

Myriam Del Rocío Yucailla-Yucailla; Norma Eulalia Barona-López

[DOI 10.35381/cm.v11i2.1663](https://doi.org/10.35381/cm.v11i2.1663)

Estudio del microcrédito como una alternativa económica de los socios de la cooperativa de ahorro

Study of microcredit as an economic alternative for members of the savings cooperative

Myriam Del Rocío Yucailla-Yucailla

ca.myriamdy88@uniandes.edu.ec

Universidad Regional Autónoma de los Andes, UNIANDES, Ambato, Tungurahua
Ecuador

<https://orcid.org/0009-0003-6729-0110>

Norma Eulalia Barona-López

ua.eulaliabarona@uniandes.edu.ec

Universidad Regional Autónoma de los Andes, UNIANDES, Ambato, Tungurahua
Ecuador

<https://orcid.org/0000-0002-5399-7073>

Recibido: 20 de abril 2025
Revisado: 25 de mayo 2025
Aprobado: 15 de julio 2025
Publicado: 01 de agosto 2025

Myriam Del Rocío Yucailla-Yucailla; Norma Eulalia Barona-López

RESUMEN

El objetivo de la presente investigación fue evaluar el microcrédito como una alternativa económica de los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda. Agencia Machachi. Este estudio fue de alcance descriptivo-correlacional, ya que el objetivo principal es obtener una comprensión clara y detallada del microcrédito como una alternativa económica de los socios de la cooperativa de ahorro y crédito Mushuc Runa Ltda. Los resultados demostraron que la mayoría de los socios tienen entre 25 a 35 años, seguidos de los socios de 36 a 40 años, luego están de 41 a 45 años y finalmente de 46 a 50 años. Por tanto, se infiere que la mayoría de los socios de la institución financiera son adultos jóvenes, quienes requieren estrategias de microcréditos alineados a este perfil de edad. En conclusión, la mayoría de los socios de la institución son hombres jóvenes que frecuentemente obtienen microcréditos.

Descriptores: Microcrédito, evaluación, cooperativa, ahorro, joven. (Tesauro UNESCO)

ABSTRACT

The objective of this research was to evaluate microcredit as an economic alternative for members of the Mushuc Runa Ltda. Savings and Credit Cooperative, Machachi Agency. This study was descriptive-correlational in scope, as the main objective was to obtain a clear and detailed understanding of microcredit as an economic alternative for members of the Mushuc Runa Ltda. savings and credit cooperative. The results showed that most members are between 25 and 35 years old, followed by members aged 36 to 40, then 41 to 45, and finally 46 to 50. Therefore, it can be inferred that most members of the financial institution are young adults who require microcredit strategies aligned with this age profile. In conclusion, most of the institution's members are young men who frequently obtain microcredit.

Descriptors: Microcredit, evaluation, cooperative, savings, young. (UNESCO Thesaurus)

Myriam Del Rocío Yucailla-Yucailla; Norma Eulalia Barona-López

INTRODUCCIÓN

El financiamiento para Mena, Campos y Andrade (2018) es un concepto fundamental en el ámbito empresarial y económico que se refiere a la obtención de recursos monetarios necesarios para llevar a cabo una actividad o proyecto. Se trata de la adquisición de fondos o capital a través de diversas fuentes, como préstamos bancarios, emisión de bonos, capital de inversores o autofinanciamiento. El financiamiento de acuerdo con Aros, Cossio y Parra (2021) es esencial para el desarrollo y crecimiento de las empresas, ya que les permite invertir en activos, financiar sus operaciones diarias, expandir su capacidad productiva, desarrollar nuevos productos o servicios, y adquirir tecnología o maquinaria, entre otras cosas. En ese sentido, en referencia a Aguirre y Flores (2019) potenciar la creación de actividades productivas y de comercialización de productos o servicios es esencial para un desarrollo económico local, pero se requiere de una inversión de capital que permita dicha actividad. Por ello, a nivel gubernamental y privado se ofrecen mecanismos para dinamizar la economía mediante la prestación de créditos que generen ingresos y donde se brinde facilidad y acceso a toda la población. De esta forma, según Palma y Calderón (2021) los esfuerzos de la presente investigación se centran en la agricultura y la productividad como un proceso de desarrollo económico ideal para las personas que adquieren microcréditos de las cooperativas de ahorro y crédito como una alternativa empresarial de financiación para sus pequeñas empresas.

De acuerdo con Carvajal y Espinoza (2020) en el Ecuador, los microcréditos se volvieron populares a partir de 1986 cuando el país se interesó en implementar medidas para el desarrollo y crecimiento agrícola en bancos como la Previsora y el Banco Nacional de Fomento, fundándose de esta manera la Corporación Financiera Nacional (CFN) para créditos productivos. La intención era apoyar a los sectores más vulnerables, pero en 1998 debido a la mala administración y entregas sin garantías de los créditos, algunas instituciones se quedaron sin liquidez. Se entró en

Myriam Del Rocío Yucailla-Yucailla; Norma Eulalia Barona-López

una crisis financiera y perdieron los bancos su credibilidad. Esta crisis empezó a estabilizarse en el 2001 con la dolarización.

De acuerdo con la SEPS (2023), en su informe publicado en febrero 2023, en Ecuador se registró un 42% de representatividad de los microcréditos, destacándose, que lo utilizan para consumo-no productivo (44%), comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos, automotores y motocicletas (13%) y agricultura, ganadería, silvicultura y pesca (12%). Por lo cual, se evidencia la importancia se analizar el microcrédito como una alternativa económica que permita proponer estrategias viables para la recuperación de cartera óptima.

Cabe indicar que, para Castro y Romero (2011) el microcrédito es un tipo de financiamiento destinado a personas de bajos ingresos que no tienen acceso a los servicios financieros tradicionales, donde, se otorga pequeños préstamos a emprendedores de pequeños negocios o personas que deseen iniciar actividades económicas por cuenta propia. Este tipo de crédito fomenta el desarrollo económico y social, apoya a las personas más desfavorecidas tener acceso a recursos financieros que les permiten iniciar o expandir sus pequeños negocios, mejorar sus condiciones de vida y escapar de la pobreza. Los autores Cisneros y Garcés (2021) concuerdan que la característica principal de este tipo de crédito se enmarca por su enfoque de responsabilidad social y desarrollo inclusivo-sostenible, que incluye flexibilidad en los requisitos de garantía y la adaptación a las necesidades de los prestatarios, esto lo diferencia de los préstamos convencionales.

Como lo menciona Heras y Carpio (2019), en el marco de la Ley de Economía Popular y Solidaria de las Cooperativas de Ahorros y Crédito (2011), específicamente en el artículo 311, tiene disposiciones exclusivas para su perfeccionamiento, por pertenecer al sector financiero, se fortalece también con el Código Orgánico Monetario y Financiero (2018), en su artículo.

Myriam Del Rocío Yucailla-Yucailla; Norma Eulalia Barona-López

1, 2 y 3, asegura un mejor control de los sujetos financieros y el apoyo a sus usuarios, obteniéndose una satisfacción de los entes de control, relacionándose con la solidaridad, la cooperación y la reciprocidad, haciendo de las personas el objeto y fin de sus acciones, viviendo en armonía con la naturaleza, la posesión, el lucro, el capital de acumulación, buscan una vida mejor para las personas.

Después de la pandemia, en referencia a Caicedo y Angulo (2017) se ha observado un notable crecimiento en la actividad crediticia de las cooperativas de ahorro y crédito. Esto se debe en gran medida a la necesidad de liquidez y financiamiento por parte de individuos y pequeñas empresas que se han visto afectados por la crisis económica causada por la pandemia. Para Gómez et al. (2017) las cooperativas de ahorro y crédito, al ofrecer servicios financieros inclusivos y adaptados a las necesidades locales, se han convertido en una opción atractiva para aquellos que buscan obtener préstamos de manera accesible y confiable. Este crecimiento en la actividad crediticia no solo ha contribuido a la recuperación económica de las comunidades, sino que también ha reforzado el papel crucial de las cooperativas en la promoción de la inclusión financiera y el desarrollo sostenible.

No obstante, es necesario evaluar si este tipo de créditos enfocados en las pequeñas y medianas empresas del sector agrícola, ganadero, comerciantes informales y emprendedores está correctamente direccionado, puesto que, el perfil del socio se enmarca en aquellas personas que realmente lo necesitan como un eje esencial para su actividad económica y desarrollo, poniendo en práctica la equidad social y de género.

Por otro lado, de acuerdo con la SEPS (2023) se encontró que, a nivel nacional existe un índice de morosidad de 4.1% hasta diciembre del año 2022, un índice de liquidez de 24.1%, un índice de solvencia de apenas 15.9% y una intermediación financiera del 93.3%. Por tanto, se evidencia una baja capacidad de pago de los socios en los actuales microcréditos otorgados, lo cual, denota que la recuperación de cartera no se está logrando, siendo necesario un análisis exhaustivo para

Myriam Del Rocío Yucailla-Yucailla; Norma Eulalia Barona-López

determinar el por qué sucede esto, siendo una de las causas principales, las tasas de interés muy altas.

Además, según SEPS (2023) es necesario conocer el perfil del socio actual, puesto que solo un 36% tiene un empleo adecuado y registra un nivel de pobreza del 25.2%; lo cual, denota que al no cumplir con los requisitos existe un rechazo al otorgar los créditos, lo cual, produce pérdida de recursos, tanto humano, económico y de tiempo. Así, es indispensable que se analice los factores que inciden al momento de otorgar los microcréditos y cuáles son los motivos por los cuales se rechaza el crédito.

Además, se evidencia que las estrategias implementadas en la agencia seleccionada de la cooperativa no son las ideales, puesto que, los segmentos de mercado son diferentes al compararse con la matriz, por ello, dichas estrategias deben direccionarse al entorno de la agencia Machachi. El objetivo general es evaluar el microcrédito como una alternativa económica de los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda. Agencia Machachi.

MÉTODO

Este estudio es de alcance descriptivo-correlacional, ya que el objetivo principal es obtener una comprensión clara y detallada del microcrédito como una alternativa económica de los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda. Agencia Machachi, identificándose los factores de incidencia en el momento de su contratación. Donde, se utilizará el método analítico como enfoque holístico para comprender el microcrédito como una alternativa económica de los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda. Agencia Machachi. Se utiliza una investigación de campo, pues se tomará información directamente de los involucrados, donde son los socios que han obtenido microcrédito en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda. Agencia Machachi; así como información de los directivos, asesores y jefes de crédito; convirtiéndose así en una fuente de información directa respecto al tema investigado (Gaviria y Márquez,2019).

Myriam Del Rocío Yucailla-Yucailla; Norma Eulalia Barona-López

Además, esta investigación utiliza una investigación documental, puesto que, se recurre a información escrita sobre los temas relacionados con el presente trabajo, los mismos que provienen de libros, revistas, conferencias, documentos fílmicos, estudios y proyectos relacionados con las variables del problema de estudio, con la finalidad de conocer, comparar, ampliar y profundizar conceptos, referentes al microcrédito como una alternativa económica de los socios y los factores relevantes en el momento de la contratación del mismo. Además, se acudirá a documentación interna de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Agencia Machachi para obtener información sobre los microcréditos.

RESULTADOS

Del 100% de los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda. Agencia Machachi, el 42.73% tienen entre 25 a 35 años, seguidos de un 28.19% de 36 a 40 años, un 19.38% posee de 41 a 45 años y un 9.69% de 46 a 50 años. Por tanto, se infiere que la mayoría de los socios de la institución financiera son adultos jóvenes, quienes requieren estrategias de microcréditos alineados a este perfil de edad. Además, el 79.30% son de género masculino, mientras que un 20.70% son de género femenino. Por tanto, se infiere que la mayoría de los socios de la institución financiera son hombres jóvenes que frecuentemente obtienen microcréditos y que necesitan cierta flexibilidad en los requisitos para su aprobación.

El 39% de los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda. Agencia Machachi son comerciantes, un 29% se dedican a la construcción, un 26% son agricultores y otro 6% son estudiantes. Por tanto, se infiere que la mayoría de los socios de la institución financiera se dedican a la comercialización de diferentes artículos, lo cual denota que muchos de ellos son emprendimientos propios que iniciaron después de la pandemia y necesitan los microcréditos tanto para sus negocios, como para sus actividades personales.

Myriam Del Rocío Yucailla-Yucailla; Norma Eulalia Barona-López

El 18% de los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda. Agencia Machachi ha solicitado un monto de \$5,001-\$6,000, seguido de un 12% con un monto de \$4,001-\$5,000, un 11% ha obtenido un monto de \$7,001-\$8,000, un 11% ha solicitado un monto entre \$9,001-\$10,000. Por tanto, se infiere que la mayoría de los socios de la institución financiera requirieron un monto superior a los \$4,001 lo cual, es esencial para establecer políticas internas y sus requisitos de aprobación.

El 27% de los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda. Agencia Machachi ha destinado el monto de su microcrédito para compra de mercadería, un 18% lo utilizó para educación, un 18% lo destinó para consumo, un 18% lo usó para su emprendimiento. Por tanto, se infiere que la mayoría de los socios de la institución financiera lo destinan para la comercialización de productos de sus negocios, lo cual, indica que el destino final es empresarial y contribuye en el desarrollo económico de la localidad. Se muestra que el 33% de los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda. Agencia Machachi adquiere rara vez un microcrédito y un 27% adquiere muy frecuentemente. Por tanto, se infiere que la mayoría de los socios de la institución financiera adquieren rara vez porque se demoran en cancelar la deuda por el tiempo al que lo obtuvieron.

Se muestra que el 43% de los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda. Agencia Machachi ha obtenido en la institución un microcrédito por la facilidad de sus requisitos, un 28% lo ha hecho por el seguimiento del personal de crédito y un 19% por el tiempo mínimo para obtener el microcrédito. Por tanto, se infiere que la mayoría de los socios de la institución financiera adquieren rara vez porque se demoran en cancelar la deuda por el tiempo al que lo obtuvieron.

Myriam Del Rocío Yucailla-Yucailla; Norma Eulalia Barona-López

DISCUSIÓN

El impacto que han tenido los microcréditos en las comunidades o sectores que atiende la cooperativa permite conocer la estabilidad del socio como emprendedor, se consideran como créditos muy solicitados sobre todo la compra de mercadería (27%) y para sus emprendimientos (18%), que sobre todo son de agricultura y desarrollo productivo. Por ello, los autores Carvajal y Espinoza (2020), mencionan que se catalogan como créditos de acogida ya que se promueve la agricultura y el crecimiento económico de los habitantes de esa comunidad, donde, es un crédito dirigido a los lugares más vulnerables. De esta forma, se evidencia tanto en los resultados obtenidos en la presente investigación como en el aporte de autores, sobre la importancia de este tipo de créditos orientado a personas vulnerables.

La educación financiera entre los clientes que acceden a los microcréditos se promueve mediante las tasas preferenciales, las redes sociales con información personal, los afiches y asesoramiento, de forma personal, las charlas personales y marketing digital. Donde, a su vez, un 54% de los socios encuestados sí recibió por parte de la cooperativa algún adiestramiento sobre finanzas, marketing, o venta de productos previo a obtener su microcrédito. Por lo cual, en referencia a De los Santos y Guzmán (2020) se apoyan, tanto en herramientas tradicionales, como las charlas personales y el uso de herramientas tecnológicas como las redes sociales, para promocionar cada uno de los servicios de la institución financiera; lo cual es fundamental para las instituciones financieras, puesto que conlleva a un mayor alcance en cuestión de publicidad informativa.

Cabe destacar que, en referencia a Becera, Ojeda y Astudillo (2022) los microcréditos representan un cambio para la economía informal, puesto que, se evidenció una gradual recuperación de las diferentes actividades económicas, especialmente a nivel de comercio e industrias cuyo producto, se destina a la venta y exportación. Evidenciándose que, con este tipo de créditos, sí apoyan al desarrollo local, aseveración que se mostró en esta investigación, puesto que el 68% de los

Myriam Del Rocío Yucailla-Yucailla; Norma Eulalia Barona-López

socios encuestados, menciona estar de acuerdo en que los microcréditos mejoraron su situación económica.

El futuro de los microcréditos en el contexto económico y social actual, de acuerdo con los entrevistados lo visualizan de la siguiente forma: alcanzando objetivos y generando satisfacción de los socios, con gran aporte para la sociedad. Este criterio lo afirma, Moreno, Mora y Parrales (2022), puesto que añaden que, con un ingreso total en la sociedad ganando mercados lejanos ya que se enfoca a las pequeñas empresas, mejorando la economía y el desarrollo de los socios y brindando oportunidades para todos aquellos que lo necesitan.

Por otro lado, dentro de los aspectos que diferencian a la cooperativa de otras instituciones financieras en cuanto a la oferta de microcréditos, consta que al solicitar un microcrédito siempre los requisitos son de acuerdo con lo que quieran emprender. Y gracias a los aspectos positivos de la institución analizada, el 38.33% de los socios menciona que los montos bajos para el crédito serían una de las razones por las cuales obtendría otro microcrédito en la institución. Este criterio, coinciden los autores Maldonado, Moreno y Armijos (2019), puesto que, añaden que sí se puede lograr un buen manejo de información, donde los trámites son personalizados y se agiliza este proceso con una tasa de interés baja y con una atención personalizada.

Por consiguiente, después de las consideraciones previas, se determinó que el microcrédito sí es una alternativa económica de los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda. Agencia Machachi, puesto que, tiene una aceptación positiva del 68% de los socios analizados, donde manifiestan que ha mejorado de su situación económica (0,920 de correlación en Rho de Spearman), gracias a la facilidad por el monto solicitado (0,832 de correlación en Rho de Spearman) y al adiestramientos en diferentes áreas de promoción y comerciales (0,705 de correlación en Rho de Spearman).

Myriam Del Rocío Yucailla-Yucailla; Norma Eulalia Barona-López

Dentro de las futuras líneas de investigación que se sugieren es ampliar el alcance del análisis en otras provincias, donde la Cooperativa posea sucursales, incluyéndose la matriz en Ambato. Además, se puede realizar comparativas entre cooperativas para determinar posibles estrategias de diferenciación, con la finalidad de posicionar el microcrédito como una opción viable a nivel nacional. Similarmente, se pueden definir estudios enfocados al aporte social gracias al microcrédito en zonas rurales específicas, obteniéndose soluciones viables a problemáticas poco consolidadas o analizadas. Finalmente, se puede profundizar sobre el comportamiento de consumo de aquellas personas que obtengan un microcrédito, para definir estrategias de marketing que permitan posicionar tanto la marca de la institución financiera como para incrementar el porcentaje de colocación de este tipo de créditos.

CONCLUSIONES

El estudio del microcrédito emerge como una relevante alternativa económica para los socios de una cooperativa de ahorro y crédito. Al comprender a fondo las características, términos y condiciones de los microcréditos, los socios pueden tomar decisiones informadas que se alineen con sus objetivos financieros y necesidades. Este análisis profundo permite evaluar si los microcréditos son adecuados para impulsar proyectos emprendedores o cubrir emergencias financieras.

Además, el conocimiento detallado sobre los microcréditos capacita a los socios para utilizarlos de manera efectiva, maximizando su potencial para generar ingresos y mejorar su bienestar económico. En el contexto de una cooperativa de ahorro y crédito, el estudio del microcrédito no solo empodera a los socios, sino que también fortalece la función esencial de la cooperativa al proporcionar opciones financieras que se adaptan a las necesidades cambiantes de sus miembros, promoviendo así la estabilidad y prosperidad económica de la comunidad.

Myriam Del Rocío Yucailla-Yucailla; Norma Eulalia Barona-López

La consideración de los factores de incidencia en el momento de la contratación del microcrédito se vuelve esencial al explorar esta alternativa económica para los socios de una cooperativa. Estos factores, que pueden abarcar tasas de interés, plazos de reembolso, montos disponibles y requisitos de elegibilidad, impactan directamente en la viabilidad y el éxito de la adquisición de microcréditos. Al evaluar y entender cómo estos elementos afectan las finanzas personales y proyectos de los socios, se pueden tomar decisiones informadas y estratégicas.

La importancia de estos factores radica en la capacidad de los socios para garantizar que el microcrédito sea una solución efectiva y sostenible. Evaluar las tasas de interés y los plazos de reembolso, por ejemplo, permite anticipar el costo real del préstamo y su impacto en el flujo de efectivo. Además, considerar los montos disponibles en relación con las necesidades específicas del proyecto o la situación financiera del socio asegura que el préstamo sea adecuado y proporcione un beneficio real.

FINANCIAMIENTO

No monetario.

AGRADECIMIENTO

A todos los factores sociales que influyeron el desarrollo de esta investigación.

REFERENCIAS CONSULTADAS

- Aguirre, J., & Flores, M. (2019). La corrupción en Sudamérica. Una aproximación desde la auditoría forense. *Revista Espacios*, 40(3), 27. <https://n9.cl/wmqj5>
- Hernández Aros, Ludivia, Gallego Cossio, Laura, Ordóñez Parra, Janice Licenia, & Alvarez Prada, Guisell Tatiana. (2021). Propuesta de auditoría forense para organizaciones de la economía solidaria. *Revista Economía y Política*, (33), 118-138. <https://doi.org/https://doi.org/10.25097/rep.n33.2021.07>
- Becera, E., Ojeda, R., & Astudillo, P. (2022). Los microcréditos y su impacto en la reactivación económica en la región 6 del Austro. *Conciencia Digital*, 5(2), 220-237. <https://n9.cl/vk1fw>

Myriam Del Rocío Yucailla-Yucailla; Norma Eulalia Barona-López

- Caicedo, L., & Angulo, F. (2017). Principios de valoración económica fundamentados en la teoría financiera: estudio en Pyme transportistas Maracaibo-Venezuela. *Económicas CUC*, 38(1), 147-164. <https://n9.cl/661pp>
- Carvajal, A. L., & Espinoza, L. (2020). Microcréditos ecuatorianos: incentivo a la reducción de la pobreza y mejora del ingreso familiar. *Revista Vínculos ESPE*, 5(3), 51–65. <https://n9.cl/l9hhi>
- Castro, M., & Romero, N. (2011). Cooperativas de crédito y banca ética ¿un camino por explorar? *CIRIEC-España, Revista de Economía* (72), 262-300. <https://n9.cl/9li7e>
- Cisneros, M., & Garcés, A. (2021). Microcrédito: un perfil a socios de los bancos comunales del cantón Cevallos. *Boletín De Coyuntura*, 29, 20–27. <https://n9.cl/euw2r>
- De los Santos, L., & Guzmán, C. (2020). Microcréditos, financiamiento alternativo en PYMES mexicanas: revisión de evidencia reciente. *Publicaciones e Investigación*, 14(1). <https://n9.cl/ic0ffe>
- Gaviria, C., & Márquez, C. (2019). Estadística descriptiva y probabilidad. Medellín: Bonaventuriana. <https://n9.cl/88rud3>
- Gómez, C., Álvarez, G., Romero, A., Castro, F. d., Vega, V., Comas, R., & Velázquez, M. (2017). La investigación científica y las formas de titulación. Aspectos conceptuales y prácticos. Quito: Editorial Jurídica del Ecuador. Recuperado el 06 de 01 de 2023. <https://n9.cl/u3j5p>
- Heras, J., & Carpio, X. (2019). Propuesta de diseño de un producto de microcrédito para el sector informal, aplicado a la Banca privada. *Tesis de Maestría en Administración de Empresas*. Cuenca, Ecuador: Universidad Politécnica Salesiana. <https://n9.cl/bq1vg>
- Maldonado, J. (2018). *Metodología de la investigación social: Paradigmas: cuantitativo, sociocrítico, cualitativo, complementario*. Bogotá: Ediciones de la U. <https://n9.cl/s4hft>
- Maldonado, M., Moreno, Y., & Armijos, L. (2019). Los microcréditos y su incidencia en el crecimiento económico de las MiPymes. *Un espacio para la ciencia*, 2(1), 227-244. <https://n9.cl/obb70>
- Mena, F., Campos, L., & Andrade, G. (2018). La administración de microcrédito y su relación con la morosidad en las cooperativas de ahorro y crédito. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*. <https://n9.cl/hy79k>

Myriam Del Rocío Yucailla-Yucailla; Norma Eulalia Barona-López

- Moreno, A., Mora, G., & Parrales, M. (2022). Microcréditos en la Mipymes: Oportunidad o limitante en su crecimiento empresarial. *UNESUM - Ciencias. Revista Científica Multidisciplinaria*, 6(2), 169-192. <https://n9.cl/1mh2z>
- Palma, H. A., & Calderón, X. C. (2021). El contador financiero en la auditoría forense. *Revista Faeco Sapiens*, 4(1), 13. <https://n9.cl/iaigmr>
- SEPS. (Febrero de 2023). Actualidad y Cifras EPS Febrero 2023. Ecuador. <https://n9.cl/nnzun>

©2025 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).