

## RESUMEN

La investigación aborda el estudio del comportamiento de socios y clientes de las Cooperativas de Ahorro y Crédito (COAC's) del cantón Latacunga con respecto al uso, frecuencia, y razón de uso de los servicios financieros y no financieros. La problemática surge puesto que socios y clientes asumen que las COAC's únicamente otorgan créditos, omitiendo las diversas opciones de servicios a los cuales pueden acceder. El enfoque de la investigación es cuantitativo, puesto que a través de la aplicación de 137 encuestas a socios y 138 a clientes se recolectó los datos necesarios para procesarlos mediante el programa estadístico SPSS para después analizar tablas y figuras con la finalidad de generar perfiles de socios y clientes y finalmente comprobar la hipótesis. La misma que fue aceptada dado que los servicios financieros presentan una mayor frecuencia de uso con un 60% con respecto a la frecuencia de uso de los servicios no financieros representada por un 40%, por parte de los socios y clientes de las COAC's del cantón. Los perfiles establecidos para sus socios y clientes, comparten las mismas particularidades, en efecto son personas adultas de género femenino, casadas, con un nivel de educación secundaria, ingresos medios y trabajo propio. Para concluir se plantea una propuesta de un plan de comunicación en el cual se dé a conocer a socios y clientes de las COAC's del cantón las ventajas que tienen al pertenecer a las mismas con la finalidad de concientizarlos y mejorar así la calidad de vida de todos involucrados.

Palabras clave:

- **COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO**
- **COMPORTAMIENTO**
- **SOCIOS**
- **CLIENTES**

## **Abstract**

The research include the study about the behavior of partners and customers of the Cooperatives of Savings and Credit (COAC's) of Latacunga canton with regard to the use, frequency and reason of the use of the financial services and no financial. The problem arises because the partners and costumers assume that the COAC's only to grant credits, skipping the diversity of options that these offer. The focus of the research is quantitative, since through of the application of 137 surveys to the partners and 138 to the costumers we can recollect the necessary data for process by means of SPSS statics program for then analyze tables and graphics with the objective of to generate profiles of partners and customers and finally to check the hypothesis. This is was accepted because the financial services show a high frequency of use with 60% with regard of a use frequency of no financial, this represent the 40% by partners and customers of the COAC's canton. The profiles established from the its partners and costumers share the same particularities, in effect these are adults of female genre, married, with a secondary level, medium incomes and own job. In conclusion to pose a proposal about a communication plan in this the partners and customers know the advantages that to belong to the COAC's of the canton with the finality of to achieve awareness and improve in the quality of life of the involved.

Key words:

- **COOPERATIVE OF SAVINGS AND CREDITS**
- **BEHAVIOR**
- **PARTNERS**
- **COSTUMERS**