es necesario conocer el microcrédito ya que este representa la principal herramienta de crédito para personas con bajos ingresos.

Microcrédito

Para poder conocer el microcrédito como herramienta es necesaria la explicación de su desarrollo a lo largo del tiempo. Es por esto que, para Gutierrez Nieto (2006), la historia del microcrédito empieza desde 1930 debido al surgimiento de las denominadas instituciones financieras de desarrollo; por lo que, estas entidades vendrían a ser el antecedente de lo que se conoce actualmente como instituciones dedicadas al microcrédito cuyo objetivo principal es resolver el problema de la inexistencia de mercados de crédito en los países menos desarrollados (Gutierrez Nieto, 2006).

Luego de la Segunda Guerra Mundial, los gobiernos empezaron a dar más importancia a proyectos de crédito de pequeño valor concernientes al ámbito agrícola. Estos créditos venían encargados por múltiples instituciones como bancos rurales privados, cooperativas de ahorro y crédito o bancos encargados en el desarrollo local. Su principal función venía siendo dar una atención a sectores o regiones específicas, en donde la atención era concentrada en personas de bajos ingresos en las zonas rurales (Gutierrez Nieto, 2006).

La clave de los programas de crédito era ayudar a las personas que tenían bajos ingresos; por ende, su principal objetivo eran individuos que tenían una mayor dificultad para acceder a volúmenes óptimos de crédito; sin embargo, las instituciones financieras de desarrollo de la época venían cargadas de pérdidas económicas; por lo que, varias de estas desaparecieron y las que todavía quedaban operables tenían una credibilidad mínima debido a todos los problemas que acarreaban (Gutierrez Nieto, 2006).

Es por esto que, en 1973 nació una respuesta para los problemas de insolvencia y credibilidad que acompañaban a las instituciones anteriormente mencionadas. Esta respuesta se generó por parte de la Escuela de Ohio, nombrada así por un conjunto de economistas de la Universidad del Estado de Ohio que aportaron sus ideas y conocimientos a este problema (Gutierrez Nieto, 2006).

A raíz de esto, se plantea el microcrédito como una herramienta que ayuda a reducir las diferencias existentes para el acceso a servicios financieros con el fin de lograr mejores condiciones de vida. Su principal objetivo es otorgar dinero a pequeños emprendedores de sectores sociales más perjudicados para que incrementen sus ingresos y salgan de su situación actual de pobreza (Gutierrez Nieto, 2006; Lacalle, 2000).

De la misma forma, el microcrédito es considerado un medio por el cual se alcanza ayuda concreta para los emprendimientos a pequeña escala mitigando así la pobreza en los grupos más necesitados; no obstante, esto no es caridad sino un instrumento real para potenciar negocios de forma más acentuada orientando esfuerzos a la mejora de ingresos y calidad de vida de los microempresarios (Barone y Sader, 2008, Silva, Fonseca y Santos, 2016).

Por otro lado, Martínez (2018) describe al microcrédito como un programa que se enfoca en destinar pequeños préstamos a los miembros más vulnerables de una sociedad; de esta manera, las personas beneficiadas podrán empezar a crear o mejorar sus negocios para percibir una mejora de ingresos que conlleve una mayor calidad de vida para sus familias (Flores, 2007; Martínez, 2018).

Mientras que, para Silva et al. (2016) el microcrédito corresponde una integración de segmentos menos favorecidos de la sociedad en los servicios financieros; por ende, contribuye a la disminución de desigualdades sociales promoviendo desarrollo económico en las personas; a pesar de esto, la efectividad de esta inclusión puede no ser percibida en gran manera para el corto plazo; es por esto que, un enfoque en largo plazo es el más óptimo para poder observar una percepción más profunda de las microfinanzas (Chowdhury, 2016; Newman, Schwarz y Borgia, 2014; Silva et al. 2016).

A través de las diferentes concepciones del microcrédito como herramienta se plantean los principios de la Escuela de Ohio en donde se da lugar a varias ideas. La primera de estas es reconocer que el microcrédito tiene un rol importante en facilitar más no conducir al desarrollo económico; es decir, el microcrédito genera un camino para que las personas de bajos ingresos puedan salir adelante en base a sus esfuerzos; por lo que, se consideraba que los servicios financieros debían tener el papel de atender la necesidad existente por parte de las personas (Gutierrez Nieto, 2006).

Sin embargo, el microcrédito no tiene el papel de conducir al desarrollo económico, ya que, este no genera un camino automático que permita la comercialización o el desarrollo correcto de tecnología. Además, el microcrédito no transforma al cliente en un empresario si este no tiene características para poder desenvolverse adecuadamente en el mercado (Gutierrez Nieto, 2006).

Como segundo principio se tiene la creencia en la eficiencia de las empresas informales de microcrédito en países en vías de desarrollo debido a que los costes y procesos por parte de estas son menos costosos y rigurosos que de las instituciones financieras. El tercer principio establece un nuevo ámbito financiero, encabezado por una mayor concentración en la movilización de ahorros ya que esta área es primordial para que las instituciones otorguen préstamos; de esta manera, podrán tener mayor información de la manera en como se desenvuelve el mercado. Como cuarto principio se establece la idea de generar préstamos a sectores específicos y grupos socioeconómicos que trabajen en diferentes tipo de actividades productivas (Gutierrez Nieto, 2006).

Asimismo, como quinto principio se tiene la actitud de oposición al subsidio de cualquier clase a instituciones que generen microcrédito. Esto se genera ya que los subsidios en las tasas de interés generan una distorsión en las decisiones que las cooperativas de ahorro y crédito toman; es decir, mientras las tasas de interés sean bajas existirán menores alicientes para acceder a préstamos pequeños; por otro lado, los subsidios en las tasas de interés incitaran a que exista una disminución en los intereses pagados por parte de los depósitos, lo que disminuirá el deseo de un ahorro (Gutierrez Nieto, 2006).

Como sexto principio se tiene la consideración de que los bajos tipos de interés generan un mayor beneficio para las personas con altos ingresos que para las que tienen bajos ingresos; por lo tanto, las instituciones de microcrédito estarán más abiertas a dar créditos a personas con mayores ingresos ya que les conviene generar créditos con un valor alto en vez de muchos créditos con un valor pequeño (Gutierrez Nieto, 2006).

El séptimo principio consiste en la ineficiencia que afecta tanto a la falta de asistencia técnica como a la formación que viene dada por el crédito. Como se ha podido ver a lo largo de los principios mencionados por parte de la Escuela de Ohio, se puede llegar a concluir que la Escuela de Ohio ha centrado su análisis en como los mercados financieros se desenvuelven; sin embargo, deja de lado la manera y forma en la que instituciones de microcrédito trabajan dentro de estos mercados financieros (Gutierrez Nieto, 2006).

Paralelamente, la Escuela del Grameen Bank basa su estudio en el incumplimiento de los requisitos por parte de las personas para poder acceder a préstamos de instituciones financieras. En este aspecto, la Escuela del Grameen Bank asegura que el microcrédito permite que los pobres puedan acceder a fuentes adecuadas de fondos tanto en el sector formal como en el informal del préstamo. De igual manera, Gutierrez Nieto (2006), en función a lo que dice Yunus (1998), asegura que los pobres no permanecen en esa situación porque tengan una carencia de estudios; por lo tanto, se considera que estos no pueden conservar los beneficios de su trabajo porque no pueden acceder a capital (Gutierrez Nieto, 2006; Yunus, 1998).

En lo que respecta a la falta de acceso a capital se proponen diferentes puntos para poder solventar este problema. El primero de estos es que el crédito es un derecho al cual todas las personas deben tener la posibilidad de acceder; por lo tanto, no debe ser impedido ni considerado como algo malo. Como segundo punto se observa que la economía de mercado actual no plantea posibilidades para solucionar los problemas de la sociedad ya que no brinda las mismas posibilidades a todas las personas. El tercer punto corresponde al capitalismo, el cual es la búsqueda constante de ganancias por parte de empresas; sin embargo, esta búsqueda deja de lado objetivos sociales sobre los cuales se podría generar una mayor competencia para construir una sociedad mejor y justa para todas las personas (Gutierrez Nieto, 2006).

Asimismo, como cuarto punto se tiene a la disminución de la pobreza, la cual debe considerarse un aspecto central en el tema del microcrédito. Como quinto punto, se considera que las entidades que otorgan crédito de manera informal ejercen presión en los clientes que acceden al microcrédito; es decir, existe un abuso por parte de los intereses cobrados a estos; por lo que, se tiene que considerar entidades que entiendan la necesidad de los pobres y que les permitan acceder a un importante volumen de crédito (Gutierrez Nieto, 2006).

A lo largo de los principios expuestos por parte de la Escuela de Gramen Bank se puede concluir que esta basa su análisis en la manera en que las instituciones manejan el microcrédito; es decir, la importancia que tiene este para las personas de bajos ingresos, considerando que todas las personas tienen el derecho de poder acceder a servicios financieros (Gutierrez Nieto, 2006).

Considerando las dos propuestas establecidas anteriormente por las Escuelas tanto de Ohio como de Grameen Bank se puede decir que el mecanismo más eficaz de las microfinanzas es el microcrédito. Es por esto que, Gutiérrez Nieto (2006), afirma que el microcrédito corresponde a una nueva dirección para la ayuda al desarrollo y la acción social ; por lo tanto, brinda los instrumentos necesarios a través de un préstamo; de esta forma, los que aplican al préstamo puedan crear emprendimientos o mejorar actividades productivas que les permitan salir de la pobreza. Paralelamente, existe una red de compromiso existente, ya que las cantidades otorgadas a las personas deben ser devueltas para que estas puedan ser empleadas para otras personas. (Gutiérrez Nieto, 2006).

Además, un mayor acceso a recursos financieros puede llevar a un aumento en niveles de producción y venta por parte de microempresas junto con puestos de trabajo generando una mayor calidad de vida; sin embargo, es necesario identificar dos grupos dentro de las personas de bajos ingresos. El primer grupo consiste en los que son más vulnerables ya que no han atravesado un umbral económico mínimo; en este caso, las necesidades de este grupo recaen principalmente en los servicios financieros. El segundo grupo consiste en individuos que están por encima del umbral y pueden tener una demanda de crédito. Para estos dos casos el umbral mencionado se mide por medio de una fuente de ingresos fiable y no tener deudas (Gutiérrez Nieto, 2006; Lacalle, 2000).

La importancia del microcrédito como servicio financiero se puede notar en el aumento del ingreso de las familias de bajos recursos; además, el microcrédito está centrado para ayudar a la población constituida por gente de bajos recursos que no puede acceder a préstamos tradicionales. Estos servicios son dirigidos a personas pobres ya que se considera que estos tienen la capacidad necesaria para mejorar o emprender actividades que a largo plazo les permitirán aumentar su ingreso. Estos actores son considerados como pobres emprendedores (Castillo, 2008).

La diferencia entre los pobres emprendedores y normales se da en que los últimos no tienen insumos ni capacidad necesaria para poder realizar actividades que les puedan generar un aumento en sus ingresos; es decir, carecen de habilidades que les permitan realizar cualquier actividad. Asimismo, Castillo (2008) argumenta que el microcrédito no solo tiene un beneficio individual, sino que incrementa el ingreso y consumo de las familias pobres; por lo tanto, existe una mejora en su nutrición, aumentando sus activos financieros, salud, escolaridad para los niños reduciendo la fragilidad de una familia de bajos recursos (Castillo, 2008).

De la misma forma, se pueden encontrar otros enfoques positivos. Uno de los más importantes es que el microcrédito promueve la participación en una sociedad ya que al aumentar sus ingresos las personas pueden tener una voz en cuestiones sociales. Además, se habla de aspectos relacionados a la solidaridad y autoestima entre las personas de bajos ingresos para que como conjunto puedan tener una voz colectiva (Castillo, 2008; Martínez, 2006).

Sin embargo, para Castillo (2008) y Fairley (2008), existen problemas dentro de los programas de microcrédito. El primero de estos tiene que ver con una marginación existente hacia grupos más pobres de la sociedad ya que los programas de microcrédito operan con objetivos seguros; es decir, con personas pobres, pero con habilidades para trabajar y no en estado de indigencia (Castillo, 2008; Fairley, 2008).

El segundo problema trata sobre la discriminación ya que las personas al estar en una situación de bajos ingresos no dan una plena confianza. El tercer problema se enfoca en una cuestión de dificultad para hallar a las personas de bajos ingresos que necesiten de un préstamo dado que la búsqueda significa una mayor cantidad de tiempo y dinero. El cuarto problema viene relacionado con circunstancias más externas relacionadas a entornos macroeconómicos que son inestables; por lo tanto, tienen una afectación directa y representan un problema potencial para el ahorro y la mejora del microcrédito (Castillo, 2008).

Como quinto problema se ve un rechazo a programas de microcrédito por parte de personas pobres dado que no tienen una preferencia al riesgo debido a que tienen miedo de no poder cubrir el valor del crédito. Como sexto problema se ve que puede existir la posibilidad de utilizar a los programas de microcrédito y usarlas para clientelismo político; de esta forma los políticos podrían usar mal los recursos de microcrédito solo para buscar una posición más aceptada entre las personas de bajos ingresos. Es necesario pensar en estos problemas concernientes al microcrédito para poder emplearlo de la manera más óptima y destinarlo para mejorar las condiciones de vida de la población objetivo (Castillo, 2008).

Se puede ver que dentro del microcrédito existen dos enfoques importantes, los cuales son: enfoque de sistema financiero y de préstamos. Dentro del enfoque del sistema financiero, el principio general del microcrédito, es el de proveer servicios financieros sostenibles a personas que tienen bajos ingresos pero no necesariamente a los pobres; es decir, permitir que la parte del mercado que ha quedado relegada por falta de recursos se desarrolle eficientemente. Por otro lado, el enfoque de préstamos propone que los principales objetivos del microcrédito sean la reducción de la pobreza y la satisfacción de las necesidades de las personas; de esta forma, se proporciona una construcción completa de las capacidades y libertades ya sea individual o colectivamente (Gutiérrez Nieto, 2006).

En base a lo visto anteriormente se puede confirmar que el microcrédito es la herramienta que permite dar sustento a personas pobres; por lo tanto, estas podrán mejorar sus emprendimientos y la capacidad de mejorar su calidad de vida; sin embargo, para poder observar la incidencia de un microcrédito en el contexto de una persona con bajos ingresos es necesario definir lo que representa la calidad de vida.

Calidad de vida

Por medio de la economía popular y solidaria y las microfinanzas se pretende observar la incidencia del microcrédito en la percepción de la calidad de vida de las personas con bajos ingresos. Es por esto que para Salas y Garzón (2013), el concepto relacionado a calidad de vida busca definir lo que se conoce como bienestar; es decir, estabilidad física, mental y económica que debería tener una persona para poder satisfacer sus necesidades. Por lo tanto, la calidad de vida abarca de manera integradora todas las áreas dentro de la vida de una persona y hace referencia a condiciones objetivas y subjetivas; es decir, la definición puede ir variando de acuerdo a individuo u objetivos de investigación (Salas y Garzón, 2013).

Por consiguiente, la calidad de vida es concebida como la percepción que tienen los individuos al satisfacer sus necesidades y no ver negadas sus oportunidades para obtener un nivel de realización personal. De acuerdo con Sen (2000), para mejorar la calidad de vida es importante separar factores que perjudican la expansión de su libertad como: abuso de poder, falta de oportunidades económicas, exclusión y pobreza; por lo tanto, dentro de la falta de oportunidades se considera a las personas que han sido excluidas de procesos básicos relacionados a la salud, vivienda para poder desarrollarse adecuadamente (Salas y Garzón, 2013; Sen, 2000).

Como se menciona, la satisfacción de necesidades experimentada por cada persona puede ser la combinación de elementos objetivos y subjetivos en base a lo que se busque alcanzar en su futuro; por lo que, se ha podido ver que el concepto de calidad de vida ha ido evolucionando a lo largo del tiempo. Es por esto que, para Salas y Garzón (2013) junto con Urzúa y Urizár (2012) la calidad de vida se relaciona con el cumplimiento de diversos puntos; es decir, condiciones materiales necesarias para sobrevivir y evitar pasar hambre, relacionadas a la salud, vivienda y actividades ocupacionales como ingreso y nivel de ventas (Salas y Garzón, 2013; Urzúa y Urizár, 2012).

Para esta investigación se tomará como base las definiciones de Salas y Garzón (2013) junto con Urzúa y Urizár (2012) correspondientes a la calidad de vida; por lo que, para poder medir la calidad de vida de los clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Maquita Cushunchic” se usarán las variables de ingreso, nivel de ventas, acceso a salud y vivienda (Salas y Garzón, 2013; Urzúa y Urizár, 2012).

De la misma forma, se entiende que la búsqueda de las microfinanzas es asegurar una mejor calidad de vida para las personas acompañada de un mayor ingreso por parte de las familias; es decir, eliminar la pobreza por medio de accesos a servicios de salud, mayor ingreso y atención de necesidades básicas. La calidad de vida también se traduce en la mejora de un emprendimiento por medio de la compra de una máquina necesaria para iniciar o mejorar la producción ampliando la capacidad productiva y los ingresos (Inglada, Sastre y Bilbao, 2015).

A su vez, Mallarino (2004), considera a la calidad de vida como la satisfacción de un conjunto de variables relacionadas al ingreso, esperanza de vida, mayor acceso a servicios sociales; es decir, factores que implican una mayor satisfacción de necesidades junto con una disminución de la vulnerabilidades con el fin de generar una mayor calidad de vida (Mallarino, 2004).

Para Mallarino (2004) la calidad de vida tiene dos extremos. La buena calidad de vida que representa satisfacción de necesidades de salud y la capacidad de poder acceder a mayores ingresos en el sentido de que todas las personas son partes iguales de una sociedad; mientras que, la exclusión representa el hambre, la insatisfacción de necesidades junto con un desplazamiento por parte del mercado y de la sociedad (Mallarino, 2004).

Dentro del concepto de calidad de vida se incluyen varios enfoques para poder realizar mediciones relacionados a la felicidad. Para Pena (2009) la calidad de vida habla acerca de la calidad del entorno en el que se desarrolla una persona, la calidad de acción y el disfrute de la vida, el cual termina siendo subjetivo para cada individuo (Pena, 2009).

El primero de estos es el basado en lo puramente económico. Este enfoque está relacionado exclusivamente con la riqueza; por lo que, si se tiene más riqueza se va a ser más feliz; de esta manera, el enfoque puede ser fácilmente cuantificado dada la riqueza de cada individuo. El segundo enfoque está basado en la riqueza según la utilidad de cada persona. Este enfoque se mide según el nivel de utilidad que generen los diversos bienes y servicios que tengan los individuos (Pena, 2009).

El tercer enfoque propone una medición a partir de diversos indicadores sociales como acceso a servicios de salud. Es importante denotar que dentro de este enfoque se debería incluir un conjunto de conceptos como mayor acceso a atención médica y educación o una mejora de la vivienda que en conjunto podrían conformar lo que vendría a ser una mejora en la calidad de vida (Pena, 2009).

Para la medición de la percepción de la calidad de vida esta investigación optará por lo que sugiere Salas y Garzón (2013) y Pena (2009), los cuales indican que para medir la calidad de vida se debe optar por un enfoque económico y social; es decir una medida que indique si las necesidades de ingreso, nivel de ventas, acceso a salud y vivienda se cumplen. Esto se logrará a través de observar el cambio que percibió el segmento de los clientes de la cooperativa antes y después del microcrédito por medio de pruebas de hipótesis (Pena, 2009; Salas y Garzón, 2013; Urzúa y Urizár, 2012).

A lo largo de la historia, los diferentes procesos económicos como la revolución industrial y el cooperativismo han ido moldeando la creación de la economía social; de la misma forma, esta fue evolucionando hasta llegar a ser una economía popular y solidaria; sin embargo, dentro del concepto que le compete a esta investigación, importante resaltar como las relaciones de solidaridad pueden generar mejores procesos productivos para mejorar la percepción en la calidad de vida de las personas.

Además, es importante conocer como las microfinanzas y el microcrédito han permitido que personas con bajos ingresos puedan ingresar a servicios financieros no tradicionales; a su vez, es importante ver la evolución del microcrédito a través de las diferentes escuelas de pensamiento existentes como la Escuela de Ohio y la Escuela de Grameen Bank.

Finalmente, se puede ver como todo converge para la percepción de la calidad de vida de las personas ya que a través del microcrédito pueden acceder a una mejora en sus emprendimientos; por lo tanto, con las definiciones y visiones mencionadas anteriormente el conjunto de factores que implican una mayor calidad de vida en el caso de esta investigación serán los ingresos, ventas, salud y vivienda. Es necesario conocer como el microcrédito ha sido responsable que las personas puedan percibir un mejor futuro, lo cual va ligado con lo que afirma la calidad de vida; es decir, una ampliación de las oportunidades para que personas puedan acceder a más servicios y puedan satisfacer sus necesidades.

Capítulo 1: Microfinanzas en la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Maquita Cushunchic”

Las microfinanzas se han desempeñado en el tiempo como una herramienta de apoyo financiero para lograr el despegue de economías pequeñas y sectores productivos. A su vez, han permitido construir un nuevo camino para sectores y personas excluidas de procesos de créditos tradicionales.

El rol de instituciones relacionadas al microcrédito como cooperativas de ahorro y crédito es trascendental en este punto, ya que, estas son medios financieros en donde se canaliza el ahorro y se promueve el crédito; por ende, su principal objetivo es impulsar las capacidades de personas y sectores productivos dentro de los diferentes microemprendimientos.

En este contexto, es primordial estudiar la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Maquita Cushunchic”. Esta entidad fue constituida desde 1998 con ocho oficinas estratégicas en la ciudad de Quito y una sucursal en la ciudad de Portoviejo; por lo tanto, ha servido como puente de financiamiento solidario para sus socios durante varios años promoviendo la cooperación económica y social entre estos; por esta razón, resulta fundamental un análisis del desempeño de la cooperativa en relación al microcrédito y su trayectoria captando ahorros y concediendo préstamos en base a principios del cooperativismo (Maquita Cushunchic, 2015).

Por tales motivos, el objetivo del primer capítulo para la presente investigación será el de poder definir la evolución de las colocaciones de microcrédito dentro de la cooperativa “Maquita Cushunchic”; es decir, se indicará la historia y evolución de las cooperativas de ahorro y crédito en el Ecuador para así entender como se ha ido desarrollando el concepto de microfinanzas dentro del país.

Asimismo, haciendo uso de los datos otorgados por la cooperativa “Maquita Cushunchic” se analizará la evolución de los microcréditos dentro del período de análisis. Dentro de este punto se incluirán variables desagregadas por año, género, tipo de crédito y tipo de microcrédito como: número de socios, número de microcréditos otorgados y montos de microcrédito otorgados

1.1 Historia y evolución de Cooperativas de Ahorro y Crédito

El contexto ecuatoriano ha tenido una amplia historia relacionada al cooperativismo, en donde sus orígenes pueden entenderse por tres etapas. La primera etapa se da en el año 1890 cuando se instauran en Quito y Guayaquil un conjunto de organizaciones multifuncionales enfocadas en sectores populares comprendidos por artesanos, obreros y comerciantes. La segunda etapa comprende al año 1937, en el cual la primera Ley de Cooperativas da lugar al verdadero cooperativismo otorgando oportunidades organizativas a movimientos campesinos modernizando su producción con un enfoque cooperativo. La tercera y última etapa tiene lugar en 1965 a través de una participación más activa de la iglesia católica y una segunda Ley de Cooperativas que permitió la facilitación de herramientas artesanales y agrícolas (Ayala Mora, 1982; Chiriboga, 1980; Da Ros, 2007).

A pesar de los esfuerzos realizados por las organizaciones, el cooperativismo fue avanzando lentamente hasta poder convertirse en un reconocido sector de la economía ecuatoriana. En este sentido, es importante mencionar a la primera cooperativa del país, la organización de Asistencia Social “Sociedad Protectora del Obrero”, la cual fue inaugurada en Guayaquil en el año 1919; sumado a esto, en 1927 se da lugar a la creación de la segunda cooperativa, la Caja de Ahorro y Cooperativa de Préstamos de la Federación Obrera de Chimborazo (Da Ros, 2007).

Siguiendo con la historia del cooperativismo, se puede ver que la década de los sesenta fue un momento fundamental para el crecimiento de este sector en el Ecuador. Esto se dio gracias a que en el año 1961 se creó la Dirección Nacional de Cooperativas, la cual trabajaba para el cumplimiento de medidas que faciliten el desarrollo del sector cooperativista. Sin embargo, es en 1965 donde la iglesia católica ecuatoriana busca tener un mayor compromiso con el sector cooperativo a través de la organización del Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio (FEPP). A través de esto, se buscó que un mayor número de sectores campesinos y urbanos de bajos recursos puedan obtener un conjunto de servicios relacionados al crédito (Da Ros, 2007).

Para la década de los ochenta, el sector cooperativo vivió una nueva oportunidad de crecimiento en base a la ejecución de un programa denominado Programa de Cooperativas. El objetivo de este programa fue fortalecer la infraestructura de la Dirección Nacional de Cooperativas para una mejora en aportes financieros y áreas de acción; sin embargo, una crisis económica en 1981 generó que la Dirección Nacional de Cooperativas destinara parte del presupuesto a asuntos del gobierno; por lo que, la década de los ochenta terminó siendo un momento de decrecimiento para el sector cooperativo (Da Ros, 2007).

Continuando con la historia del sector cooperativo, se observó que en el año 2002 el sector contaba con 2.688 cooperativas localizadas en la mayoría del territorio nacional; sin embargo, estas tenían una mayor presencia en Pichincha con un 24% y en Guayas con un 16,5%. A su vez, las cooperativas de servicio representaron el 61,4% del total; mientras que, las cooperativas de consumo, crédito y producción tuvieron un 15,2%, 14,3% y 9,1% respectivamente (Da Ros, 2007; DINACOOOP, 2002).

Seguidamente, en el 2006 el sector estaba constituido por 484 cooperativas; mientras que, en el año 2012 estaban en funcionamiento 981 cooperativas. Asimismo, para el 2017 se percibía la existencia de 686 cooperativas en pleno funcionamiento. En la actualidad, en base al catastro publicado por la SEPS se conoce la existencia de 550 cooperativas de ahorro y crédito. A pesar de su tendencia a la baja, las cooperativas de ahorro y crédito han estado presentes a lo largo de los años y son sumamente necesarias para personas que necesiten acceder a un crédito (Asobanca, 2018; SEPS, 2017).

El sector cooperativo ha ido evolucionando a través de diversas etapas hasta poder convertirse en un sector fundamental para el contexto ecuatoriano. Según la Ley de Cooperativas, en el Art. 66 (2001) se expone que las cooperativas de ahorro y crédito tienen la función de recibir ahorros y depósitos, realizando descuentos, préstamos y verificando pagos y cobros de sus socios; por lo que, se puede denotar que en las cooperativas las microfinanzas son relevantes dado que representan el medio para que las personas accedan a un crédito (Art. 66, 2001).

1.2 Captaciones, colocaciones y volumen de crédito de Cooperativas de Ahorro y Crédito

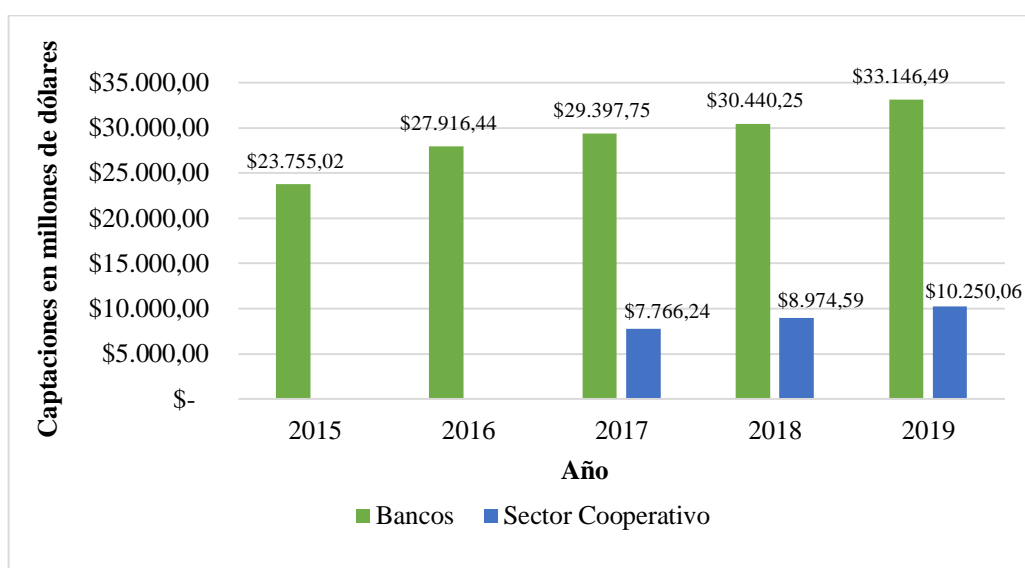
Conociendo la evolución del sector cooperativo y su importancia dentro del sistema financiero nacional a través del tiempo es necesario conocer su desempeño en captaciones, colocaciones y volumen de crédito para los últimos años. De igual manera, se observarán las captaciones, colocaciones y volumen de crédito del sector bancario con el fin de comparar el desenvolvimiento crediticio de las cooperativas de ahorro y crédito frente a los bancos.

En el gráfico 1 se observan las captaciones en millones de dólares que ha tenido el sector bancario y el sector cooperativo dentro del período de tiempo 2015-2019. Por parte de los bancos se puede apreciar una tendencia creciente ya que en el año 2019 el sector tiene \$33.146,49 millones de dólares en captaciones; esto representa un aumento de \$9.391,47 millones de dólares en comparación con el 2015.

En el caso de las cooperativas no se posee datos del 2015 y 2016; sin embargo, entre el 2017 y 2019 se percibe una tendencia al alza ya que en el año 2019 las captaciones de cooperativas fueron de \$10.250,06 millones de dólares; esto implica un aumento de aproximadamente \$2.483,82 millones de dólares tomando como año base el 2017 (Asobanca, 2019).

En contraste, a pesar de que los bancos tengan una mayor cantidad de captaciones dentro del sistema financiero se puede resaltar que las cooperativas han ido aumentando sus captaciones a lo largo del período de tiempo; esto se observa en los montos captados entre 2017 y 2019 dado que aumentaron aproximadamente \$2.483 millones de dólares, lo que representa un claro crecimiento en el sector cooperativo; por lo que, por medio de estas captaciones el sector puede ampliar la capacidad de sus cooperativas en relación a su gestión permitiendo que se otorguen un mayor número de créditos (Asobanca, 2019).

Gráfico 1. Captaciones de Bancos y Cooperativas 2015-2019



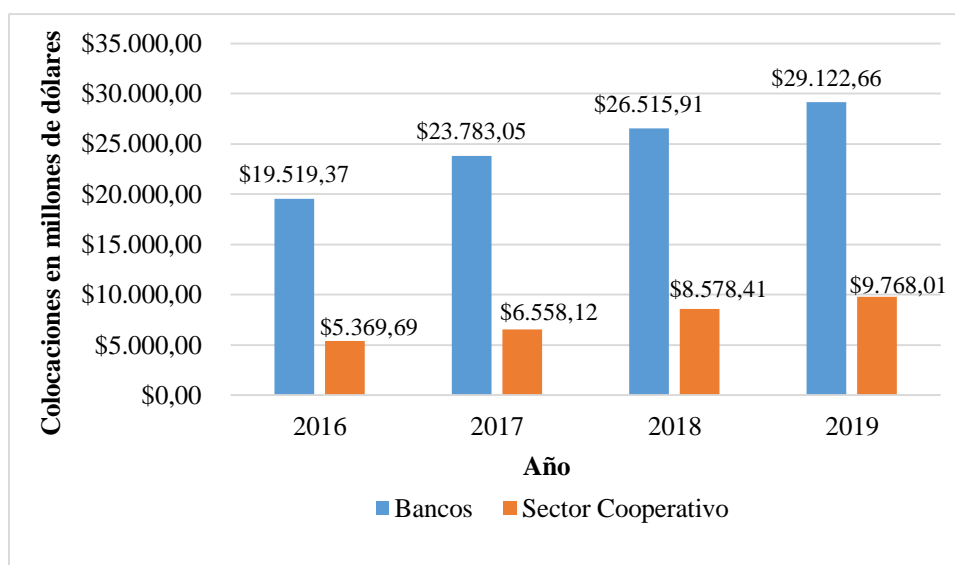
Fuente: Asobanca

Realización: Ángel Carvajal

En el gráfico 2 se aprecian a las colocaciones, las cuales indican el monto de recursos que destina el sistema financiero nacional por medio de créditos a personas u organizaciones. En este caso, el sector bancario muestra un crecimiento de sus colocaciones durante el período de tiempo observado dado que concluye el 2019 con \$29.122,26 millones de dólares en colocaciones; esto indica un aumento de \$9.603,29 millones de dólares con respecto al 2017.

De la misma forma, el sector cooperativo tiene un crecimiento en sus colocaciones para el 2019 con \$9.768,01 millones de dólares; esto representa que creció \$4.398,32 millones de dólares tomando como año base el 2016 (Asobanca, 2019).

Gráfico 2. Colocaciones de Bancos y Cooperativas 2016-2019



Fuente: Asobanca

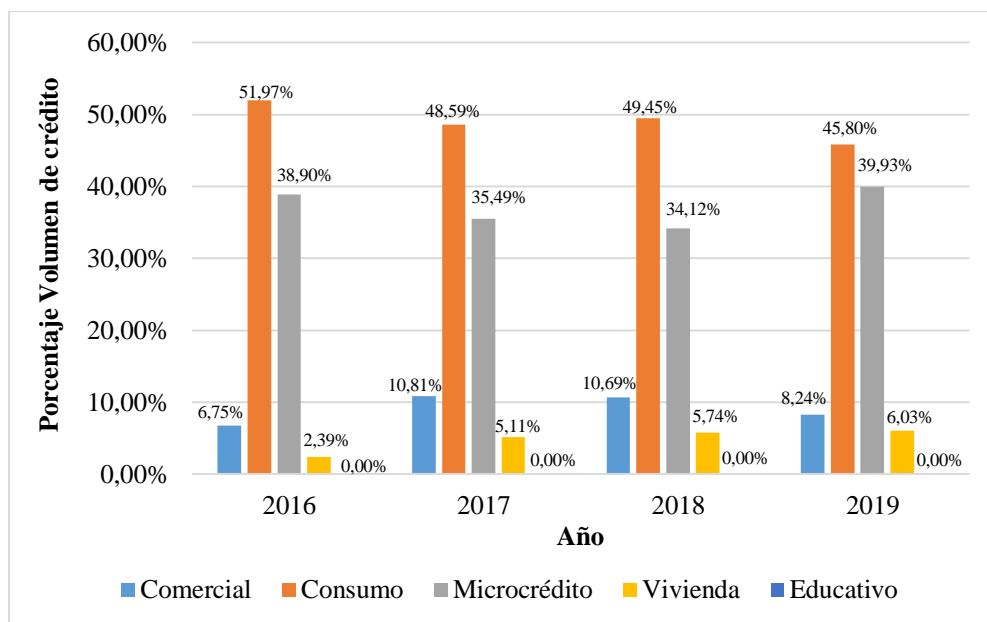
Realización: Ángel Carvajal

En contraste, el sector bancario posee un mayor nivel de colocaciones que el sector cooperativo; sin embargo, este último ha ido generando un crecimiento constante en el tema de colocaciones. A su vez, se puede observar una tendencia al alza en colocaciones para cooperativas; por lo que, se puede inferir que a lo largo del tiempo y a través del crecimiento de sus colocaciones las cooperativas han tenido la oportunidad de desarrollarse en el mercado; por ende, han generado un peso considerable en el sistema financiero (Asobanca, 2018).

Siguiendo con el análisis, el gráfico 3 representa el porcentaje de volumen de crédito que el sector cooperativo asignó a segmentos de comercio, consumo, microcrédito, vivienda y educativo. Se puede ver que del 100% del crédito otorgado las cooperativas asignan aproximadamente un 48,95% y un 37,11% a los segmentos de consumo y microcrédito; mientras que, a los segmentos de comercio, vivienda y educación les asigna 9,12%, 4,82 y 0% respectivamente (Asobanca, 2019).

En base a esto, se puede inferir que los segmentos de consumo y microcrédito son los más importantes ya que se destina el 86,06% de créditos para estos; es decir, casi todo el volumen de crédito va dirigido para estas categorías y el 13,94% restante se dirige a comercio, vivienda y crédito. A partir de esto, se concluye que los segmentos del consumo junto con el microcrédito son fundamentales para el sector cooperativo (Asobanca, 2019).

Gráfico 3. Porcentaje del Volumen de Crédito por segmentos del Sector Cooperativo 2015-2019



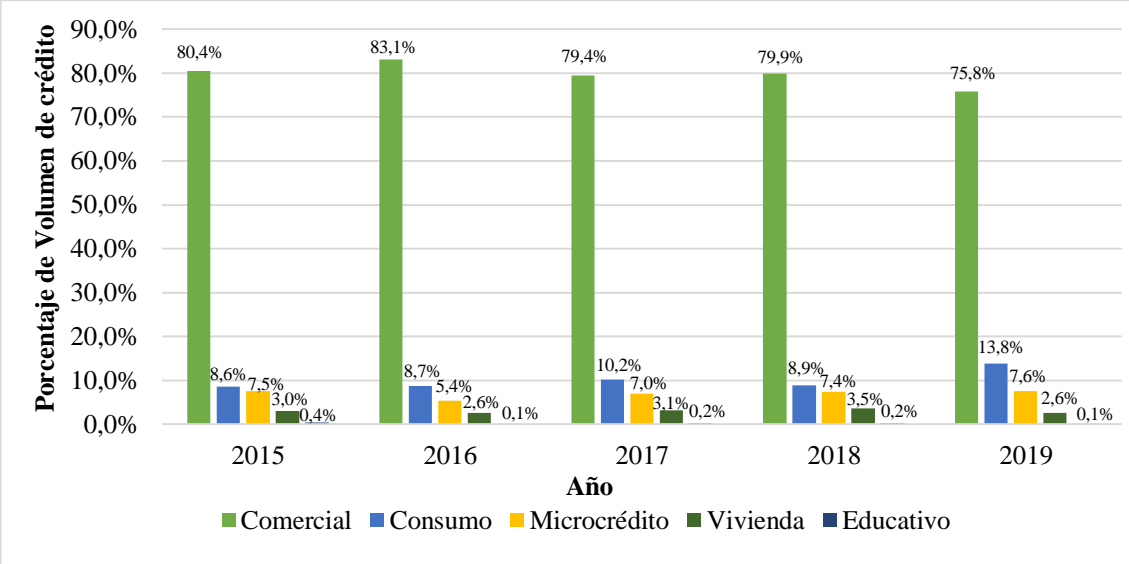
Fuente: Asobanca

Realización: Ángel Carvajal

Para el gráfico 4 se observa el volumen de crédito de bancos; es decir, el porcentaje de crédito que el sector bancario destinó a los segmentos de: comercio, consumo, microcrédito, vivienda y educación entre 2015 y 2019. En este caso, los bancos destinaron un mayor volumen de crédito, aproximadamente un 79,7% a segmentos comerciales, los cuales representan créditos a empresas que invierten en mano de obra o manufactura (Asobanca, 2019).

El segundo segmento más atendido es el de consumo, con un porcentaje de crédito del 10% aproximadamente, el cual comprende actividades como adquisición de bienes o servicios. En el tercer lugar, se encuentra el segmento del microcrédito con un apoyo del 7% a la creación o mejora de negocios. El siguiente segmento es el de vivienda, es decir la compra de inmuebles usados o nuevos. En este caso, los bancos consignaron un 3% a créditos para la vivienda. El último segmento al que el sector bancario otorga créditos es el sector educativo con un porcentaje del 0,2% (Asobanca, 2019).

Gráfico 4. Porcentaje del Volumen de Crédito por segmentos del Sector Bancario 2015-2019



Fuente: Asobanca
Realización: Ángel Carvajal

En contraste a los datos relacionados al volumen de crédito, se puede ver que el sector bancario dedica aproximadamente el 79,7% del volumen de crédito para el segmento de comercio; mientras que, el sector cooperativo asigna un porcentaje de 48,95% y 37,11% de crédito a segmentos de consumo y microcrédito respectivamente. En el caso del segmento de vivienda se observa un volumen de crédito menor al 10% en bancos y cooperativas.; además, el segmento educativo tiene un porcentaje de volumen de crédito casi nulo para el sector bancario y cooperativo (Asobanca, 2019).

Como se puede ver a través de los datos, el segmento al que los bancos destinan la mayor cantidad de asistencia es el comercial; es decir, el sector bancario se ocupa principalmente en la generación de créditos para que empresas adquieran capital social. En este caso, el volumen del crédito que el sector destina al microcrédito es mínimo ya que no alcanza ni el 10%. Sin embargo, el segmento que prácticamente no ha tenido ningún crédito por parte de los bancos es el educativo (Asobanca, 2019).

Mientras que, en el sector cooperativo los segmentos primordiales son consumo y microcrédito; por lo que, se infiere que las cooperativas se concentran más en generar créditos para mejora de negocios y adquisición de bienes o servicios; no obstante, el sector también dedica un porcentaje de crédito mínimo a segmentos como comercio y vivienda; sin embargo, el segmento educativo con una asignación del 0% de crédito es el menos incentivado por parte de las cooperativas (Asobanca, 2019).

En base a las cifras repasadas, se ha podido ver la importancia del sector bancario y cooperativo para la generación de créditos con el fin de varios segmentos inviertan en capital social o en bienes y servicios. Sin embargo, a través de la historia y los datos mostrados se identifica un crecimiento notable dentro del sector cooperativo dado que sus captaciones, colocaciones y volumen de crédito han ido aumentando. Por lo que, se puede inferir que las cooperativas han ido escalando y evolucionando positivamente en el sistema financiero del país (Asobanca, 2018).

A su vez, dentro del sector cooperativo se ha observado una mayor generación de créditos para el segmento del microcrédito; es decir, dentro del contexto ecuatoriano los préstamos otorgados a emprendimientos se constituyen como un principal eje dinamizador promoviendo la producción y el auto empleo. Por lo que, conociendo la evolución existente por parte de las cooperativas se concluye que el segmento del microcrédito por medio de su atención y ayuda para nichos de mercado olvidados ha generado un cambio en la percepción de la calidad de vida de las familias (Asobanca, 2018).

A lo largo de esta sección, se ha observado la evolución y situación actual de las cooperativas junto con su comparación frente el sector bancario; de esta manera, se pudo entender el lugar en el que se encuentra el sector cooperativo dentro del contexto ecuatoriano; posteriormente, se ahondará más en estos conceptos detallando la evolución en términos de microcrédito de una cooperativa de ahorro y crédito denominada “Maquita Cushunchic”.

1.3 Servicios de microcrédito en la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Maquita Cushunchic”

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Maquita Cushunchic fue constituida por medio del Acuerdo Ministerial No. 325 y fundada el 17 de abril del año 1998 en la ciudad de Quito. Esto se generó por diferentes organizaciones, como la base de mujeres residentes en Quito Sur y la fundación Maquita Cushunchic (MCCH). Su principal objetivo es el de promover comercio justo dentro de emprendimientos productivos para generar una incidencia social que mejore la calidad de vida de las familias vulnerables en Ecuador (Maquita Cushunchic, 2015).

Así mismo, algunas organizaciones que ayudaron a su nacimiento fueron la Fundación Tierra Nueva, fundada por el Padre José Carollo en 1992 junto con el Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio (FEPP). La Cooperativa de Ahorro y Crédito “Maquita Cushunchic” opera desde su matriz en la oficina y agencia Quito Sur junto con ocho agencias adicionales. Se autodefine como una entidad de derecho privado que busca incentivar la cooperación económica y social de sus socios urbanos, peri-urbanos y rurales a través de la captación de ahorros y generación de préstamos difundiendo principios de cooperativismo (Maquita Cushunchic, 2015).

A su vez, es importante denotar que la cooperativa se encuentra dentro del segmento 2 desde el año 2015. Por lo tanto, sus ingresos activos se encuentran en un rango desde \$20.000.000 hasta \$80.000.000. A través de esto, se puede observar la relevancia económica que la cooperativa ha venido desarrollando a lo largo del tiempo (Maquita Cushunchic, 2015).

Sin embargo, para poder profundizar en la evolución de la cooperativa es necesario conocer los beneficios que esta ofrece a sus clientes. En este aspecto, se encuentran varios puntos importantes. Uno de estos es la baja tasa de interés que ofrece; es decir, tiene una tasa de interés que se ajusta al valor más bajo; por lo que, termina siendo competitiva en el mercado. Otro punto importante que se ha generado en la cooperativa es el nivel de calidad representado a través de paciencia para con los clientes en términos de ayuda y facilitación de procesos.

De la misma forma, se tiene la facilitación de atención médica que la cooperativa da a través de la Fundación Tierra Nueva, dado que, existe cobertura y consultas médicas ilimitadas en diversas especialidades. Por ejemplo, en medicina general y alternativa tiene el 100% y 50% de cobertura respectivamente. Sumado a esto, tiene la casa de la familia, en donde se dan atenciones psicológicas, las cuales tienen un 50% de cobertura con tratamiento y terapia.

En términos económicos la cooperativa da muchas facilidades para el cliente debido a que sus costos bajos de entrada vienen acompañados con una menor tasa de interés; es decir, para ser miembro de la cooperativa lo único que se necesita es la creación de una póliza por el valor de \$25, el cual no tiene costos de mantenimiento ni de seguro; sin embargo, las condiciones de estas pueden variar de acuerdo al tiempo y monto; por lo que, si existe un plazo más amplio habrá una mayor tasa de interés. Las pólizas se manejan dentro de un 5% por 31 días y la más alta es de 8% a partir de \$15.000 por 365 días. Además, el nivel de créditos que se maneja es de \$15.000 sin garante; sin embargo, si el valor asciende de \$20.000 a \$50.000 se necesitará un bien real; es decir, una hipoteca.

Del mismo modo, es importante conocer que la cooperativa tiene un sistema de score de crédito (puntaje de crédito) que le permite conocer que clientes son aptos para aplicar un crédito. Este score se mide en porcentaje y solo es posible acceder a un crédito si se tiene un score de crédito de 800%, dado que, la calificación va hasta 999%. En el caso de que el socio tenga menos de 800% no podrá aplicar a un crédito debido a impagos almacenados como información histórica por tres años.

Mientras que, cuando un cliente cumple con las condiciones la cooperativa le ofrecerá varios productos financieros. Entre estos se encuentra el Credicece, el cual es un crédito que existe para los microempresarios ambulantes independientes, en donde, la cooperativa otorga un crédito de hasta \$1000. Otro tipo de crédito es el Crediya, que consiste en un crédito de consumo para gente con bajos recursos y se lo otorga desde \$300 a \$500. Además, está el CrediPlus, que es un crédito para gente con una mayor capacidad económica ya que se otorga un crédito de \$50000.

A su vez, la cooperativa da muchas facilidades para el acceso a microcréditos ya que no es necesario dar RUC ni declaración para acceder a un microcrédito; es decir, existe una apertura por parte de la cooperativa para que todos sus clientes puedan acceder a un crédito. De esta forma se apoya a la informalidad ya que solo se necesita una copia de cedula; sin embargo, existe una inspección de cada negocio para verificar si no se han dado datos o daños falsos en caso de que un cliente pida un crédito para renovar o reconstruir su negocio. De igual manera, es importante conocer que la cooperativa no financia emprendimientos con los microcréditos sino solo mejoras de negocios ya existentes.

Dentro de los servicios de la cooperativa relacionados al crédito se ha observado una fuerte concentración de servicios en segmentos de microcrédito, consumo y vivienda; por lo que, se concluye que la cooperativa busca generar una mejora económica y social facilitando acceso a pólizas y créditos. A continuación, se observará la evolución económica de diversas cuentas de microcrédito como: monto y número de créditos desagregados por año, género, tipo de crédito y tipo de microcrédito.

1.4 Microcrédito en la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Maquita Cushunchic”

En esta sección, se detallará la gestión crediticia de la cooperativa “Maquita Cushunchic” dentro del período de tiempo comprendido entre 2015 y 2019; sin embargo, para poder entender el microcrédito desde una perspectiva más amplia se explicarán sus diferentes líneas de acción. Según la información obtenida de la Junta de Regulación Monetaria y Financiera a través de la Resolución No. 140-201 S-F (2015) se define diez tipos de líneas de crédito para el sector bancario y cooperativo. La primera línea de acción corresponde al crédito productivo, el cual sirve para la compra de bienes inmuebles e infraestructura. Le sigue el crédito comercial ordinario, cuya función es la adquisición de vehículos con propósitos comerciales. La tercera línea presenta al crédito comercial prioritario, que se emplea para la compra de bienes y servicios con fines productivos y comerciales (Resolución No. 140-201 S-F, 2015).

El cuarto tipo de crédito es el crédito de consumo ordinario, el cual se utiliza para cubrir anticipos o gastos relacionados a tarjetas de crédito. La quinta línea de acción vendría a ser la del crédito de consumo prioritario, la cual engloba actividades de compra de bienes y servicios sin fines productivos o comerciales. Para la sexta línea de acción se encuentran los créditos educativos, los cuales son utilizados para que personas accedan a una formación profesional o técnica. El séptimo tipo de crédito es el de vivienda de interés público, utilizado para la construcción u obtención de una vivienda. La octava línea de crédito consiste en el crédito inmobiliario, la cual a diferencia del crédito de vivienda de interés público permite que las personas adquieran insumos para la construcción de una vivienda propia (Resolución No. 140-201 S-F, 2015).

El noveno tipo de crédito consiste en el microcrédito, el cual es destinado para la mejora en actividades de producción y comercio de las personas. Dentro del microcrédito se encuentran tres secciones: microcrédito minorista para personas con créditos menores o iguales a \$1000, microcrédito de acumulación simple para créditos desde \$1000 hasta \$10.000 y microcrédito de acumulación ampliada, para créditos superiores a \$10.000. Finalmente, la décima línea de acción consiste en créditos de inversión pública; es decir, créditos para financiación de obras y proyectos por medio de empresas (Resolución No. 140-201 S-F, 2015).

Una vez explicadas las líneas de crédito con las que opera el sector cooperativo se continuará observando el desempeño del sector del microcrédito para la cooperativa “Maquita Cushunchic”. Según Cuasquer y Maldonado (2011) las microfinanzas tienen la capacidad de brindar servicios financieros como el microcrédito con el fin de otorgar un servicio financiero a personas que no pueden acceder a un préstamo tradicional (Cuasquer y Maldonado, 2011).

Al saber que el microcrédito es uno de los principales sectores dentro del sector cooperativo se estudiará la evolución de variables como: número y monto de microcréditos desagregados por año, género, tipo crédito y tipo de microcrédito de la cooperativa “Maquita Cushunchic” dentro del período 2015- 2019; de esta manera, se podrá ver el dinamismo que ha tenido la cooperativa dentro del período de tiempo estudiado. Es por esto que, la tabla 2 resume cada variable junto con su objetivo; de esta manera, se podrá identificar la evolución de la cooperativa dentro del período estudiado.

Tabla 2. Variables de estudio de la Cooperativa “Maquita Cushunchic” período 2015-2019

Variable	Objetivo
Número de crédito otorgado por año y tipo de crédito	Observar el porcentaje de número de créditos que se destinó a sectores de consumo, microcrédito y vivienda en el período 2015-2019
Monto de crédito otorgado por año y tipo de crédito	Señalar el monto de crédito que la cooperativa consignó por año y tipo de crédito en el período 2015-2019
Monto otorgado por tipo de microcrédito	Denotar el porcentaje de crédito que se asignó a los diferentes sectores de microcrédito en el período 2015-2019
Microcrédito otorgado por año y género	Indicar el número de créditos que la cooperativa entregó al sector del microcrédito por año y género en el período 2015-2019
Número de socios por año y género	Mostrar el número de socios que la cooperativa recibe y que están activos según su género en el período 2015-2019

Fuente: Cooperativa de Ahorro y Crédito “Maquita Cushunchic”

Realización: Ángel Carvajal

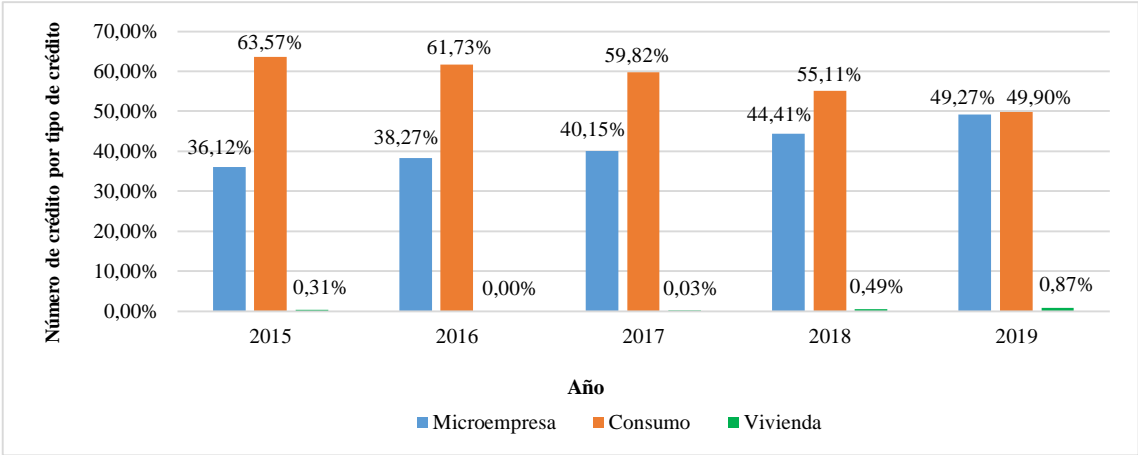
Es importante entender el orden de la tabla 2, ya que, busca explicar las variables a estudiar. Se comienza el estudio con el porcentaje de número de crédito otorgado por año y tipo de crédito para entender cuántos créditos se dedica a sectores de consumo, microcrédito y vivienda. Seguidamente, se estudia el monto de crédito otorgado por año y tipo de crédito con el fin de identificar el monto que la cooperativa ha estado asignando para los sectores ya mencionados.

A continuación, se analiza el porcentaje de monto de crédito otorgado por tipo de microcrédito para conocer cuales sectores dentro del segmento del microcrédito son los que tienen una mayor importancia. De igual modo, se observa al microcrédito otorgado por año y género, el cual tiene la función de indicar cómo el microcrédito ha evolucionado por año para hombres y mujeres; es decir, se conocerá cuál género es el que accede más a un microcrédito. Posteriormente, se tiene a la variable del número de socios por año y género para conocer la proporción de hombres y mujeres socios que recibe la cooperativa.

1.4.1 Número de crédito otorgado por año y tipo de crédito

Se estudia el área que corresponde al número de créditos otorgados por año y tipo de crédito desagregados para tres segmentos: microempresa, consumo y vivienda.

Gráfico 5. Porcentaje de número de crédito otorgado por tipo de crédito período 2015-2019



Fuente: Cooperativa de Ahorro y Crédito “Maquita Cushunchic”

Realización: Ángel Carvajal

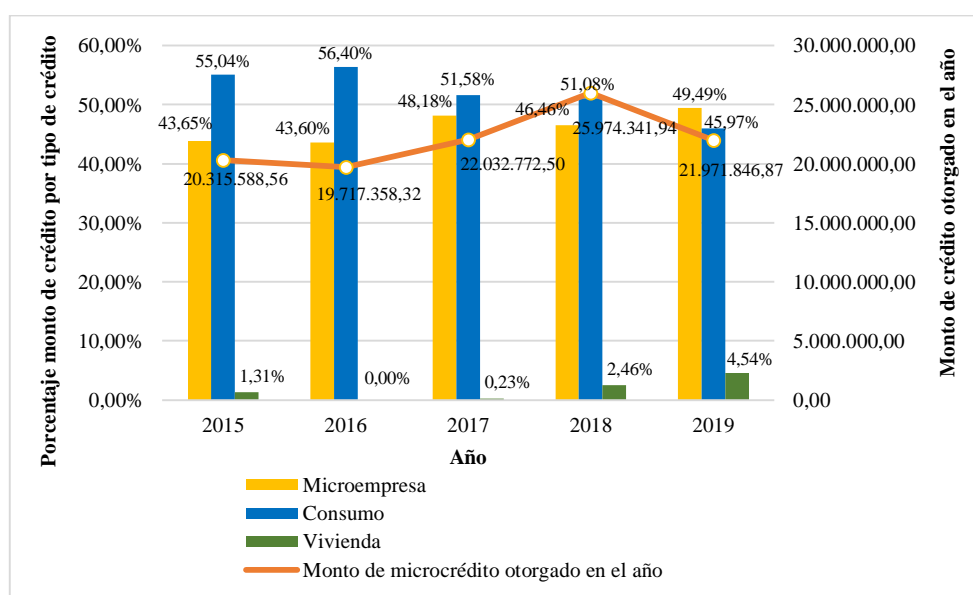
Dentro del número de crédito otorgado en el año por tipo de crédito se puede apreciar que la mayor parte del monto de crédito es otorgado en un mayor número a clientes que acceden a un crédito de consumo. En segundo lugar, se encuentran clientes que acceden a un microcrédito. En tercer lugar y con el valor más bajo se encuentran los clientes que acceden a un crédito para vivienda; sin embargo, se puede ver que la tendencia de los créditos al consumo y a la microempresa han ido emparejándose a lo largo del período de tiempo ya que en el 2019 el porcentaje de estos créditos fue de 49,90% y 49,27% respectivamente.

A raíz de lo mencionado anteriormente, se observa que la tendencia del microcrédito ha sido positiva para el período de tiempo ya que en el 2015 este tipo de crédito era del 36,12% y para el 2019 este es de 49,27%; es decir, hubo un aumento de 13,15%. Por lo que, se puede concluir que tanto el microcrédito como el crédito al consumo son tipos de créditos muy importantes para la cooperativa ya a lo largo del período de tiempo estudiado tienen el mayor porcentaje de operaciones de monto de crédito.

1.4.2 Monto de microcrédito otorgado por año y tipo de crédito

Para continuar con el análisis se observa la variable que indica el monto de créditos otorgados por año y tipo de crédito. En esta variable se puede evidenciar una variación negativa y positiva lo largo del tiempo; es decir, dentro del período analizado se experimentó una constante variación en el monto de crédito otorgado en el año.

Gráfico 6. Monto de crédito otorgado por tipo de crédito período 2015-2019



Fuente: Cooperativa de Ahorro y Crédito “Maquita Cushunchic”

Realización: Ángel Carvajal

Dentro del gráfico 6 se puede evidenciar que la mayor parte del monto de crédito es otorgado a clientes que acceden a un crédito de consumo. En segundo lugar, se encuentran los clientes que acceden a un microcrédito. Finalmente, y con el valor más bajo se encuentran los clientes que acceden a un crédito para vivienda. Se puede decir que el mayor porcentaje del total de monto de crédito otorgado por tipo de crédito se comparte entre créditos para la microempresa y para el consumo.

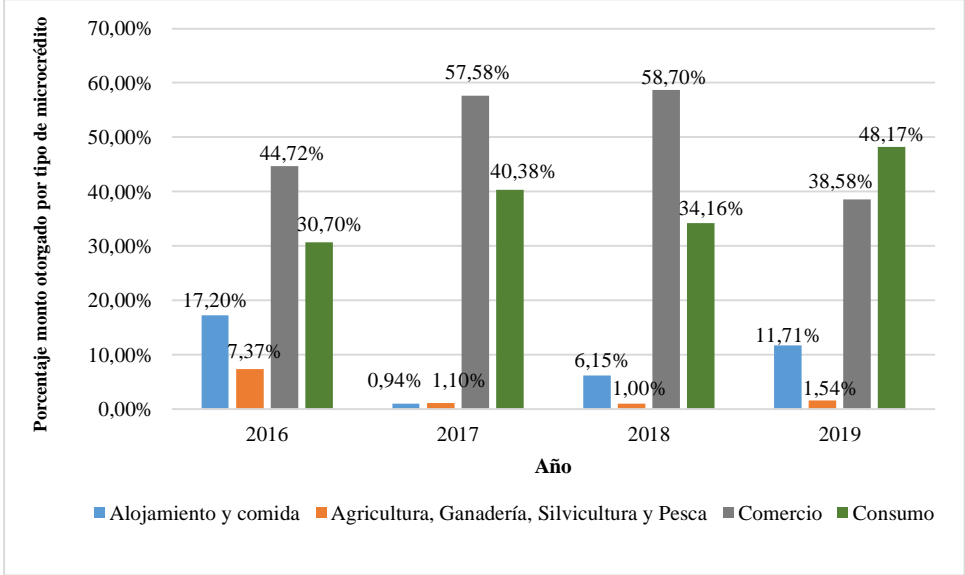
A su vez, dentro del gráfico 6 también se observa el monto de crédito, el cual presenta el 2015 con un monto de crédito de 20.315.588,56. Posteriormente, en el año 2016 el monto de crédito otorgado fue de 19.717.358,32, lo cual indica una diferencia de 598.230,24 dólares con respecto al año 2015. En el año 2017 fue de 22.032.772,50, lo que evidencia que existió un aumento, específicamente de 2.315.414,18 dólares. Para el 2018 con 25.974.341,94 se tiene un aumento visible en comparación con los dos años anteriores, lo que indica que hubo un aumento de 3.941.569,44 dólares con respecto al año 2017 y un aumento de 6.256.983,62 dólares con respecto al año 2016. Dentro del año 2019 se tuvo un valor de 21.971.846,87 representando una disminución para el anterior año; sin embargo, en comparación con el año base 2015 indica que hubo un aumento de 1.656.258,31 dólares.

Por lo que, se puede incidir que dentro del total de monto destinado a crédito tanto el microcrédito como el crédito al consumo son sectores muy importantes para la cooperativa; es decir, tienen el mayor porcentaje de operaciones de monto de crédito. Se puede ver que la brecha de diferencia entre el microcrédito y consumo se ha ido acortando con el pasar de los años debido a que en el año 2019 la diferencia en puntos porcentuales de estos créditos es de 3,52%; por lo que, se experimenta una disminución en el consumo; mientras que, el crédito se mantiene en un nivel casi igual.

1.4.3 Monto otorgado por tipo de microcrédito

Se estudia la variable que indica la distribución porcentual para cada uno de los tipos del microcrédito durante el período de tiempo estudiado.

Gráfico 7. Monto otorgado por tipo de microcrédito período 2015-2019



Fuente: Asobanca
Realización: Ángel Carvajal

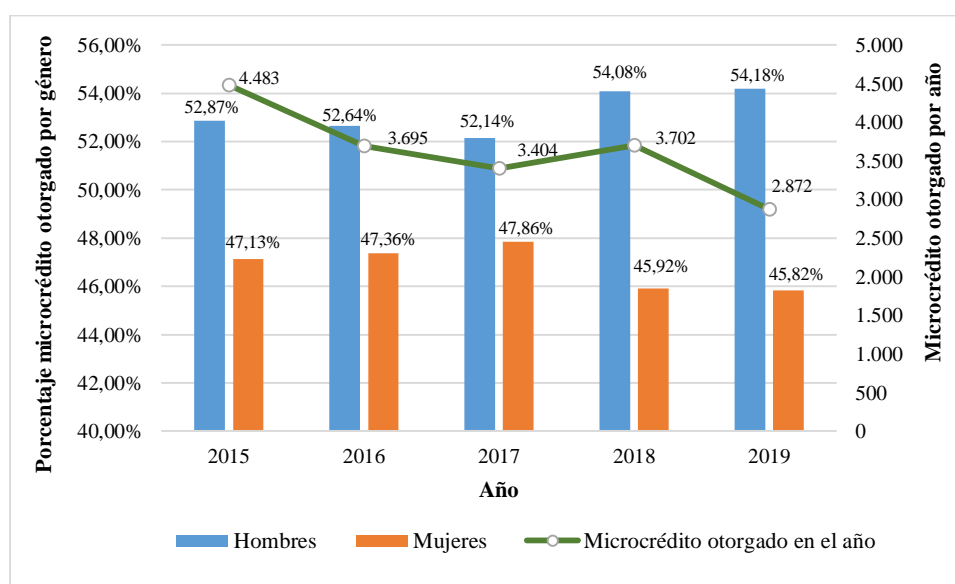
Dentro del monto de crédito otorgado por tipo de microcrédito se observa que la mayor distribución se da para el sector del comercio; es decir, aproximadamente un 49,90% del microcrédito se destina a tiendas para suplemento de víveres de toda la familia. Le sigue el sector del consumo, el cual se encarga de vender artículos de ropa, calzado y artículos de uso más personal con aproximadamente 38,35%.

En tercer lugar, se encuentra el sector de alojamiento y comida lo que corresponde actividades de arriendo junto con alimento y bebida. Este sector se le asigna el 9,00% de microcrédito. En cuarto lugar y con un valor de aproximadamente 2,75% se encuentra el sector de agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, el cual engloba acceso a maquinarias o insumos para el trabajo; por lo que, en base a los datos observados, se concluye que el sector de comercio y consumo son los tipos de microcrédito con mayor distribución crediticia a lo largo del período de tiempo estudiado.

1.4.4 Microcrédito otorgado por año y género

Se examina la variable del microcrédito otorgado por año y género, la cual indica cuantos microcréditos han sido otorgados en el período de tiempo estudiado. Para este análisis se obtuvo el porcentaje total de la participación de hombres y mujeres en el número de microcréditos otorgados en el año por parte de la cooperativa “Maquita Cushunchic”.

Gráfico 8. Microcrédito otorgado por género período 2015-2019



Fuente: Cooperativa de Ahorro y Crédito “Maquita Cushunchic”

Realización: Ángel Carvajal

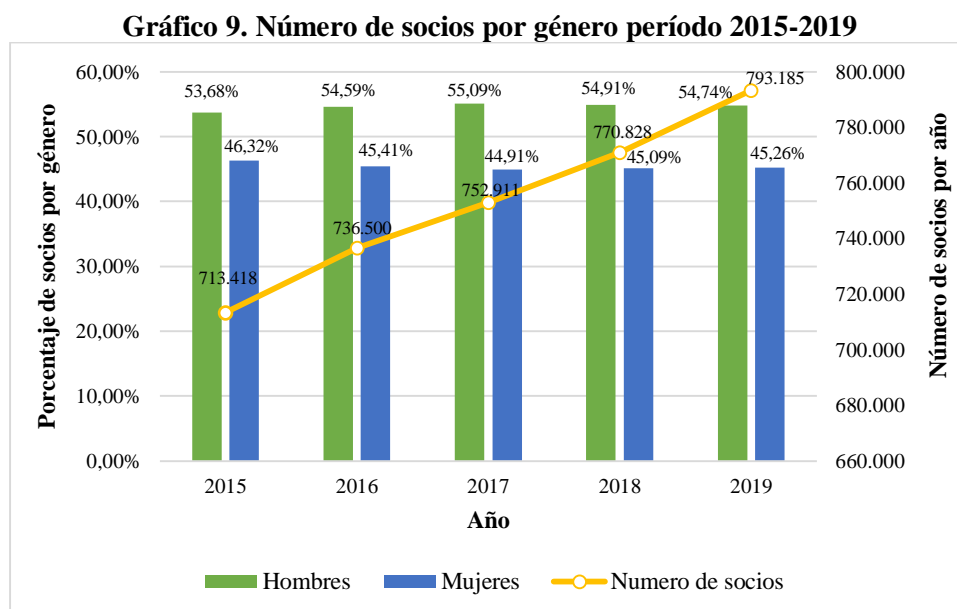
Para el microcrédito otorgado en el año por género se puede denotar que la mayor parte de los microcréditos otorgados son a personas de género masculino con un promedio del 54,18% para el 2019. Mientras que, en segundo lugar, se encuentran las personas de género femenino con un 45,82%; Sin embargo, se denota que no existe una variación significativa entre hombres y mujeres, lo que lleva a concluir que a pesar de que no exista una variación tan representativa por género los hombres son los que tienen microcréditos más otorgados en el año.

Asimismo, el gráfico 8 correspondiente a la variable de microcrédito otorgado en el año representa una clara variación ya que en el 2015, se puede ver que los microcréditos otorgados fueron de 4.483. Seguidamente, en el 2016 el microcrédito otorgado fue de 3.695, lo cual indica una diferencia de 788 microcréditos con respecto al año base. En el 2017 fue de 3.404 lo que evidencia que existió otra disminución; sin embargo, esta no es tan acentuada como la del 2016. Para el 2018 con 3.702 se tiene un aumento visible en comparación con los dos años anteriores, lo que indica que hubo un aumento de 298 con respecto al 2017 y de 7 con respecto al 2018. Dentro del 2019 se tuvo la disminución mas acentuada dentro de todos los años del período ya que ese año el microcrédito otorgado fue de 2.872 lo que en comparación con el año base 2015 indica que hubo una disminución de 1611 microcréditos.

En base a lo visto, se puede concluir que la variación mínima existente entre hombres y mujeres implica que el microcrédito es una herramienta altamente necesitada sin importar el género. Esto a su vez va relacionado con la visión de Lacalle (2000), el cual plantea que el microcrédito es en sí una herramienta para que emprendedores de sectores sociales independientemente de su género puedan incrementar sus ingresos y salir de su situación actual de pobreza (Lacalle, 2000).

1.4.5 Número de socios por año y género

En el área que corresponde al número de socios por año y género se indica el crecimiento de clientes que la cooperativa ha tenido dentro del período de tiempo estudiado.



Fuente: Cooperativa de Ahorro y Crédito “Maquita Cushunchic”

Realización: Ángel Carvajal

Dentro del número de socios activos por año y por género se puede evidenciar que para el 2015 el número de socios activos hombres y mujeres era de 53,68% y 46,32 respectivamente; mientras que, para el 2019, el porcentaje sigue teniendo la misma proporción con un 54,75% para hombres y un 45,26% para mujeres. A su vez, el gráfico 9 indica una variación positiva para el 2015 , ya que, el número de socios fue de 713.418; mientras que, para el 2019 el valor total fue de 793.185 socios; por lo que, se concluye que en el período de tiempo de este análisis más personas quisieron acceder a servicios financieros dentro de la cooperativa.

En base a las cifras explicadas, Pérez et al. (2008) argumenta que la principal característica de la economía social va ligada a la igualdad de oportunidades y derechos; por lo que, se puede inferir que los socios a pesar de ser en su mayoría hombres no dejan relegado al sexo femenino, lo cual permite ver la igualdad de derechos en este tipo de organizaciones que operan en función a la Economía Popular y Solidaria (Pérez et al. 2008).

Del mismo modo, se puede inferir que a pesar que la varianza entre hombres y mujeres no varié en gran manera el número de socios ha ido creciendo a lo largo del período de tiempo; por lo que, más personas buscan volverse socios de la cooperativa. Esto respalda lo que según Cuasquer y Maldonado (2011) implica el microcrédito. Para estos autores el microcrédito promueve la inclusión de sectores y personas marginadas para permitirles una posibilidad de desarrollar sus negocios y actividades productivas; por ende, ver reflejado eso en el aumento de socios por año es importante dada la importancia del microcrédito para esta investigación (Cuasquer y Maldonado, 2011).

A lo largo del capítulo I se analizó a través de datos obtenidos por parte de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Maquita Cushunchic” la evolución representada en distintas cuentas. En primer lugar se pudo evidenciar a través de datos obtenidos por la Asociación de Bancos Privados del Ecuador (ASOBANCA) que las captaciones y colocaciones del sector cooperativo han aumentado a lo largo de los años. Adicionalmente, el volumen del crédito de las cooperativas indican que los segmento del microcrédito y consumo son los que más reciben créditos. Esto permite entender que el sector cooperativo a alcanzado una gran relevancia a lo largo de la historia y la evolución de sus principales cuentas dentro del contexto ecuatoriano.

Más adelante, para los principales antecedentes de la cooperativa “Maquita Cushunchic” se observó un aumento en el número de socios como en el número de créditos activos. Esto da la posibilidad de inferir que la cooperativa tiene una buena base de socios; por ende, tiene una mayor generación de microcréditos, lo cual sirvió como introducción para el posterior análisis de la evolución de las principales cuentas relacionadas al microcrédito para el período analizado en la presente investigación.

Dentro de la evolución del microcrédito en la cooperativa se pudo observar variables como monto y número de créditos desagregados por año, género, tipo de crédito y tipo de microcrédito. Dentro del número de créditos por año se puede concluir que ha existido una evolución para las colocaciones de microcrédito de la cooperativa; sin embargo, el microcrédito y el consumo con una brecha mínima entre sí logran sobresalir entre los créditos con mayor proporción total dentro del análisis. Por lo que, se puede concluir que el microcrédito dentro del contexto de la cooperativa y sus datos representan un mecanismo de crédito que sirve como un puente financiero para personas con ingresos mínimos y que buscan acceder a un préstamo.

A su vez, se analiza variables como número de socios activos por género, el cual indica que existe un mayor número de socios activos por parte de los hombres; sin embargo, se llega a concluir que la brecha existente entre hombres y mujeres no es tan amplia; por lo que, se puede decir que la economía popular y solidaria que es donde nace todo el concepto cooperativo respeta sus principios de inclusión y solidaridad para todas las personas dentro de un sector vulnerable para la mejora de sus ingresos.

Capítulo 2: Microcrédito y su incidencia en la calidad de vida percibida por los microempresarios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Maquita Cushunchic”

El microcrédito según señala Inglada et al. (2015) funciona con el fin de generar una mejor calidad de vida para las personas a través de varios puntos; dentro de estos se encuentra la mejora por parte del ingreso de las familias para poder salir de su situación de pobreza mediante un aumento en el acceso a servicios básicos, de salud y un aumento en la satisfacción de necesidades básicas como seres humanos. Sin embargo, con el fin de cumplir el objetivo de la investigación se debe definir de manera precisa el término de la calidad de vida para poder aterrizar el análisis (Inglada et al. 2015).

La calidad de vida para Salas y Garzón (2013) y Palomba (2002) se define como el bienestar físico, material, mental, económico y social para que una persona pueda satisfacer todas sus necesidades; por ende, la calidad de vida es considerada como un concepto que abarca todas las áreas de la vida de una persona ya que hace uso de condiciones objetivas y subjetivas; es decir, su definición puede ir cambiando según el objetivo del estudio (Salas y Garzón, 2013; Palomba, 2002).

Así mismo, la calidad de vida para Mallarino (2004) y Sen (2000) se entiende como una separación de obstáculos que afectan la capacidad de libertad de los seres humanos. En estos obstáculos se encuentran la falta de oportunidades económicas, pobreza y exclusión para poder acceder a un crédito de forma tradicional (Mallarino, 2004; Sen, 2000).

Por lo que, el concepto de calidad de vida abordado para esta investigación tomará la definición de Salas y Garzón (2013) junto a Palomba (2002), los cuales consideran que para medir la calidad de vida se debe abordar un enfoque económico y social. Esto para Mallarino (2004) implica una percepción de mejora del nivel de ingreso de las familias para que estas accedan a servicios básicos y mejoren los niveles de ingresos de sus negocios para incluir más líneas de productos o ampliar el espacio del negocio; del mismo modo, una mejora en el área de salud se distinguirá a través de la mejora en la capacidad de poder conseguir medicamentos necesarios para familiares, asistir al médico para chequeos frecuentes y en situaciones de emergencia (Mallarino, 2004; Salas y Garzón, 2013; Palomba, 2002; Sen, 2000).

En el ámbito de las ventas se considerará como la relación con el emprendimiento de las familias en la forma de que con el beneficio conseguido este negocio puede hacer uso de más maquinarias, empleados o una mejor imagen. Finalmente, el ámbito de la vivienda se representará como la situación en la que viven las personas; es decir, si estás pueden permitirse hacer ajustes en su vivienda traducidos en una mejora en el techo o losa, tener servicios básicos, televisión por cable e internet, los cuales son factores claves en el día a día. Es por estas razones que, en conjunto con la incidencia del microcrédito se logra definir la percepción de la calidad de vida como la mejora de las familias, específicamente de los clientes en variables como: ingreso, salud, ventas y vivienda (Mallarino, 2004; Salas y Garzón, 2013; Sen, 2000).

Por consiguiente, mediante la metodología del INEC (2015) relacionada a una Encuesta de Condiciones de Vida (ECV) se hará uso de una muestra representativa y de encuestas cerradas realizadas a clientes que accedieron a un crédito en la cooperativa; a raíz de esto, se podrá llegar a conocer la incidencia del microcrédito en la percepción de la calidad de vida para múltiples familias con el fin de concluir si se percibió o no un cambio en niveles de ingreso, salud, ventas y vivienda (INEC, 2015).

Se empezará describiendo variables como edad, estado civil y estudios a través de medidas de tendencia central para conocer en promedio cuál es la edad en la que las personas mayormente solicitan un crédito, su estado civil y su nivel de educación. Posteriormente, se buscará establecer un análisis de la percepción del antes y después de los clientes al recibir un microcrédito; en base a esto, y por medio de estadística inferencial, específicamente de pruebas de hipótesis se podrá entender si se percibió un cambio en las cuatro áreas representadas para la calidad de vida.

2.1 Calculo de la muestra representativa

Para la realización de las encuestas a los clientes que accedieron a un microcrédito en la cooperativa se hizo uso de la fórmula del tamaño de la muestra para calcular la muestra representativa dado que se conocía el tamaño de la población. La fórmula que se aplico fue la siguiente:

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

Donde:

n: Tamaño de la muestra

N: Tamaño de la población

Z: Nivel de confianza

p: Probabilidad de éxito

q: Probabilidad de fracaso

d: Nivel de precisión

Para esta investigación, el tamaño de la población se obtuvo en base a la variable del número de créditos otorgados a microempresa en el año 2019 mencionada en el anterior capítulo; de esta forma, se podrá analizar el número de créditos otorgados en base a un acercamiento más claro y actual al número de créditos otorgados dentro del período estudiado.

De esta manera, el número de créditos otorgados en el año a la microempresa para el año 2019 es de 1.415 créditos; por lo que, se trabajará con este dato para el cálculo de la muestra. Para el nivel de confianza se utilizará el valor de 1,645 ya que se trabajará a un nivel de confianza del 95%. La probabilidad de éxito y de fracaso será de 50% para ambos casos y el nivel de precisión estará dado por

el 4% ya que mientras más bajo sea este se obtendrá un mejor resultado en el tamaño de la muestra; por ende, la fórmula quedaría representada como:

$$n = \frac{1.492 \times 1,645^2 \times 0,5 \times 0,5}{0,4^2 \times (1.492 - 1) + 1,645^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

El resultado que arroja la fórmula del tamaño de la muestra indica que la muestra representativa está constituida por 300 clientes que accedieron a un microcrédito.

En el siguiente punto se mostrará los resultados obtenidos por parte de los 300 clientes a los que se les hizo la encuesta en base a los lineamientos de la calidad de vida planteados para esta investigación. Asimismo, se desagregará los resultados de la encuesta en caracterización de los clientes, del crédito otorgado a los clientes y de su incidencia en su percepción dentro del período de tiempo 2019.

Sin embargo, dentro de este apartado se presentan diversas limitaciones metodológicas. Una de estas se genera en la incapacidad de recopilar y analizar datos de varios años; por esta razón, no se puede conocer de manera más profunda el contexto de los clientes. A raíz de esto, surge la incapacidad de elaborar conclusiones causales; por ende, se trabajará solamente en base a la percepción que los clientes tuvieron con respecto a un cambio en su calidad de vida. De la misma forma, se dio una limitación en las respuestas por parte de los socios ya que no eran muy claras y concisas; por ende, existieron dificultades para el procesamiento de datos.

2.2 Caracterización de clientes

La primera parte de este análisis empieza interpretando los datos recogidos a través de la encuesta caracterizando a los clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Maquita Cushunchic” que accedieron a un microcrédito para el período 2019. Dentro de esta caracterización se encuentran variables como edad, género, estado civil y estudios.

2.2.1 Edad promedio

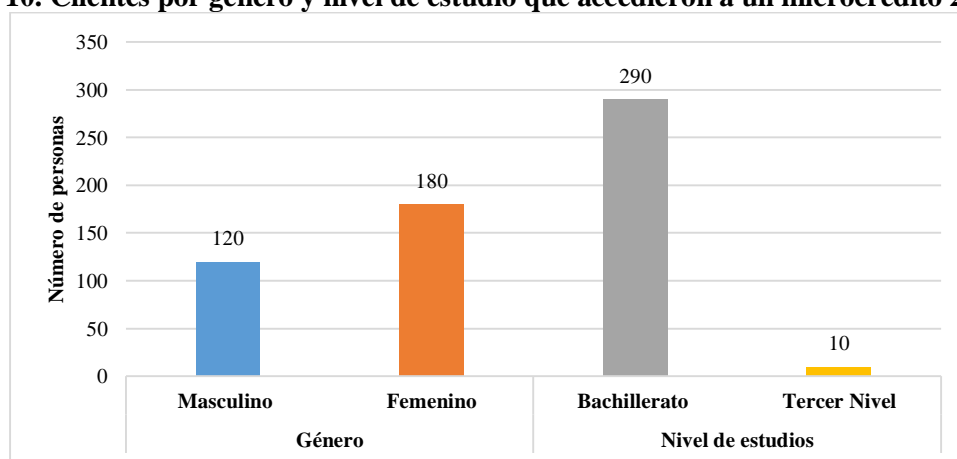
A través de la encuesta y las 300 observaciones que corresponden a todas las personas que accedieron a un microcrédito se pudo llegar a analizar estadísticos de tendencia central; por lo tanto, se conoce que la edad promedio es de 42 años; es decir, esta es la edad promedio para realizar un microcrédito dentro de la cooperativa.

De la misma manera, el valor que divide en dos segmentos las 300 observaciones es la mediana con un valor de 41 años, lo cual va alineado con la edad promedio e implica que los datos están distribuidos en edades mayores y menores a 41 años. Además, la edad con mayor frecuencia en acceder a un microcrédito es 33 años. Lo visto anteriormente, se alinea con el punto de vista de Cuasquer y Maldonado (2011), ya que para este autor las personas que más buscan el acceso a microcrédito son emprendedores jóvenes (Cuasquer y Maldonado, 2011).

Asimismo, el valor mínimo expresa que el socio con menor edad en acceder a un servicio de microcrédito tiene 21 años; mientras que, el socio con mayor edad tiene 60 años. A su vez, la desviación estándar es de 8,641; es decir, la edad de las personas puede oscilar entre 33 y 51 años con respecto al promedio.

2.2.2 Género y nivel de estudio de los clientes

Gráfico 10. Clientes por género y nivel de estudio que accedieron a un microcrédito 2015-2019



Fuente: Cooperativa de Ahorro y Crédito “Maquita Cushunchic”

Realización: Ángel Carvajal

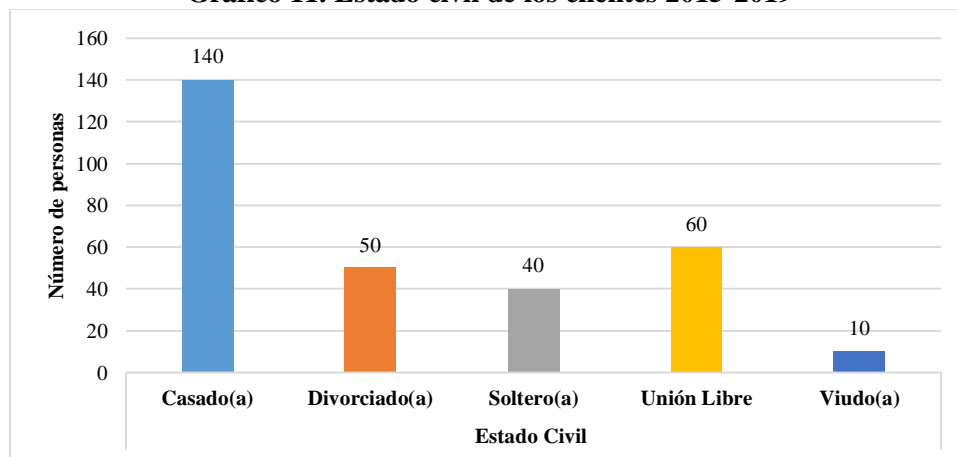
El gráfico 10 representa al número de clientes por género que accedieron a un microcrédito dentro de la cooperativa. Se puede ver que clientes del sexo femenino son los que más han accedido con un valor representativo de 180 clientes; es decir, de las 300 observaciones realizadas, las mujeres representan un valor que sobrepasa la mitad de la muestra en cuanto al acceso a un microcrédito. En segundo lugar, se tiene que al género masculino con un valor de 120.

Asimismo, la variable que corresponde al nivel de estudios de los clientes de la cooperativa indica dos resultados fundamentales. El primero es que los clientes con un nivel de estudios de Bachillerato son los que tienen una proporción de casi todas las 300 observaciones. El segundo resultado es que tan solo 10 clientes tienen estudios de tercer nivel; por ende, se infiere que al no tener un nivel alto de estudios las personas buscan generar un mayor ingreso a través de la mejora de negocios; mientras que, los 10 clientes que accedieron al microcrédito con un nivel de estudio universitario buscarían generar un ingreso extra o independizarse de sus trabajos y poder tener un negocio propio y así libertad financiera.

Esto va relacionado con lo que según Gulli (1999) son las microfinanzas ya que considera que la principal función de estas y del microcrédito es atender y dar apertura a zonas que han sido marginadas de procesos financieros tradicionales; de este modo, se reduciría su nivel de pobreza y se aumentarían sus capacidades y libertades financieras (Gulli, 1999).

2.2.3 Estado civil

Gráfico 11. Estado civil de los clientes 2015-2019



Fuente: Cooperativa de Ahorro y Crédito “Maquita Cushunchic”

Realización: Ángel Carvajal

Para la variable relacionada con el estado civil de los clientes de la cooperativa existen diferentes categorías. Es por esto que, se denota que los clientes que entran en la categoría de casado(a) son los que ocupan un mayor número de proporción dentro de la muestra representativa con un valor de 140 personas. La categoría que le sigue es la de unión libre con un valor de 60 personas, la cual también tiene una alta proporción dentro de la muestra representativa después de los clientes casados.

La siguiente categoría es la de divorciado(a) con 50 personas representando el tercer lugar dentro de las diferentes categorías. La categoría de Soltero(a) le sigue en cuarto lugar con 40 clientes. Finalmente, la categoría de viudo(a) es la que tiene una menor cantidad de personas teniendo a solo 10 clientes.

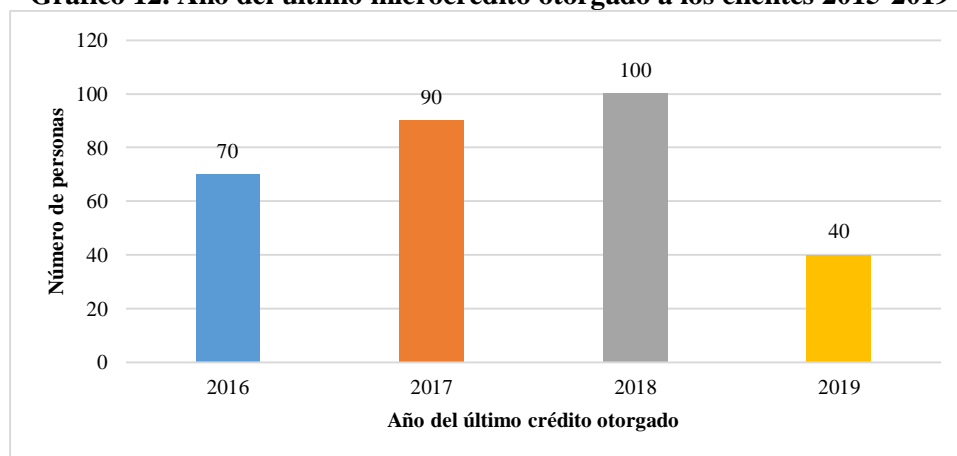
Por lo que, se puede concluir que dentro del período de tiempo analizado los clientes que forman familias funcionales son los que más acceden a un crédito dentro de la cooperativa. Esto se relaciona con la concepción que Coraggio et al. (2010) tiene sobre la economía popular. Este autor considera que el enfoque de economía popular se basa en un conjunto de redes que utiliza de forma eficiente los recursos para su producción por medio de hogares o comunidades para generación o mejora de emprendimientos (Coraggio et al. 2010).

2.3 Caracterización del crédito otorgado a los clientes

La segunda parte de este análisis se encarga de interpretar variables relacionadas con la caracterización del crédito otorgado a los clientes de la cooperativa. Entre estas variables se encuentra el año del último crédito otorgado, actividad del negocio, monto del crédito, pago, plazo y garantía del crédito.

2.3.1 Año del último microcrédito otorgado a los clientes

Gráfico 12. Año del último microcrédito otorgado a los clientes 2015-2019



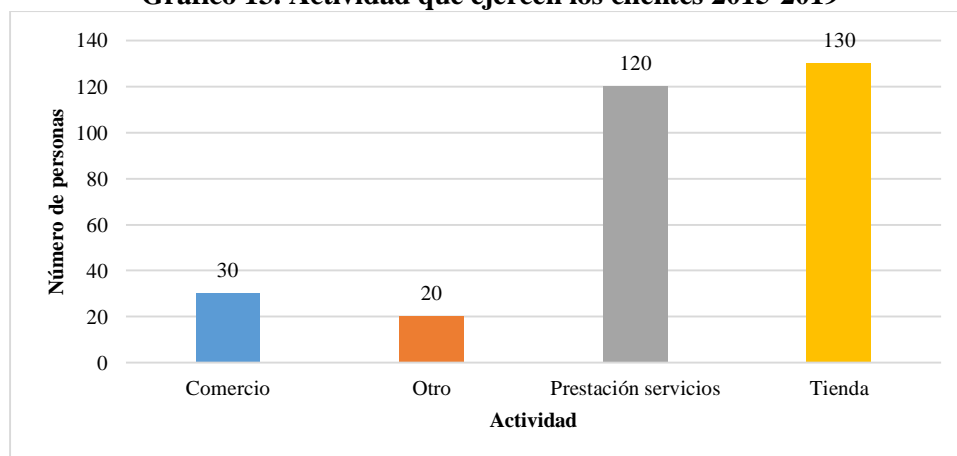
Fuente: Cooperativa de Ahorro y Crédito “Maquita Cushunchic”

Realización: Ángel Carvajal

El último año de crédito otorgado indica que principalmente los clientes encuestados en la muestra representativa tienen una mayor proporción en el 2017 y 2018 con 90 y 100 personas respectivamente. Es importante denotar la ausencia del 2015 en el análisis dadas las circunstancias de los plazos del microcrédito explicadas posteriormente en este capítulo; por ende, no fue posible conseguir clientes de este año ya que en su totalidad estos ya no tienen microcréditos con la cooperativa. Por esta razón, el análisis parte desde el 2016 ya que las personas todavía mantienen un plazo con la cooperativa. En el 2016 se tuvo una cantidad de 70 personas que accedieron a un microcrédito; mientras que, en el 2019 fueron 40 personas representando el año con valor más bajo.

2.3.2 Actividad que ejercen los clientes

Gráfico 13. Actividad que ejercen los clientes 2015-2019



Fuente: Cooperativa de Ahorro y Crédito “Maquita Cushunchic”

Realización: Ángel Carvajal

Las actividades con mayor proporción de clientes son las de tienda y prestación de servicios. En el caso de la actividad tienda, se encuentran todo tipo de negocios encargados al suplemento de víveres diarios para las familias; por lo que, se da un alto acceso a microcrédito en este tipo de actividades para abastecer de más productos el negocio de la persona; de esta manera, se obtiene un mayor ingreso.

Para la prestación de servicios, la cual se relaciona en su mayoría con peluquerías, zapaterías, y confección de ropa se observa un número de 120 personas; es decir, existe una alta proporción de clientes que tienen sus negocios propios para el arreglo de zapatos, ropa o de belleza que optan por el microcrédito para acceso a mejor maquinaria o a un arreglo del local. Lo mencionado, apoya la visión de Gutiérrez Nieto (2006) ya que para el autor el microcrédito es un puente para que los clientes apliquen un préstamo y mejoren sus actividades productivas para salir de la pobreza (Gutiérrez Nieto, 2006).

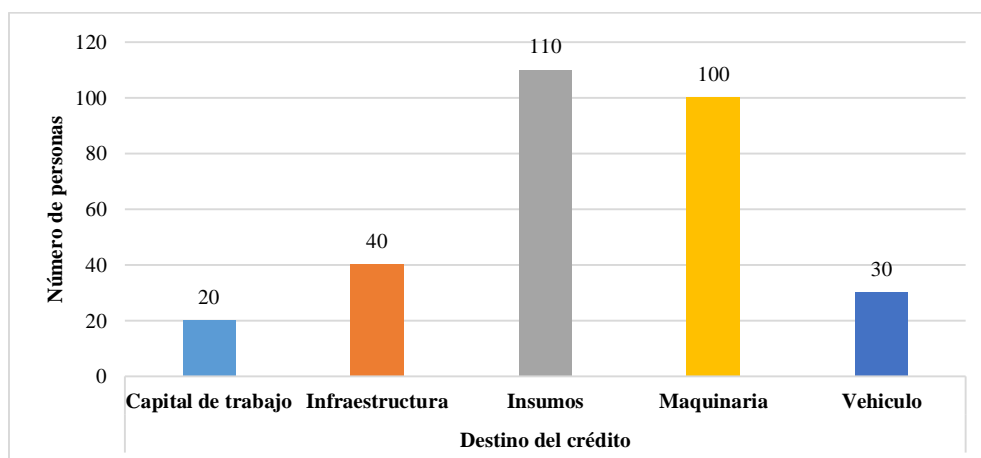
2.3.3 Monto de microcrédito al que accedieron los clientes

Por medio de la encuesta y de las 300 observaciones acerca de los clientes se pudo llegar a saber que el monto de microcrédito promedio es de 6.198 dólares. De la misma manera, el valor que divide a los resultados se encuentra en 6.250 dólares. Asimismo, el monto de crédito que más se repite es el de 6.500 dólares. Como valores mínimo y máximo se tiene 1.500 y 18.000 dólares respectivamente. A su vez, la desviación estándar indica que el monto puede variar positiva y negativamente entre 2.937; es decir, el monto al que los clientes acceden puede oscilar entre 3.261 y 9.135 dólares con respecto al promedio.

Se puede concluir que los socios de la cooperativa no acceden a montos de créditos con un valor elevado. Esto se relaciona con la visión de Lacalle (2000), la cual dice que el principal objetivo del microcrédito es otorgar dinero a pequeños emprendedores de sectores sociales perjudicados para mejorar sus ingresos; por lo tanto, al ser de sectores perjudicados los clientes no van a acceder a montos elevados en un principio, sino que más bien van a solicitar montos mínimos para de esta manera afianzar sus negocios (Lacalle, 2000).

2.3.4 Destino del microcrédito de los clientes

Gráfico 14. Destino del microcrédito de los clientes 2015-2019



Fuente: Cooperativa de Ahorro y Crédito “Maquita Cushunchic”

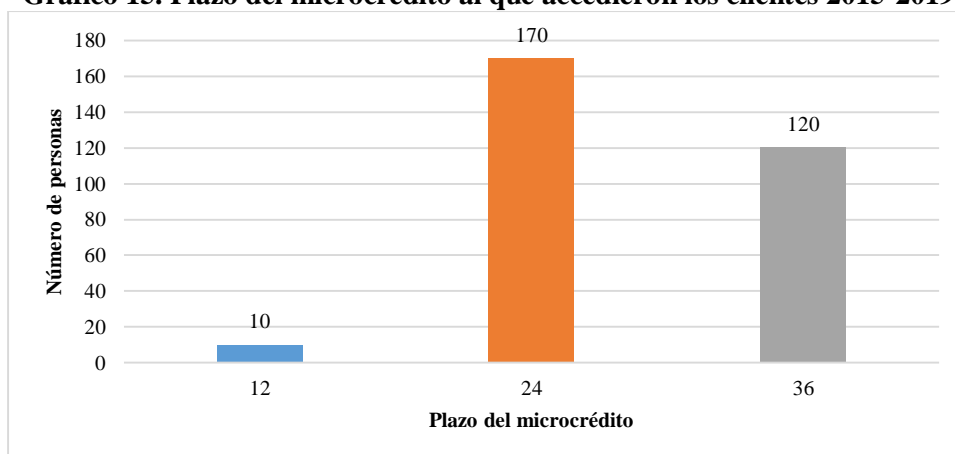
Realización: Ángel Carvajal

El destino del microcrédito indica que la mayoría de clientes dedican su inversión a insumos con 110 personas. Esto viene relacionado con la compra de productos para abastecer una tienda. En segundo lugar, se encuentra maquinaria con 100 personas para, de esta forma, lograr una inversión y conseguir las herramientas necesarias para mejorar el negocio de los clientes. Le sigue infraestructura con 40 personas con el fin del arreglo físico de un negocio o la ampliación de este mismo.

En el caso de vehículo se tiene a 30 personas para poder mejorar la distribución de productos a través de un vehículo o la mejora de un vehículo ya existente. En el último lugar se ubica capital de trabajo con 20 personas y representa los recursos que un negocio tiene para seguir funcionando. En base a los datos expuestos y en relación con Inglada et al. (2015) se argumenta que el microcrédito es generado por las familias para una mejora de maquinaria para el emprendimiento; por ende, se puede concluir que los clientes buscan generar una mayor producción a través de generar inversiones en insumos y maquinaria (Inglada et al. 2015).

2.3.5 Plazo del microcrédito al que accedieron los clientes

Gráfico 15. Plazo del microcrédito al que accedieron los clientes 2015-2019



Fuente: Cooperativa de Ahorro y Crédito “Maquita Cushunchic”

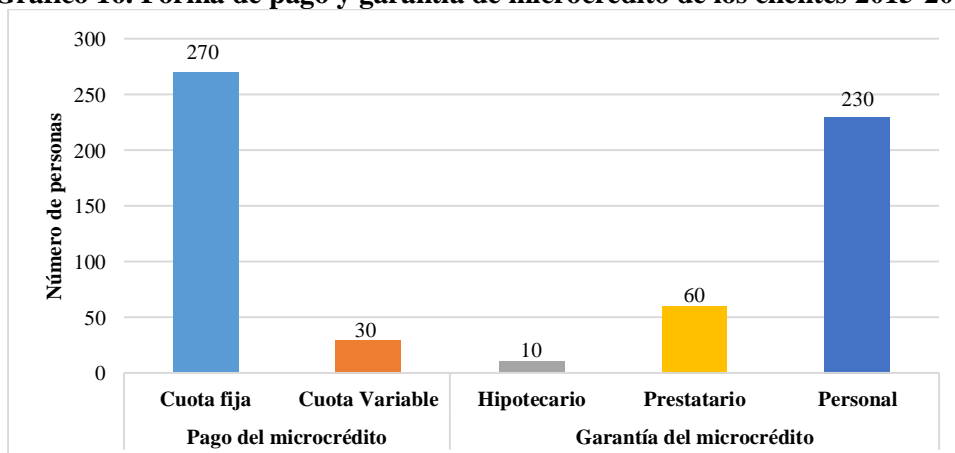
Realización: Ángel Carvajal

El plazo del microcrédito indica que los clientes prefieren generar un crédito para 24 y 36 meses. Esto va ligado a las condiciones que da la cooperativa para acceder a un microcrédito, ya que, ofrece plazos de hasta 36 meses. Es por esta razón que la mayoría de personas eligen estos plazos; sin embargo, existe una pequeña proporción que escoge el plazo de 12 meses ya sea porque accedieron a un microcrédito pequeño o tienen una capacidad de pago bastante alta y prefieren tener un plazo no tan largo.

Esto se relaciona con el apartado de la encuesta que indica el último año del microcrédito otorgado. En este caso, al ser el plazo de 36 meses los clientes que accedieron a un microcrédito en el 2015 no entrarían en el análisis debido a problemas con el plazo del microcrédito otorgado; por lo que, se trabaja con clientes que accedieron a un microcrédito a partir del 2016 hasta el 2019, dado que, los años van ligados correctamente con el plazo del microcrédito.

2.3.6 Forma de pago y garantía del microcrédito

Gráfico 16. Forma de pago y garantía de microcrédito de los clientes 2015-2019



Fuente: Cooperativa de Ahorro y Crédito “Maquita Cushunchic”

Realización: Ángel Carvajal

Para el gráfico 16, se puede ver que los clientes de la cooperativa prefieren la cuota fija que la cuota variable, ya que, el valor es de 270 y 30 personas respectivamente. Esto implica que las personas prefieren una cuota que no varíe; es decir, una cuota que no represente un riesgo.

En el caso de la garantía escogida por los clientes existe una mayor proporción de clientes que necesitan la ayuda de una garantía personal; por lo que, necesitan la ayuda de terceros para que puedan acceder a un microcrédito. Se tiene también la garantía prendaria, la cual consiste en poner en prenda distintos bienes del cliente. Finalmente, la garantía hipotecaria es la que tiene el valor más bajo dado que este tipo de garantía aplica para personas que solicitan un microcrédito de un valor más representativo; por ende, al tener una capacidad adquisitiva más alta pueden poner en prenda su casa para garantía del microcrédito.

Los resultados mencionados anteriormente junto con la concepción de Lacalle (2000) del microcrédito permite inferir que los emprendedores al ser de sectores sociales perjudicados prefieren una cuota con valor fijo. Esto implica la existencia de una proporción amplia de clientes que son reacios al riesgo; mientras que, por el lado de las garantías, estos mismos emprendedores al no tener una capacidad adquisitiva alta optan en su mayoría por garantías personales (Lacalle, 2000).

2.4 Incidencia del microcrédito otorgado en la percepción de la calidad de vida de los clientes

La tercera parte del análisis plasmado en la presente investigación prosigue interpretando los datos recogidos a través de la encuesta caracterizando a los clientes que accedieron a un microcrédito. Dentro de esta caracterización se crea una comparación en la calidad de vida percibida por los clientes de la cooperativa a través del análisis del antes y el después del microcrédito para distintas variables que representan a la calidad de vida utilizada para esta investigación.

Las variables de las que se hace uso son: ingreso, salud, ventas y vivienda. De esta manera, al desagregar cada una de estas en diferentes apartados se podrá llegar a una conclusión mediante la diferencia de la calidad de vida percibida antes y después para las pruebas de hipótesis para t pareada. De igual manera, se hace uso de gráficos para poder ver la incidencia del microcrédito en las variables desagregadas en base a las cuatro variables principales relacionadas a la percepción de la calidad de vida.

2.4.1 Percepción del ingreso de los clientes antes y después del microcrédito

La variable de ingreso de los clientes se divide en dos puntos del tiempo. El primero es antes de que reciban el microcrédito y el otro es después de que lo recibieron. A través de la encuesta y las 300 observaciones utilizadas se puede ver que la media del ingreso antes era de 506,7 dólares; mientras que, ahora es de 600,8 dólares percibiendo un notable cambio de 94,10 dólares para el ingreso.

De la misma forma, el valor máximo antes del microcrédito está representado con un valor de 1.590 dólares; mientras que, después del microcrédito fue de 2.150 dólares, lo que claramente indica un cambio de percepción positivo y una diferencia notable en el ingreso. Asimismo, el valor en relación al ingreso de los clientes que más se repite antes del acceso al microcrédito es de 370 dólares; sin embargo, el valor del ingreso después del microcrédito que tiene más repetición es el de 470 dólares.

En el caso del máximo se puede ver que antes del microcrédito este representaba un valor de 1.590 dólares; mientras que después del microcrédito este fue de 2.150 dólares, lo que claramente indica una percepción positiva en el ingreso. Asimismo, la desviación estándar después del microcrédito fue de 389,700 dólares, lo que indica que se percibieron valores entre 211,10 y 990,50 dólares. Esto permite denotar que los ingresos de los clientes percibieron una mejora visible después de acceder a un microcrédito.

Sin embargo, para poder observar de una manera más profunda un cambio en la percepción del ingreso antes y después del microcrédito es necesario formular una prueba de hipótesis de dos muestras t pareada. Esto se da a través de una hipótesis nula y otra alternativa para determinar si existe una percepción diferente entre ambos momentos en el tiempo; por ende, las hipótesis vendrían a ser:

H_0 : Percepción en ingresos antes y después del microcrédito $\mu = 0$

H_1 : Percepción en ingresos antes y después del microcrédito $\mu \neq 0$

Donde, la hipótesis nula asume que la diferencia en la percepción de ingresos antes y después del microcrédito es igual a cero; es decir, no existió un cambio en la percepción de los ingresos entre los dos escenarios; mientras que, la hipótesis alternativa explica que la diferencia en la percepción de los ingresos antes y después del microcrédito no es igual a cero; es decir, asume un valor diferente de cero; por lo que, existió un cambio de percepción en los ingresos antes y después del microcrédito.

El valor P obtenido a partir de realizar la prueba de hipótesis de dos muestras t pareada indica el siguiente valor:

Valor P
0,000

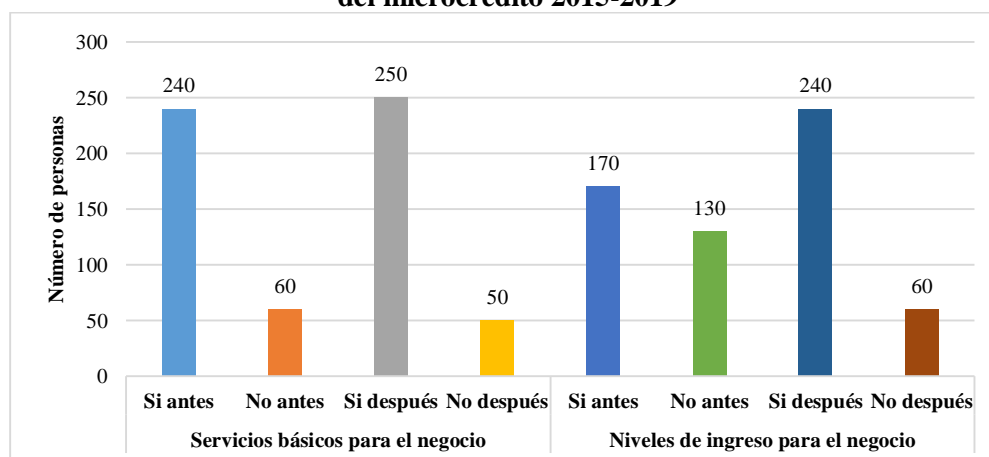
El valor P expresado anteriormente es de 0,000; es decir, tiene un valor menor al 5%, lo cual indica que se rechaza la hipótesis nula ya que la diferencia en la percepción de ingresos antes y después del microcrédito no son iguales; por lo que, se puede decir que hubo una diferencia notable en la percepción; es decir, un cambio.

Esta conclusión refuerza la idea de Castillo (2008) ya que este autor argumenta que la importancia del microcrédito reside en otorgar servicios financieros a familias a través de préstamos para aumentar el ingreso de estas. En base a la aceptación de la hipótesis alternativa, se puede inferir que después del microcrédito hubo una percepción de mejora en el nivel de ingreso de las familias (Castillo, 2008).

Dentro del área de análisis correspondiente al ingreso se han desagregado variables que permiten identificar de mejor manera si es que se logró una mejora en la calidad de vida después del microcrédito. El área de ingreso se divide en: servicios básicos y niveles de ingreso para el negocio junto con niveles de ingreso óptimos para la vida de los clientes y ampliación del espacio de negocio de los clientes.

2.4.1.1 Servicios básicos y niveles de ingreso para el negocio de los clientes

Gráfico 17. Servicios básicos y niveles de ingreso para el negocio de los clientes antes y después del microcrédito 2015-2019



Fuente: Cooperativa de Ahorro y Crédito “Maquita Cushunchic”

Realización: Ángel Carvajal

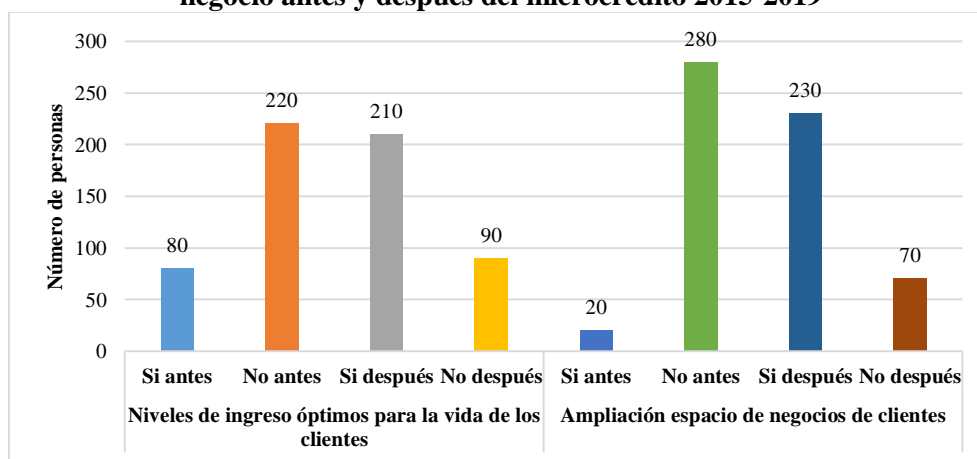
La variable de servicios básicos para el negocio, la cual se desagrega del área de ingreso indica si es que los clientes son capaces de cubrir sus gastos mensuales en agua, luz y teléfono. Es importante ver el cambio existente en la percepción entre el antes y después para esta variable ya que se puede ver una mejora dado que antes 240 personas podrían cubrir los servicios básicos de sus negocios; mientras que después del crédito 250 personas percibieron que pudieron conseguir un mejor ingreso para pagar los servicios básicos de sus negocios.

Esto permite confirmar la noción de microcrédito de Inglada et al. (2015) ya que para este autor las microfinanzas aseguran una mejor calidad de vida en torno a un mayor ingreso para las familias. Según los datos previamente mostrados se indica que los clientes percibieron una mejora con respecto a servicios básicos (Inglada et al. 2015).

Dentro de la variable del nivel de ingresos para el negocio se puede percibir un aumento notable ya que antes 170 personas tenían un nivel de ingresos óptimos, mientras que después del microcrédito 240 personas percibieron que consiguieron un mejor nivel de ingresos para sus negocios. Según Lacalle (2000), el microcrédito tiene como principal función destinar dinero a sectores desplazados para que estos puedan generar actividades productivas, incrementar sus ingresos y salir de la pobreza. En base a esta definición y a los datos mencionados se puede concluir que el microcrédito es una herramienta que permitió que los clientes percibieran una mejora en el nivel de ingresos para sus negocios (Lacalle, 2000).

2.4.1.2 Niveles de ingreso óptimos para la vida de los clientes y ampliación del espacio de negocio

Gráfico 18. Niveles de ingreso óptimos para la vida de los clientes y ampliación del espacio de negocio antes y después del microcrédito 2015-2019



Fuente: Cooperativa de Ahorro y Crédito “Maquita Cushunchic”

Realización: Ángel Carvajal

Los niveles de ingresos para la vida de los clientes, la cual se desagrega del área de ingreso indica si es que los ingresos son suficientes para que los clientes puedan vivir apropiadamente sin caer en la pobreza. En este caso se percibe un aumento notable ya que existe un cambio entre el antes y después de los ingresos dado que antes 80 personas tenían un nivel de ingresos óptimos para su subsistencia; mientras que, después del microcrédito 220 personas percibieron que pudieron conseguir un mejor nivel de ingresos para sus hogares.

En relación a lo que argumenta Lacalle (2000) se puede confirmar que un mayor acceso a servicios financieros por parte de cooperativas conlleva una mayor satisfacción de necesidades y servicios básicos ya que como se expresó anteriormente 220 personas percibieron un mejor nivel de ingresos; por lo que, se concluye que el microcrédito es un medio que permite percibir una mejora en el nivel de ingresos de los hogares (Lacalle, 2000).

Por otro lado, se encuentra a la variable de ampliación de espacio del negocio de los clientes, la cual indica si los ingresos obtenidos después del microcrédito permitieron hacer arreglos en el local para ventas o servicios. Para esta variable se percibe una mejora entre el antes y después ya que antes 20 personas tenían un nivel de ingresos óptimos para ampliar su negocio; mientras que, después del microcrédito 230 personas percibieron que consiguieron un mejor nivel de ingresos para mejorar el espacio de sus negocios.

En este caso se apoya la noción de Inglada et al. (2015), la cual explica que la búsqueda del microcrédito en la calidad de vida se expresa a través de mejorar la capacidad de un negocio para mejorar la capacidad productiva; por lo tanto, a través de una percepción del crecimiento de 280 personas que después del microcrédito pudieron ampliar su negocio se concluye que esta herramienta incidió en la percepción de la calidad de vida de los clientes de la cooperativa; es decir, pudieron ampliar el espacio de sus negocios para ofrecer un mejor servicio (Inglada et al. 2015).

2.4.2 Percepción del nivel de acceso a salud de los clientes antes y después del microcrédito

El nivel de acceso a salud por parte de los clientes se compara en dos puntos distintos del tiempo. El primero es antes de que los clientes reciban el microcrédito y el otro es después que lo recibieron. Por medio de los resultados obtenidos por medio de la encuesta y 300 observaciones se observa que la media del ingreso para el acceso a salud de los clientes antes era 78 dólares; mientras que, ahora es de 77 dólares percibiendo una disminución en el acceso a salud.

Asimismo, el valor máximo antes del microcrédito fue de 320 dólares; sin embargo, después del microcrédito este fue de 300 dólares indicando una percepción negativa. A su vez, el valor que más se repite antes y después del microcrédito fue de 50 dólares, lo que expresa que no se percibió un cambio. Del mismo modo, la desviación estándar después del microcrédito fue de 52,74 dólares, lo que indica que se percibieron valores entre 24,26 y 129,74 dólares. De este modo, se concluye que no se percibió un cambio representativo para acceso a salud.

En relación con las microfinanzas y la calidad de vida Inglada et al. (2015) argumenta que el acceso a un microcrédito viene acompañado de un mayor ingreso para las familias, las cuales pueden destinarlo para acceso a servicios de salud; sin embargo, para la variable del nivel de acceso a salud se puede encontrar que los clientes no percibieron una mejora después del microcrédito (Inglada et al. 2015).

Ahora, para poder generar una conclusión más profunda en relación a la percepción o no de un cambio en el acceso a salud antes y después del microcrédito es necesario formular una prueba de hipótesis de dos muestras t pareada. Esto se genera por medio de una hipótesis nula y otra alternativa dado que se tiene que determinar si existe una diferencia notable en la percepción de ambos momentos en el tiempo. En este caso las hipótesis serían:

H₀: Percepción en el acceso a salud antes y después del microcrédito $\mu = 0$

H₁: Percepción en el acceso a salud antes y después del microcrédito $\mu \neq 0$

En este caso, la hipótesis nula representa que la percepción en la diferencia de acceso a salud antes y después del microcrédito es igual a cero; es decir, no existió un cambio en la percepción del acceso a salud en los dos escenarios; mientras que, la hipótesis alternativa explica que la percepción en la diferencia de acceso a salud antes y después del microcrédito no es igual a cero; es decir, ocupa un valor diferente de cero; por lo que, existió un cambio en la percepción del acceso a salud antes y después del microcrédito.

El valor P obtenido a partir de realizar la prueba de hipótesis de dos muestras t pareada indica el siguiente valor:

Valor P
0,081

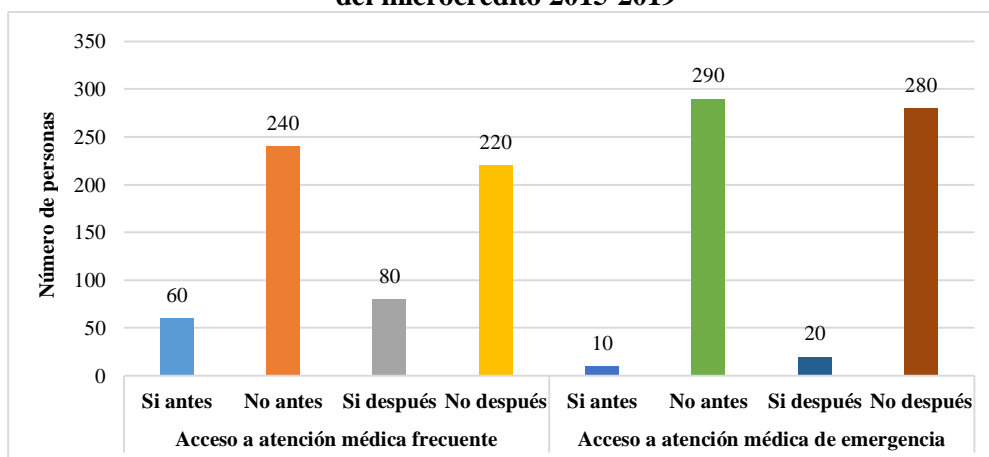
El valor P es de 0,081; es decir, tiene un valor mayor al 5%, lo cual indica que se acepta la hipótesis nula, la cual indica que la percepción de acceso a salud antes y después del microcrédito es igual. En base a esto, se puede determinar que no se dio una diferencia notable en la percepción de los dos escenarios; es decir, no hubo un cambio positivo en su totalidad para la percepción del nivel de acceso a la salud.

Esto tiene relación con que no necesariamente las personas al percibir un mayor ingreso van a invertirlo estrictamente en salud, sino que van a diversificar sus ingresos; de esta manera, pueden destinar sus ingresos percibidos a otras áreas dejando la del acceso a la salud casi igual que antes. Según Mallarino (2004), la calidad de vida indica un crecimiento en ingresos disponibles y un mayor acceso a servicios sociales que aseguren una disminución de vulnerabilidad; sin embargo, en base a lo mencionado anteriormente se puede inferir que los clientes de la cooperativa no destinan sus ingresos percibidos a un mayor acceso a salud sino más bien a otro tipo de áreas (Mallarino, 2004).

A continuación, se ha desagregado dentro del área de análisis correspondiente al nivel de acceso a salud variables o apartados que permiten identificar de mejor manera si es que se percibió una mejora después del microcrédito. El área de salud se divide en: acceso a atención médica frecuente, de emergencia, acceso a exámenes rutinarios y acceso a medicamentos.

2.4.2.1 Acceso a atención médica frecuente y de emergencia de los clientes

Gráfico 19. Acceso a atención médica frecuente y de emergencia de los clientes antes y después del microcrédito 2015-2019



Fuente: Cooperativa de Ahorro y Crédito “Maquita Cushunchic”

Realización: Ángel Carvajal

Según Inglada et al. (2015), las microfinanzas son un importante generador de calidad de vida ya que aportan con el aumento del ingreso de las familias para que estas puedan acceder a servicios de salud. Bajo esta concepción, se puede empezar a analizar la atención médica privada frecuente de los clientes. Esta variable se desagrega del área de salud e indica si el microcrédito generó que los clientes de la cooperativa perciban el ingreso suficiente para atenderse con un doctor privado. En esta variable, se percibe un aumento mínimo ya que para el antes y después de la atención médica frecuente se tiene a 60 y 80 clientes respectivamente (Inglada et al. 2015).

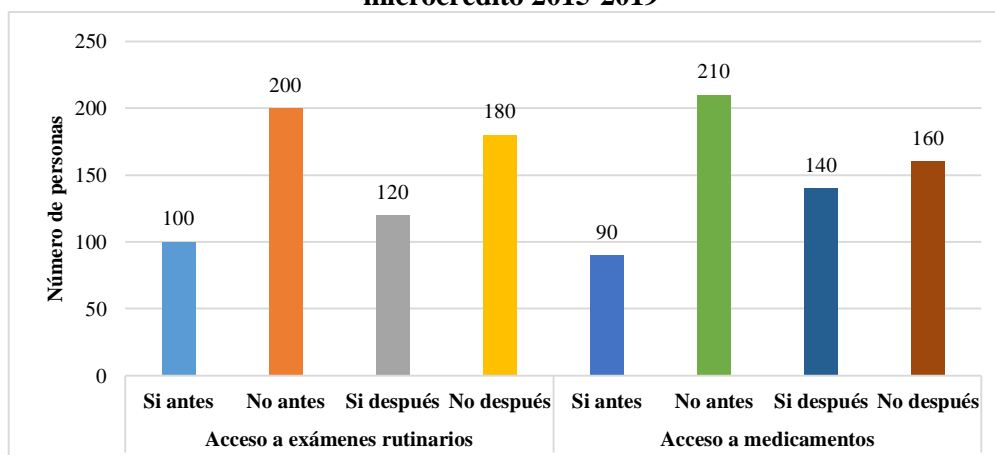
En base a esto se puede decir que la proporción de clientes que pudieron acceder a una atención médica privada frecuente es mínima. A su vez, se puede encontrar que el nivel de clientes que no accedieron a una atención privada tiene un valor muy alto; por lo que, a través de la noción de Inglada et al. (2015), se puede concluir que el microcrédito no generó una percepción de mejora en la calidad de vida para el área de salud junto con el acceso a atención médica privada frecuente (Inglada et al. 2015).

Para la atención médica de emergencia de los clientes, la cual indica si el microcrédito representó que estos perciban el ingreso suficiente para atenderse a un hospital en casos de emergencia. Se puede ver que antes del microcrédito el número de clientes que percibían un servicio de emergencia era de 10; mientras que, después del microcrédito solo se encuentra a 20 clientes beneficiados.

Los datos mencionados anteriormente en oposición con la definición de Inglada et al. (2015) permiten inferir que el microcrédito no logro que se perciba una mejora en el área de salud relacionada a la atención médica de emergencia. Esto se da debido a que existen un gran número de clientes que no pudieron percibir un acceso a servicios de salud (Inglada et al. 2015).

2.4.2.2 Acceso a exámenes rutinarios y medicamentos de los clientes

Gráfico 20. Acceso a exámenes rutinarios y medicamentos de los clientes antes y después del microcrédito 2015-2019



Fuente: Cooperativa de Ahorro y Crédito “Maquita Cushunchic”

Realización: Ángel Carvajal

La visión de Mallarino (2004), describe a la calidad de vida como el resultado final de una mejora en el área de salud con una mayor posibilidad de satisfacción de necesidades y una disminución de vulnerabilidad para las personas. A raíz de esta concepción, se estudia la variable de exámenes rutinarios de los clientes, la cual indica si el microcrédito generó una percepción de mejora en el acceso a exámenes rutinarios para medir niveles de salud. En este caso, se puede ver un aumento mínimo en la percepción ya que el antes y después de los exámenes rutinarios indica a 100 y 120 clientes beneficiados respectivamente (Mallarino, 2004).

Por lo que, se infiere que la visión de Mallarino si aplica para este análisis ya que existió una pequeña proporción de clientes que percibieron una mejora en su situación después del microcrédito; sin embargo, se puede constatar que el nivel de clientes que no percibieron un acceso a exámenes rutinarios sigue siendo grande en comparación con las que si accedieron. En base a esto, se concluye que el microcrédito no incidió en la percepción dentro del área acceso a exámenes rutinarios (Mallarino, 2004).

A su vez, se observa la variable de acceso a medicamentos de los clientes, la cual indica si el microcrédito permitió que los clientes de la cooperativa percibieran un acceso a medicamentos para poder resolver problemas graves de salud. En este caso, se indicó que hubo un aumento notable en la percepción ya que entre el antes y después del acceso a medicamentos se encuentra a 50 clientes beneficiados; por lo que, se puede concluir que en base a la definición de Mallarino (2004) el microcrédito si incidió la percepción del acceso a medicamentos resultando en una mejora para la satisfacción de necesidades de salud (Mallarino, 2004).

2.4.3 Percepción del nivel de ventas para el negocio de los clientes antes y después del microcrédito

El nivel de ventas para el negocio de los clientes se compara en dos puntos distintos del tiempo. El primero es antes de que los clientes reciban el microcrédito y el otro es después de que lo recibieron. Haciendo uso de la encuesta realizada a 300 clientes se puede observar que la media del ingreso para el nivel de ventas antes era 463 dólares, mientras que, ahora es de 537,7 dólares permitiendo ver una percepción positiva con respecto al nivel de ventas para el negocio de los clientes.

De la misma manera, en el valor máximo puede encontrarse un cambio en la percepción ya que antes del microcrédito los niveles de ventas de los clientes representaban 1.650 dólares; sin embargo, después del microcrédito estos valores representan 3.220 dólares demostrando que hubo un aumento visible en la percepción del nivel de ventas del negocio; asimismo, el valor que más se repite dentro de los 300 clientes antes del microcrédito es de 380 dólares; mientras que, son 400 dólares después de acceder a un microcrédito, lo que expresa si se percibió un cambio. A su vez, la desviación estándar después del microcrédito fue de 366,6 dólares, lo que indica que se percibieron valores entre 171,11 y 904,3 dólares. De este modo, se concluye que se percibió un cambio representativo para el nivel de ventas.

Se considera la concepción de Inglada et al. (2015), la cual asegura que la calidad de vida generada por un microcrédito permite mejorar emprendimientos con un mayor acceso a maquinarias o insumos para ampliar la capacidad productiva del negocio. En base a los datos mostrados anteriormente, se puede inferir que el nivel de ventas para el negocio de los clientes percibió una mejora después del acceso a un microcrédito (Inglada et al. 2015).

A pesar de esto, para concluir si existió un cambio en la percepción del nivel de ventas para el negocio de los clientes antes y después del microcrédito se ve necesario formular una prueba de hipótesis de dos muestras t pareada. Esto se genera por medio de una hipótesis nula y otra alternativa, ya que, se tiene que determinar si existe una diferencia notable en la percepción de ambos momentos en el tiempo. Las hipótesis serían:

H_0 : Percepción en el nivel de ventas antes y después del microcrédito $\mu = 0$

H_1 : Percepción en el nivel de ventas antes y después del microcrédito $\mu \neq 0$

En este caso, la hipótesis nula indica que la percepción en la diferencia del nivel de ventas antes y después del microcrédito es igual a cero; es decir, no existió un cambio en la percepción del nivel de ventas en los dos escenarios; mientras que, la hipótesis alternativa explica que la percepción en la diferencia del nivel de ventas antes y después del microcrédito no es igual a cero; es decir, ocupa un valor diferente de cero; por lo que, existió un cambio en la percepción del nivel de ventas para el negocio de los clientes.

El valor P obtenido a partir de realizar la prueba de hipótesis de dos muestras t pareada indica el siguiente valor:

Valor P
0,000

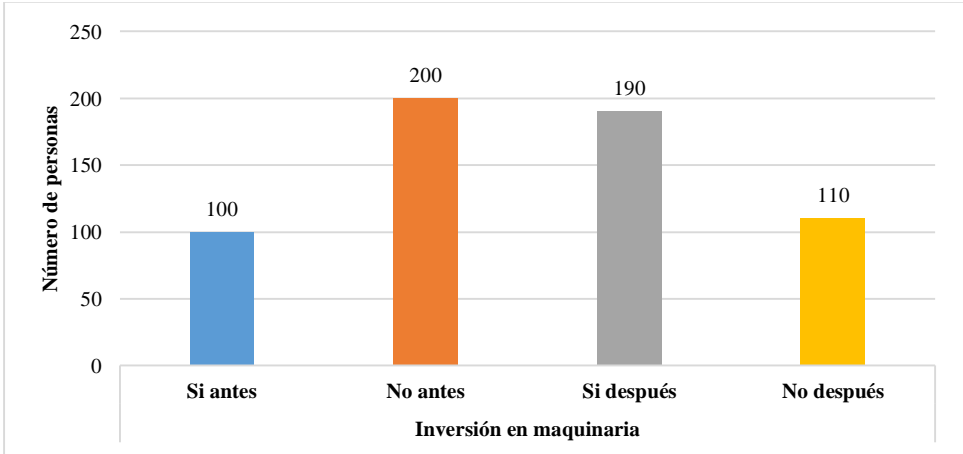
El valor P es de 0,000; es decir, tiene un valor menor al 5%, lo cual indica que se rechaza la hipótesis nula de que la percepción en la diferencia de ingresos antes y después del microcrédito son iguales; por lo que, se puede determinar que, existió una diferencia notable; es decir, hubo un cambio positivo en la percepción para el total del nivel de ventas.

Según Inglada et al. (2015), las microfinanzas buscan principalmente garantizar una mejora en la calidad de vida por medio del aumento en el ingreso de las familias. En base a los datos mencionados, se puede inferir que el microcrédito generó una percepción positiva en el ingreso de las familias ya que el ingreso del nivel de ventas de sus negocios se vio aumentado después del microcrédito (Inglada et al. 2015).

A continuación, se ha desagregado dentro del área de análisis correspondiente al nivel de ventas en variables o apartados que permiten identificar de mejor manera si es que se logró percepción de mejora después del microcrédito. El área de ventas se divide en: inversión de maquinaria, desempeño en ventas y contratación de empleados, nuevas líneas para la ampliación y mejora de la imagen del negocio.

2.4.3.1 Inversión en maquinaria para el negocio de los clientes

Gráfico 21. Inversión en maquinaria para el negocio de los clientes antes y después del microcrédito 2015-2019



Fuente: Cooperativa de Ahorro y Crédito “Maquita Cushunchic”

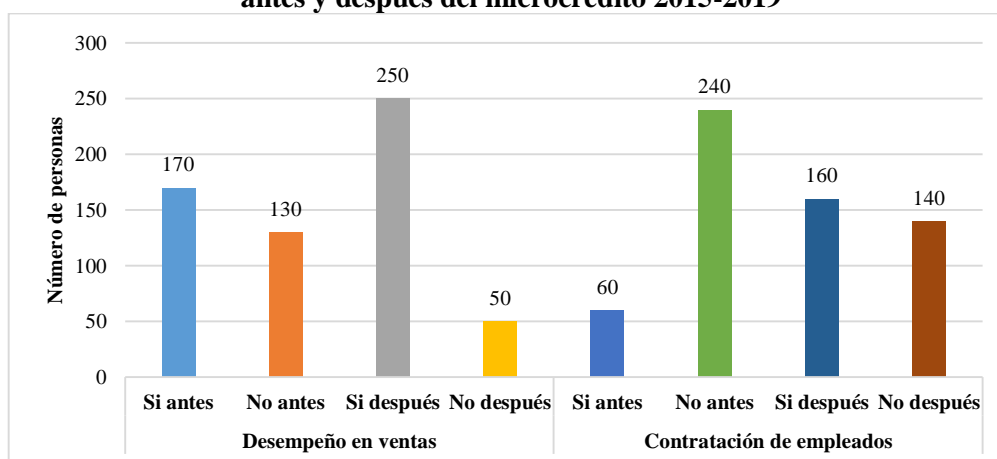
Realización: Ángel Carvajal

La variable de la inversión en maquinaria para el negocio de los clientes indica si el microcrédito generó que clientes de la cooperativa percibieran el poder invertir en maquinaria para la mejora de su negocio. Para esta variable, se puede ver que antes del microcrédito 100 clientes podían invertir en maquinaria; sin embargo, después del microcrédito 190 clientes pudieron acceder a una inversión para sus negocios. Por lo que, se puede apreciar una percepción positiva dentro del negocio de los clientes.

Gutiérrez Nieto (2006) argumenta que el microcrédito es un mecanismo eficaz ya que permite el desarrollo de préstamos para mejorar actividades de emprendimientos para poder salir de la pobreza. En base a esta visión y a la variación positiva mostrada se puede concluir que el microcrédito incidió en la percepción del área de inversión en maquinaria para el negocio de los clientes de la cooperativa (Gutiérrez Nieto, 2006).

2.4.3.2 Desempeño en ventas y contratación de empleados para el negocio de los clientes

Gráfico 22. Desempeño en ventas y contratación de empleados para el negocio de los clientes antes y después del microcrédito 2015-2019



Fuente: Cooperativa de Ahorro y Crédito “Maquita Cushunchic”

Realización: Ángel Carvajal

El desempeño en ventas para el negocio de los clientes indica si el microcrédito representó que los clientes de la cooperativa perciban un mayor número de ventas después de acceder a un microcrédito para invertir en maquinaria o en insumos. En este caso, se pudo ver una variación positiva ya que antes del microcrédito 170 clientes percibieron un mayor desempeño en ventas; mientras que, después de acceder a un microcrédito 250 clientes percibieron mejorar en sus ventas e ingresos.

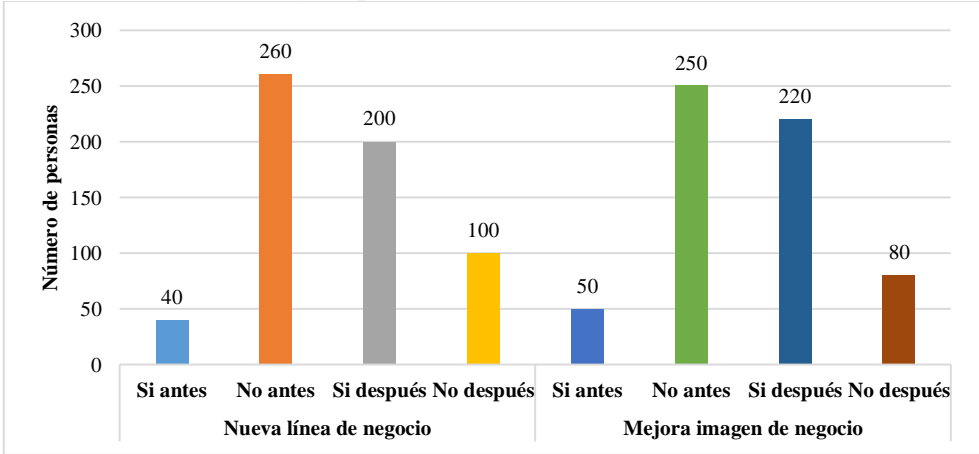
Según Castillo (2008), la principal diferencia entre un pobre emprendedor y un pobre normal es que este último no tiene los insumos para invertir en procesos que generen la capacidad para aumentar la productividad e ingresos. En relación con esta visión se puede decir que dentro de los 300 clientes encuestados existió una percepción de mejora en el desempeño de ventas de sus negocios. Esto se generó dado que tenían los insumos para la inversión, los cuales fueron conseguidos después de acceder a un microcrédito; por lo que, se puede concluir que el microcrédito incidió en la percepción del área del desempeño en ventas para el negocio de los clientes (Castillo, 2008).

De la misma manera, se analiza la variable de la contratación de los empleados, la cual indica si el microcrédito permitió que los clientes de la cooperativa percibieran suficientes ingresos para contratar más empleados y mejorar la producción de su negocio. Para esta variable, se puede ver una percepción positiva dado que antes del microcrédito solo 60 clientes podían permitirse contratar más empleados; sin embargo, después del microcrédito, 160 clientes pudieron percibir la generación de un proceso de contratación y mejorar la producción de sus negocios.

Lo mencionado anteriormente va relacionado con la visión de Lacalle (2000) ya que este autor sostiene que un mayor acceso a servicios financieros es un camino para generar un aumento en niveles de producción y plazas de empleo. En base a la definición explicada y a los datos representados se puede inferir que al percibir mayores recursos financieros los clientes pueden mejorar sus niveles de producción, distribución y venta aumentando puestos de trabajo; por lo tanto, se puede concluir que el microcrédito si incidió en la percepción dentro del área de contratación de empleados (Lacalle, 2000).

2.4.3.3 Nuevas líneas para la ampliación y mejora de la imagen del negocio de los clientes

Gráfico 23. Nuevas líneas para la ampliación y mejora de la imagen del negocio de los clientes antes y después del microcrédito 2015-2019



Fuente: Cooperativa de Ahorro y Crédito “Maquita Cushunchic”

Realización: Ángel Carvajal

Las nuevas líneas de negocio indican si el microcrédito implicó que los clientes de la cooperativa perciban suficientes ingresos para ser capaces de construir nuevas líneas de negocio a través de mejores productos o servicios. En esta variable, se puede ver una variación positiva ya que antes del microcrédito solamente 40 clientes podían permitirse invertir en nuevos productos o servicios; mientras que, después del microcrédito se encontró a 200 clientes que percibieron una generación de mejoras a través de productos y servicios.

En este ámbito Gutiérrez Nieto (2006) argumenta que el microcrédito representa una nueva dirección en la ayuda de la mejora de la calidad de vida ya que genera los instrumentos para que emprendimientos puedan mejorar sus actividades productivas. En base a los números relacionados a la variable de las nuevas líneas de negocio se puede inferir que a través del microcrédito los clientes pudieron conseguir un instrumento que les permitió mejorar su desempeño productivo. Esto se dio a través de nuevos

productos y servicios; por lo que, se puede concluir que el microcrédito si incidió en la mejora de la percepción para el área de nuevas líneas de negocio para los emprendimientos de sus clientes (Gutiérrez Nieto, 2006).

Asimismo, se observa la variable de mejora de imagen del negocio. Esta variable indica si el microcrédito permitió que los clientes perciban suficientes ingresos para mejorar la presentación de su local a través de información esparcida a través de la ciudad, comercio o internet. En el caso de esta variable se puede observar una diferencia amplia entre la percepción del antes y el después ya que antes del microcrédito solo 50 clientes podían invertir en publicidad; mientras que, después del microcrédito 220 clientes tuvieron la capacidad de mejorar la imagen de su negocio.

En base a lo que señala Inglada et al. (2015) la calidad de vida implica una mejora en emprendimientos para conseguir un mejor alcance como negocio; por lo que, se puede concluir que después del microcrédito los clientes percibieron ingresos para invertir más en publicidad y así mejorar su presentación para el público; por lo que, se concluye que el microcrédito incidió en la percepción del área de mejora de la imagen de negocio de los clientes (Inglada et al. 2015).

2.4.4 Percepción del nivel de ingreso para vivienda de los clientes antes y después del microcrédito

El nivel de ingreso para vivienda de los clientes se compara en dos puntos distintos del tiempo. El primero es antes de que los clientes reciban el microcrédito y el otro es después de que lo recibieron. En base a la encuesta realizada a los 300 clientes de la muestra representativa se puede ver que la media del ingreso para la mejora de la vivienda de los clientes antes era 89,85 dólares; mientras que, ahora es de 87,06 permitiendo ver una percepción negativa en la mejora de la vivienda.

De igual manera, el valor máximo antes del microcrédito representaba un valor de 600 dólares; mientras que después del microcrédito fue de 540 dólares, lo que claramente refuerza la existencia de una percepción negativa. A su vez, el valor que más se repite para los 300 clientes antes del microcrédito es de 65 dólares; por otro lado, después del microcrédito este valor es de 60 dólares, lo que permite percibir una disminución. A su vez, la desviación estándar después del microcrédito fue de 95,37 dólares, lo que indica que se percibieron valores entre 0 y 182,43 dólares. De este modo, se concluye que no se percibió un cambio representativo para el nivel de ingreso para la vivienda.

Según Gutiérrez Nieto (2006), el microcrédito incide en la reducción de la pobreza y en la construcción de necesidades de las personas; es decir, les permite poder vivir de una manera digna; sin embargo, con los datos mencionados anteriormente se puede llegar a observar que no se ha percibido un cambio en el nivel de ingreso para la vivienda después del microcrédito (Gutiérrez Nieto, 2006).

Para poder concluir de una manera más profunda si existió un cambio en la percepción del nivel de ingreso para vivienda de los clientes antes y después del microcrédito es necesario formular una prueba de hipótesis de dos muestras t pareada. Esto se da por medio de una hipótesis nula y otra alternativa ya que se debe determinar si existe una diferencia notable en la percepción de ambos momentos en el tiempo. Las hipótesis serían:

H_0 : Percepción en nivel de ingreso de la vivienda antes y después del microcrédito $\mu = 0$

H_1 : Percepción en el nivel de ingreso de la vivienda antes y después del microcrédito $\mu \neq 0$

El valor P obtenido a partir de realizar la prueba de hipótesis de dos muestras t pareada indica el siguiente valor:

Valor P
0,061

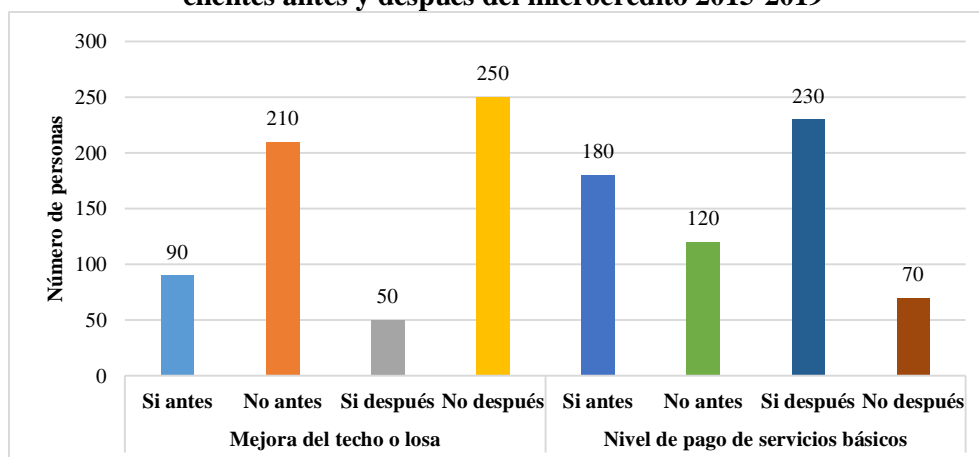
El valor P es 0,061; es decir, tiene un valor mayor al 5%, lo cual indica que se acepta la hipótesis nula de que la percepción en el nivel de ingreso para la vivienda antes y después del microcrédito son iguales; por lo que, se puede determinar que, no se dio una diferencia notable, es decir no se hubo una percepción positiva en su totalidad para el nivel de ingreso para la vivienda.

Los datos presentados anteriormente permiten alejarse un poco de la noción de Inglada et al. (2015) acerca del microcrédito ya que para este autor la calidad de vida siempre incluye una resolución de necesidades básicas, entre estas la vivienda; sin embargo, se puede ver que para esta área de análisis no hubo una percepción de cambio (Inglada et al. 2015).

A continuación, se ha desagregado dentro del área de análisis correspondiente al nivel de ingreso para la vivienda en apartados que permiten identificar de mejor manera si es que se logró una percepción de mejora después del microcrédito. El área de vivienda se divide en: mejora del techo o losa de la vivienda, nivel de pago de servicios básicos, acceso a televisión por cable y acceso a internet.

2.4.4.1 Mejora del techo o losa y nivel de pago de servicios básicos de la vivienda de los clientes

Gráfico 24. Mejora del techo o losa y nivel de pago de servicios básicos de la vivienda de los clientes antes y después del microcrédito 2015-2019



Fuente: Cooperativa de Ahorro y Crédito “Maquita Cushunchic”

Realización: Ángel Carvajal

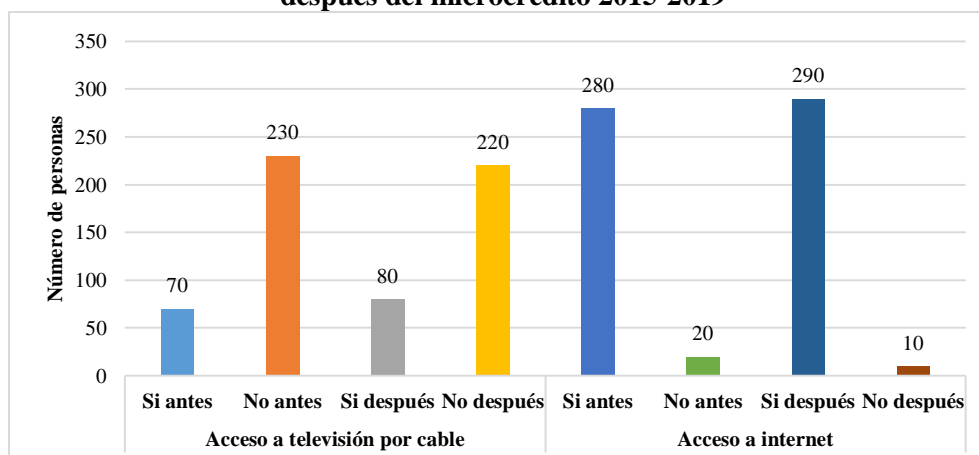
En el gráfico 24 se observa la mejora del techo o losa de la vivienda de los clientes, la cual indica si el microcrédito implicó que los clientes perciban suficientes ingresos para ser capaces de mejorar su vivienda, específicamente su techo o losa. Para esta variable, no se observa una percepción de cambio ya que entre el antes y después del crédito se encuentra a 40 clientes que no lograron mejorar el techo o losa de sus viviendas.

En el caso del pago de servicios básicos de la vivienda de los clientes se indica si el microcrédito generó que los clientes perciban suficientes ingresos para ser capaces de pagar servicios básicos como agua, luz y teléfono. En este caso, se puede ver una percepción de cambio positivo ya que entre el antes y después del pago de servicios básicos de la vivienda se encuentra a 50 clientes que lograron cubrir sus gastos.

Según Mallarino (2004), la calidad de vida es el proceso final de un aumento en aspectos ingresos disponibles y acceso a servicios sociales. Bajo esta definición se puede observar que en el caso de la variable de mejora de techo o losa de la vivienda el microcrédito no incidió, ya que los clientes no pudieron percibir una mejora de su vivienda con sus ingresos; sin embargo, para la variable del nivel de pago de servicios básicos si existió incidencia; es decir, por medio del microcrédito más clientes percibieron más ingresos para pagar los servicios básicos de sus viviendas; por lo que, se puede inferir que los clientes destinan sus ingresos a otras áreas como el pago de servicios básicos de la vivienda en lugar del arreglo del techo o losa (Mallarino, 2004).

2.4.4.2 Acceso a televisión por cable e internet para la vivienda de los clientes

Gráfico 25. Acceso a televisión por cable e internet para la vivienda de los clientes antes y después del microcrédito 2015-2019



Fuente: Cooperativa de Ahorro y Crédito “Maquita Cushunchic”

Realización: Ángel Carvajal

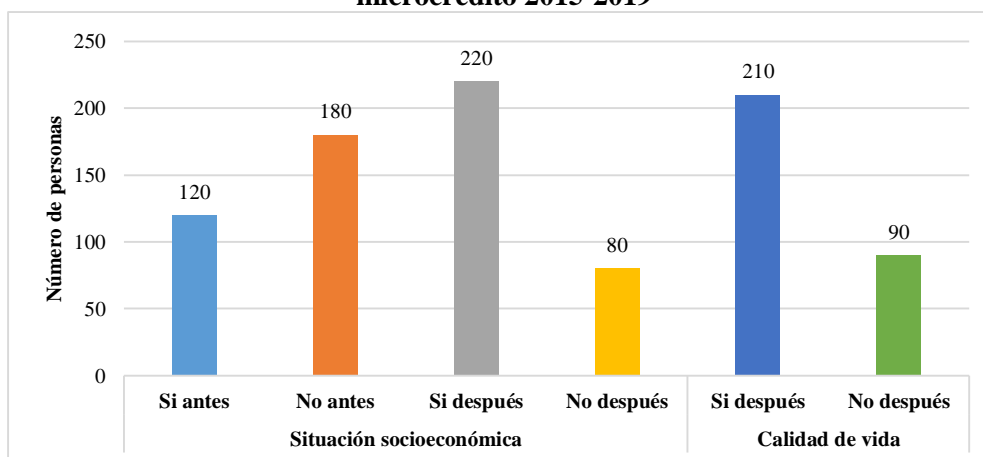
El acceso a televisión por cable para la vivienda de los clientes indica si el microcrédito hizo que los clientes de la cooperativa puedan percibir suficientes ingresos para ser capaces de poder acceder al servicio de televisión por cable. En este caso, se percibe un aumento ya que entre el antes y después del acceso a televisión por cable para la vivienda se encuentra a 10 clientes que lograron acceder a servicios de televisión por cable.

La variable del acceso a internet para la vivienda de los clientes de la cooperativa, la cual se desagrega del área de vivienda indica si el microcrédito implicó que los clientes de la cooperativa perciban suficientes ingresos para acceder a un servicio de internet. Para esta variable, se percibe un aumento ya que entre el antes y después del acceso a internet para la vivienda se encuentra a 10 clientes que lograron acceder a servicios de televisión por cable.

Para Mallarino (2004), la calidad de vida representa un cambio que permite una mejora en ámbitos tecnológicos para la vida de las personas. Para la variable de televisión por cable se puede ver en base a los datos que se percibió un cambio representativo; por lo que, para este apartado el microcrédito no incidió ni se percibió una mejora en la vida de los clientes; sin embargo, en la variable de acceso a internet si se puede notar una incidencia, ya que, hubo una percepción positiva en el número de clientes con acceso a internet. En esta variable el microcrédito si permitió una incidencia en la calidad de vida; por ende, se percibió una mejora en el acceso a la tecnología (Mallarino, 2004).

2.4.5 Situación socioeconómica y calidad de vida de los clientes

Gráfico 26. Situación socioeconómica y calidad de vida de los clientes antes y después del microcrédito 2015-2019



Fuente: Cooperativa de Ahorro y Crédito “Maquita Cushunchic”

Realización: Ángel Carvajal

En el caso de la percepción de la situación socioeconómica de los clientes antes y después del microcrédito se puede observar una clara diferencia. Por un lado, en la situación socioeconómica antes del microcrédito se puede ver 120 clientes percibían que su situación socioeconómica era desfavorable antes del acceso a un microcrédito; mientras que, 180 clientes consideraban que su situación socioeconómica no era desfavorable; sin embargo, es importante denotar que varios de los clientes subrayaron que a pesar de no tener una situación desfavorable se tenía una situación socioeconómica normal.

Con respecto a la percepción de la calidad de vida después del microcrédito se concluye que áreas como ingreso, salud, ventas y vivienda percibieron una mejora. Esto se da ya que 290 personas percibieron un cambio por medio de mayores ingresos para ampliar líneas de negocio, o invertir en nueva maquinaria; sin embargo, existen 90 personas, las cuales no percibieron una mejora en su calidad de vida. Esto se da por las áreas de salud y vivienda ya que anteriormente se pudo ver que no percibieron un aumento como las áreas de ingresos y ventas.

Inglada et al. (2015) define al microcrédito como el puente que permite acceder a una mejor calidad de vida generando una mejora en diferentes capacidades de las personas relacionadas a ingreso, salud, ventas y vivienda. En base a esta concepción, se concluye que por medio del microcrédito se percibió un cambio en la calidad de vida de los clientes de la cooperativa “Maquita Cushunchic” (Inglada et al. 2015).

A lo largo del capítulo abordado en relación a la incidencia del microcrédito en la percepción de la calidad de vida para los clientes de la cooperativa “Maquita Cushunchic” se puede obtener diferentes conclusiones. La primera de estas es referente al número de personas mujeres que accede al crédito. Este hecho va ligado con toda la investigación ya que desde que se analizó las diferentes cuentas del microcrédito se pudo ver que existe una proporción igual de mujeres y hombres; por lo que, se puede concluir que la cooperativa si está cumpliendo su objetivo principal, el cual es ayudar a las mujeres en situación de pobreza.

A su vez, se pudo ver que los clientes que más acceden al crédito son los que se encuentran casados; es decir, clientes con familias funcionales que pueden permitirse pagar las cuotas del microcrédito. De la misma, forma se pudo concluir que los clientes tienen estudios de bachillerato, lo cual permite ver que son personas que al no poder acceder a un trabajo normal buscan generar o mejorar sus emprendimientos. Así mismo, la actividad que tiene un mayor número de clientes es la de tienda ya que están buscando abastecerse de insumos o adquirir maquinaria para poder generar más productos.

Por medio de las pruebas de hipótesis se pudo ver que la incidencia del microcrédito se percibe solamente en dos áreas de la calidad de vida definida para esta investigación. Estas áreas corresponden a ingreso y ventas ya que con el uso de estadísticos de tendencia central se pudo confirmar que hubo una variación positiva entre la situación antes y después del microcrédito. Sin embargo, las áreas dentro de la calidad de vida que no percibieron un cambio sustancial fueron las de salud y vivienda. Esto se da ya que si un cliente percibe más ingresos no implica que los va a destinar enteramente a su salud o a su vivienda. Es por esto, que se aceptó la hipótesis nula que estipulaba que la percepción entre el antes y después del microcrédito para estas dos variables fue cercana a cero.

El siguiente resultado va relacionado con el apartado del pago de los servicios básicos para la vivienda ya que a pesar de que el microcrédito no tuvo una incidencia en la percepción del área de vivienda los clientes si pueden pagar los servicios básicos de sus hogares. Finalmente, el tercer resultado revela que a pesar que no existe una percepción de cambio en el área de vivienda para la calidad de vida la mayoría de encuestados tiene acceso a internet. Esto quizás se dé por el acceso fácil a diferentes planes de internet que permiten que la mayoría de los clientes tenga este servicio.

A su vez, se pudo constatar en base a las encuestas realizadas que el microcrédito si generó una percepción de mejora en la calidad de vida de las personas para las áreas de ingreso y ventas. A pesar de que no existió una percepción de cambio en salud y vivienda existe una mayor proporción de clientes que percibió que su situación socioeconómica mejoro después del microcrédito. Por lo que, se concluye que si hubo una mejora en la percepción de la calidad de vida para los clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Maquita Cushunchic”.

Conclusiones

La evolución de las colocaciones de microcrédito dentro de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Maquita Cushunchic” se vio representada por el monto de crédito que se otorgó a la microempresa. Dentro de esta variable se pudo ver que el monto de crédito destinado al microcrédito para el período de tiempo estudiado es de aproximadamente 46,28%; es decir, la microempresa comprendió casi la mitad de la cartera de crédito de la cooperativa.

Dentro de las colocaciones de la microempresa se observó la división de su cartera de microcrédito otorgado por género. Se observó que, del total de microcrédito, un 53,18% es asignado a hombres; mientras que, el 46,82% se lo destina a mujeres; a raíz de esto, se percibió que los hombres son los que participaron más en la cartera de microcrédito; sin embargo, la proporción de mujeres y su participación crediticia representó una gran parte de los microcréditos otorgados.

De la misma forma, en las colocaciones que la microempresa distribuyó a sus diferentes productos se encontró que se asignó el 49,90% y el 38,35% al sector del comercio y consumo respectivamente; es decir, la cartera de microcrédito se destinó principalmente a actividades relacionadas con tiendas de consumo diario y personal a través de la venta de víveres para la familia junto con ropa y calzado.

La percepción de los socios implicó la caracterización del perfil de estos mediante una encuesta cerrada; sin embargo, las limitaciones metodológicas encontradas en este punto fueron la falta de un análisis más profundo para un mayor número de años; por ende, se encontró una incapacidad para desarrollar conclusiones causales para los resultados obtenidos; a pesar de esto, se trabajó a partir de la percepción de los clientes respecto a cambios experimentados en su calidad de vida.

Los resultados mostraron que el perfil de los clientes que accedieron a un microcrédito dentro del periodo de tiempo estudiado correspondió en su mayoría a un cliente con una edad promedio de 42 años. A su vez, de género femenino, casada/o, cuyo monto de microcrédito corresponde a 6.250 dólares para destinarlo a una inversión en insumos o maquinaria a un plazo de 2 a 3 años con garantía personal.

En lo que respecta a un cambio percibido en su calidad de vida, se encontró que los clientes experimentaron un cambio positivo para la variable de ingreso. Esto se dio gracias a que los clientes sintieron una mejora en el pago de sus servicios básicos, niveles de ingreso óptimo para sus negocios y vidas junto con una mejora para ampliación del negocio; es decir, el microcrédito les hizo percibir una mayor ganancia en sus ingresos mensuales para pagar sus servicios básicos, no caer en la pobreza y mejorar el espacio sus negocios.

De la misma forma, se observó que los clientes no sintieron un cambio positivo para la variable de salud; es decir, no percibieron una mejora en el acceso a atención médica, exámenes y medicamentos. Esto se dio a raíz de que el microcrédito no les hizo experimentar una mayor ganancia en sus ingresos mensuales para acceder a más atenciones médicas, exámenes o medicamentos.

Por otro lado, los clientes si experimentaron un cambio positivo para la variable de ventas. Esto se genera ya que tuvieron una mejora en inversión de maquinaria, desempeño, contratación y creación de nuevas líneas e imagen para el negocio; es decir, a raíz del microcrédito percibieron una mayor ganancia en el desempeño de sus ventas mensuales para invertir en maquinaria mejorando el negocio. A su vez, pudieron contratar más empleados para mejorar el desempeño productivo del negocio junto con la creación de nuevas líneas y más publicidad para mejorar la imagen de sus negocios.

Sin embargo, los clientes no vivieron un cambio positivo para la variable de vivienda debido a que no experimentaron una mejora en el techo o losa de su vivienda, pago de servicios básicos y acceso a televisión por cable e internet; es decir, a raíz del microcrédito no percibieron una mayor ganancia en sus ingresos para mejorar el interior de su vivienda y para acceder a televisión pagada; sin embargo, esto no implica que no podían pagar sus facturas de servicios básicos o de acceso a internet ya que simplemente no sintieron un cambio representativo en estos aspectos.

En base al estudio sobre la calidad de vida que los clientes percibieron mediante su situación antes y después del microcrédito por medio de una encuesta cerrada se pudo llegar al siguiente resultado. El resultado final fue que el microcrédito si permitió percibir un cambio en áreas como ingreso y ventas; es decir, los socios experimentaron una mejora en lo que respecta a pago de servicios básicos, desempeño en ventas, mejora de ingresos, imagen, maquinaria y espacio de negocio. Esto indica que por medio del microcrédito generado percibieron un mayor acceso a insumos con el fin de mejorar la producción de su negocio.

En el caso de la salud no se percibió un cambio representativo dado que los ingresos percibidos por el microcrédito no se destinaron a medicamentos, exámenes o citas médicas privadas. De igual manera, para la vivienda los clientes no percibieron un cambio a partir del microcrédito; por ende, no se dio una mejora de techo, losa o acceso a televisión para la vivienda.

Finalmente, se observó que el acceso a un microcrédito permitió que un amplio número de socios percibieran una mejora en su situación socioeconómica; por lo que, se puede denotar que el microcrédito genera una percepción de cambio en la calidad de vida de las personas.

Recomendaciones

El sector cooperativo se ha consolidado como uno de los más influyentes en los últimos años. Esto se puede ver dada la evolución del volumen de crédito que ha tenido a lo largo de la historia. Por lo tanto, se recomienda que el sistema financiero nacional de apertura a más cooperativas ya que todavía existen segmentos de la población que continúan viviendo en contextos vulnerables; por ende, un mayor acceso a créditos podría generar una percepción positiva en la calidad de vida de las personas.

La presente investigación aborda el enfoque de microcrédito dentro de una cooperativa; sin embargo, este estudio podría extenderse a más cooperativas en diferentes regiones del país para un período de tiempo más extenso; de esta forma, se alcanzaría un nivel de análisis más profundo en relación a la incidencia del microcrédito. Por lo que, se recomienda que con la ayuda de entidades como el Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria (IEPS) y la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS) se realicen estudios a nivel país de observar la incidencia del microcrédito en la percepción de la calidad de vida de los clientes de varias cooperativas dentro del contexto ecuatoriano.

La presente investigación evidenció la incidencia del microcrédito en la percepción de la calidad de vida; sin embargo, esta se vio limitada por la falta de análisis para un mayor número de años; por ende, se recomienda que a través de estudios complementarios se realice un estudio de impacto que involucre varios años; de esta forma, se podría emplear herramientas econométricas para obtener conclusiones causales en relación a la situación socioeconómica de las personas.

El concepto relacionado a la calidad de vida se estudió a través de variables como: ingreso, salud, ventas y vivienda; sin embargo, en un futuro se podría trabajar con un mayor número de variables de acuerdo al objetivo de la investigación; de esta manera, se podría profundizar acerca de las implicaciones del microcrédito en la percepción de la calidad de vida de las personas a través de diversos enfoques.

En base a la encuesta realizada a los clientes se descubrió que la mayor cantidad de microcrédito se destina a la compra de insumos o maquinarias. Por lo tanto, se recomienda que, la cooperativa a través de convenios con proveedores externos permita que los clientes accedan a estos insumos a un precio más accesible.

En base a los resultados obtenidos para variables como: ingreso, ventas, salud y vivienda se recomienda que la cooperativa cree planes de apoyo por medio de asesores de crédito. En base a esto, la cooperativa podría a partir de estrategias generar que los clientes destinen sus excedentes a una mejora en su salud o vivienda; de esta manera, se podría apreciar una mejora en la percepción de su calidad de vida.

Referencias Bibliográficas

Albarracín, V. (2018). Modelo de Gestión. Cooperativa de Ahorro y Crédito “Maquita Cushunchic”. Recuperado de: <http://portal.uasb.edu.ec/UserFiles/385/File/GDPE-Veronica%20Albarracin.pdf>

Asobanca (2018). *Análisis sobre el sector de cooperativas de ahorro y crédito en el Ecuador*. Recuperado de: <https://www.aciamericas.coop/IMG/pdf/informe-sobre-cooperativas-de-ahorro-y-credito-07.05.2018.pdf>

Asobanca (2018). *Evolución de las cooperativas financieras ecuatorianas noviembre 2018*. Recuperado de: <https://asobanca.org.ec/publicaciones/evolucion-de-las-cooperativas/evolucion-de-las-cooperativas-noviembre-2018>

Asobanca (2019). *Evolución de las cooperativas financieras ecuatorianas noviembre 2019*. Recuperado de: <https://www.asobanca.org.ec/publicaciones/evolucion-de-las-cooperativas/evolucion-de-las-cooperativas-noviembre-2019>

Asobanca. (2019). DataLab Asobanca. Quito, Ecuador. Recuperado de: <https://datalab.asobanca.org.ec/datalab/resources/site/index.html?QlikTicket=RBRRv zR7zGWXI0H#>

Asobanca (2019). *Informe técnico Bancos vs Cooperativas*. Recuperado de: <https://www.asobanca.org.ec/publicaciones/estudios-especiales/informe-tecnico-bancos-vs-cooperativas>

Art. 66. Ley de Cooperativas, Codificación, Quito, Ecuador, 29 de agosto del 2001. Recuperado de: https://www.inclusion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/LEY_DE_COOPERATIVAS.pdf

Ayala Mora, E. (1982): *Lucha política y origen de los partidos políticos en el Ecuador*, Corporación Editora Nacional, 2ª Edición, Quito (Ecuador).

Banco Central del Ecuador (2018). *Boletín Monetario Semanal*. Recuperado de: <https://contenido.bce.fin.ec/home1/estadisticas/bolsemanal/IndiceBMS.html>

Barea, J. (1990). Concepto y agentes de la Economía Social, *CIRIEC-España*, (pp. 109-117).

Barone, F. M., Sader, E. (2008). Acesso ao crédito no Brasil: evolução e perspectivas. *Revista de Administração Pública*, 42(6), 1249-1267. DOI: [org/10.1590/S0034-76122008000600012](https://doi.org/10.1590/S0034-76122008000600012).

Bastidas Delgado, O., Richer, M. (2001). Economía social y economía solidaria: Intento de definición, *CAYAPA- Revista Venezolana de Economía Social*. 1(1), (pp. 1-27).

Campos, J. L. (2003). El cooperativismo en la historia de la literatura económica. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, núm. 44, abril. Centre International de Recherches et d'Information sur l'Economie Publique, Sociale et Coopérative. Valencia, Organismo Internacional.

Castillo, M., Alberto, D. (2008). El microcrédito como instrumento para el alivio de la pobreza: Ventajas y limitaciones. Cuadernos de Desarrollo Rural, vol. 5, núm. 61, pp. 93-110 Pontificia Universidad Javeriana Bogotá, Colombia. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/117/11713138004.pdf>

CLACSO. (2009). Economía Social. D, Gordon, *Pobreza: Un glosario internacional* (109-142). Buenos Aires: CLACSO-CORP.

Chiriboga, M. (1980): Jornaleros y Gran Propietarios en 135 años de explotación cacaotera: 1790 1925, CIESE - Consejo Provincial de Pichincha, Quito (Ecuador).

Chowdhury, H. R. (2016). Joint-liability in microcredit: evidence from Bangladesh. *Atlantic Economic Journal*, 44(1), 105-129. DOI: 10.1007/s11293-016-9490-x.

Coraggio, J.L. (2009). Los caminos de la economía social y solidaria. *Íconos*, (pp. 29-38).

Coraggio, J.L., Arancibia, M.I., Deux, M.V. (2010). *Guía para el Mapeo y Relevamiento de la Economía Popular y Solidaria en Latinoamérica y Caribe*. Recuperado de: http://base.socioeco.org/docs/gu_a_para_mapeo_y_relevamiento_eps_en_lac.pdf

Coraggio, J.L. (2011). La Economía Social como vía para otro desarrollo social. M.R, Nadesha, *Economía Social y Solidaria* (pp. 43-68). Quito: Abya-Yala.

Coraggio, J.L. (2011). La Economía Popular y Solidaria en el Ecuador. M.R, Nadesha, *Economía Social y Solidaria* (pp. 327-343). Quito: Abya-Yala.

Coraggio, J.L. (2012). “La economía popular solidaria en el Ecuador”. *Revista Cooperativismo y desarrollo*, Número 100, Universidad Cooperativa de Colombia, p. 272-280. Recuperado de: [https://coraggioeconomia.org/jlc/archivos%20para%20descargar/La economía popular solidaria en el Ecuador.pdf](https://coraggioeconomia.org/jlc/archivos%20para%20descargar/La%20economia%20popular%20solidaria%20en%20el%20Ecuador.pdf)

Coraggio, J.L. (2013). La Economía Social y Solidaria ante la Pobreza, *Voces en el Fénix*. 4(2), (pp. 116-123).

Coraggio, J.L. (2015). Economía Popular y Economía Solidaria en América Latina. I Congreso de Pensamiento Económico Latinoamericano. Recuperado de: <https://www.coraggioeconomia.org/jlc/archivos%20para%20descargar/exposicion%20panel%20coraggio%20bis.pdf>

Coraggio, J.L. (2018). Potencia la Economía Popular Solidaria: una respuesta al neoliberalismo. *Revista Otra Economía*. Recuperado de: <https://www.coraggioeconomia.org/jlc/archivos%20para%20descargar/POTENCIAR%20LA%20EPS%20CORAGGIO%20REVISTA%20OE.pdf>

Cuasquer, H., Maldonado, R. (2011). Microfinanzas y microcrédito en Latinoamérica Estudios de caso: Colombia, Ecuador, El Salvador, México y Paraguay. México: CEMLA. Recuperado de: <http://www.cemla.org/PDF/discusion/DDI-2011-03-02.pdf>

Da Ros, G. (2007). El movimiento cooperativo en el Ecuador. Visión histórica, situación actual y perspectivas. CIRIEC-España, *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (57),249-284. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/174/17405710.pdf>

Fairley, J. (1998), "New Strategies for Microenterprise Development: Innovation, Integration, and the Trickle Up Approach," *Journal of International Affairs*, Vol. 52, Issue 1

Flores, R. M. (2007). Origen, caracterización y evolución del sistema de microcréditos desarrollado por el Grameen Bank en Bangladesh. *Revista de Economía Mundial*, (16), 107-126.

Guerra, P. (2004). Economía de la Solidaridad: Consolidación de un concepto a veinte años de sus primeras elaboraciones, *Oikos*. (pp. 1-11).

Guerra, P. (2006). La Economía de la Solidaridad, *Acción Cultural Cristiana*. (pp. 27-32).

Gulli, H. (1999). Las micro finanzas y la pobreza: aspectos principales, *Microfinanzas y Pobreza* (pp. 1-6). Washington: Banco Interamericano de Desarrollo.

Gutiérrez Nieto, B. (2006). El microcrédito: dos escuelas teóricas y su influencia en las estrategias de lucha contra la pobreza. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, núm. 54, (pp. 167- 186). Centre International de Recherches et d'Information sur l'Economie Publique, Sociale et Coopérative Valencia, Organismo Internacional.

INEC. (2015). *Metodología de la Encuesta de Condiciones de Vida ECV*. Recuperado de: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/ECV/ECV_2015/documentos/Metodologia/Documento%20Metodologico%20ECV%206R.pdf.

Inglada-Galiana, M. E., Sastre-Centeno, J. M., De Miguel-Bilbao, M. C. (2015). Importancia de los microcréditos como instrumento de financiación en el desarrollo social. *Revista Científica Guillermo de Ockham*, 13 (2), 89-100.

Lacalle, M. (2000). *CARACTERIZACIÓN Y UTILIDAD DE LOS CRÉDITOS PARA LA REDUCCIÓN DE LA POBREZA*. (Tesis). Universidad Autónoma de Madrid, Madrid.

Mallarino, C. (2004). Desarrollo social y bienestar. *Universitas Humanística*, vol. XXXI, núm. 58, (pp. 11-25). Pontificia Universidad Javeriana Bogotá, Colombia.

Martínez, A. (2006). Microcrédito y pobreza en Venezuela: casos de estudio. *Cuestiones contemporáneas*. Universidad Simón Bolívar. Recuperado de:<http://www.scielo.org.mx/pdf/rmcps/v48n198/0185-1918-rmcps-48-198-95.pdf>

Martínez, A. (2018). Efectos del microcrédito sobre las condiciones de vida de la población vulnerable del municipio de Sincelejo, Programa Sí Emprende. Fundación Universidad del Norte. Barranquilla, Colombia. Recuperado de: <http://manglar.uninorte.edu.co/bitstream/handle/10584/8747/138710.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

Maquita Cushunchic. (2015). Informe de Calificación de Riesgo. Quito, Ecuador. Recuperado de: <https://www.maquita.fin.ec/calificacion-de-riesgo/CoacMaquita-2015-ResumenEjecutivo.pdf>

MINISTERIO DE BIENESTAR SOCIAL - DIRECCIÓN NACIONAL DE COOPERATIVAS (DINACOOB), (2002): Proyecto Censo Cooperativo Nacional, Datos preliminares, Quito (Ecuador).

Newman, A., Schwarz, S., & Borgia, D. (2014). How does microfinance enhance entrepreneurial outcomes in emerging economies? The mediating mechanisms of psychological and social capital. *International Small Business Journal*, 32(2), 158-179. DOI: 10.1177/0266242613485611.

Palacios, J. (2004). Desarrollo Tecnológico en la Primera Revolución Industrial, *Norba Revista de Historia*. Vol. 17, (pp. 93-109).

Palomba, R. (2002). *Calidad de Vida: Conceptos y Medidas*. CELADE/División de Población: Santiago de Chile.

Pena, B. La medición del Bienestar Social: una revisión crítica *Estudios de Economía Aplicada*, vol. 27, núm. 2, agosto, 2009, pp. 299-324 Asociación Internacional de Economía Aplicada Valladolid, España

Peña, L. (2010). Derechos de Bienestar y Servicio Público en la Tradición Socialista, *Ética y Servicio Público*. (pp. 173-232).

Pérez de Mendiguren, J.C., Etxezarreta Etxarri, E., Guridi Aldanondo, L. (2008). ¿De qué hablamos cuando hablamos de Economía Social y Solidaria? Concepto y nociones afines, *Economía Crítica*, (pp. 1-26). Recuperado de: <http://www.caritasburgos.es/documentos/documentacion/12-Economía%20social%20y%20solidaria.pdf>.

Pinda, B. (2017). *LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA UN ESTUDIO EXPLORATORIO DE LA SITUACIÓN EN EL ECUADOR*. (Tesis). Universidad Regional Autónoma de Los Andes. Ecuador.

Pontífice León XIII. RERUM NOVARUM: Sobre la cuestión social. 15 de mayo de 1891. Recuperado de: <http://www.valledeloscaidos.es/files/documentos-sociales-pontificios-i.pdf>.

Resolución No. 140-201 S-F. (2015). Junta de Regulación Monetaria Financiera. Quito, Ecuador. 21 de abril del 2015. Recuperado de: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/resolucion140f.pdf>

Salas, C., Garzón, M. (2013). La noción de calidad de vida y su medición. *CES Salud Pública*. Vol. 4, N°. 1, 2013, (págs. 36-46). España. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4549356>

Sen, A. (2000). El desarrollo como libertad. *Gaceta Ecológica*, núm. 55, pp. 14- 20. Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales Distrito Federal México.

SEPS. (2017). *Boletines financieros*. Recuperado de: <http://www.seps.gob.ec/estadistica?boletin-financiero-sf-y-snf>

SEPS. (2018). Boletín SEPS 12. Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. Recuperado de: <https://www.seps.gob.ec/noticia?boletines-seps>

Silva, W. A. C., Fonseca, R. D. F., & Santos, A. D. O. (2016). Microbusiness development and quality of life of microentrepreneurs's families. *RAM. Revista de Administração Mackenzie*, 17(4), 176-200. WENDEL ALEX CASTRO SILVA.

Urzúa, A., Urizár, A. (2012). Calidad de vida: Una revisión teórica del concepto. *Terapia Psicológica*, Vol. 30, N° 1, 61-71, Sociedad Chilena de Psicología Clínica. Recuperado de: https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-48082012000100006

Valenzuela, I. (2011). Profundidad de alcance en un contexto de comercialización de las microfinanzas en el Perú. *Economía* Vol. XXXIV, N° 68, pp. 33-63.

Yunus, M. (1998): *Hacia un mundo sin pobreza*, Editorial Andrés Bello, Barcelona.

Anexos

Anexo A

Encuesta realizada a clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Maquita Cushunchic”

Ejercicio práctico de encuesta aplicada en el caso de una Cooperativa de Ahorro y Crédito

Instrucciones: Lea detenidamente las preguntas y conteste con sinceridad. Marque con una X la opción que elija.

Edad:

Género: M () F ()

Estado Civil: Soltero/a () Divorciado/a () Casado/a () Unión Libre () Viudo/a ()

Estudios: Ninguno () Escuela () Secundaria () Universidad () Posgrado ()

Año del último crédito otorgado por la cooperativa:

Escoja el sector al que pertenezca su negocio actual:

Comercio () Tienda () Producción de alimentos () Venta de alimentos ()

Prestación de servicios () Ventas ambulantes () Otro: _____

Responder las siguientes preguntas en base al último crédito obtenido en la cooperativa:

Monto del crédito al que accedió: () dólares

Pago del crédito: Cuota fija () Cuota Variable ()

Plazo del crédito al que accedió: () meses

Tasa de interés cobrada por el crédito:

En base al último crédito obtenido en la cooperativa, qué tipo de garantía se aplicó a su crédito:

Hipotecario () Prendario () Con garante () Otro () **¿Cuál?:** _____

Responder cómo percibió usted su situación económica y social (ingreso, salud, ventas, vivienda) antes de haber recibido el último crédito obtenido en la cooperativa:

1. **¿Considera que su situación socioeconómica comprendida por niveles de ingreso, acceso a salud, nivel de venta y vivienda era desfavorable previo el recibimiento del último crédito otorgado por la cooperativa?**

Si () No ()

Nota: A continuación, las preguntas están divididas en 4 dimensiones (ingreso, salud, ventas, vivienda) para poder entender por qué usted considera que su situación era buena o no antes de acceder al crédito.

Ingreso:

2. **¿Entre qué valor podría estimar su nivel de ingresos mensual antes del recibimiento del último crédito por parte de la cooperativa?**

3. **¿Considera que antes de recibir el último crédito otorgado por la cooperativa los ingresos obtenidos por su negocio le permitían cubrir servicios básicos (arriendo, agua, luz, teléfono) del local en donde esté ubicado su emprendimiento?**

Si () No ()

4. **¿Considera que previo al recibimiento del último crédito los niveles de ingreso de su negocio no alcanzaban un nivel aceptable?**

Si () No ()

5. **¿Considera usted que previo al recibimiento del último crédito podía vivir bien con los niveles de ingreso que su negocio le generaba?**

Si () No ()

6. **¿Considera usted que antes de recibir el último crédito por parte de la cooperativa sus niveles de ingreso le permitían ampliar el espacio de su negocio?**

Si () No ()

Salud:

7. **¿Entre qué valor podría estimar su nivel de gasto mensual en salud antes del recibimiento del último crédito por parte de la cooperativa?**

8. **¿Considera que antes de recibir el último crédito otorgado por la cooperativa los ingresos obtenidos por su negocio le permitían ir al médico y atenderse frecuentemente?**

Si () No ()

9. **¿Considera que previo al recibimiento del último crédito sus niveles de ingreso le permitían en caso de una emergencia atenderse en una clínica?**

Si () No ()

10. ¿Considera que previo al recibimiento del último crédito sus niveles de ingreso le permitían hacerse múltiples exámenes de rutina?

Si () No ()

11. ¿Considera usted que previo al recibimiento del último crédito sus niveles de ingreso le permitían acceder a medicamentos que su familia pueda necesitar?

Si () No ()

Ventas:

12. ¿Entre qué valor podría estimar su nivel de ventas mensual antes del recibimiento del último crédito por parte de la cooperativa?

13. ¿Considera que antes de recibir el último crédito otorgado por la cooperativa el número de ventas tuvo un desempeño apropiado?

Si () No ()

14. ¿Considera que previo al recibimiento del último crédito pudo haber invertido en maquinaria, insumo o capital de trabajo para la mejora de producción en su negocio?

Si () No ()

15. ¿Considera que previo al recibimiento del último crédito pudo haber contratado a más empleados para que de esta manera se pueda mejorar la producción o distribución?

Si () No ()

16. ¿Considera que antes de recibir el último crédito existió una oportunidad de apertura en nuevas líneas de negocios para ampliación de su negocio?

Si () No ()

17. ¿Considera que antes de recibir el último crédito hubo una mejora en la imagen o publicidad del negocio para que este pueda ser más comercial para los clientes?

Si () No ()

Vivienda:

18. ¿Entre qué valor podría estimar la inversión dada en su vivienda antes del recibimiento del último crédito por parte de la cooperativa?

19. ¿Considera que antes de recibir el último crédito otorgado por la cooperativa los ingresos de su negocio le permitían arreglar el techo o losa de su casa?

Si () No ()

20. ¿Considera que previo al recibimiento del último crédito los ingresos de su negocio le permitían pagar servicios básicos de su vivienda como luz, agua y teléfono sin que se atrase en algún pago?

Si () No ()

21. ¿Considera que previo al recibimiento del último crédito con los ingresos de su negocio pudo acceder a servicios de televisión por cable?

Si () No ()

22. ¿Considera que previo al recibimiento del último crédito con los ingresos de su negocio pudo acceder a servicios de internet?

Si () No ()

Responder cómo percibió usted su situación económica y social (ingreso, salud, ventas, vivienda) luego de haber recibido el último crédito obtenido en la cooperativa:

23. ¿Tuvo que ir varias veces la cooperativa para poder acceder al crédito?

Si () No ()

24. ¿El proceso para la obtención de su crédito fue eficiente?

Si () No ()

25. ¿Destino el último crédito otorgado por la cooperativa en una mejora para su negocio?

Si () No ()

26. ¿Cuál fue el destino del crédito?

Maquinaria () Infraestructura () Capital de trabajo () Insumos ()
Vehículo () Publicidad ()

27. ¿Considera que su situación socioeconómica mejoró después de recibir el último crédito otorgado por la cooperativa?

Si () No ()

Nota: A continuación, las preguntas serán divididas en 4 dimensiones (ingreso, salud, ventas, vivienda) para poder entender por qué usted considera que su situación era buena o no después de acceder al crédito.

Ingreso:

28. ¿Entre qué valor podría estimar su nivel de ingresos mensual después del recibimiento del último crédito por parte de la cooperativa?

29. ¿Considera que después de recibir el último crédito otorgado por la cooperativa los ingresos obtenidos por su negocio le permitieron cubrir servicios básicos (arriendo, agua, luz, teléfono) del local en donde esté ubicado su emprendimiento?

Si () No ()

30. ¿Considera que después de recibir el último crédito los niveles de ingreso de su negocio alcanzaron un nivel óptimo?

Si () No ()

31. ¿Considera usted que después de recibir el último crédito podía vivir bien con los niveles de ingreso que su negocio le generaba?

Si () No ()

32. ¿Considera usted que después de recibir el último crédito sus niveles de ingreso le permitieron ampliar el espacio de su negocio?

Si () No ()

Salud:

33. ¿Entre qué valor podría estimar su nivel de gasto mensual en salud después del recibimiento del último crédito por parte de la cooperativa?

34. ¿Considera que después de recibir el último crédito otorgado por la cooperativa los ingresos obtenidos por su negocio le generaron una mayor oportunidad para ir al médico y atenderse frecuentemente?

Si () No ()

35. ¿Considera que después de recibir el último crédito sus niveles de ingreso le permitieron atenderse en un hospital en caso de una emergencia?

Si () No ()

36. ¿Considera que después de recibir el último crédito sus niveles de ingreso le permitieron hacerse múltiples exámenes de rutina?

Si () No ()

37. ¿Considera usted que después de recibir el último crédito sus niveles de ingreso le permitieron acceder a medicamentos que su familia pueda necesitar?

Si () No ()

Ventas:

38. ¿Entre qué valor podría estimar su nivel de ventas mensual después del recibimiento del último crédito por parte de la cooperativa?

39. ¿Considera que después de recibir el último crédito otorgado por la cooperativa el número de ventas tuvo un desempeño óptimo?

Si () No ()

40. ¿Considera que después de recibir el último crédito existió una mayor oportunidad para invertir en maquinaria, insumo o capital de trabajo para la mejora de producción en su negocio?

Si () No ()

41. ¿Considera que después de recibir el último crédito hubo más contratación de empleados para que de esta manera se pueda mejorar la producción o distribución?

Si () No ()

42. ¿Considera que después de recibir el último crédito existió una mayor oportunidad de apertura nuevas líneas de negocios para ampliar las ventas en su negocio?

Si () No ()

43. ¿Considera que después de recibir el último crédito hubo una mejora en la imagen del negocio para que de esta manera este pueda ser más comercial para los clientes?

Si () No ()

Vivienda:

44. ¿Entre qué valor podría estimar la inversión dada en su vivienda después del recibimiento del último crédito por parte de la cooperativa?

45. ¿Considera que después de recibir el último crédito otorgado por la cooperativa los ingresos de su negocio le permitieron arreglar el techo o losa de su casa?

Si () No ()

46. ¿Considera que después de recibir el último crédito los ingresos de su negocio le permitieron pagar servicios básicos de su vivienda como luz, agua y teléfono sin que se atrase en algún pago?

Si () No ()

47. ¿Considera que después de recibir el último crédito los ingresos de su negocio le permitieron acceder a servicios de televisión por cable?

Si () No ()

48. ¿Considera que después de recibir el último crédito los ingresos de su negocio le permitieron acceder a servicios de internet?

Si () No ()

Responder si después de recibir el último crédito por parte de la cooperativa experimentó o no una mejora en la calidad de vida:

49. ¿Percibió que el crédito ayudó a mejorar su calidad de vida?

Si () No ().

¿Por qué?: _____

¡Muchas gracias por su participación!

Anexo B

Certificado del levantamiento de información otorgado por la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Maquita Cushunchic”



Quito, 24 de enero de 2020

CERTIFICADO

Yo, Sebastián Maldonado Zumárraga en mi calidad de Gerente General Subrogante de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Maquita Cushunchic Ltda., CERTIFICO que el señor Ángel Carvajal con C.I. 1723738413 ha desarrollado el levantamiento de información para efectuar un análisis de impacto socioeconómico del microcrédito en los socios de la Cooperativa.

Adicionalmente se le ha entregado información financiera general correspondiente al período 2015 – 2019, que le será de utilidad para el desarrollo de su investigación.

Es todo cuanto puedo indicar en honor a la verdad. El mencionado caballero podrá hacer uso de este documento como así lo requiera.

Atentamente,

Econ. Sebastián Maldonado Z.
GERENTE GENERAL Subrogante

AMÉRICA

Av. América N29-23 y Bartolomé de las Casas
Edificio Andrade PB. Telfs: 2224 250 / 2521 971

CARAPUNGO

Av. Luis Vacarí N14-79 y Pasaje J.
Frente a las canchas del Parque Lineal
Telfs: 2423 148 / 2429 873

CENTRO

Calle García Moreno N7 - 49 y Manabí
Telf: 2283 447 / 2958 941

CHILLOGALLO

Av. Mariscal Sucre, Multifamiliares Mutualista
Benalcázar, diagonal al UPC de Chillogallo
Telfs: 2625 662 / 2622 788

GUAMANÍ

Av. Pedro Vicente Maldonado S46-248
y calle S46D
Telfs: 2690 628 / 2691 874

QUITO SUR

Av. Cardenal de la Torre S15-111 y Ajaví
Telfs: 2624 344 / 2624 345 / 3600 003

TUMBACO

Av. Interoceánica OE4-17 y Gral. Eloy Alfaro
Local No. 6 Frente a la Gasolinera de Petroecuador
Telfs: 2378 671 / 3540 000

VENT. EXT. PADRE JOSÉ CAROLLO

Calle Rumichaca S33-10 y Matilde Álvarez
Telf: 2632 082

SUCURSAL PORTOVIEJO

Pedro Gual N° 316, entre Espejo y
Rocafuerte (Sector centro de la ciudad de
Portoviejo)
Telf: 052 633 422 / 0995 064 845