



**Coomeva**

**Satisfacción del Asociado**

**Kape**

**2016**

**Informe General**

# Contenido

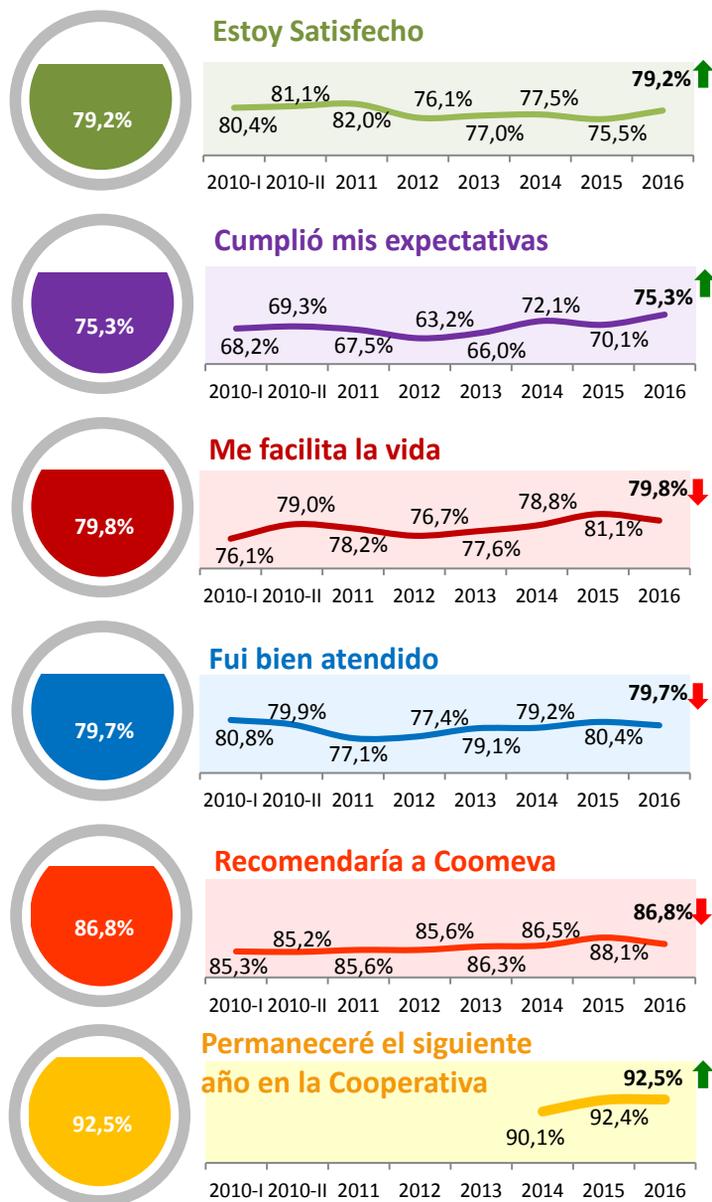
	<b>Página.</b>
<b>Introducción</b>	<b>4</b>
<b>1. Nivel de satisfacción</b>	
A. Satisfacción general en la Cooperativa	5
B. Satisfacción de la Cooperativa por Regional	6
C. Satisfacción de la Cooperativa por Ciudades	7
D. Razones de Insatisfacción	8
<b>2. Expectativas</b>	
A. Cumplimiento de expectativas	9
B. Expectativas Satisfechas e Insatisfechas	10
<b>3. Cumplimiento de la promesa de valor</b>	<b>11</b>
<b>4. Calidad en la atención recibida</b>	<b>12</b>
<b>5. Recomendación de vinculación a la cooperativa</b>	<b>13</b>
<b>6. Nuevos indicadores</b>	<b>14</b>
A. Actitud del Asociado frente a Coomeva	15
B. Permanencia en Coomeva	15
<b>7. Infografías</b>	<b>16</b>
<b>8. Conclusiones</b>	<b>21</b>



“Es una Cooperativa que cuenta con muchos beneficios que podemos tener como asociados como los créditos, CDT y programas de recreación para la familia” – Asociado Satisfecho

## Introducción

Grafico 1. Principales indicadores de Coomeva



Para Coomeva es de vital importancia que sus asociados tengan la mejor experiencia en los “momentos de verdad” al utilizar los productos y servicios que les ofrece la Cooperativa, es por esta razón que cada año se realiza la medición de los principales indicadores de satisfacción, con el fin de conocer las oportunidades de mejoramiento para poder cumplir con las expectativas de los asociados en la interacción con los productos y servicios ofrecidos.

Basado en lo anterior, mostraremos los resultados de la medición del 2016 y la evolución histórica que hemos tenido en los últimos años. En el Gráfico 1 se observa un incremento en la satisfacción general de nuestros asociados, pasando de 75,5% en 2015 a 79,2% en 2016, logrando la tasa de satisfacción más alta en los últimos 5 años, escenario bastante positivo que nos motiva a seguir

mejorando todos nuestros productos y servicios. El indicador “Cumplió mis expectativas” también muestra un incremento importante, pasando del 70,1% en el año anterior a un 75,3% en este año, alcanzando además la puntuación histórica más alta desde el año 2010. Los demás indicadores presentan ligeros decrecimientos, puntos en los que debemos incrementar nuestros esfuerzos para mantener los estándares deseados de acuerdo a nuestra promesa de valor «Facilitar la Vida de nuestros asociados».

# 1. Nivel de Satisfacción

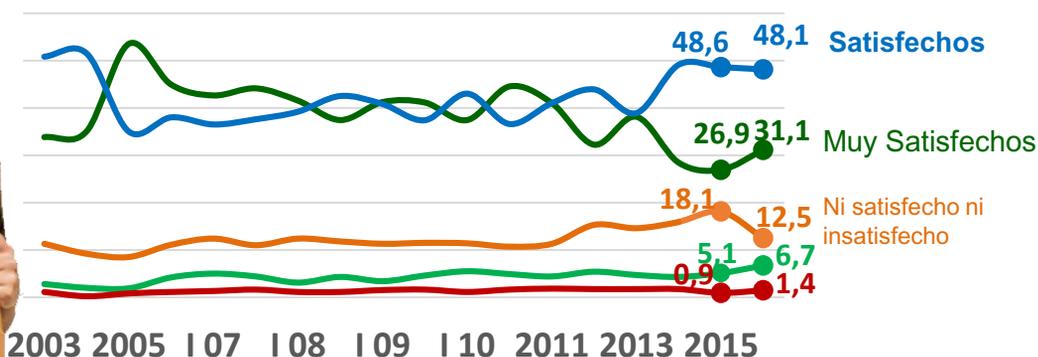
## A. Satisfacción general en la Cooperativa

Para el 2016 obtuvimos resultados que evidencian mejores niveles de Satisfacción General pasando de 75,5% en 2015 a un 79,2% en 2016. Al observar el desglose que presenta el Gráfico 2 encontramos que los casi 4 puntos porcentuales de incremento del indicador general se dan en la categoría superior de la escala, “Muy Satisfecho”, situación muy positiva para la cooperativa ya que refleja la total satisfacción de estos asociados que migran de la evaluación intermedia, “Ni satisfecho ni insatisfecho”, cediendo 6 puntos porcentuales de 18,1% a 12,5%. Las demás calificaciones se mantienen relativamente estables en comparación al año anterior, con variaciones de 1,6 para “Insatisfecho” y 0,5 en “Muy Insatisfecho”.

El incremento presentado este año en el grado más alto de la escala de satisfacción, “Muy Satisfecho”, es muy importante dado que desde 2013 se venía en decrecimiento continuo y logra un repunte significativo este año.

Obtuvimos una mejor evaluación del nivel de satisfacción en comparación a los últimos años, sin embargo, se deben aunar esfuerzos con el fin de superar el 80% de satisfacción, escenario que es bastante posible si se hace un análisis de los indicadores históricos obtenidos.

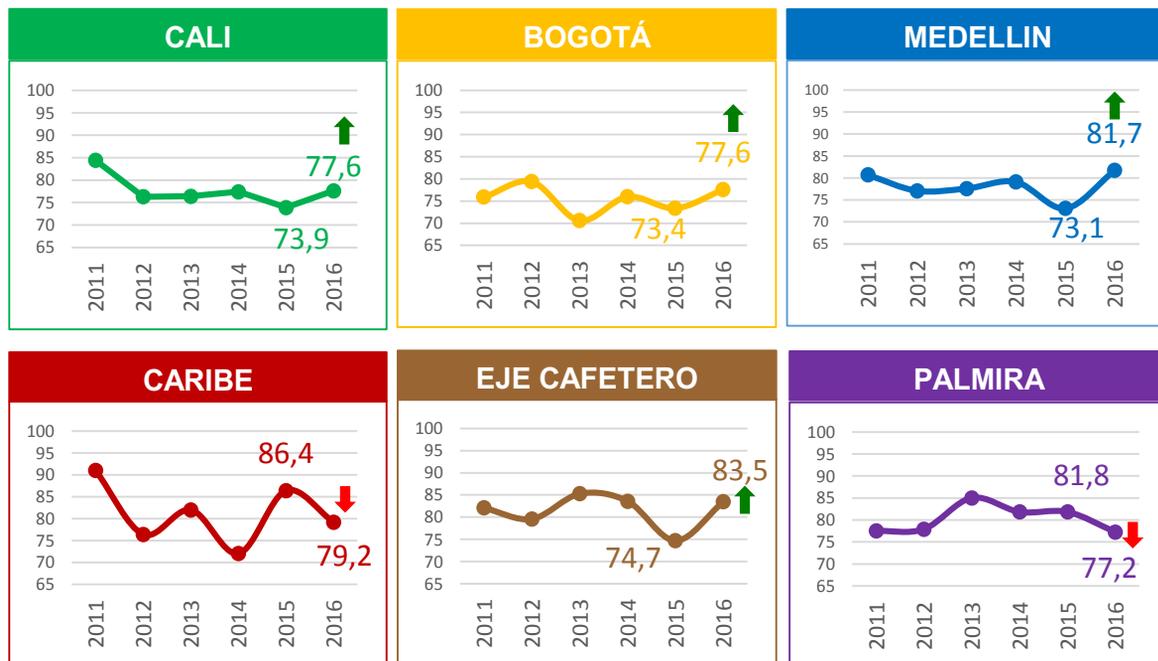
Gráfico 2. Nivel de satisfacción general del asociado



# 1. Nivel de Satisfacción

## B. Satisfacción en la Cooperativa por Regional

Gráfico 3. Nivel de satisfacción por regionales



A nivel regional podemos ver que 4 de las 6 regionales suben su tasa de satisfacción general, situación que explica el aumento en el indicador general, dichas regionales son:

- Cali pasa de un 73,9% a 77,6%.
- Bogotá aumenta 4 puntos porcentuales, pasando de 73,4% a 77,6% en 2016.
- Medellín, como regional, presenta un aumento de 8,6 puntos porcentuales con respecto al año anterior.
- El Eje Cafetero por su parte, obtiene el mayor crecimiento entre las regionales con 8,8 puntos porcentuales adicionales con respecto al 2015.
- Las regionales Caribe y Palmira son las únicas que presentan niveles de satisfacción mas bajos con respecto al 2015, Palmira con casi 5 puntos porcentuales menos y Caribe con 7,2.

La información desagregada por zonas se encuentra al final del documento en los anexos de la G - K.

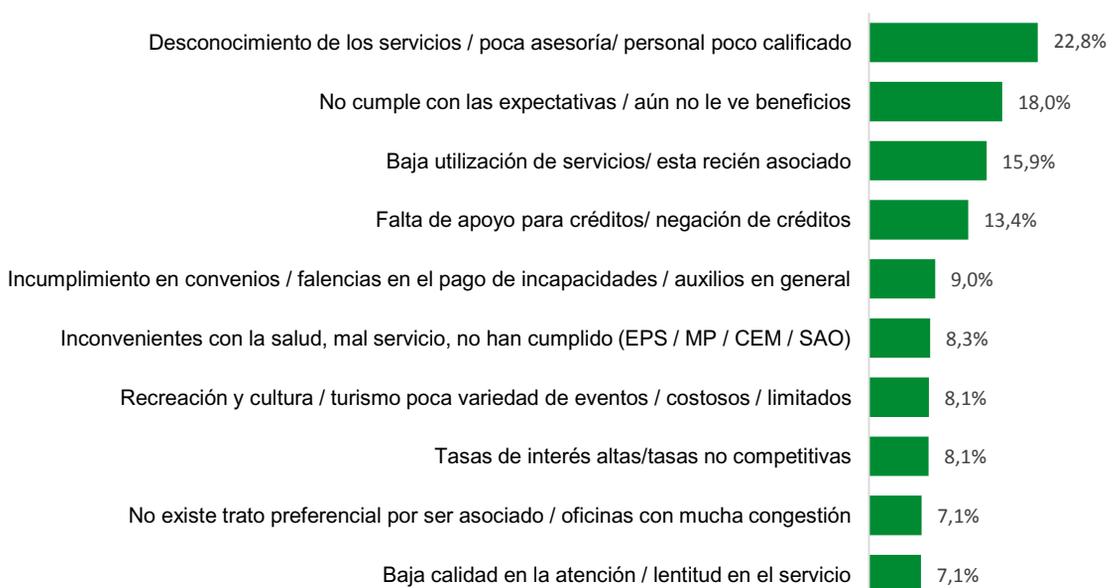
# 1. Nivel de Satisfacción

## D. Razones de Insatisfacción

Casi 8 de cada 10 asociados se encuentran satisfechos con la Cooperativa y su servicio en general, sin embargo, el grupo restante (20,8%), manifiestan bajos niveles de satisfacción, de esa proporción el 22,8% argumenta que dicha insatisfacción se debe al “desconocimiento de los servicios, poca asesoría y personal poco calificado” para realizar estas labores, situación que se viene presentando desde 2013. En Coomeva venimos trabajando en buscar mecanismos para que nuestros asociados reciban información, clara, precisa y oportuna sobre todos acerca de los beneficios, esto además impactaría de manera positiva sobre las siguientes dos razones de insatisfacción, que hablan sobre el incumplimiento de expectativas y la poca visibilidad de los beneficios que se obtienen al ser asociado a la cooperativa, y sobre la baja utilización de los servicios, situación que se deriva de la razón de insatisfacción principal. Estos tres aspectos corresponden a las principales razones de insatisfacción dadas y que suman el 57% de estas declaraciones de no conformidad.

Ante esta situación Coomeva está trabajando en mejorar los diferentes canales de comunicación y tiene planteados para el 2017: 1. implementar en el primer trimestre el gestor de campañas garantizando información oportuna, pertinente acorde al segmentos. 2. Garantizar el personal idóneo con las formaciones, entrenamiento y material necesario y suficiente para lograr una asesoría completa al nuevo prospecto para el perfil del asociado (segmentación). 3. Proyecto conexión con producto: donde el ejecutivo de cuenta tendría carterizando al asociado durante un año, haciéndole seguimiento y acompañamiento por lo menos 3 veces en el año, vinculándolo con producto. Ver en anexo A el comparativo de las razones de insatisfacción 2015 – 2016.

Gráfico 4 . Razones de insatisfacción de los asociados

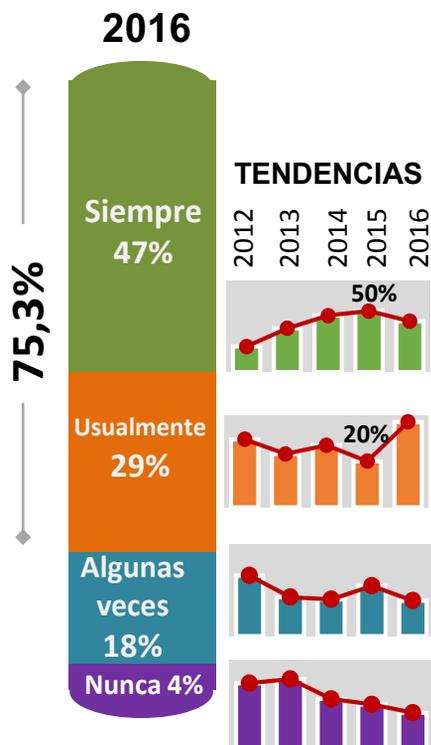


Base: 374

## 2. Expectativas

### A. Cumplimiento de Expectativas

Gráfico 5 . Cumplimiento de expectativas 2012-2016

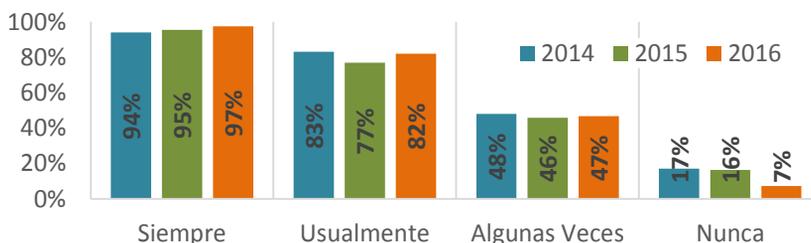


En Coomeva somos conscientes de que el asociado es cada vez más exigente y por esta razón el indicador de cumplimiento de expectativas es un factor determinante, ya que permite revelar la percepción que tienen en este momento los asociados sobre los productos y servicios que ofrece la Cooperativa.

La tasa de cumplimiento global (Gráfico 5.) muestra que este año (75,3%) se logran 5,2 puntos porcentuales más que el año anterior (70,5%). Este aumento se explica por el crecimiento de la categoría “Usualmente”, que pasa de 20% a 29%. No obstante, el desglose muestra que la proporción de entrevistados que afirmaron que Coomeva “Siempre” cumple con sus expectativas disminuye 3 puntos porcentuales, esta disminución aunque no es significativa si demanda de nuestra parte especial cuidado, por ello mercadeo, en conjunto con el área comercial y las demás empresas del grupo están trabajando en planes de acción que minimicen las razones del incumplimiento de expectativas.

Al realizar un cruce de variables, entre el nivel de Satisfacción General y el Cumplimiento de Expectativas, encontramos que para esta medición del 2016 (Gráfico 6.), la tasa de satisfacción de los asociados que perciben que Coomeva “Usualmente” cumple con sus expectativas obtiene la mayor ganancia versus el periodo 2015 con 5 puntos porcentuales, seguido por “Siempre” que logra 2 puntos porcentuales. Esto pone en evidencia que la percepción de los asociados en este indicador ha mejorado, sin embargo en Coomeva continuamos trabajando para cumplir a más asociados sus expectativas.

Gráfico 6 . Tasa de Satisfacción según el cumplimiento de expectativas 2014-2016



## 2. Expectativas

### B. Expectativas satisfechas e insatisfechas

Gráfico 7 . Principales razones de expectativas satisfechas 2016



Base: 839  
Entrevistados con alto cumplimiento de expectativas "Siempre".

Del 75,3% que se les cumple sus expectativas, el 47%, afirma que sus expectativas siempre han sido cumplidas por la Cooperativa, principalmente la "Facilidad en los créditos" que ofrece Coomeva y su "rápida aprobación", mientras que la segunda razón hace referencia a la "buena asesoría" que reciben y la "buena difusión de la información", así mismo se destaca la "buena atención" recibida y la "atención personalizada", siendo estas las principales tres razones para sentirse siempre satisfechos con respecto a sus expectativas sobre Coomeva. El comparativo entre 2015 – 2016 se encuentra en el Anexo C.

Gráfico 8 . Principales razones de expectativas insatisfechas 2016



Base: 907  
Entrevistados con expectativas incumplidas "Usualmente", "Algunas veces" o "Nunca".

Del lado opuesto, 51% de los asociados entrevistados, manifestaron bajos niveles de cumplimiento de sus expectativas, argumentando "Falta de información" como la principal razón de expectativas insatisfechas, seguido por "Ausencia de trato preferencial" tema que ha sido recurrente en las mediciones pasadas y en tercer lugar "Altos intereses en los créditos" junto con "La dificultad para acceder a los créditos". Estos resultados no son ajeno a Coomeva, por ello viene trabajando desde las diferentes áreas y empresas dichos aspectos que mencionamos al detalle anteriormente en los motivos de insatisfacción. El comparativo entre 2015 – 2016 se encuentra en el Anexo D.

### 3. Cumplimiento de la promesa de valor

Gráfico 9 . ¿Cooameva nos facilita la vida...?

Cómo nos ha facilitado la vida	2015	2016	Cómo nos podría facilitar más la vida	2015	2016
Facilidades para créditos/préstamos	48,8%	57,4%	Tasas de interés mas bajas	34,8%	38,0%
A través del portafolio de servicios	43,3%	40,5%	Más información sobre los servicios/productos	41,0%	35,6%
Con ahorro/retribución al futuro	31,1%	40,4%	Más agilidad	15,8%	24,4%
En recreación/cultura/teatro/cine	28,7%	29,8%	Menos papeleo/tramitología	19,6%	24,2%
Facilitando muchas cosas/satisfaciendo necesidades	27,0%	28,9%	Así esta bien	19,7%	18,5%
En salud (EPS/MP)	22,7%	21,4%	Mayor oportunidad de creditos	11,0%	15,1%
Otras razones	7,6%	10,1%	Otras razones	19,0%	26,5%
<b>Base</b>	<b>1261</b>	<b>1188</b>	<b>Base</b>	<b>1261</b>	<b>1188</b>

La Cooperativa vela permanentemente por dar cumplimiento a la promesa de valor. Para este año el 79.8% de los asociados afirman que si se cumple con la promesa de valor argumentado que en Coomeva encuentran “Facilidades para créditos (57%) un “Ahorro a futuro” (41%) y un amplió “Portafolio de servicios” (40%).

En la búsqueda de nuevas formas de hacerle la vida más fácil a nuestros asociados le preguntamos a las personas entrevistadas cómo podríamos facilitarle aún más la vida. El 38% de los asociados afirmaron que esto sería posible con “Tasas de interés más bajas”, un 36% dijo que mediante “Más información sobre productos y servicios” mientras que un 24% respondió que se debería ser más ágiles en el servicio, y en la misma proporción se solicita que haya menos tramitología.

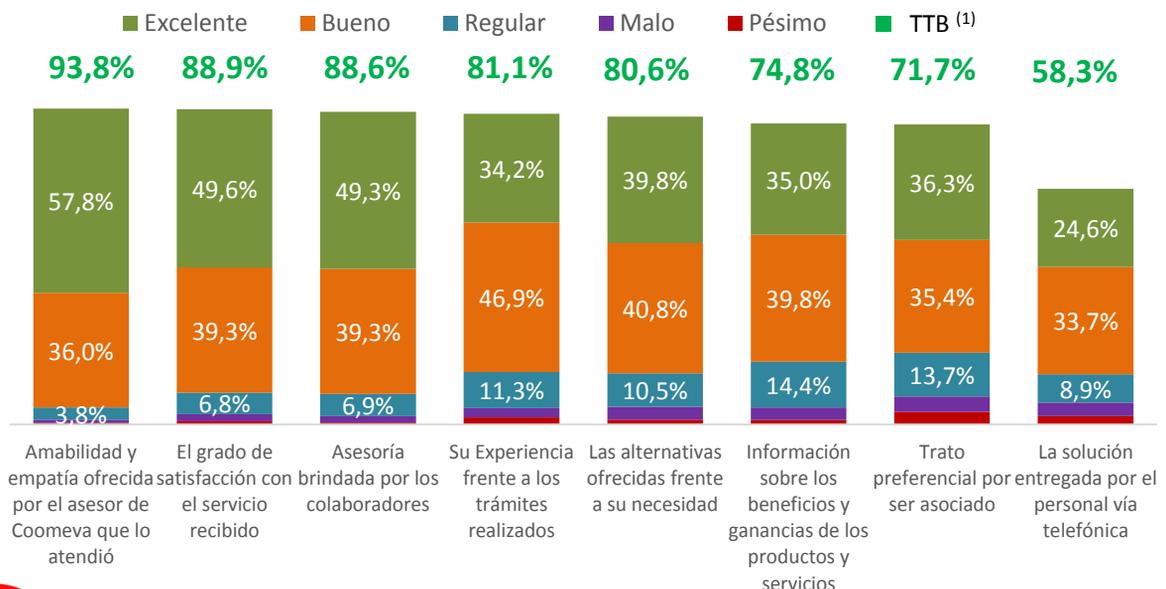
Tanto los motivos de insatisfacción como los de razones insatisfechas y los motivos por los cuales no cumplimos con la oferta de valor, apunta a ser asertivos en la comunicación, aspecto que como ya se mencionó se esta abordando desde diferentes frentes. Ver página 7 razones de insatisfacción

## 4. Calidad en la atención recibida

Frente a la calidad en la atención que actualmente estamos brindando a nuestros asociados, en promedio mantenemos el mismo nivel de satisfacción del año anterior con un ligero decrecimiento, pasando de 80,4% a 79,7%. Cuando observamos al interior de cada uno de los “momentos de verdad”, vemos que “La amabilidad y la empatía ofrecida por el asesor de Cooameva que lo atendió” es el punto más destacado con una calificación de 93,8% en el Top Two Boxes<sup>(1)</sup>, seguido por el “Grado de satisfacción general con el servicio recibido” y la “Asesoría brindada por los colaboradores” con calificaciones del 88,9% y 88,6% respectivamente en el Top Two Boxes. Del lado opuesto, “La solución entregada por el personal vía telefónica” obtiene la más baja calificación (58,3% en el TTB), “Trato preferencial por ser Asociado” e “Información sobre los beneficios y ganancias de los productos y servicios” son otros dos aspectos que según las valoraciones recibidas requieren mayor atención en busca de mejorar el servicio.

Frente a esta situación se está trabajando en campañas constantes donde se refuerza el manifiesto de servicios y se empezó en 2016 un programa de entrenamiento “Creando pasión, contagiando emoción” con los asesores integrales y gerentes de zonas donde se les dan herramientas de cómo tratar al asociado, además se realizaron cursos presenciales a todos los colaboradores con el fin de fortalecer el servicio, la resolutivez y sorprender positivamente. Para 2017 se espera extender este entrenamiento a los agentes del centro de contacto. Además, se realizará un estudio que mapea todos los puntos de interacción con los asociados, identificando los puntos críticos de cada uno de estos, para generar planes de acción concretos que nos permitan rediseñar una experiencia positiva en el asociado. Los resultados en 2015 se encuentran en el Anexo D.

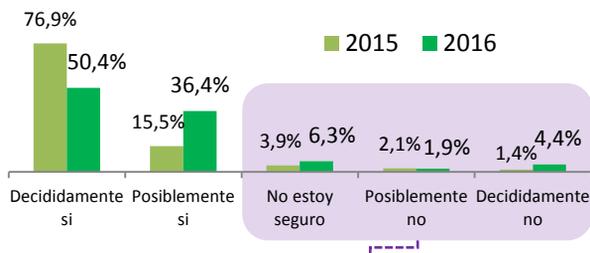
Gráfico 10. Calidad de la atención recibida



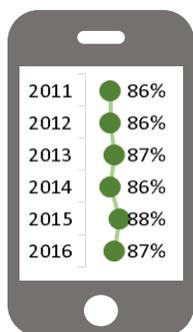
(1) TTB = Excelente + Bueno

## 5. Recomendación de vinculación a la Cooperativa

Gráfico 11. Recomendaría a Coomeva



### Motivos de por los que No recomendaría 2016



Desde 2011 más del 85% de nuestros asociados nos recomiendan

El 87% de nuestros asociados nos recomiendan a sus familiares y amigos, situación que pone en evidencia la fidelización al considerar a Coomeva como una buena Cooperativa, sin embargo el 12,7% restante argumentó que no nos recomendaría debido a que: para un 17,3% de este último grupo, “No cumplimos con las expectativas”, mientras que un 14,7% manifestaron que “No ofrecemos la información necesaria” y otro 14,6% declaró haber tenido “Malas experiencias con los servicios / Inconvenientes con la Cooperativa”.

Estamos redoblando esfuerzos con el fin de superar estos aspectos que actualmente nuestros asociados refieren como falencias que generan insatisfacción, para lo cual se debe estar en constante creación de herramientas y acciones de mejoramiento que optimicen los servicios que prestamos y los productos que ofrecemos, garantizando así el cumplimiento de las expectativas de nuestros asociados, lo que a su vez se traducirá en un aumento significativo del porcentaje de asociados que nos recomiendan y por ende de su fidelización.

Es importante también resaltar el esfuerzo que ha hecho la Cooperativa por mantener el nivel de recomendación lo más alto posible, logrando ubicar este porcentaje por encima del 85% desde el 2011, indicador altamente positivo.

El comparativo de los resultados 2015 – 2016 se encuentran en el Anexo E.

Base: 219

Entrevistados que “Posiblemente No” o “Decididamente no” recomendarían a Coomeva

## 6. Actitud del Asociado frente a Coomeva

Desde 2014 en la medición anual de satisfacción de los asociados, se incorporaron una serie de indicadores que muestran la relación de nuestros asociados con el portafolio que les ofrecemos.

En cuanto a la percepción de aprovechamiento de todos los servicios, se obtiene un incremento de 3 puntos porcentuales, pasando de 37% en 2015 a 40% en 2016, lo que demuestra una mayor utilización del portafolio por parte de los asociados.

Por su parte, el indicador de “Cooameva tiene todo lo necesario” también presenta un incremento, aunque en menor proporción, ya que en su Top Two Boxes (T.T.B) pasa de 66% en el año anterior a 67% este año. Mas que un incremento se trata de un mantenimiento del indicador, razón por la cual se debe trabajar en la inclusión de productos y/o servicios que permitan satisfacer un mayor número de necesidades de nuestros asociados.

Finalmente en el indicador de “Conozco todos los servicios de Coomeva” hay un leve descenso con respecto a la medición anterior pasa de 35% a 34% en esta nueva medición, lo cual no es una diferencia significativa.

Gráfico 12. He Aprovechado todos los servicios

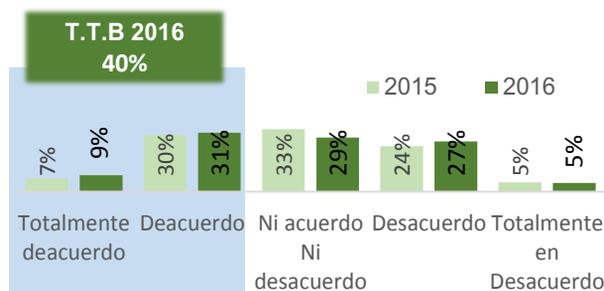


Gráfico 13. Coomeva tiene todo lo necesario

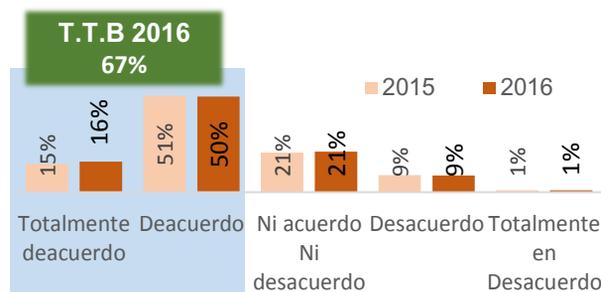
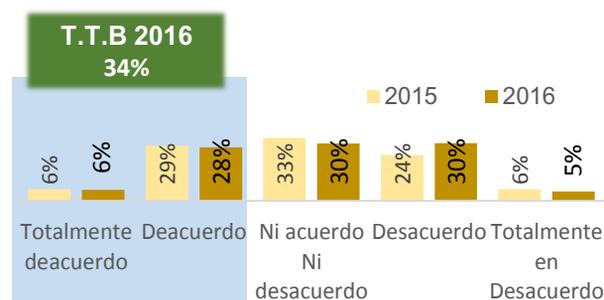


Gráfico 14. Conozco todos los servicios de Coomeva

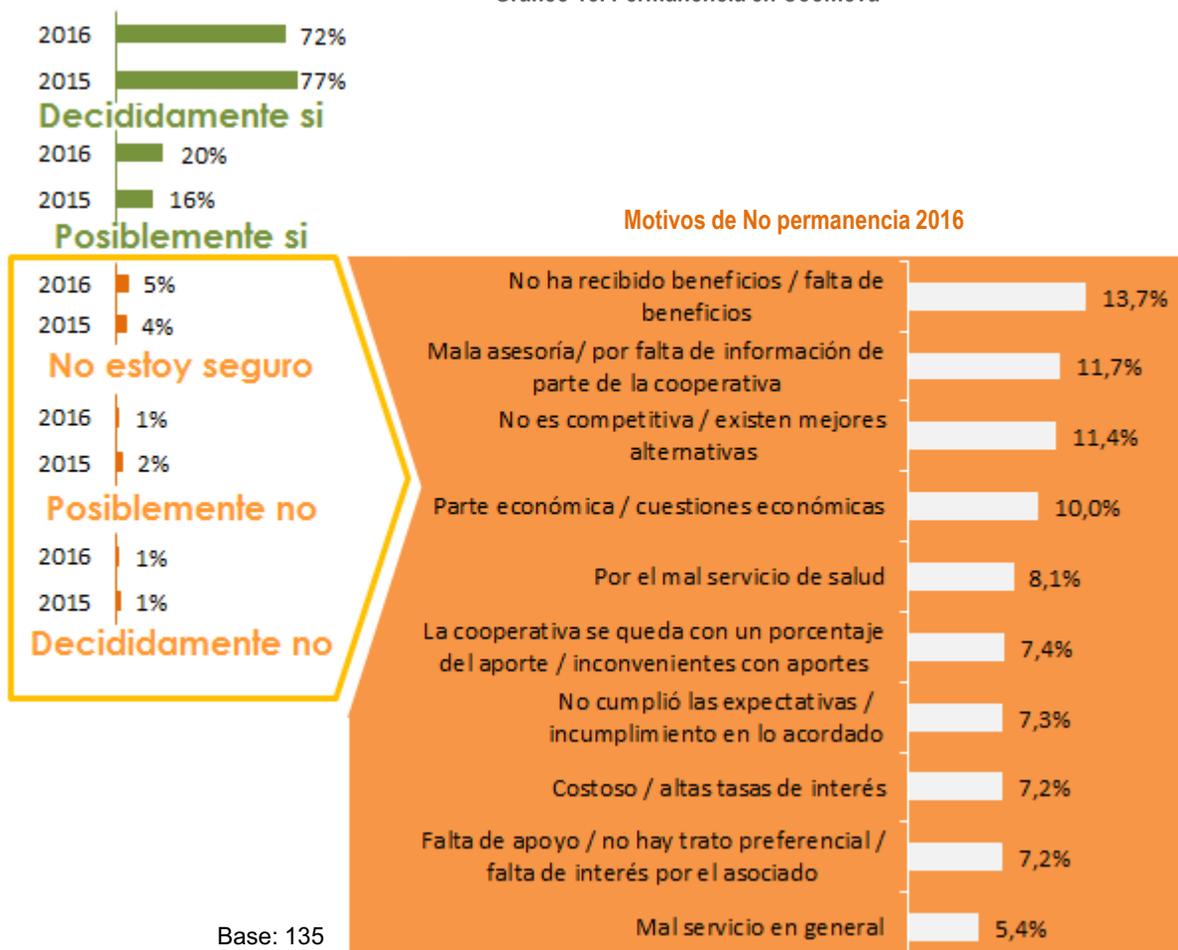


## 7. Permanencia en Coomeva

La permanencia en la Cooperativa es un indicador de fidelización de los asociados, mide la intención de continuar en Coomeva, razón por la que se debe trabajar arduamente en el mantenimiento de altos niveles de satisfacción de nuestros asociados. En la medición del año anterior (Anexo E) se obtuvo un 92% en el Top2, con 77% de los asociados entrevistados que dijeron “Decididamente si” continuar en la Cooperativa y un 16% que respondieron que “Posiblemente si”. Para la medición actual, se obtuvo el mismo resultado, 92%, sin embargo, la proporción de asociados que dijeron “Decididamente si” disminuyó a 72%, mientras que la proporción de los Entrevistados que respondieron “Posiblemente si” aumento a 20%.

A pesar de que el indicador se mantiene, se debe tener en cuenta este cambio, pues baja la proporción de usuarios totalmente fidelizados. De aquellos que no desean permanecer en la Cooperativa, el 14% asegura que es por no haber recibido los beneficios o no sentirse beneficiado, mientras que para el 12% se trata de una “mala asesoría.”

Gráfico 15. Permanencia en Coomeva



Base: 135

# Conclusiones

Los resultados de esta medición nos permiten analizar varios puntos, en primer lugar a nivel general se observan mejoras en varios indicadores, tanto de gestión como de la interacción de los asociados con los productos y servicios “momentos de verdad”, es así como la satisfacción general obtiene 3.7 puntos porcentuales más con respecto al año anterior, así como el indicador “Cumplió mis expectativas” que sube 5,2 puntos porcentuales. Los otros tres indicadores generales presentaron leves decrecimientos inferiores a 2 puntos porcentuales. Esta es una situación de conveniencia para la Cooperativa, ya que se observa un mejoramiento en el indicador perceptual, lo cual es un claro referente para garantizar la lealtad de los asociados, así como el aumento en el cumplimiento de sus expectativas, no obstante hay que revisar en detalle todos los aspectos que generan alguna inconformidad de los asociados para comprender sus motivaciones implícitas, generar los correctivos necesarios y poder así aumentar sus niveles de satisfacción.

Dentro de los aspectos a mejorar se encuentra la calidad en la atención recibida que es medido bajo 8 aspectos donde se evalúa desde la amabilidad y empatía con la que un asesor atiende, pasando por la experiencia frente a los trámites hasta la solución entregada por el personal vía telefónica, y es justamente este último aspecto donde los indicadores no han sido los mejores. Si bien este resultado no es el más favorecedor (58.3%), los otros 7 aspectos medidos mantienen sus indicadores entre el 71% y el 94%, así la medición del indicador de atención sin tener en cuenta el contacto telefónico mejora en 3.1 puntos porcentuales pasando de 79.7% teniéndolo en cuenta a 82.8% sin tenerlo.

Frente a este aspecto, para el 2017 se continuará fortaleciendo mediante el programa de entrenamiento “Creando pasión contagiando emoción” el servicio que ofrecen los agentes del centro de contacto, de manera que este aspecto se refuerce y se logren mejores resultados en cuanto a las soluciones entregadas a las necesidades expuestas por los asociados vía telefónica.

Además, resulta clave poder dar a los asociados una asesoría clara y precisa, para que sientan que les ofrecemos todas las garantías en su servicio y que, por su condición de asociados, tienen un trato preferencial en el uso de todos los productos. Esto se logra mediante la capacitación y constante retroalimentación de todos los asesores de servicio de cara al asociado, la generación constante de beneficios para los asociados con ventajas claramente diferenciales, y la personalización de la información de acuerdo a las necesidades por grupos afines, (Estudio de Segmentación 2015), lo que nos permitirá encaminarnos al cumplimiento de las tres prioridades del Plan Estratégico 2019 de Cooameva: Relaciones de Largo Plazo con el Asociado, Creación de Valor y Mejor Calidad de la Gestión.

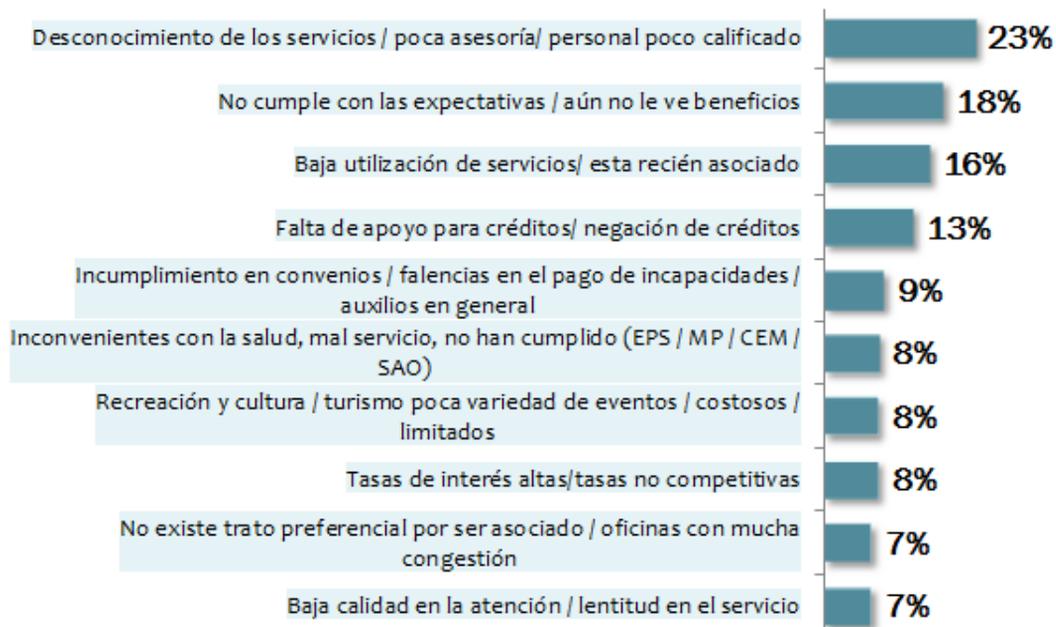
## Anexo

### A. Motivos de insatisfacción 2015 - 2016

Motivos de insatisfacción 2015



Motivos de insatisfacción 2016



# Anexo

## B. Principales razones de expectativas satisfechas 2015 - 2016

2015	2016
Variedad de Créditos / Créditos	Facilidad en los créditos / aprobación rápida
<b>46,3%</b>	<b>28,5%</b>
Buena Atención / Atención Personalizada / Preferencial	Buena asesoría / buena difusión de la información
<b>32,1%</b>	<b>22,8%</b>
Solicitud de servicios de manera eficaz / satisfactoria	Atención preferencial / atención personalizada
<b>21,0%</b>	<b>21,8%</b>
Recreación / Cultura / Turismo	Disponibilidad de programas de recreación / cultura / turismo
<b>15,7%</b>	<b>17,8%</b>
Auxilios, apoyo en general	Variedad de créditos / cupo activo
<b>13,2%</b>	<b>17,3%</b>
Atención en Clínicas / EPS / MP / CEM / SAO	Buenos servicios financieros
<b>12,6%</b>	<b>16,7%</b>
Ahorro Programado / Ahorro	Auxilios de incapacidad / desempleo / funerario
<b>12,4%</b>	<b>15,5%</b>
Asesoría / Información (Personalizada, por internet, correo, volantes)	Solidaridad / perseverancia / apoyo en calamidad
<b>11,1%</b>	<b>12,7%</b>
Solidaridad / Perseverancia	Muy buena atención en clínicas / buen servicio de medicina prepagada / CEM / SAO / EPS
<b>6,9%</b>	<b>11,3%</b>
Servicios de Seguros	Solicitud de servicios de manera eficaz
<b>5,8%</b>	<b>10,2%</b>
Poca tramitología	Cooperativa seria / trayectoria / con respaldo /Cooameva cumple lo que promete
<b>5,3%</b>	<b>8,2%</b>
Cooperativa seria / Trayectoria / Con respaldo /Cooameva cumple lo que promete	Buen servicio de seguros / variedad de seguros
<b>4,4%</b>	<b>8,1%</b>
Convenios / Subsidio Educativo	Premios / descuentos en establecimientos / bonos de lealtad - Pinos
<b>2,7%</b>	<b>4,0%</b>
Tarjeta de Asociado / Tarjeta Blanca	Buenos subsidios educativos / buenos convenios para educación / programa gente pila
<b>2,1%</b>	<b>3,7%</b>
Programas familiares	Tasas de interés bajas / tasas competitivas
<b>1,5%</b>	<b>3,4%</b>

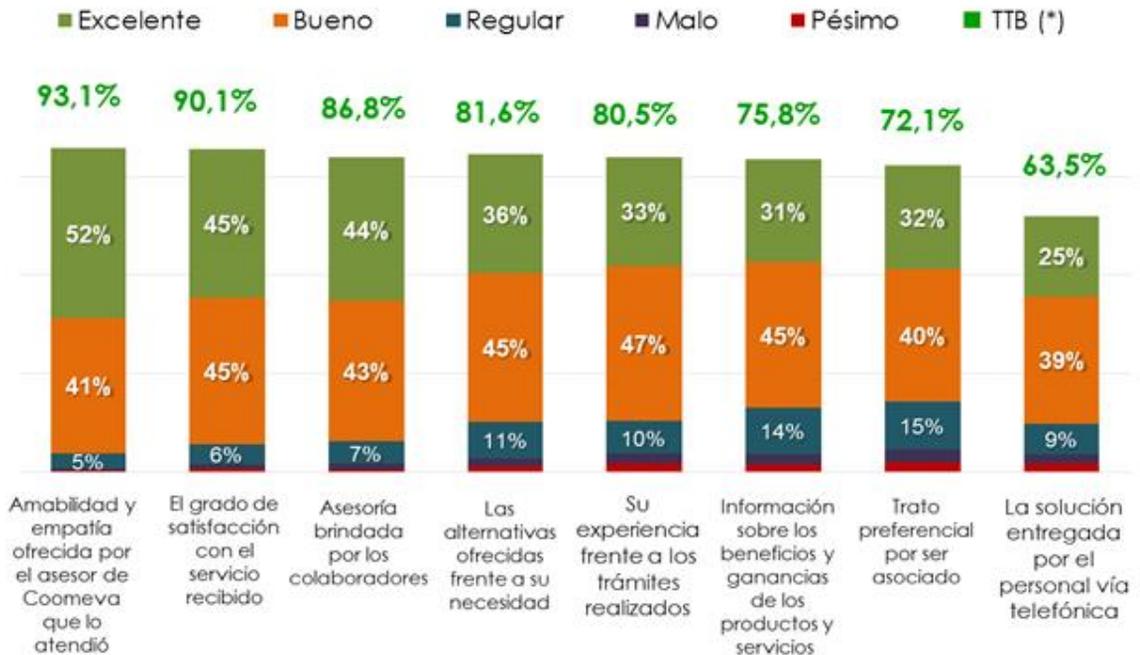
# Anexo

## C. Principales razones de expectativas insatisfechas 2015 - 2016

2015	2016
Falta más apoyo al asociado / no hay seguimiento a la situación del asociado	Falta de información / no hay información personalizada
<b>32,4%</b>	<b>24,3%</b>
Falta de información / información personalizada	No hay trato preferencial
<b>27,7%</b>	<b>14,8%</b>
No dan buena asesoría / no hay trato preferencial	Altos intereses de los créditos / alto costo de algunos beneficios
<b>27,3%</b>	<b>12,4%</b>
No hay facilidad para créditos	No hay facilidad para créditos / negación de créditos
<b>17,8%</b>	<b>12,3%</b>
No son ágiles / demasiados trámites	La comunicación es difícil / no dan respuesta / falta de interés en responder
<b>11,1%</b>	<b>10,2%</b>
Altos intereses / alto costo	No hay variedad de servicios para el asociado / poca variedad de eventos / boletería escasa
<b>10,2%</b>	<b>9,4%</b>
No han mejorado los servicios de salud / demoras en citas	No son ágiles / demasiados trámites
<b>7,9%</b>	<b>9,0%</b>
No ha utilizado todos los servicios	Falta más apoyo al asociado / no hay seguimiento a la situación del asociado
<b>5,8%</b>	<b>8,1%</b>
Actividades de recreación y turismo costosas / poca variedad de eventos, no hay cobertura	Problemas con servicios de salud / demoras en citas / negación de autorizaciones
<b>5,6%</b>	<b>7,4%</b>
Incumplimiento en la otorgación de auxilios	Difícil acceso a los diferentes servicios que se solicitan
<b>5,6%</b>	<b>5,8%</b>
Pérdida del sentido cooperativo	Mala asesoría / asesor no conoce bien los servicios / personal no capacitado
<b>4,4%</b>	<b>5,6%</b>
Prefiere otras entidades con más trayectoria	Incumplimiento en la otorgación de auxilios / incumplimiento en el pago de incapacidades
<b>4,0%</b>	<b>5,2%</b>
Asesor no conoce bien los servicios / personal no capacitado	Ofrece más facilidades y beneficios en otras entidades / no son competitivos
<b>3,2%</b>	<b>4,4%</b>
Difícil acceso a los diferentes servicios que se solicitan	Los beneficios para el asociado no son evidentes / no se siente beneficiado
<b>3,0%</b>	<b>3,2%</b>
Recién asociado	No cumplen con lo que ofrecen / publicidad engañosa
<b>2,9%</b>	<b>3,2%</b>

# Anexo

## D. Calidad de la atención recibida según indicador 2015



## E. Motivos de No permanencia 2015

2015	
No es competitiva / no llena las expectativas esperadas	19,5%
Parte económica / cuestiones económicas	17,2%
Costoso / altas tasas de interés	13,8%
Por falta de información de parte de la cooperativa / falta de conocimiento de lo ofrecido	12,0%
Mal servicio en general / inconformidad	8,1%
Incumplimiento en lo acordado	7,6%
No le interesa seguir / falta de motivación	7,3%
No los ha utilizado / no sabe sus beneficios / lleva poco tiempo de asociado	6,9%
Mala asesoría / información deficiente	6,8%
Falta de apoyo / no hay trato preferencial	5,1%
Por el mal servicio de salud	4,3%
La cooperativa se queda con un porcentaje del aporte / Inconvenientes con aportes	4,2%
Falta de beneficios	4,0%
Preferencia por algunos asociados / discriminación	4,0%
Va a realizar un viaje / se va del país / traslado	2,1%

## Anexo

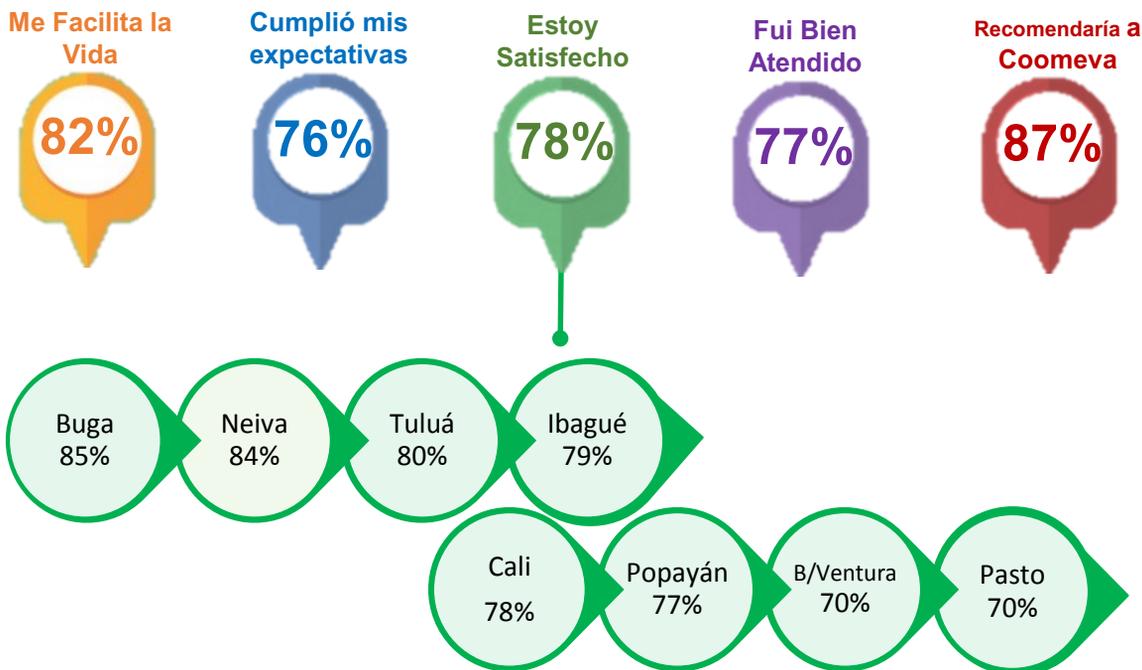
### F. Razones para NO recomendar a Cooameva 2015 - 2016

<b>2015</b>	
Malas experiencias con los servicios	<b>28,3%</b>
No ve muchos beneficios en los servicios / no le ve nada útil	<b>28,1%</b>
No ofrecen la información necesaria / poca información	<b>12,2%</b>
No cumplen lo prometido / información que no es cierta	<b>11,9%</b>
Mal servicio / atención al cliente	<b>10,1%</b>
No la conoce bien / lleva poco tiempo de asociado	<b>10,1%</b>
Servicios y productos costosos	<b>9,5%</b>
No hay trato preferencial con los asociados	<b>8,8%</b>
Igual a otras cooperativas / no hay diferencia / no es competitiva	<b>8,1%</b>
Mal servicio de salud	<b>8,1%</b>

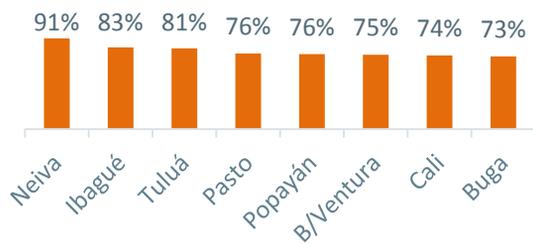
<b>2016</b>	
No cumple con las expectativas/ no cumplen lo prometido	<b>17,3%</b>
No ofrecen la información necesaria / poca información	<b>14,7%</b>
Malas experiencias con los servicios / inconvenientes con Cooameva / Bancoomeva	<b>14,6%</b>
No se puede recomendar algo con lo que no se está satisfecho / ha tenido malas experiencias	<b>14,1%</b>
Mal servicio de salud	<b>8,6%</b>
No tienen en cuenta las necesidades del asociado / falta más interés por los asociados	<b>8,6%</b>
Mal servicio / atención al cliente	<b>8,3%</b>
No ve muchos beneficios en los servicios / no le ve nada útil / portafolio insuficiente	<b>8,2%</b>
No hay trato preferencial con los asociados	<b>7,5%</b>
Dejo de ser una cooperativa / parece más un banco	<b>7,1%</b>

# Anexo

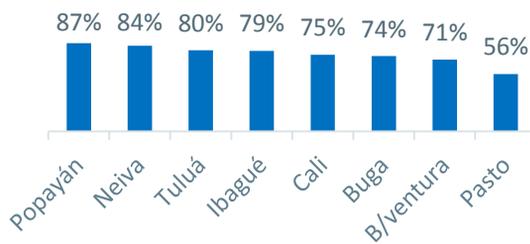
## G. Principales indicadores Cali



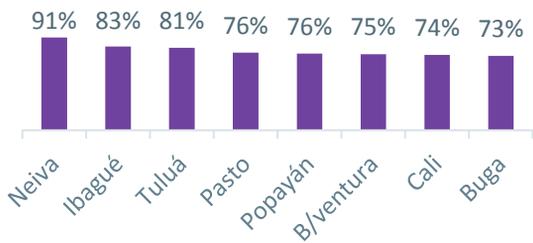
### ME FACILITA LA VIDA



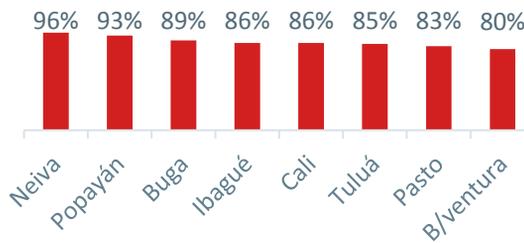
### CUMPLIÓ MIS EXPECTATIVAS



### FUI BIEN ATENDIDO

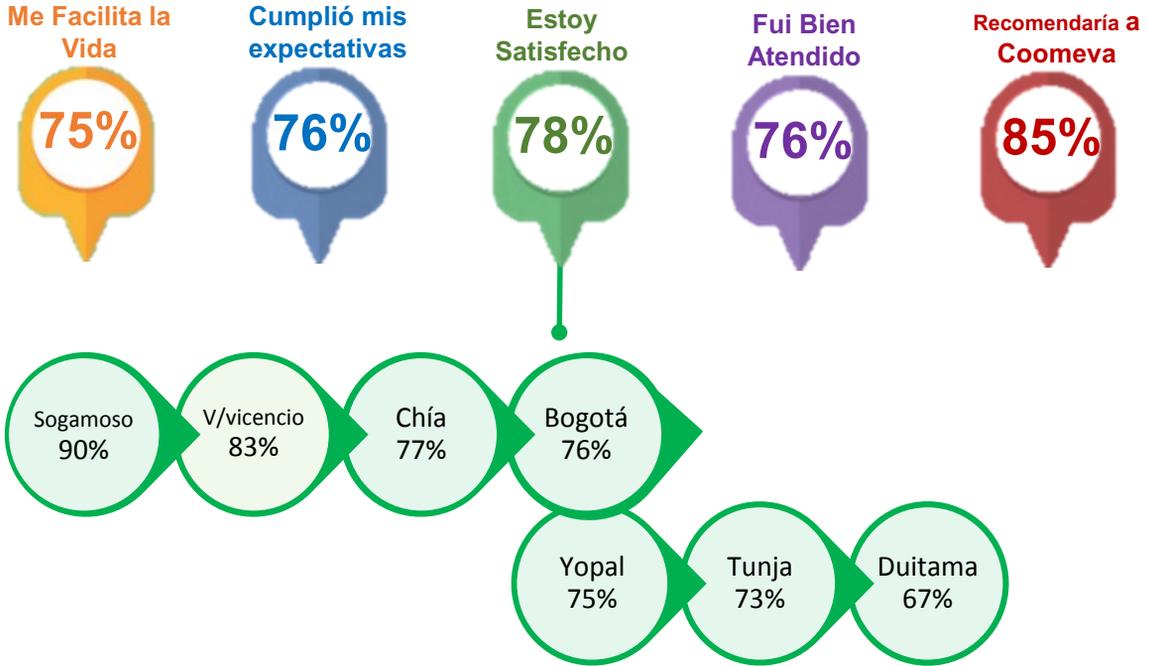


### RECOMENDARÍA A COOMEVA

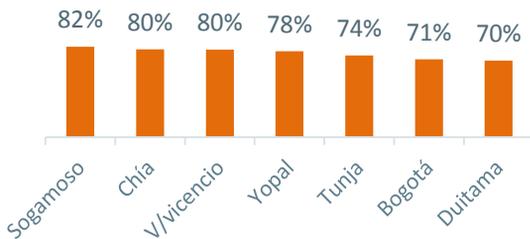


# Anexo

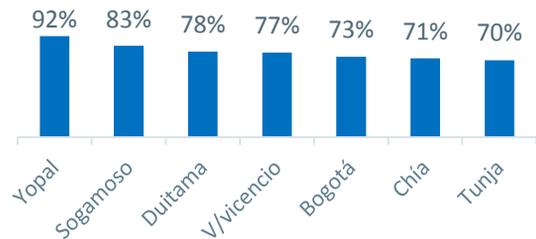
## H. Principales indicadores Bogotá



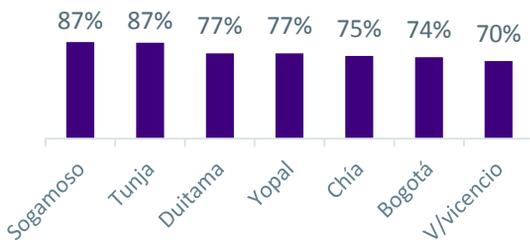
### ME FACILITA LA VIDA



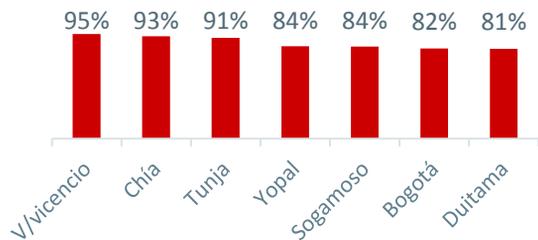
### CUMPLIÓ MIS EXPECTATIVAS



### FUI BIEN ATENDIDO

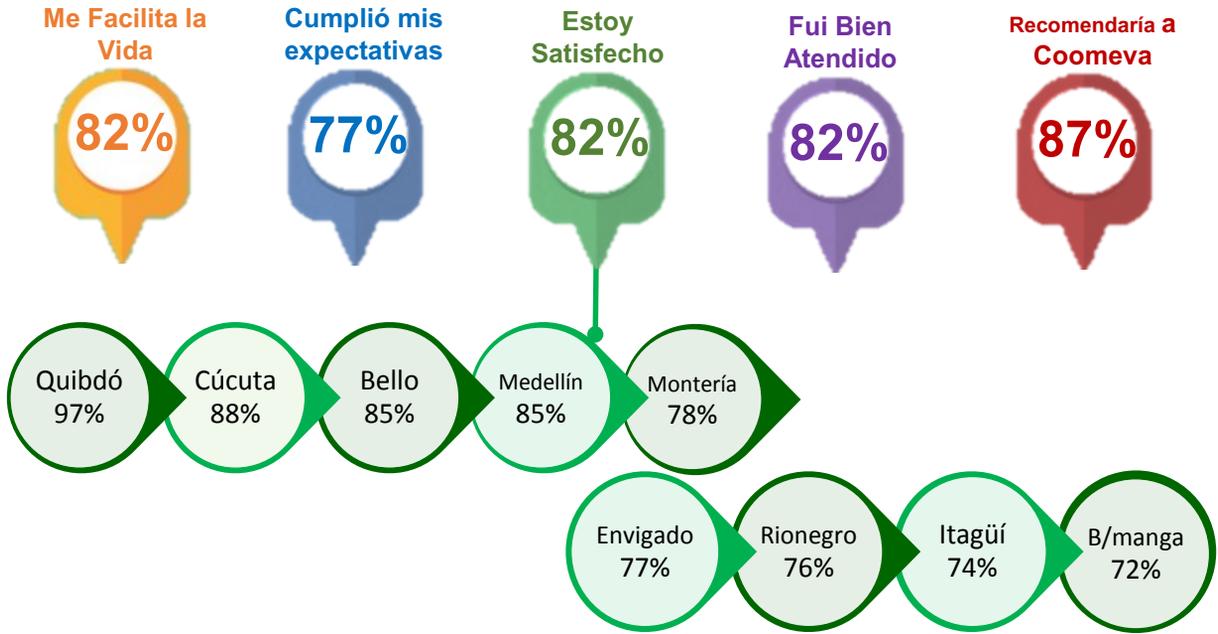


### RECOMENDARÍA A COOMEVA

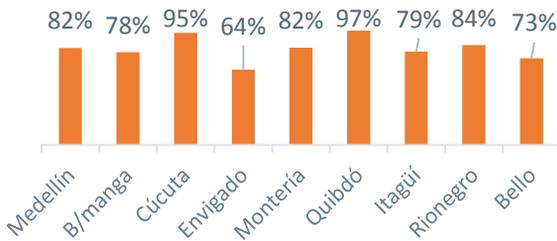


# Anexo

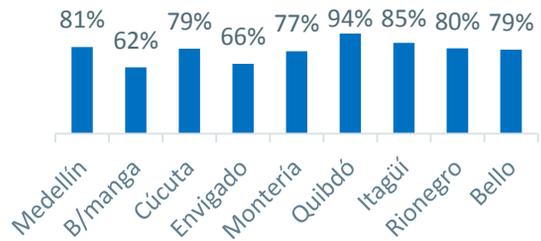
## I. Principales indicadores Medellín



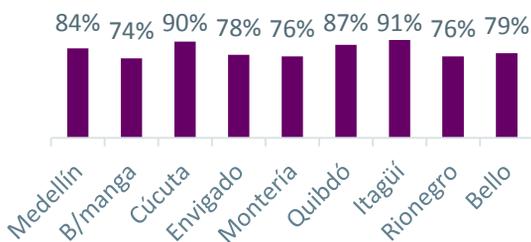
### ME FACILITA LA VIDA



### CUMPLIÓ MIS EXPECTATIVAS



### FUI BIEN ATENDIDO

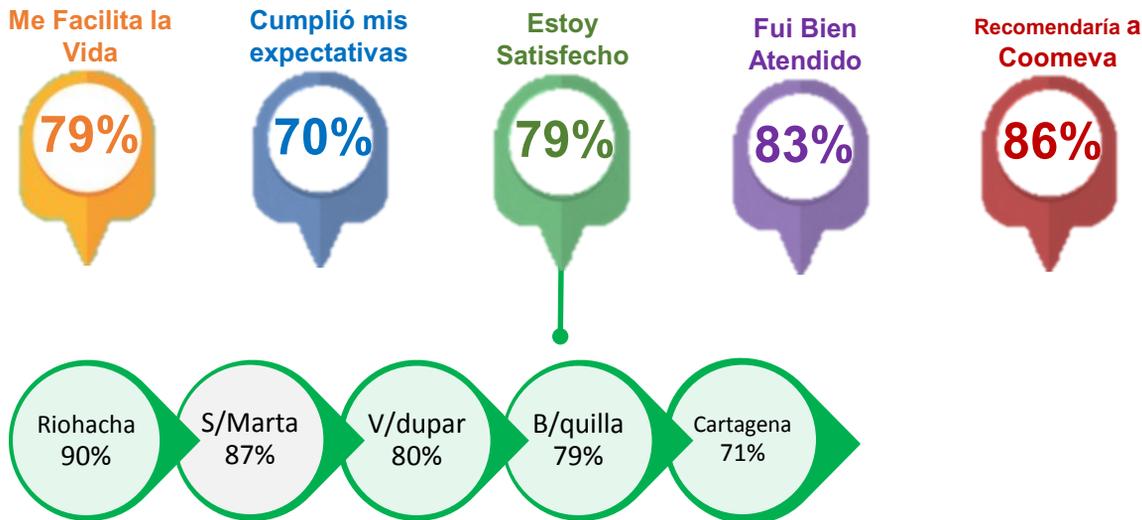


### RECOMENDARÍA A COOMEVA

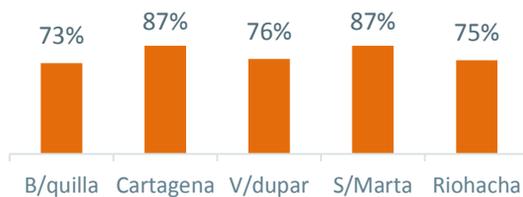


# Anexo

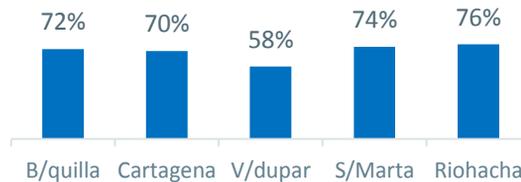
## J. Principales indicadores Caribe



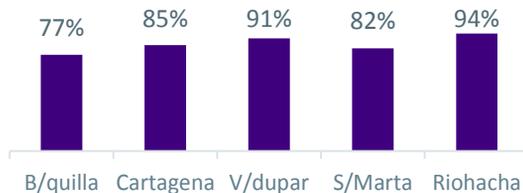
### ME FACILITA LA VIDA



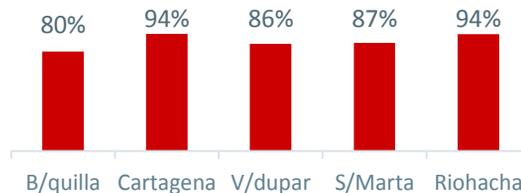
### CUMPLIÓ MIS EXPECTATIVAS



### FUI BIEN ATENDIDO

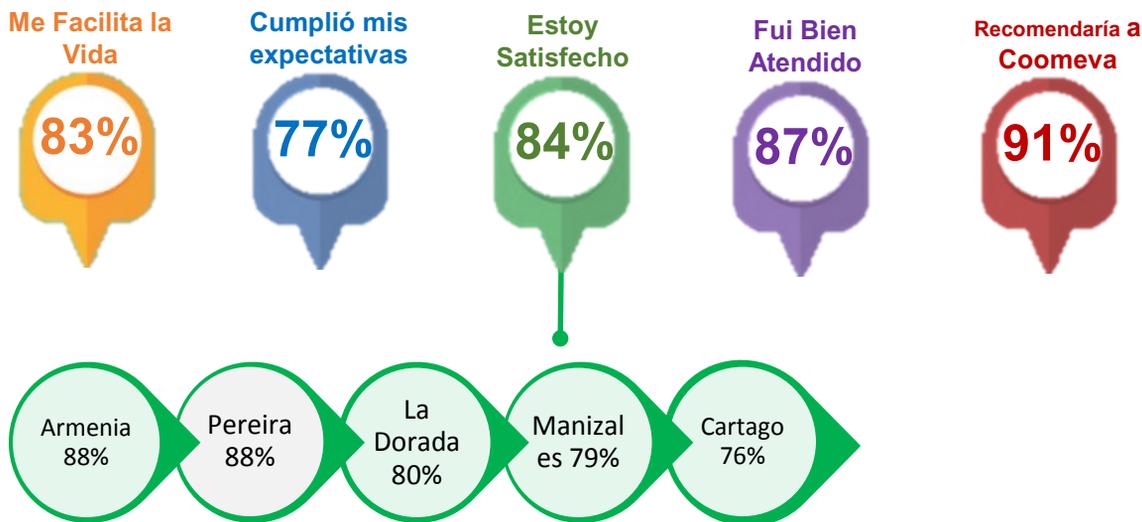


### RECOMENDARÍA A COOMEVA

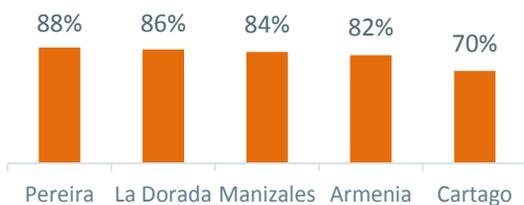


# Anexo

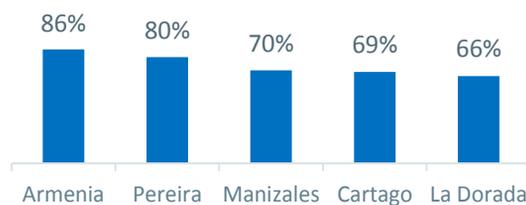
## K. Principales indicadores Eje Cafetero



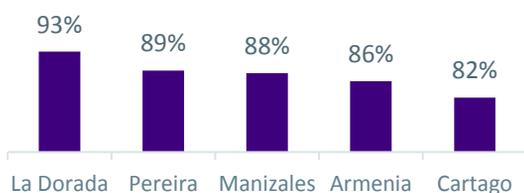
### ME FACILITA LA VIDA



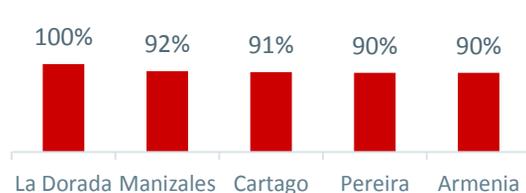
### CUMPLIÓ MIS EXPECTATIVAS



### FUI BIEN ATENDIDO



### RECOMENDARÍA A COOMEVA

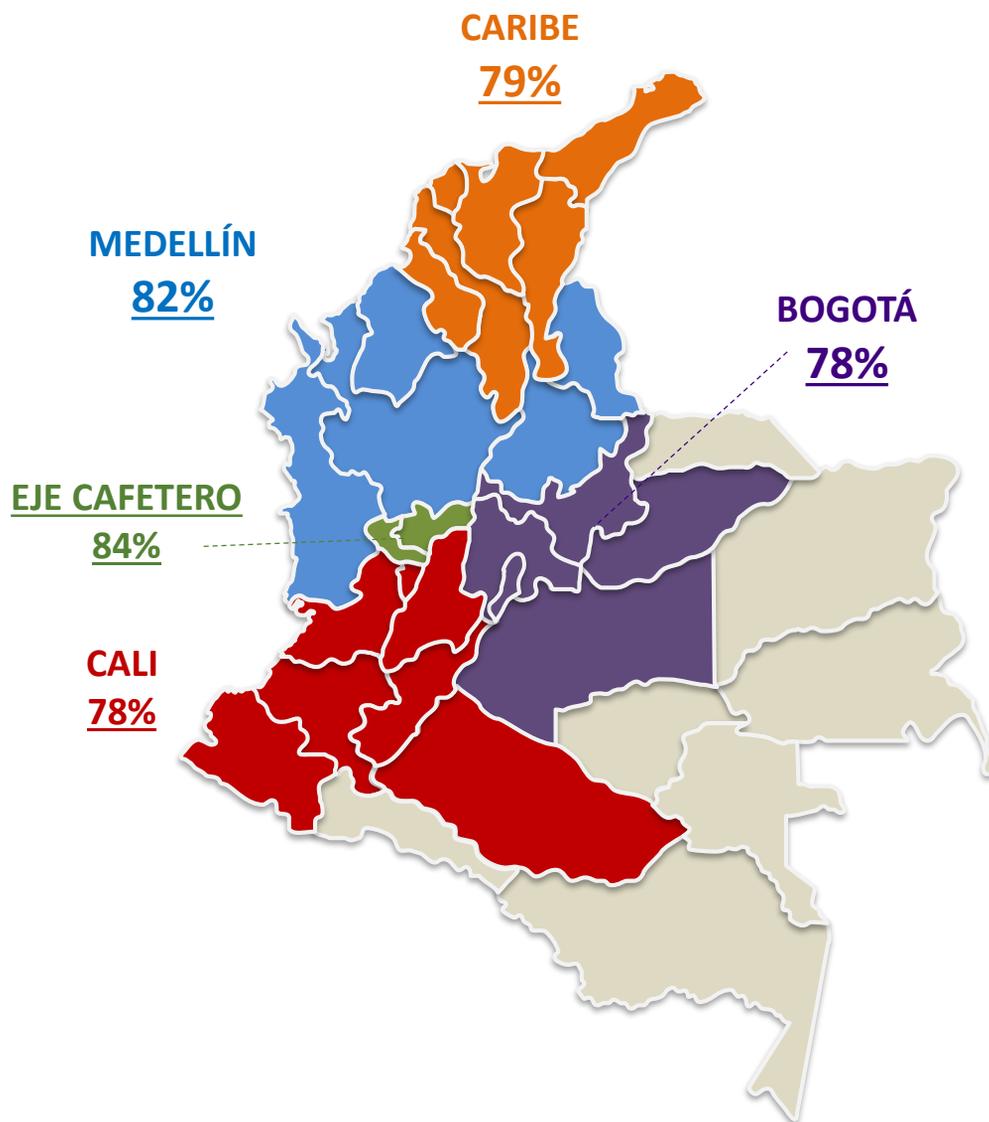


# Anexo

## L. Satisfacción con la Cooperativa por Regional

A continuación se presentan los resultados por regionales respecto a los indicadores: Me facilita la vida, cumplió mis expectativas, estoy satisfecho, fui bien atendido, recomendaría a Coomeva, desglosado además por zona.

Satisfacción general por regionales.



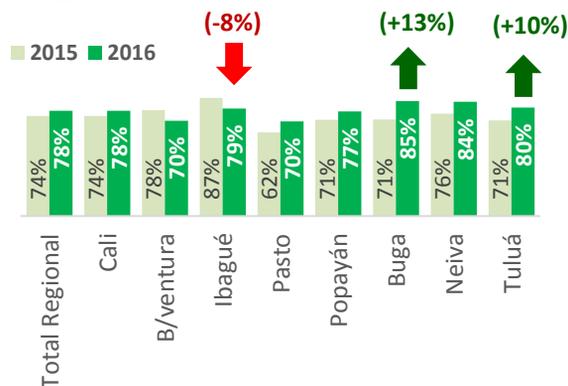
## Anexo

### M. Satisfacción con la Cooperativa por Zona

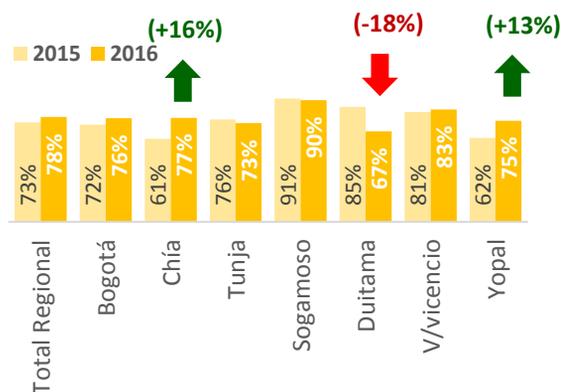
Nivel de satisfacción por zonas 2015-2016

Se presentan los indicadores del nivel de satisfacción al interior de las zonas de cada regional, donde se señalan los principales crecimientos o decrecimientos, los cuales se deben analizar a nivel de tendencia, dadas las bases al interior de algunas zonas.

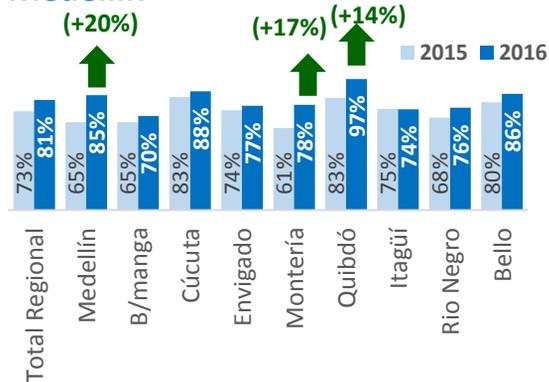
#### Cali



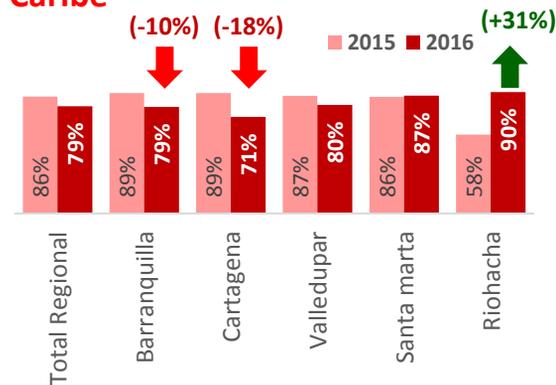
#### Bogotá



#### Medellín



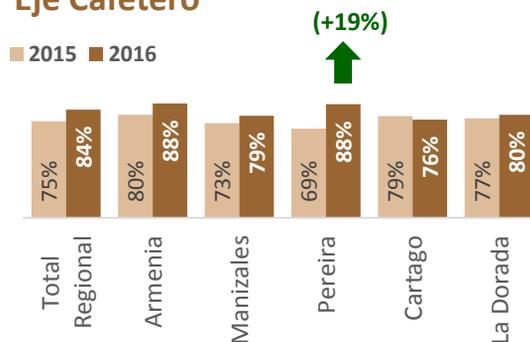
#### Caribe



#### Palmira



#### Eje Cafetero



## Ficha Técnica

### Técnica

El estudio se realizó mediante entrevista individual, utilizando cuestionario estructurado, el cual fue aplicado en forma personal, en el lugar asignado por el Asociado, previa cita telefónica.

### Grupo Objetivo

Asociados a la Cooperativa, de ambos géneros.

### Selección y validez de la Muestra

La información se obtuvo de una muestra desproporcionada de 1.800 asociados, escogidos con un punto de arranque aleatorio de un arreglo estratificado de la población según regional, y ponderado sexo y antigüedad, garantizando un nivel de confianza de 95% y un margen de error de 1.9% para el total nacional y de entre 4,1 y 5,0% para las regionales.

### Diseño Muestral

Regional	Población	Muestra	Error (%)
Bogotá	56.037	315	5,50%
Cali	75.423	311	5,54%
Caribe	31.726	314	5,51%
Eje Cafetero	19.113	313	5,51%
Medellín	55.681	312	5,50%
Palmira	8.498	253	6,06%
Total Nacional	246.478	1.818	1,9%

### Cubrimiento /Ciudades

Bogotá	Cali	Medellín	Caribe	Eje Cafetero	Palmira
Bogotá	Cali	Medellín	Barranquilla	Armenia	Palmira
Chía	Buenaventura	Bucaramanga	Cartagena	Manizales	
Tunja	Tuluá	Bello	Valledupar	Pereira	
Sogamoso	Buga	Envigado	Santa Marta	Cartago	
Duitama	Popayán	Rionegro	Riohacha	La Dorada	
Villavencio	Ibagué	Quibdó			
Yopal	Neiva	Cúcuta			
	Pasto	Montería			
		Itagüí			

### Fecha de Trabajo de Campo

Septiembre 19 al 12 de Noviembre de 2016