




Capacitación financiera y planes de negocio para crédito productivo en cooperativas de El Oro, Ecuador

Financial training and business plans for productive credit in cooperatives in El Oro, Ecuador

Capacitação financeira e planos de negócios para crédito produtivo em cooperativas em El Oro, Equador

 **Ronny Leonardo Olaya Cum**
rolaya@utmachala.edu.ec

ARTÍCULO ORIGINAL



¹ Universidad Técnica de Machala. Machala, Ecuador

Escanea en tu dispositivo móvil
o revisa este artículo en:

<http://doi.org/10.33996/revistaenfoques.v10i38.244>

Recibido: 11 de marzo 2026 | Aceptado: 10 de abril 2026 | Publicado: 28 de abril 2026

Resumen

El acceso al crédito productivo constituye una condición clave para la sostenibilidad de las organizaciones de la economía popular y solidaria. El objetivo fue analizar la contribución de la capacitación financiera y la elaboración de un plan de negocios en la preparación de la COOPMAPIALOR para acceder al crédito productivo, en el marco del proyecto "Fortalecimiento de la gestión empresarial integral a las asociaciones de la provincia de El Oro - BanEcuador". Se empleó un enfoque cuantitativo, tipo descriptivo, diseño no experimental, transversal y estudio de caso. La muestra conformada por 26 integrantes, aplicándose revisión documental, observación estructurada y encuesta diagnóstica. Los resultados mostraron predominio de socios vinculados a bares escolares, experiencia comercial acumulada, disposición favorable hacia la bodega cooperativa, aceptación de la capacitación y apoyo mayoritario a la gestión de financiamiento. Se concluye que la capacitación articulada con el plan de negocios fortaleció la organización de información comercial, la planificación del abastecimiento y la preparación documental para la evaluación crediticia.

Palabras clave: Capacitación financiera; Cooperativas; Crédito productivo; Inclusión financiera; Plan de negocios.

Abstract

Access to productive credit is a key condition for the sustainability of organizations within the popular and solidarity economy. The objective was to analyze the contribution of financial training and the development of a business plan to COOPMAPIALOR's preparation for accessing productive credit, within the framework of the project "Strengthening Comprehensive Business Management in Associations of the Province of El Oro - BanEcuador." A quantitative, descriptive, non-experimental, cross-sectional case study design was used. The sample consisted of 26 members, and data was collected through document review, structured observation, and a diagnostic survey. The results showed a predominance of members linked to school cafeterias, accumulated commercial experience, a favorable disposition toward the cooperative store, acceptance of the training, and majority support for financing management. It was concluded that the training, integrated with the business plan, strengthened the organization of commercial information, supply planning, and document preparation for credit evaluation.

Keywords: Financial training; Cooperatives; Productive credit; Financial inclusion; Business plan.

Resumo

O acesso ao crédito produtivo é uma condição fundamental para a sustentabilidade das organizações da economia popular e solidária. O objetivo deste estudo foi analisar a contribuição da capacitação financeira e do desenvolvimento de um plano de negócios para a preparação da COOPMAPIALOR para o acesso ao crédito produtivo, no âmbito do projeto "Fortalecimento da Gestão Integrada de Negócios em Associações da Província de El Oro - BanEcuador". Utilizou-se um delineamento de estudo de caso transversal, descritivo, quantitativo e não experimental. A amostra foi composta por 26 membros, e os dados foram coletados por meio de revisão documental, observação estruturada e questionário diagnóstico. Os resultados mostraram predominância de membros vinculados a cantinas escolares, com experiência comercial acumulada, predisposição favorável à loja cooperativa, aceitação da capacitação e apoio majoritário à gestão financeira. Concluiu-se que a capacitação, integrada ao plano de negócios, fortaleceu a organização das informações comerciais, o planejamento de suprimentos e a elaboração da documentação para avaliação de crédito.

Palavras-chave: Capacitação financeira; Cooperativas; Crédito produtivo; Inclusão financeira; Plano de negócios.

INTRODUCCIÓN

El acceso al crédito productivo constituye una condición estratégica para que las micro, pequeñas organizaciones asociativas y cooperativas transformen capacidades productivas en ingresos sostenibles, empleo local y circuitos comerciales estables. Asimismo, la inclusión financiera no se reduce a la apertura de cuentas o a la existencia de agencias bancarias, pues exige que las personas y las unidades económicas usen servicios financieros formales de manera pertinente, asequible, segura y compatible con sus necesidades productivas. La evidencia internacional muestra avances importantes: la base Global Findex reporta que la tenencia de cuentas, aunque advierte persistentes brechas en ahorro, crédito, pagos digitales y resiliencia económica, lo que revela desafíos estructurales (World Bank, 2025).

En América Latina, estas brechas se expresan con mayor intensidad en sectores rurales, informales y asociativos, donde los costos de transacción, la falta de garantías, la débil información crediticia y la baja educación financiera restringen el acceso efectivo a financiamiento (Demirgüç-Kunt et al., 2022; OECD, 2024). Ambas fuentes coinciden en que la inclusión financiera requiere capacidades previas para comprender, comparar y utilizar productos financieros.

Desde esta perspectiva, el problema de investigación se ubica en la relación entre capacidades internas de gestión y posibilidad real

de acceso al crédito. Las entidades financieras evalúan no solo la intención de endeudamiento, sino también la capacidad de pago, la estabilidad de ingresos, la consistencia de flujos, la disponibilidad de información documental y la comprensión de las condiciones crediticias. En este sentido, la literatura sobre financiamiento de pequeñas empresas ha señalado que las restricciones crediticias dependen de factores financieros y no financieros. Beck y Demirgüç-Kunt (2006) destacan el rol del tamaño, la formalidad y el historial crediticio; Berger y Udell (2006) enfatizan la importancia de las garantías y la calidad de la información; mientras que Chowdhury y Alam (2017) subrayan la influencia de la educación del propietario. Estas contribuciones permiten comprender que el acceso al crédito no es solo un proceso financiero, sino también organizacional y cognitivo.

Por ello, el plan de negocios adquiere relevancia al traducir una iniciativa productiva en un documento verificable con mercado, costos, inversión, ingresos esperados, flujo de caja y criterios de sostenibilidad. Estudios recientes, muestran que la alfabetización financiera y las condiciones crediticias influyen significativamente en el acceso al crédito formal y en el desempeño empresarial (Nkundabanyanga et al., 2014; Widyastuti et al., 2023; Xu et al., 2020).

Diversos antecedentes permiten delimitar el campo de estudio y evidencian la complejidad de la alfabetización financiera. En primer lugar, Fernandes et al. (2014) advirtieron que la

alfabetización financiera por sí sola tiene efectos limitados si no se articula con decisiones, instrumentos y contextos específicos. En segundo lugar, Kaiser et al. (2022), mediante metaanálisis de experimentos aleatorizados, demostraron efectos causales positivos de la educación financiera sobre conocimiento y comportamientos financieros posteriores. En tercer lugar, Miller et al. (2015) encontraron que la educación financiera incide en comportamiento y alfabetización, aunque su efectividad depende de diseño, oportunidad y pertinencia de la intervención. En cuarto lugar, Lusardi y Mitchell (2014) sostuvieron que la alfabetización financiera es una competencia económica esencial para decisiones de ahorro, deuda, inversión y planificación. Por último, Widyastuti et al. (2023) identificaron que la alfabetización financiera y los términos del crédito fortalecen el acceso al crédito formal y el desempeño de los negocios.

A ello se suman, otros estudios que amplían esta perspectiva. Cole et al. (2011), quienes mostraron que el conocimiento financiero puede incidir en la demanda de servicios financieros. Por su parte, Drexler et al. (2014), quienes demostraron la utilidad de reglas financieras simples para microemprendedores. Karlan y Valdivia (2011) evidenciaron efectos de la capacitación empresarial en clientes de microfinanzas; mientras que, McKenzie y Woodruff (2014), quienes revisaron programas de capacitación empresarial en países en desarrollo. Finalmente, Bruhn y Zia (2013), quienes

documentaron que la formación empresarial puede mejorar prácticas de gestión financiera en jóvenes emprendedores. En síntesis, estos estudios refuerzan la idea de que la capacitación resulta más útil cuando se vincula con problemas concretos de decisión, como preparar documentación para financiamiento productivo.

La revisión comparada también muestra tres perspectivas geográficas pertinentes. En Ghana, Frimpong et al. (2022) hallaron que la alfabetización financiera favorece el acceso a finanzas digitales y mejora el desempeño de pequeñas y medianas empresas, lo que evidencia la importancia de capacidades técnicas para aprovechar instrumentos financieros. Por otro lado, en Indonesia, Widyastuti et al. (2023) observaron que la alfabetización financiera y las condiciones de crédito explican el acceso al crédito formal de mipymes. De manera complementaria, en China, Xu et al. (2020) reportaron que la alfabetización financiera se relaciona con la accesibilidad al crédito en negocios informales. Aunque estos contextos difieren institucionalmente, todos coinciden en que la información contable y la planificación financiera reducen asimetrías de información entre solicitantes y entidades crediticias.

En Ecuador, la inclusión financiera se ha convertido en prioridad de política pública. La Estrategia Nacional de Inclusión Financiera 2020-2024 definió acciones sobre puntos de acceso, servicios financieros digitales, financiamiento de mipymes, infraestructura de crédito, protección al

consumidor y educación financiera (Banco Central del Ecuador, 2021). De manera complementaria, el diagnóstico del Banco Mundial sobre inclusión financiera en Ecuador identificó barreras asociadas al acceso de individuos y pymes, la documentación requerida y la educación financiera (World Bank, 2020).

Las estadísticas del Banco Central del Ecuador (2024), muestran una expansión de puntos de atención y productos financieros, sin embargo, advierten que el crédito vigente aún no alcanza niveles de universalización, lo que confirma que el acceso físico no garantiza acceso crediticio. En la misma línea, la Red de Instituciones Financieras de Desarrollo (2025) subraya la necesidad de distinguir entre acceso, uso, calidad y bienestar financiero, pues parte de la población formalmente incluida puede re-excluirse por falta de uso o comprensión. Este marco evidencia que la inclusión financiera requiere capacidades previas para sostener el uso efectivo de productos financieros.

La economía popular y solidaria ecuatoriana aporta una dimensión adicional. La Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria reconoce formas asociativas orientadas por principios de solidaridad y trabajo colectivo (Asamblea Nacional del Ecuador, 2011). En este sentido, las cooperativas de consumo y asociaciones productivas no solo persiguen rentabilidad, sino también abastecimiento y beneficio común. BanEcuador, ofrece financiamiento productivo con condiciones diferenciadas, pero exige

información mínima y capacidad de planificación (BanEcuador, s. f.). Cuando las organizaciones carecen de registros contables sistemáticos, análisis de demanda, estructura de costos o proyecciones, aumenta la incertidumbre crediticia y se debilita su posición como solicitantes.

La problemática se contextualiza en la Cooperativa de Consumo de Materias Primas e Insumos Alimenticios de El Oro (COOPMAPIALOR), organización vinculada al abastecimiento de socios dedicados principalmente a actividades comerciales y alimentarias. El caso evidencia una tensión frecuente en organizaciones locales: existe demanda por compras conjuntas, mejores precios y distribución cooperativa, pero se requieren capacidades financieras para convertir esa necesidad en una propuesta de inversión formalizable.

Por ello, la capacitación financiera y la elaboración del plan de negocios aparecen como mecanismos de fortalecimiento organizacional y de reducción de asimetrías de información. La justificación del estudio radica en su aporte empírico al análisis de proyectos de vinculación universitaria como mediadores entre conocimiento técnico, necesidades asociativas y acceso al crédito productivo.

En consecuencia, el objetivo del estudio fue analizar la contribución de la capacitación financiera y la elaboración de un plan de negocios en la preparación de la COOPMAPIALOR para acceder al crédito productivo, en el marco del proyecto "Fortalecimiento de la gestión

empresarial integral a las asociaciones de la provincia de El Oro - BanEcuador”.

MATERIALES Y MÉTODOS

La investigación se desarrolló con enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo, con diseño no experimental, transversal y modalidad de estudio de caso. Este enfoque resultó pertinente porque permitió medir características comerciales, organizacionales y financieras de los socios de la COOPMAPIALOR en un momento específico del proceso de vinculación, sin manipular variables ni establecer relaciones causales. Asimismo, el estudio de caso se justificó por la necesidad de examinar una experiencia situada de fortalecimiento empresarial orientada a la preparación de información para crédito productivo, considerando que la unidad de análisis correspondió a una cooperativa específica de la provincia de El Oro vinculada al proyecto “Fortalecimiento de la gestión empresarial integral a las asociaciones de la provincia de El Oro - BanEcuador”.

El contexto de estudio correspondió a la COOPMAPIALOR, organización de economía popular y solidaria integrada por socios dedicados a actividades de comercialización y abastecimiento de productos alimenticios e insumos. La intervención académica se orientó a diagnosticar necesidades comerciales, fortalecer capacidades de gestión financiera y estructurar un plan de negocios para una bodega cooperativa. El caso fue seleccionado por pertinencia institucional y territorial, debido a que la

organización formaba parte del proceso de fortalecimiento empresarial articulado con BanEcuador y presentaba una necesidad concreta de financiamiento para capital de trabajo, inventario inicial y ordenamiento administrativo. En consecuencia, la metodología privilegió la medición descriptiva de condiciones internas antes de la gestión crediticia, con el propósito de generar información verificable y replicable para otros procesos asociativos similares.

La población estuvo conformada por los socios participantes en el proceso de diagnóstico y fortalecimiento. Debido al tamaño reducido y accesible del grupo, se empleó una muestra censal de 26 socios, por lo que no se aplicaron procedimientos probabilísticos de selección. La elección censal se justificó porque permitió incorporar la totalidad de criterios disponibles de los miembros involucrados y reducir sesgos derivados de exclusión muestral. Como criterio de inclusión se consideró la pertenencia activa a la cooperativa y la participación en las actividades diagnósticas del proyecto; como criterio de exclusión se consideró la ausencia en la aplicación del instrumento o la falta de consentimiento para usar la información con fines académicos. Esta delimitación permitió mantener consistencia entre población, muestra y unidad de análisis.

Las técnicas de recolección de información fueron revisión documental, observación estructurada y encuesta diagnóstica. La revisión documental permitió examinar información institucional del proyecto, requerimientos básicos

de financiamiento y componentes del plan de negocios. La observación estructurada registró condiciones generales del proceso de capacitación, participación de los socios y necesidades organizativas detectadas durante las sesiones de acompañamiento. La encuesta se aplicó mediante un cuestionario de veinte ítems con alternativas cerradas, organizado en cuatro dimensiones: datos generales del socio, hábitos de compra y consumo, percepción sobre la bodega comunitaria, y factores de mejora y apoyo. El instrumento permitió recopilar información sobre tipo de negocio, experiencia, frecuencia de compra, proveedores, productos demandados, criterios de selección, gasto semanal, necesidad de bodega cooperativa, confianza en productos, importancia de precios, disposición a capacitación y apoyo a la gestión de financiamiento.

En cuanto a la validez de contenido se estableció mediante juicio de expertos, considerando la correspondencia entre objetivos del estudio, dimensiones del diagnóstico y claridad de los ítems. En esta revisión se verificó que las preguntas permitieran caracterizar el perfil comercial, identificar patrones de abastecimiento, estimar aceptación de la bodega comunitaria y reconocer necesidades de capacitación financiera. La confiabilidad se abordó por consistencia procedimental, aplicando el mismo cuestionario a todos los participantes, con instrucciones uniformes, registro estandarizado de respuestas y revisión posterior de la matriz de datos. Dado que el instrumento combinó

categorías nominales y ordinales orientadas a diagnóstico descriptivo, el análisis se concentró en frecuencias absolutas y porcentajes.

Los datos fueron organizados en una matriz de tabulación, depurados mediante revisión de coherencia interna y procesados con estadística descriptiva. Los porcentajes se calcularon sobre el total de respuestas válidas por ítem; cuando existieron categorías con respuestas múltiples o anotaciones abiertas complementarias, se mantuvo la frecuencia original y se interpretó como información de apoyo al diagnóstico. La información cualitativa derivada de observación y revisión documental se utilizó únicamente para contextualizar los resultados cuantitativos y explicar su utilidad en la formulación del plan de negocios.

El proceso metodológico se ejecutó en cuatro momentos replicables. En primer lugar, se realizó el diagnóstico organizacional y comercial para identificar actividades predominantes, hábitos de abastecimiento, demanda de productos e interés por la bodega cooperativa. En segundo lugar, se desarrollaron talleres de capacitación financiera sobre registros básicos, costos, planificación de compras, flujo de caja, condiciones de crédito y utilidad del plan de negocios. En tercer lugar, se brindó asesoría técnica para estructurar el plan de negocios, incluyendo análisis de mercado, productos iniciales, estrategias de comercialización, requerimientos de inversión y proyecciones financieras. En cuarto lugar, se evaluó la preparación de la cooperativa para

presentar información organizada ante una entidad financiera. Finalmente, las consideraciones éticas incluyeron participación voluntaria, uso académico de la información, tratamiento agregado de resultados y reserva de datos personales de los socios, evitando la identificación individual de respuestas.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los resultados se organizan conforme a la lógica del diagnóstico aplicado a la COOPMAPIALOR y al proceso de fortalecimiento desarrollado para preparar el plan de negocios. En primer lugar, se describen las características comerciales de los socios; en segundo lugar, se analizan sus hábitos de abastecimiento. Posteriormente, se presentan percepciones sobre la bodega cooperativa. Finalmente, se exponen factores de apoyo a la capacitación y al financiamiento productivo. Las tablas se presentan de acuerdo con criterios APA 7, con numeración consecutiva, título breve en cursiva y nota explicativa cuando corresponde.

Caracterización comercial de los socios

Los resultados iniciales permiten identificar un perfil comercial relativamente homogéneo entre los miembros de la cooperativa. Como se observa en la Tabla 1, la principal actividad económica de los socios se concentra en bares escolares, con 25 de 26 respuestas, lo cual define un perfil de demanda asociado a productos de consumo frecuente, alimentos básicos y abastecimiento continuo.

En cuanto a la experiencia comercial muestra una base organizacional relevante: 13 socios reportaron más de seis años de actividad y 10 indicaron entre cuatro y seis años. Este patrón sugiere que la cooperativa dispone de conocimiento práctico del mercado, aunque no necesariamente de registros sistemáticos o herramientas formales de planificación.

Asimismo, la concentración sectorial también permitió reducir la dispersión del diagnóstico, debido a que la mayor parte de los socios comparte ciclos de venta, tipos de clientes, horarios de operación y necesidades de reposición similares. Para la formulación del plan de negocios, esta homogeneidad fue útil porque facilitó estimar productos prioritarios, frecuencia de compra y volumen potencial de demanda de la bodega cooperativa.

Tabla 1. Características generales de los socios encuestados

Variable	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Tipo de negocio principal	Bar escolar	25	96,2
Tipo de negocio principal	Tienda o abarrotes	1	3,8
Tipo de negocio principal	Venta ambulante	0	0,0
Años de experiencia	Menos de 1 año	2	7,7
Años de experiencia	1 a 3 años	1	3,8
Años de experiencia	4 a 6 años	10	38,5
Años de experiencia	Más de 6 años	13	50,0
Frecuencia de compras	Diario	16	61,5
Frecuencia de compras	Semanal	10	38,5
Frecuencia de compras	Quincenal o mensual	0	0,0

Nota. Porcentajes calculados con base en 26 encuestados.

Hábitos de compra y abastecimiento

Los hábitos de compra confirmaron la existencia de una demanda recurrente y concentrada entre los socios. Tal como se presenta en la Tabla 2, los distribuidores mayoristas fueron el principal punto de adquisición, con 17 respuestas, seguidos por tiendas locales y bodegas particulares. Este patrón revela una preferencia por proveedores que ofrecen volumen, precios competitivos y disponibilidad constante.

En relación a los productos más adquiridos, el agua en funda o botellón registró 20 menciones y los productos básicos como arroz, azúcar y aceite alcanzaron 14 menciones. A ello se suman las respuestas abiertas vinculadas con verduras, frutas y otros alimentos.

Los criterios de elección de proveedor se concentraron en calidad y precio, lo que confirma

que la propuesta de bodega comunitaria debía fundamentarse en abastecimiento confiable, precios competitivos y surtido ajustado a la demanda real. Finalmente, la mayoría de los socios reportó retrasos de abastecimiento “nunca” o “rara vez”, lo que indica que la bodega cooperativa debía competir con proveedores relativamente eficientes, reforzando la necesidad de una planificación adecuada.

Tabla 2. Hábitos de compra y criterios de abastecimiento

Variable	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Lugar de compra	Distribuidores mayoristas	17	65,4
Lugar de compra	Tiendas locales	7	26,9
Lugar de compra	Bodegas particulares	4	15,4
Producto frecuente	Agua en funda o botellón	20	76,9
Producto frecuente	Chifles u otros snacks	2	7,7
Producto frecuente	Bebidas gaseosas o jugos	1	3,8
Producto frecuente	Arroz, azúcar y aceite	14	53,8
Criterio de proveedor	Precio	19	73,1
Criterio de proveedor	Calidad	21	80,8
Criterio de proveedor	Confianza o trato personal	4	15,4
Retrasos de abastecimiento	Nunca	7	26,9
Retrasos de abastecimiento	Rara vez	15	57,7
Retrasos de abastecimiento	A veces o frecuentemente	4	15,4

Nota. Algunas categorías de productos y criterios podían acumular respuestas complementarias; por ello, determinados porcentajes no suman 100 %.

El gasto promedio semanal refuerza la viabilidad comercial de la propuesta, dado que 14 socios manifestaron compras superiores a USD 200 semanales. Este hallazgo, complementario a los patrones descritos en la Tabla 2, fue relevante para proyectar rotación de inventario, necesidades de capital de trabajo y capacidad potencial de compras conjuntas. En términos del plan de negocios, la demanda recurrente permitió identificar productos iniciales y estimar escenarios de abastecimiento permitió identificar productos iniciales y estimar escenarios de abastecimiento coherentes con la dinámica comercial de los socios.

Además, el diagnóstico permitió reconocer que la gestión de crédito no debía plantearse únicamente como búsqueda de recursos, sino como una decisión vinculada con la capacidad de rotar inventario, recuperar cartera interna y mantener liquidez suficiente para compras posteriores. Por esta razón, la capacitación financiera enfatizó el registro de ingresos y egresos, la separación entre recursos del negocio y recursos personales, el cálculo de margen comercial y el uso de flujos proyectados para evitar endeudamiento sin respaldo operativo.

Percepción sobre la bodega cooperativa

La percepción de los socios fue favorable hacia la creación de una bodega comunitaria. Como se muestra en la Tabla 3, veintidós encuestados manifestaron necesidad de una bodega cooperativa, 25 indicaron disposición a adquirir productos en ella y 19 expresaron confianza muy alta en la calidad de productos

cooperativos. Además, 22 consideraron muy importante obtener precios más bajos y 25 apoyaron la distribución a domicilio.

En conjunto, estos resultados muestran condiciones sociales y comerciales favorables para formular una propuesta productiva basada en economía de escala, negociación conjunta y logística de distribución.

Tabla 3

Percepción de los socios sobre la bodega cooperativa

Variable	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Necesidad de bodega comunitaria	Sí	22	84,6
Necesidad de bodega comunitaria	No	1	3,8
Necesidad de bodega comunitaria	No está seguro/a	3	11,5
Disposición de compra	Sí	25	96,2
Disposición de compra	No	1	3,8
Confianza en productos cooperativos	Muy alta	19	73,1
Confianza en productos cooperativos	Alta	7	26,9
Importancia de precios bajos	Muy importante	22	84,6
Importancia de precios bajos	Importante	4	15,4
Distribución a domicilio	Sí	25	96,2
Distribución a domicilio	Depende del costo	1	3,8
Frecuencia estimada de uso	Diario	10	38,5
Frecuencia estimada de uso	Semanal	15	57,7

Nota. Porcentajes calculados con base en 26 encuestados.

Factores de mejora, capacitación y financiamiento

Los factores de mejora confirmaron una disposición organizacional favorable. Tal como se aprecia en la Tabla 4, la totalidad de socios encuestados manifestó disposición a participar en capacitaciones, 23 apoyaron la gestión de financiamiento ante BanEcuador y 24 recomendarían a otros socios participar en la iniciativa. Asimismo, 20 indicaron estar totalmente de acuerdo en que la bodega fortalecería el trabajo conjunto.

Estos resultados fueron determinantes para justificar el componente de capacitación financiera y para sustentar la pertinencia del plan

de negocios como documento de articulación entre necesidad asociativa, capacidades organizacionales y evaluación crediticia. La aceptación de la capacitación fue especialmente relevante porque el acceso al crédito productivo exige comprensión de obligaciones financieras, periodicidad de pagos, destino de recursos y consecuencias de incumplimiento. En consecuencia, el proceso formativo se orientó a que los socios comprendieran la relación entre inversión, costo financiero, rotación del inventario y sostenibilidad de la propuesta cooperativa.

Tabla 4. Factores de mejora y apoyo al fortalecimiento organizacional

Variable	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Precios actuales justos	Sí	15	57,7
Precios actuales justos	No	3	11,5
Precios actuales justos	A veces	8	30,8
Fortalecimiento del trabajo conjunto	Totalmente de acuerdo	20	76,9
Fortalecimiento del trabajo conjunto	De acuerdo	6	23,1
Disposición a capacitaciones	Sí	26	100,0
Apoyo a financiamiento BanEcuador	Sí	23	88,5
Apoyo a financiamiento BanEcuador	No	1	3,8
Apoyo a financiamiento BanEcuador	No sabe / no responde	1	3,8
Recomendación a otros socios	Sí	24	92,3
Recomendación a otros socios	Tal vez	2	7,7

Nota. Porcentajes calculados con base en 26 encuestados.

Síntesis del aporte del plan de negocios

El diagnóstico permitió convertir información dispersa en insumos técnicos para el plan de negocios. En primer lugar, la concentración en bares escolares delimitó el segmento de mercado. En segundo lugar, la frecuencia diaria y semanal de compras ayudó a proyectar rotación. En tercer lugar, la preferencia por agua, alimentos básicos y productos de alta demanda orientó el inventario inicial. Finalmente, la valoración de precio, calidad y distribución definió la propuesta de valor. La capacitación financiera contribuyó a que los socios reconocieran la importancia de registros de compras, costos, márgenes, flujo de caja y condiciones de crédito. Como resultado, el plan de negocios se configuró como una herramienta de preparación crediticia y de gestión interna.

Desde el punto de vista operativo, la información recopilada permitió diferenciar tres

niveles de decisión. El primer nivel correspondió a decisiones comerciales inmediatas, relacionadas con qué productos comprar, con qué frecuencia reponerlos y qué proveedor ofrecía mejores condiciones de precio y calidad. El segundo nivel se vinculó con decisiones financieras internas, principalmente la necesidad de registrar compras, ventas, saldos y márgenes para evitar que la bodega funcionara sin control de liquidez.

Por último, el tercer nivel se relacionó con decisiones crediticias, debido a que el monto solicitado debía corresponder a necesidades reales de capital de trabajo y no a expectativas generales de crecimiento. Esta secuencia fue importante porque permitió que la cooperativa comprendiera que el crédito productivo debía ser consecuencia de una planificación previa y no el punto de partida del proyecto.

Tabla 5. *Relación entre diagnóstico, capacitación financiera y plan de negocios*

Hallazgo diagnóstico	Necesidad identificada	Aporte al plan de negocios
Predominio de bares escolares	Definir mercado objetivo homogéneo	Segmentación de clientes y estimación de demanda recurrente
Compras diarias y semanales	Planificar inventarios y reposición	Proyección de rotación y capital de trabajo
Preferencia por agua y productos básicos	Seleccionar líneas iniciales	Definición de portafolio prioritario
Valoración de precio y calidad	Diseñar propuesta de valor	Estrategia de compras conjuntas y control de proveedores
Disposición total a capacitarse	Fortalecer gestión financiera	Incorporación de registros, costos y flujo de caja
Apoyo al financiamiento	Preparar documentación crediticia	Organización de información para evaluación ante BanEcuador

Nota. Síntesis elaborada a partir de encuesta, observación y revisión documental del proceso de vinculación.

DISCUSIÓN

Los resultados evidencian que la capacitación financiera y la elaboración del plan de negocios operaron como mecanismos de ordenamiento de información, fortalecimiento de capacidades y preparación para la evaluación crediticia. Este hallazgo se alinea con lo planteado por Lusardi y Mitchell (2014), quienes sostienen que la alfabetización financiera permite tomar decisiones económicas más informadas, especialmente cuando las personas enfrentan decisiones de endeudamiento, ahorro o inversión. En el caso de la COOPMAPIALOR, la capacitación no se limitó a transmitir conceptos, sino que vinculó registros, costos, demanda y flujo de caja con una necesidad concreta: preparar una propuesta de bodega cooperativa susceptible de financiamiento productivo.

Asimismo, la evidencia empírica internacional respalda esta interpretación. Kaiser et al. (2022) demostraron que la educación financiera genera efectos positivos sobre conocimiento y comportamientos financieros, siempre que las intervenciones estén adecuadamente diseñadas. De forma complementaria, Miller et al. (2015) indicaron que los programas de educación financiera tienen mayor probabilidad de incidir cuando se conectan con decisiones prácticas.

En el estudio de caso, la totalidad de socios manifestó disposición a capacitarse, lo cual representa una condición favorable para que los aprendizajes se incorporen a prácticas de planificación y documentación. Este resultado

contrasta con intervenciones formativas aisladas, pues la capacitación se articuló con un producto final: el plan de negocios. También coincide con Drexler et al. (2014), quienes mostraron que las reglas simples de administración financiera pueden ser más efectivas para microempresarios que entrenamientos excesivamente abstractos, y con Karlan y Valdivia (2011), quienes evidenciaron que la formación empresarial puede mejorar prácticas de negocios en contextos de microfinanzas. En este caso, la utilidad pedagógica surgió de aplicar conceptos financieros a decisiones cercanas a los socios: comprar, almacenar, vender, pagar y reinvertir.

El predominio de socios vinculados a bares escolares y la frecuencia de compras diarias o semanales revelan una oportunidad de organización comercial basada en demanda recurrente. Desde la perspectiva de la teoría de recursos y capacidades, la cooperativa posee recursos relacionales y conocimiento práctico del mercado, pero requiere capacidades administrativas y financieras para convertirlos en ventaja organizacional (Barney, 1991; Wernerfelt, 1984). La capacitación y el acompañamiento técnico contribuyeron a transformar información empírica de los socios en un instrumento formal de gestión. En este sentido, el plan de negocios no solo funcionó como requisito documental para crédito, sino como dispositivo de aprendizaje colectivo para ordenar inventario, estimar inversión y definir criterios de abastecimiento.

De igual manera, los hallazgos también coinciden con Nkundabanyanga et al. (2014), quienes señalaron que los términos de préstamo y la alfabetización financiera inciden en la accesibilidad al crédito formal. La COOPMAPIALOR requería mejorar su capacidad para presentar información verificable ante una institución financiera, debido a que el acceso al crédito productivo depende de la reducción de asimetrías de información entre solicitante y prestamista. Berger y Udell (2006) explicaron que las pequeñas empresas enfrentan dificultades crediticias por opacidad informativa, garantías limitadas e insuficiencia de historial. La experiencia analizada confirma que la formulación del plan de negocios permite reducir parte de esa opacidad, al organizar información sobre mercado, costos, ingresos y capacidad proyectada de pago.

En términos prácticos, el documento facilita que la organización comunique por qué necesita financiamiento, cómo utilizará los recursos, qué ingresos sostendrán la devolución y qué mecanismos internos permitirán controlar inventarios y pagos. Si bien, el plan no garantiza aprobación crediticia, sí incrementa la calidad de la información entregada y mejora la disciplina interna necesaria para gestionar deuda productiva.

La comparación con otros contextos geográficos fortalece la discusión. Frimpong et al. (2022) encontraron en Ghana que la alfabetización financiera mejora el acceso a

finanzas digitales y el desempeño de pymes. Widyastuti et al. (2023) identificaron en Indonesia que la alfabetización financiera y las condiciones de crédito inciden en acceso al crédito formal y desempeño de mipymes. Xu et al. (2020) reportaron en China una relación positiva entre alfabetización financiera y accesibilidad al crédito formal en negocios informales. Estos antecedentes demuestran que, aunque los sistemas financieros sean diferentes, las organizaciones con mayores capacidades de gestión, planificación y comprensión crediticia están mejor preparadas para interactuar con entidades financieras.

En el contexto ecuatoriano, los resultados dialogan con la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera, que plantea educación financiera, financiamiento de mipymes e infraestructura crediticia como áreas prioritarias (Banco Central del Ecuador, 2021). El caso de la COOPMAPIALOR aporta evidencia microterritorial sobre la forma en que dichos lineamientos pueden materializarse mediante proyectos de vinculación universitaria. Asimismo, la orientación de BanEcuador hacia crédito productivo demanda que las organizaciones presenten información mínima, definan destino de recursos y demuestren capacidad de pago (BanEcuador, s. f.). Por tanto, la universidad cumple una función de intermediación técnica no financiera, al fortalecer capacidades sin sustituir la evaluación crediticia de la entidad correspondiente.

Las limitaciones del estudio deben considerarse con cautela. En primer lugar, el

diseño de estudio de caso y la muestra censal de 26 socios impiden generalizar estadísticamente los resultados a todas las cooperativas de la economía popular y solidaria. En segundo lugar, la información procede de un diagnóstico descriptivo, por lo que no permite estimar efectos causales de la capacitación sobre acceso real al crédito. En tercer lugar, el estudio evaluó preparación documental y organizativa, no desembolso efectivo ni desempeño financiero posterior.

En cuanto a las implicaciones prácticas del estudio, son relevantes. Para cooperativas y asociaciones, el estudio muestra que la preparación para crédito requiere registros de compras, análisis de demanda, estimación de costos, flujo de caja y comprensión de condiciones financieras. Para universidades, confirma el valor de proyectos de vinculación orientados a productos técnicos concretos, como planes de negocio. Para entidades públicas de financiamiento, sugiere que la inclusión financiera puede fortalecerse mediante alianzas con instituciones de educación superior que preparen a las organizaciones antes de la evaluación crediticia.

En términos teóricos, el estudio contribuye a vincular alfabetización financiera, teoría de recursos y capacidades, y reducción de asimetrías de información en organizaciones cooperativas. Esta articulación permite comprender que el acceso al crédito productivo no es un fenómeno exclusivamente bancario, sino un proceso

socioorganizativo en el que intervienen confianza, disciplina administrativa, información contable, liderazgo cooperativo y aprendizaje colectivo. La experiencia muestra que una organización puede tener demanda potencial y aceptación social, pero si no logra traducir esos elementos en datos, proyecciones y procedimientos, su capacidad de interlocución con el sistema financiero se mantiene limitada. Por ello, el acompañamiento técnico debe orientarse a construir capacidades duraderas y no solo a elaborar un documento para cumplir un requisito.

En síntesis, los resultados del estudio cierran señalando que el acceso al crédito productivo no depende únicamente de oferta financiera, sino también de capacidades organizacionales para demostrar viabilidad y gestionar responsablemente los recursos. En la COOPMAPIALOR, dichas capacidades se expresaron en la identificación de una demanda recurrente, en la aceptación de la bodega como mecanismo de abastecimiento cooperativo y en la disposición de los socios a capacitarse para mejorar registros y decisiones financieras. Estos elementos no eliminan los riesgos de mercado, endeudamiento o coordinación interna, pero sí ofrecen una base más sólida para avanzar hacia una solicitud crediticia técnicamente sustentada.

CONCLUSIONES

El estudio permitió establecer que la capacitación financiera, articulada con la elaboración de un plan de negocios, fortaleció la preparación organizacional de la COOPMAPIALOR

para enfrentar procesos de evaluación crediticia. Los hallazgos muestran que la cooperativa dispone de una base comercial favorable, integrada mayoritariamente por socios con experiencia en bares escolares, compras frecuentes, demanda de productos básicos y disposición hacia una bodega comunitaria. Esta información, al ser organizada técnicamente, permitió transformar necesidades dispersas de abastecimiento en componentes útiles para una propuesta productiva: mercado objetivo, portafolio inicial, rotación de inventarios, criterios de calidad, estrategia de precios y requerimientos de capital de trabajo.

La principal contribución del proceso fue convertir la capacitación en una herramienta aplicada y no únicamente formativa. La disposición total de los socios a participar en capacitaciones y el apoyo mayoritario al financiamiento ante BanEcuador evidencian condiciones sociales favorables para sostener procesos de fortalecimiento empresarial. El plan de negocios funcionó como instrumento de gestión interna y como mecanismo de comunicación con posibles financiadores, al ordenar información que normalmente resulta crítica para valorar viabilidad económica y capacidad de pago.

Como líneas futuras de investigación, se recomienda desarrollar estudios longitudinales que comparen indicadores antes y después de la capacitación, analicen la aprobación efectiva del crédito, evalúen la implementación de la bodega

cooperativa y midan cambios en ingresos, costos, márgenes y cohesión organizacional. También sería pertinente comparar varios casos de cooperativas de la economía popular y solidaria para identificar factores que favorecen o limitan el acceso al crédito productivo. En cierre, la experiencia analizada confirma que la vinculación universitaria puede aportar al desarrollo local cuando integra diagnóstico, formación financiera y asesoría técnica orientada a resolver necesidades productivas concretas.

REFERENCIAS

- Asamblea Nacional del Ecuador. (2011). Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria. <https://www.vicepresidencia.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/09/Ley-Orga%CC%81nica-de-Economi%CC%81a-Popular-y-Solidaria.pdf>
- Bruhn, M., & Zia, B. (2013). Stimulating managerial capital in emerging markets: The impact of business training for young entrepreneurs. *Journal of Development Effectiveness*, 5(2), 232-266. <https://doi.org/10.1080/19439342.2013.780090>
- Banco Central del Ecuador. (2021). Estrategia Nacional de Inclusión Financiera 2020-2024. <https://rfd.org.ec/docs/comunicacion/DocumentoENIF/ENIF-BCE-2021.pdf>
- Banco Central del Ecuador. (2024). Informe de resultados: Estadísticas de inclusión financiera. Cuarto trimestre de 2023. https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/InclusionFinanciera/ResultadoIF_042023.pdf
- BanEcuador. (s. f.). Crédito inclusión productiva. <https://www.banecuador.fin.ec/creditoinclusio n/>
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>

- Beck, T., & Demirgüç-Kunt, A. (2006). Small and medium-size enterprises: Access to finance as a growth constraint. *Journal of Banking & Finance*, 30(11), 2931-2943. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2006.05.009>
- Berger, A. N., & Udell, G. F. (2006). A more complete conceptual framework for SME finance. *Journal of Banking & Finance*, 30(11), 2945-2966. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2006.05.008>
- Chowdhury, M., & Alam, Z. (2017). Factors affecting access to finance of small and medium enterprises (SMEs) of Bangladesh. *The USV Annals of Economics and Public Administration*, 17(2), 55-68. https://touro scholar.touro.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1012&context=gsb_pubs
- Cole, S., Sampson, T., & Zia, B. (2011). Prices or knowledge? What drives demand for financial services in emerging markets? *The Journal of Finance*, 66(6), 1933-1967. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.2011.01696.x>
- Demirgüç-Kunt, A., Klapper, L., Singer, D., & Ansar, S. (2022). The Global Findex Database 2021: Financial inclusion, digital payments, and resilience in the age of COVID-19. World Bank. <https://www.worldbank.org/en/publication/globalfindindex/Report>
- Drexler, A., Fischer, G., & Schoar, A. (2014). Keeping it simple: Financial literacy and rules of thumb. *American Economic Journal: Applied Economics*, 6(2), 1-31. <https://doi.org/10.1257/app.6.2.1>
- Fernandes, D., Lynch, J. G., Jr., & Netemeyer, R. G. (2014). Financial literacy, financial education, and downstream financial behaviors. *Management Science*, 60(8), 1861-1883. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2013.1849>
- Frimpong, S. E., Agyapong, G., & Agyapong, D. (2022). Financial literacy, access to digital finance and performance of SMEs: Evidence from Central Region of Ghana. *Cogent Economics & Finance*, 10(1), Article 2121356. <https://doi.org/10.1080/23322039.2022.2121356>
- Kaiser, T., Lusardi, A., Menkhoff, L., & Urban, C. J. (2022). Financial education affects financial knowledge and downstream behaviors. *Journal of Financial Economics*, 145(2), 255-272. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2021.09.022>
- Karlan, D., & Valdivia, M. (2011). Teaching entrepreneurship: Impact of business training on microfinance clients and institutions. *Review of Economics and Statistics*, 93(2), 510-527. https://doi.org/10.1162/REST_a_00074
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5-44. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>
- McKenzie, D., & Woodruff, C. (2014). What are we learning from business training and entrepreneurship evaluations around the developing world? *The World Bank Research Observer*, 29(1), 48-82. <https://doi.org/10.1093/wbro/lkt007>
- Miller, M., Reichelstein, J., Salas, C., & Zia, B. (2015). Can you help someone become financially capable? A meta-analysis of the literature. *The World Bank Research Observer*, 30(2), 220-246. <https://doi.org/10.1093/wbro/lkv009>
- Nkundabanyanga, S. K., Kasozi, D., Nalukenge, I., & Tauringana, V. (2014). Lending terms, financial literacy and formal credit accessibility. *International Journal of Social Economics*, 41(5), 342-361. <https://doi.org/10.1108/IJSE-03-2013-0075>
- OECD. (2024). Financing SMEs and entrepreneurs 2024: An OECD scoreboard. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/fa521246-en>
- Red de Instituciones Financieras de Desarrollo. (2025). La inclusión financiera en el Ecuador: Avances 2024. https://rfd.org.ec/docs/estudios_rfd/La_inclusion_financiera_en_Ecuador2024.pdf
- Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal*, 5(2), 171-180. <https://doi.org/10.1002/smj.4250050207>
- Widyastuti, M., Ferdinand, D. Y. Y., & Hermanto, Y. B. (2023). Strengthening formal credit access and performance through financial literacy and credit terms in micro, small and medium

- businesses. *Journal of Risk and Financial Management*, 16(1), Article 52.
<https://doi.org/10.3390/jrfm16010052>
- World Bank. (2020). Ecuador: Diagnóstico de inclusión financiera.
<https://documents1.worldbank.org/curated/en/463891608200305640/pdf/Ecuador-Diagnostico-de-Inclusion-Financiera.pdf>
- World Bank. (2025). The Global Findex Database 2025.
<https://www.worldbank.org/en/publication/globalfindex>
- Xu, N., Shi, J., Zhao, R., & Yuan, Y. (2020). Financial literacy and formal credit accessibility: Evidence from informal businesses in China. *Finance Research Letters*, 36, Article 101327.
<https://doi.org/10.1016/j.frl.2019.101327>