



Satisfacción del Asociado 2015

Informe General

Contenido

Introducción	3
1. Nivel de satisfacción	4
A. Satisfacción general en la Cooperativa	4
B. Satisfacción de la Cooperativa por Regional	5
C. Razones de Insatisfacción	6
2. Expectativas	7
A. Cumplimiento de Expectativas	7
B. Expectativas Satisfechas e insatisfechas	8
C. Expectativas Insatisfechas – Desglose de instancias	10
3. Cumplimiento de la promesa de valor	11
A. Coomeva nos facilita la vida	11
4. Calidad en la atención recibida	13
5. Recomendación de vinculación a la Cooperativa	15
6. Nuevos indicadores	17
A. Actitud del asociado frente a Coomeva	17
B. Permanencia en Coomeva	19
7. Conclusiones	21
8. Temperatura del Servicio	22
9. Escala de Valoración	23
10. Nivel de Satisfacción por Antigüedad	26

Introducción

La relación del asociado con la cooperativa y sus servicios se mide cada año a través de la encuesta KAPE, la cual contiene varios indicadores que van más allá de la misma satisfacción.

Desde el año 2014 Coomeva viene trabajando en centrar todos los esfuerzos para que los Asociados tengan una experiencia positiva en el uso de los productos y servicios de la Cooperativa, resaltando la promesa de Valor y que perciban que en Coomeva cuentan con todo el apoyo necesario para desarrollar su proyecto de vida.

También se implementó una plataforma virtual para que aquellos asociados denominados "tecnológicos", puedan acceder

cómodamente a sus cuentas desde cualquier espacio privado, sirviendo también como canal de comunicación para ofertar todo el portafolio de la Cooperativa.

Todo esto sumado a las diferentes estrategias realizadas por cada una de las empresas del Grupo Corporativo, tendientes a fidelizar aún más a los Asociados invitándolos a beneficiarse de la ventaja de pertenecer a un grupo de distintas soluciones, bajo una misma sombrilla.

En esta medición se pueden observar los primeros resultados de todas estas gestiones desarrolladas por el Corporativo, para lo cual se expone este primer consolidado de Indicadores en el gráfico 1.

Grafico #1 - Principales indicadores de Coomeva



1. Nivel de satisfacción

A. Satisfacción general en la Cooperativa

Los resultados de Kape 2015 indican una leve baja en la tasa de satisfacción desde 77,5% en el 2014 a 75,5% en el 2015, y aunque esta baja está dentro del error muestral ($\pm 2,31\%$) hay elementos destacables en el análisis. Bajó en un 0,8% quienes se declaran muy insatisfechos con Coomeva y la categoría que mayor aumento tuvo entre ambas mediciones (2,2%) son aquellos que están "ni satisfechos ni insatisfechos".

Además, el porcentaje de "muy satisfechos" con el servicio de Coomeva se mantiene en niveles muy cercanos a los obtenidos en el 2014, donde se lograron los niveles más altos desde el 2010, con casi un 50% de los asociados declarándose "muy satisfechos" con el servicio.

Un análisis ponderado de la tendencia observada en la tasa de satisfacción, desde la primera medición hasta hoy, señala que el

logro de tasas iguales o superiores al 80% de satisfacción es una meta muy cercana, y que para su logro es necesario redoblar los esfuerzos en servicio durante el 2016.

Nuestra interpretación es que el asociado se vuelve cada vez más exigente e integra más elementos a la hora de juzgar la satisfacción como un todo.

Todos los resultados indican que el conseguir esta meta de alta satisfacción se relaciona con intensificar las acciones de información a los asociados sobre la oferta de productos y servicios, además de mantener altos estándares de atención que nos aseguren la lealtad y permanencia de nuestros Asociados.

Para ello, hay que reforzar las tres prioridades vinculadas a plan estratégico 2019 de Coomeva: relaciones de Largo Plazo con el Asociado, Creación de Valor y Mejor Calidad de la Gestión.

Gráfico 2. Nivel de Satisfacción general del asociado



1. Nivel de satisfacción

B. Satisfacción de la Cooperativa por Regional

La tasa de satisfacción por regional en el 2015 muestra pocas variaciones con la observada en el 2014 en Palmira, Bogotá y Cali, tasas que están cercanas al promedio de la tasa nacional. Sin embargo, en esta medición 2015 la regional Caribe aumenta significativamente su nivel de satisfacción en 14,4 puntos porcentuales, restableciéndose de la caída que presentó el 2014.

En contraposición, las regionales Eje Cafetero y Medellín, con buenos niveles de satisfacción en las dos mediciones pasadas, muestran caídas en su tasa de satisfacción en el 2015. La regional Eje Cafetero cae 8,9 puntos porcentuales entre el 2014 y 2015. Por su parte, en la regional Medellín se constata el mayor nivel de insatisfacción (8,4%)

El análisis de las últimas cuatro mediciones constata que las regionales Caribe y Eje Cafetero poseen la mayor variabilidad entre una medición y otra, en tanto Bogotá, Cali, Medellín y Palmira sufren cambios menos drásticos entre mediciones. Las exigencias crecientes de los Asociados en cada una de las regionales son un llamado de alerta a todos los colaboradores para aumentar los niveles en la prestación del servicio.



Cuadro 1. Tasa de satisfacción con la Cooperativa por Regional

	I-10	II-10	2011	2012	2013	2014	2015
Bogotá	↑ 77,2	↑ 78	↑ 75,9	→ 73,4	↓ 70,6	↑ 76	→ 73,4
Cali	→ 79,6	↑ 82,7	↑ 84,4	↓ 76,3	↓ 76,4	→ 77,4	↓ 73,9
Caribe	↑ 86,5	→ 84	↑ 91	↓ 76,4	→ 82	↓ 72	↑ 86,4
Eje Cafetero	→ 81,8	↑ 85,3	↑ 82,1	→ 79,6	↑ 85,3	↑ 83,6	↓ 74,7
Medellín	↑ 81,3	→ 78,4	↑ 80,7	→ 77,1	→ 77,6	↑ 79,1	↓ 73,1
Palmira	↓ 78,4	↑ 88,3	↓ 77,5	↓ 77,9	↑ 85	→ 81,8	→ 81,6
Nacional	↑ 80,4	↑ 81,1	↑ 82	↓ 76,1	↓ 77	↓ 77,5	↓ 75,5

1. Nivel de satisfacción

C. Razones de Insatisfacción

¿ Por qué motivos el 24,1% de nuestros Asociados a Coomeva se considera con algún grado de insatisfacción?

- Las declaraciones de los Asociados referidas a la falta de información, poca asesoría, el no visualizar beneficios y no utilizar todos los servicios, apuntan a que más del 50% de los Asociados insatisfechos tiene problemas con la comunicación que recibe (o no recibe) de Coomeva.
- Claramente, los Asociados detectan que requieren más información de productos y servicios. Sin embargo, esta información la quieren sobre los servicios que les interesa.

- La segunda razón relacionado con estas motivaciones de insatisfacción se asocia con el manejo de las expectativas de los Asociados cuando se contactan con Coomeva. Es necesario explicar con claridad las coberturas de cada beneficio, es decir, el valor a pagar, valor de la contribución y los requisitos para la reclamación

Nota metodológica: En las dos últimas mediciones, se implemento una mejora en la metodología, y las preguntas de motivos o razones, fueron preguntas abiertas no precodificadas, textuales, con el objetivo de indagar un poco más en la verdadera razón, por este motivo los cuadros mencionados no contiene comparativos con el año anterior y así evitar interpretaciones incorrectas.

Cuadro 2. Razones de insatisfacción de los asociados

Razones de Insatisfacción General	%
Falta de información / no conoce todos los servicios/ poca asesoría	21%
Aún no le ve beneficios / no cumple con las expectativas	18%
No ha utilizado todos los servicios / los utiliza muy poco	16%
Falta de apoyo para los créditos / no hay respuesta	15%
Falta de atención y protección al asociado / acompañamiento	12%
No existe trato preferencial por ser asociado / profesionales	9%
Inconvenientes con la salud / mal servicio (EPS / CEM / SAO)	9%
Baja calidad en la atención	9%
Tasas de interés altas	7%
Muchos trámites / documentación	6%
Recreación y cultura / turismo (poca variedad de eventos / costosos / limitados)	6%
Alto costo de los servicios / Aportes altos	5%
No es cierto todo lo ofrecido / asociado con engaños	4%
La cooperativa no es competitiva, el portafolio es insuficiente	4%
Falta de oportunidad en la respuesta	3%
Ni la factura ni la correspondencia ni la publicidad llegan a tiempo	3%
Mas cumplimiento en convenios / No le pagaron una incapacidad	3%
No recibió auxilios en general	2%
Esta recién asociado	2%
Oficinas con mucha congestión / hay que hacer filas	2%
Se perdió el sentido de ser cooperativa / ha decaído desde que se volvió banco	2%
Página web lenta, difícil acceso al sistema	2%
Difícil comunicación telefónica	2%
Total Asociados	420

Otras respuestas con % inferior al 2%

- Dificultad con los seguros / no le reconocieron / no le renovaron
- Llamam insistentemente a cobrar
- Paga cosas que no sabe que son
 - Fechas de pago confusas
- Inconformidad con el plan básico de solidaridad y perseverancia
 - Desconfianza en el servicio
- Insistentes cuando tienen un servicio nuevo, le llaman mucho
 - Las autorizaciones para reclamar medicina son muy demoradas
 - No han entregado las tarjetas
- Falta de apoyo en becas estudiantiles / programa gente pila
 - No hay flexibilidad en horarios de atención
- Falta de apoyo en fomento empresarial
- Oficina no da respuesta / requieren de sedes principales
 - Otras Razones no específicas
 - Le cambiaron la sede de atención / instalaciones lejos
- Al recibir un beneficio se privan de otros servicios
- Se obliga a estar dos años para devolver el dinero

2. Expectativas

A. Cumplimiento de expectativas

El cumplir las expectativas de los Asociados es un indicador estratégico cuando se entregan servicios complejos, como lo hacemos en Coomeva. Este indicador exhibe un constante avance desde el 2012 hasta hoy, y especialmente en la alternativa más exigente: "siempre", que ya se encuentra en 50%.

En esta medición del 2015 baja la alternativa "usualmente", pero aumenta "algunas veces", compensándose mutuamente, pero lo más importante es que cae la alternativa de "nunca" cumplen las expectativas, de 5,7% a 5,1%. El gráfico 3, que cruza las dimensiones de satisfacción y cumplimiento de expectativas, confirma el aserto que a mayor cumplimiento de lo esperado por el Asociado, mayor satisfacción con Coomeva. También este gráfico confirma la caída de quienes están insatisfechos y nunca le cumplen sus expectativas.

La tasa de cumplimiento de expectativas Global (asociados que manifiestan que siempre o usualmente se cumple con lo esperado), se mantiene dentro de los parámetros observados en la medición pasada (72.1%) con un 70,1%.



Cuadro 3. Cumplimiento de expectativas y Gráfico 3.

	2012	2013	2014	2015	Tendencia
Siempre	38,4	44,3	48,5	50,0	
Usualmente	24,9	21,7	23,6	20,1	
Algunas veces	23,3	18,5	18,00	21,0	
Nunca	7,4	7,9	5,7	5,1	
Ns/Nr	6,1	7,6	4,2	3,9	

Gráfico 3. Tasa de satisfacción según el cumplimiento de expectativas 2012-2015



2. Expectativas por Regionales

Ha recibido de la Cooperativa lo que ha esperado? decir, la Cooperativa, ¿ha cumplido con sus expectativas?

	TOTAL	BOGOTA	CALI	MEDELLIN	CARIBE	EJE CAFETERO	PALMIRA
[5] Siempre	50,0%	43,7%	42,5%	52,1%	77,2%	48,0%	47,7%
[4] Usualmente	20,1%	21,1%	24,8%	18,3%	5,4%	25,8%	24,9%
[3] Algunas veces	21,0%	29,2%	23,0%	19,5%	5,3%	19,2%	20,9%
[2] Nunca	5,1%	5,0%	6,1%	5,0%	2,2%	6,3%	4,5%
Top 2 Boxes	70,1%	64,8% ↓	67,3% ↓	70,4%	82,6% ↑	73,8%	72,6%
Bottom 2 Boxes	26,1%	34,2%	29,1%	24,6%	7,5%	25,5%	25,4%
NS/NR	3,9%	1,0%	3,6%	5,1%	9,9%	,7%	2,0%

Genera Lealtad (>90%)

Supera Expectativas/ Satisfacción (80 – 90%)

Mínimo Cumplimiento (70-79%)

Servicio Deficitario (<69%)

Las regionales Bogotá y Cali en su orden, reportan insatisfacción en sus expectativas con respecto a Coomeva, en contraposición la regional Caribe es la única que se muestra satisfecha y las otras tres regionales se ubican con un nivel de satisfacción a nivel de "regular" en la escala de medición.

2. Expectativas

B. Expectativas Satisfechas

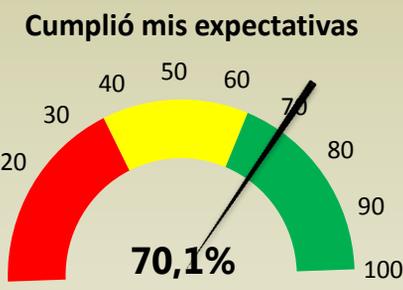
LA mitad de los Asociados (50% exacto) declara que sus expectativas siempre han sido cumplidas, en su relación anual con la Cooperativa, lo que evidencia un incremento respecto a 2013 (44,3%), el resultado de 2015 se debe principalmente se debe a la *variedad de créditos ofrecidos, a la excelencia en la atención, de tipo personalizada o preferencial, y a la solicitud de servicios de manera eficaz*, lo cual indica la valoración que se hace de los servicios financieros y el que nuestros colaboradores estén entregando una atención basada en los protocolos delineados que logran un positivo impacto en estos indicadores.

Quienes declaran que Coomeva no satisfizo alguna expectativa (46,2% de los Asociados) plantean que *faltó apoyo, seguimiento, información y no han recibido una buena asesoría*.

Para reforzar estos aspectos de atención e información al Asociado, desde el 2014 Coomeva le entrega un documento denominado "cotizador" donde se le explica al asociado desde su vinculación a que tiene derecho. Pero será necesario redoblar esfuerzos en la comunicación de los productos y servicios que interesan al Asociado. Este es un aspecto crucial para lograr varios objetivos, porque si se contara con un instrumento que levantara previamente las necesidades del

asociado, y que permitiera establecer los productos y servicios que corresponden de acuerdo a esas necesidades, sería más fácil orientar y asesorar al Asociado, logrando así, incrementar el nivel de satisfacción con la Cooperativa desde el primer contacto.

Al igual que en mediciones pasadas, dos servicios específicos contribuyen más en las expectativas insatisfechas: servicios de salud, donde hay demoras en las citas médicas, y servicios financieros, donde no hay acceso a créditos y las tasas de interés son demasiado altas en la evaluación de estos Asociados que sienten que sus expectativas no han sido satisfechas completamente.



Cuadro 4. Principales razones de expectativas *satisfechas*

Qué ha recibido de la Cooperativa?	%
Variedad de Créditos / Créditos	46,3%
Buena Atención / Atención Personalizada / Preferencial	32,1%
Solicitud de servicios de manera eficaz / satisfactoria	21,0%
Recreación / Cultura / Turismo	15,7%
Auxilios, apoyo en general	13,2%
Atención en Clínicas / EPS / MP / CEM / SAO	12,6%
Ahorro Programado / Ahorro	12,4%
Asesoría / Información (Personalizada, por internet, correo, volantes)	11,1%
Total Asociados	930

Cuadro 5. Principales razones de expectativas *Insatisfechas*

Por que la Cooperativa no ha cumplido totalmente con sus expectativas?	%
Falta más apoyo al asociado / no hay seguimiento a la situación del asociado	28,3%
Falta de información / información personalizada	25,7%
No dan buena asesoría / no hay trato preferencial	21,8%
No han mejorado los servicios de salud / demoras en citas	12,5%
No ha utilizado todos los servicios / recién asociado	12,1%
No hay facilidad para créditos	11,4%
No son ágiles / demasiados trámites	10,2%
Altos intereses / alto costo	9,3%
Total Asociados	811

2. Expectativas

C. Expectativas Insatisfechas – Desglose de instancias

De las tres razones principales dadas por los Asociados que responden que “Usualmente” la Cooperativa ha cumplido con sus expectativas y que pesan el 20.1% del total de la muestra, una de ellas obedece a que están recién vinculados a la entidad y aún no conocen el portafolio de Productos y Servicios, las otras 2 son la carencia de información y la falta de apoyo y seguimiento, según aducen, siendo estas 2 últimas razones transversales a los otros 2 grupos que se muestran insatisfechos con el cumplimiento de sus expectativas. El trato preferencial parece ser otro detonante que genera inconformismo, lo cual se puede corregir siendo mucho más explícitos en la atención personalizada y diferencial de los asociados.

Cuadro 5A. Principales razones de expectativas Insatisfechas

Razones dadas por los asociados que dicen que Coomeva USUALMENTE le ha cumplido con sus expectativas	TOTAL	BOGOTA	CALI	MEDELLIN	CARIBE	EJE CAFETERO	PALMIRA
Falta de información / información personalizada	21%	23%	20%	25%	6%	23%	9%
Falta más apoyo al asociado / no hay seguimiento a la situación del asociado	21%	26%	23%	10%	25%	22%	17%
No han mejorado los servicios de salud / demoras en citas	17%	10%	20%	23%	-	11%	31%
No ha utilizado todos los servicios / recién asociado	17%	18%	16%	10%	35%	21%	24%
No dan buena asesoría / no hay trato preferencial	16%	19%	18%	10%	-	14%	15%
No son ágiles / demasiados trámites	9%	9%	12%	3%	6%	7%	10%
Actividades de recreación y turismo costosas / poca variedad de eventos, no hay cobertura	8%	9%	5%	12%	13%	6%	10%
Altos intereses / alto costo	7%	4%	8%	7%	6%	11%	5%
No hay facilidad para créditos	6%	11%	3%	5%	11%	5%	3%
Prefiere otras entidades con más trayectoria	4%	7%	4%	3%	-	4%	2%

Razones dadas por los asociados que dicen que Coomeva ALGUNAS VECES le ha cumplido con sus expectativas	TOTAL	BOGOTA	CALI	MEDELLIN	CARIBE	EJE CAFETERO	PALMIRA
Falta más apoyo al asociado / no hay seguimiento a la situación del asociado	32%	36%	39%	20%	24%	24%	33%
Falta de información / información personalizada	28%	36%	30%	22%	-	24%	21%
No dan buena asesoría / no hay trato preferencial	27%	35%	27%	21%	5%	12%	29%
No hay facilidad para créditos	15%	10%	17%	16%	35%	20%	15%
Altos intereses / alto costo	12%	8%	12%	15%	30%	19%	12%
No son ágiles / demasiados trámites	12%	13%	12%	10%	20%	14%	13%
No han mejorado los servicios de salud / demoras en citas	10%	7%	10%	12%	11%	6%	21%
No ha utilizado todos los servicios / recién asociado	7%	5%	9%	10%	11%	5%	5%

Razones dadas por los asociados que dicen que Coomeva ALGUNAS NUNCA le ha cumplido con sus expectativas	TOTAL	BOGOTA	CALI	MEDELLIN	CARIBE	EJE CAFETERO	PALMIRA
Falta más apoyo al asociado / no hay seguimiento a la situación del asociado	42%	57%	36%	44%	53%	33%	14%
Falta de información / información personalizada	33%	29%	40%	37%	-	20%	38%
No dan buena asesoría / no hay trato preferencial	26%	38%	34%	13%	-	14%	32%
No hay facilidad para créditos	18%	15%	10%	30%	30%	26%	7%
No ha utilizado todos los servicios / recién asociado	13%	10%	14%	12%	12%	20%	16%
Pérdida del sentido cooperativo	9%	6%	20%	-	-	-	-

3. Cumplimiento de la promesa de valor

A. Coomeva nos facilita la vida

La promesa de valor "Cooameva nos facilita la vida en la prestación de servicios", evaluado en forma dicótoma -> SI / NO, de acuerdo al indicador histórico, aumenta con respecto al 2013, en 3.5 puntos porcentuales, obteniendo 81.1% como resultado final (en 2014 se evaluó en escala tipo Likert de 1 a 5).

Dado que la promesa de valor es muy relevante como está establecido en nuestro plan estratégico 2014-2019, se hace indispensable aunar todos nuestros esfuerzos y compromisos para mantener y ojalá mejorar este indicador.

Si me facilita la vida

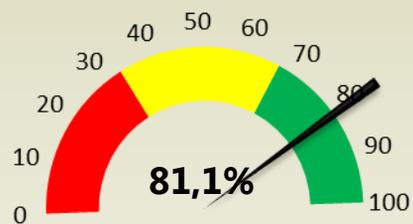
Las motivaciones por las cuales a más de dos tercios de los Asociados Coomeva les facilitó la vida, se resumen en la respuesta "*facilitando muchas cosas/satisfaciendo necesidades*", y específicamente en facilitar créditos (lo más valorado de la promesa de valor), mediante el portafolio amplio de servicios, con el ahorro, la recreación y la salud. Todos estos servicios contribuyen a cumplir nuestra promesa de valor, cuando están entregados en forma adecuada al Asociado. Para facilitarles más la vida requerimos difundir más la información de Productos y Servicios, ofrecer tasas competitivas y ser más ágiles con menos papeleo.

De acuerdo con los Asociados que plantean que Coomeva les ha incumplido la promesa de valor (10,6%), la forma de corregir y mejorar la promesa es entregando *mas información sobre los servicios/productos*, problema que está en la base de la insatisfacción general e incumplimiento de expectativas, es decir, es transversal a todos los indicadores negativos, razón por la cual es necesario aplicar toda nuestra creatividad e innovación en la búsqueda de soluciones, además de nuestro compromiso personal para mejorar al más corto plazo posible.

También se mencionan como elementos para mejorar el cumplimiento de la promesa, recibir trato preferencial, facilitar el acceso a crédito, bajar las tasas de interés y mejorar la atención.

Gráfico 4. De qué manera Coomeva le ha facilitado la vida.

Me facilita la vida



Expectativas entre asociados que están en desacuerdo en que Coomeva les Facilita la Vida

Cómo nos ha facilitado la vida?	%
Facilidades para créditos/prestamos	49%
A través del amplio portafolio de servicios	43%
Con ahorro / retribución al futuro	31%
En recreación/cultura/teatro/cine	29%
Facilitando muchas cosas/satisfaciendo necesidades	27%
En salud (EPS/MP)	23%
Otras razones	8%
Total Asociados	1261

Cómo nos podría facilitar más la vida?	%
Mas información sobre los servicios/productos	41%
Tasas de interés mas bajas	35%
Así esta bien	20%
Menos papeleo/tramitología	20%
Otras razones	19%
Mas agilidad	16%
Mayor oportunidad de créditos	11%
Total Asociados	1261

Cómo nos podría facilitar la vida?	%
Con mayor información	50%
Trato preferencial al asociado	50%
Facilidad para préstamo / créditos	38%
Tasas de interés mas bajas /competitivas	36%
Otras razones	35%
Mejor atención	35%
Mas agilidad	25%
Total Asociados	173

3. Cumplimiento de la promesa de valor por Regionales

¿Considera que Coomeva nos facilita la vida en la prestación de Servicios?

	TOTAL	BOGOTA	CALI	MEDELLIN	CARIBE	EJE CAFETERO	PALMIRA
Si	81,1%	79,3% ↓	77,1% ↓	83,9% ↑	88,1% ↑	82,0% ↑	80,5% ↑
No	10,5%	15,2%	13,1%	6,5%	3,7%	10,1%	8,9%
NS/NR	8,5%	5,5%	9,8%	9,6%	8,1%	7,9%	10,6%

Genera Lealtad (>90%)

Supera Expectativas/ Satisfacción (80 – 90%)

Mínimo Cumplimiento (70-79%)

Servicio Deficitario (<69%)

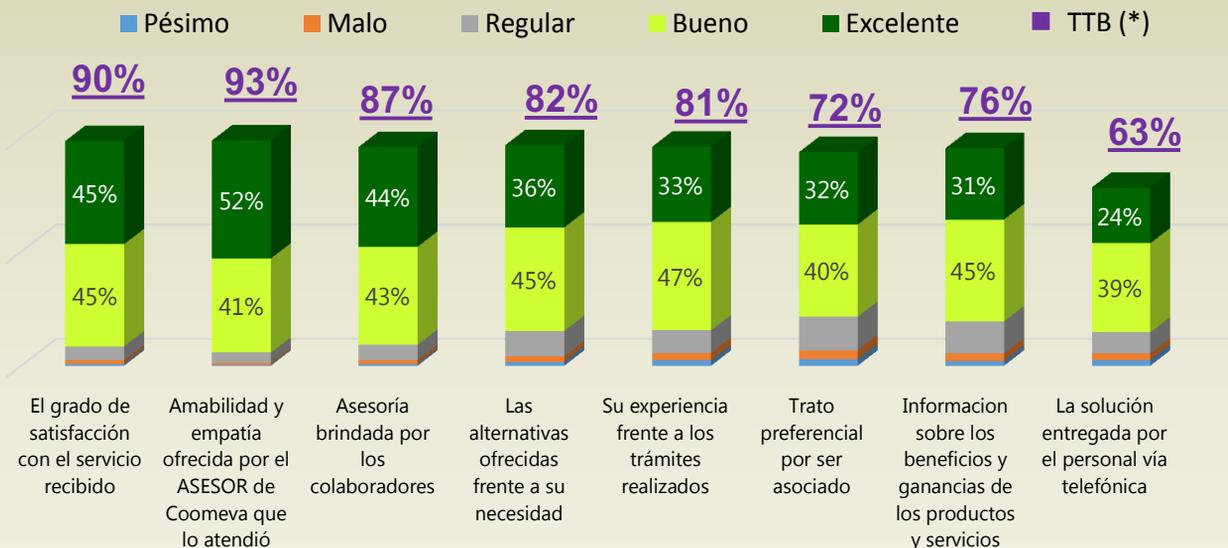
Al igual que la baja satisfacción expresada en las regionales de Bogotá y Cali en el cumplimiento de expectativas de Coomeva, al indagar por el apoyo recibido de la entidad para facilitarles el acceso a productos y servicios que impacten favorablemente su calidad de vida, los Asociados de éstas dos regionales son los que manifiestan más desacuerdo con esta premisa, en tanto que el resto de regionales opinan favorablemente al respecto.

4. Calidad en la atención recibida

Al igual que la medición anterior, en este indicador de Calidad en la atención recibida se incluyeron dos nuevas preguntas: *El grado de satisfacción con el servicio recibido* y *el trato preferencial por ser asociado*. La Calidad en la Atención Recibida (80,4%) mejora respecto a la medición anterior (79,2%), lo cual es un avance que es necesario resaltar. Las fortalezas actuales de la atención recibida se relacionan con *la alta satisfacción con el servicio, la amabilidad, empatía y asesoría recibida de los Asesores, las alternativas ofrecidas y la experiencia en los trámites realizados*, experiencia que el 81% de los Asociados la evalúa en forma positiva.

Para mejorar este índice, es necesario corregir *la solución entregada por el personal vía telefónica y el trato preferencial por ser asociado*, aspecto este último que es mencionado por aquellos Asociados insatisfechos en general con la Cooperativa.

Gráfico 6. Calidad de la atención recibida según indicador



(*) TTB: Top To Boxes = Bueno + Excelente

4. Calidad en la atención recibida

	TOTAL	BOGOTA	CALI	MEDELLIN	CARIBE	EJE CAFETERO	PALMIRA
[5] Excelente	37,2%	35,3%	32,6%	41,9%	36,1%	50,0%	34,9%
[4] Bueno	43,2%	42,7%	45,3%	38,8%	53,0%	32,8%	45,2%
[3] Regular	9,6%	13,1%	10,5%	9,4%	3,6%	5,3%	12,0%
[2] Malo	2,4%	3,4%	2,9%	2,1%	0,9%	1,0%	2,1%
[1] Pésimo	1,7%	1,9%	1,9%	1,7%	0,3%	3,1%	1,1%
Top 2 Boxes	80,4%	78,0%	77,9%	80,6%	89,1%	82,8%	80,1%
Bottom 2 Boxes	4,1%	5,3%	4,8%	3,8%	1,2%	4,1%	3,2%
NS/NR	5,9%	3,7%	6,8%	6,2%	6,1%	7,8%	4,8%

Genera Lealtad (>90%)

Supera Expectativas/ Satisfacción (80 – 90%)

Mínimo Cumplimiento (70-79%)

Servicio Deficitario (<69%)

Se mantiene la constante de las regionales de Bogotá y Cali, donde califican con el mínimo de cumplimiento la atención recibida en Coomeva, en tanto que las demás regionales otorgan una calificación positiva.

5. Recomendación de vinculación a la cooperativa

El importante indicador de referenciación o recomendación, que es equivalente a una tasa de fidelización de los Asociados con Coomeva, muestra en esta medición del 2015 un avance respecto a las mediciones anteriores en que 'había permanecido en los 86 puntos, y ahora salta a 88,1%, validando el trabajo que se ha hecho bien y que tiene impactos positivos entre los Asociados.

Se destaca que la categoría que más avanza es quienes manifiestan que "posiblemente sí" recomendarán a Coomeva (+ 4 puntos).

El recomendar la Cooperativa es también resultados de la confianza que tienen los asociados en la misma, dicha confianza se mide semestralmente y sus resultados alcanzan valores superiores al 80%.



Recomendaría a Coomeva

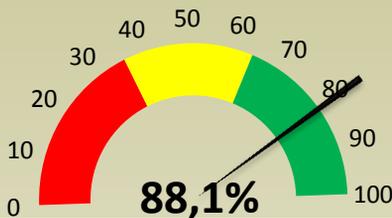
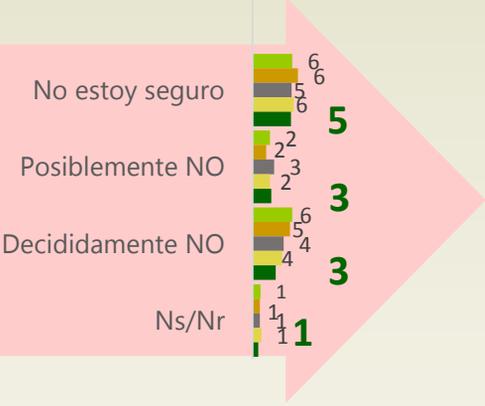


Gráfico 7. ¿Recomendaría a Coomeva?



Razones para NO recomendar a Coomeva	%
Malas experiencias con los servicios	28%
No ve muchos beneficios en los servicios / no le ve nada útil	28%
No ofrecen la información necesaria / poca información	12%
No cumplen lo prometido / información que no es cierta	12%
Mal servicio / atención al cliente	10%
No la conoce bien / lleva poco tiempo de asociado	10%
Servicios y productos costosos	9%
No hay trato preferencial con los asociados	9%
Total Asociados	190

5. Recomendación de vinculación a la cooperativa

¿Le recomendaría a un familiar o amigo vincularse a Coomeva

	TOTAL	BOGOTA	CALI	MEDELLIN	CARIBE	EJE CAFETERO	PALMIRA
[5] Decididamente si	67,3%	59,0%	66,9%	64,1%	90,0%	68,7%	58,1%
[4] Posiblemente si	20,8%	22,8%	22,8%	22,2%	7,9%	19,7%	30,9%
[3] No estoy seguro	5,3%	8,0%	3,8%	7,2%	,6%	5,2%	5,3%
[2] Posiblemente no	2,6%	4,7%	1,7%	2,6%	,9%	2,3%	5,3%
[1] Decididamente no	3,2%	3,8%	3,8%	3,6%	,3%	3,4%	,4%
Top 2 Boxes	88,1%	81,9% ↑	89,7% ↑	86,3% ↑	97,9% ↑	88,4% ↑	89,0% ↑
Bottom 2 Boxes	5,8%	8,5%	5,5%	6,2%	1,2%	5,7%	5,7%
NS/NR	,8%	1,6%	,9%	,3%	,3%	,6%	0,0%

Genera Lealtad (>90%)

Supera Expectativas/ Satisfacción (80 – 90%)

Mínimo Cumplimiento (70-79%)

Servicio Deficitario (<69%)

La regional Caribe se destaca por su fidelidad a la cooperativa al manifestar que casi la totalidad de asociados la recomendarían para su vinculación a un familiar o amigo. Todas las demás regionales manifiestan categóricamente una alta intención de recomendación.

6. Nuevos indicadores

A. Actitud del asociado frente a Coomeva

Este es uno de los indicadores que se introdujeron en la medición pasada, por lo que su comparación es con los resultados del 2014. El objetivo del primer indicador es establecer si el Asociado percibe a Coomeva como un entidad que lo beneficia y si saca provecho de de esos beneficios (lo que constituye la actitud hacia Coomeva) y el segundo indicador mide la posibilidad de permanecer en Coomeva un año más.

Tal como puede apreciarse en el análisis comparativo 2014 – 2015, no se observan diferencias significativas en las percepciones hacia Coomeva, y que pueden resumirse en lo siguiente: En general, Coomeva posee casi todo lo que necesito o requiero, aunque mi conocimiento de los servicios que ofrece es restringido y, por ello, no logro sacarle partido a lo que me ofrece Coomeva.

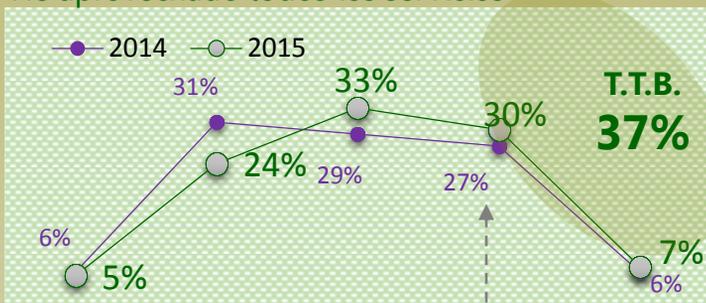
Cooameva es percibida como una gran entidad que tiene todo lo que necesitan los asociados, pero que no pueden acceder a ese potencial porque desconocen gran parte de su oferta, y por consiguiente, no han podido usar muchos de sus servicios y productos.

¿Cómo aprovechar todo lo que tiene Coomeva y que se ajusta a mis necesidades, pero que en general no aprovecho porque no lo conozco?.

Por un lado, incentivando a los Asociados a conocer toda la riqueza de servicios y productos que posee Coomeva, y, por otro lado, levantar las necesidades en forma segmentada, para ofrecer servicios paquetizados por intereses. Se requieren instrumentos que nos permitan levantar esa información en cada contacto con los Asociados, para ir generando una base segmentada de intereses, para posteriormente, hacer comunicación segmentada de servicios.

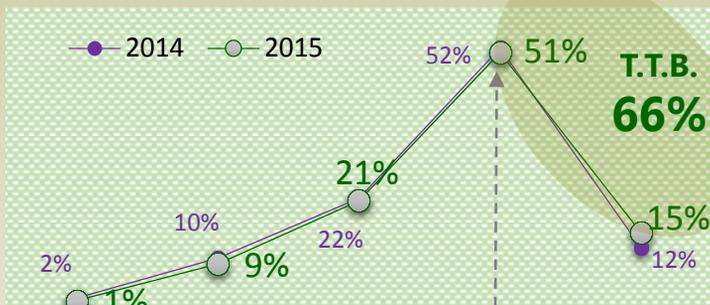
Gráfico 8. ¿Actitud del asociado frente a Coomeva?

He aprovechado todos los servicios



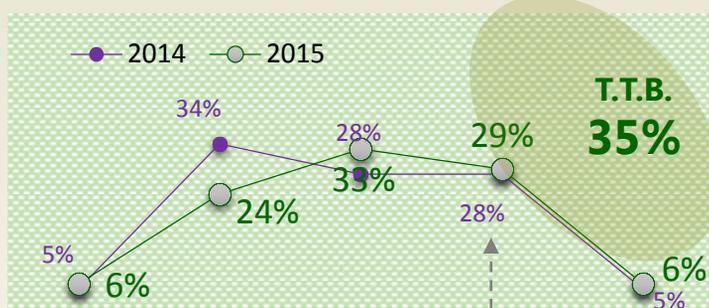
Totalmente en Desacuerdo Ni Acuerdo ni Desacuerdo Deacuerdo Totalmente de Acuerdo

Cooameva tiene todo lo necesario



Totalmente en Desacuerdo Ni Acuerdo ni Desacuerdo Deacuerdo Totalmente de Acuerdo

Conozco todos los servicios de Coomeva



Totalmente en Desacuerdo Ni Acuerdo ni Desacuerdo Deacuerdo Totalmente de Acuerdo

6. Nuevos indicadores por Regionales

A. Actitud del asociado frente a Coomeva

He aprovechado todos los servicios

	TOTAL	BOGOTA	CALI	MEDELLIN	CARIBE	EJE CAFETERO	PALMIRA
[5] Totalmente de Acuerdo	6,9%	4,8%	7,5%	5,4%	9,9%	9,3%	7,8%
[4] De acuerdo	29,9%	26,8%	25,3%	31,7%	45,5%	28,1%	25,5%
[3] Ni Acuerdo ni Desacuerdo	33,3%	40,5%	27,9%	35,2%	29,0%	34,6%	35,1%
[2] Desacuerdo	24,0%	21,9%	33,1%	20,6%	13,9%	19,7%	26,3%
[1] Totalmente en Desacuerdo	5,4%	5,4%	5,7%	6,5%	1,2%	8,1%	4,2%
Top 2 Boxes	36,7%	31,6%	32,7%	37,1%	55,4%	37,3%	33,2%
Bottom 2 Boxes	29,3%	27,3%	38,8%	27,1%	15,0%	27,8%	30,5%

Cooameva tiene todo lo necesario

[5] Totalmente de Acuerdo	15,1%	9,5%	13,3%	12,5%	34,2%	16,1%	11,7%
[4] De acuerdo	51,2%	47,1%	50,4%	53,2%	56,9%	51,2%	49,8%
[3] Ni Acuerdo ni Desacuerdo	21,4%	26,9%	22,7%	22,6%	6,8%	18,5%	27,1%
[2] Desacuerdo	8,8%	12,9%	10,5%	7,2%	,9%	6,8%	10,6%
[1] Totalmente en Desacuerdo	1,5%	2,6%	,8%	1,9%	,3%	1,9%	,4%
Top 2 Boxes	66,3%	56,6%	63,7%	65,8%	91,1%	67,3%	61,4%
Bottom 2 Boxes	10,3%	15,5%	11,3%	9,1%	1,3%	8,7%	11,1%
NS/NR	2,0%	1,0%	2,2%	2,5%	,9%	5,6%	,4%

Conozco todos los servicios de Coomeva

[5] Totalmente de Acuerdo	6,3%	5,0%	5,5%	6,4%	10,1%	8,4%	2,3%
[4] De acuerdo	28,9%	22,5%	31,4%	29,0%	35,7%	26,3%	27,4%
[3] Ni Acuerdo ni Desacuerdo	33,2%	34,6%	30,4%	35,0%	37,7%	26,5%	34,9%
[2] Desacuerdo	24,3%	26,2%	25,9%	22,8%	13,9%	29,8%	33,1%
[1] Totalmente en Desacuerdo	6,4%	10,4%	6,1%	5,1%	1,7%	8,4%	2,3%
Top 2 Boxes	35,2%	27,5%	36,9%	35,5%	45,8%	34,7%	29,7%
Bottom 2 Boxes	30,6%	36,6%	32,0%	27,9%	15,6%	38,3%	35,4%
NS/NR	1,0%	1,2%	,6%	1,6%	1,0%	,6%	0,0%

6. Nuevos indicadores

B. Permanencia en Coomeva

El segundo indicador de fidelización de los Asociados con la Cooperativa: la disposición de permanecer en Coomeva durante el siguiente año, es también un indicador positivo en esta medición 2015. Incluso supera al obtenido el año anterior (90,1%) en forma amplia, ya que logra un 92,4% de los asociados que han previsto permanecer en Coomeva. Al igual que el indicador de recomendación, se avanza entre el 2014 y 2015, logrado los esfuerzos de los Colaboradores en fidelizar a los Asociados a Coomeva, dejando pendiente aumentar la satisfacción para el año 2016.

Quienes no desean permanecer en Coomeva (3,5%), perciben ausencia de valor, desinformación y experiencias negativas con el servicio de Coomeva, validando el hecho que la experiencia de servicio es fundamental.



Gráfico 9. Permanencia en Coomeva

¿El próximo año usted permanecerá en Coomeva



Razones para NO permanecer en Coomeva el próximo Año

- No es competitiva / no llena las expectativas esperadas 20%
- Parte económica / cuestiones económicas 17%
- Costoso / altas tasas de interés 14%
- Falta de información por parte de la cooperativa 12%
- Mal servicio en general / inconformidad 8%
- Incumplimiento en lo acordado 8%
- No le interesa seguir / falta de motivación 7%
- No los ha utilizado / no sabe sus beneficios / lleva poco tiempo de asociado 7%
- Mala asesoría / información deficiente 7%
- Falta de apoyo / no hay trato preferencial 5%
- Por el mal servicio de salud 4%
- La cooperativa se queda con un porcentaje del aporte / Inconvenientes con aportes 4%
- Falta de beneficios 4%
- Preferencia por algunos asociados / discriminación 4%
- Va a realizar un viaje / se va del país / traslado 2%
- No le fue aprobado un crédito, préstamo 2%
- Mucha tramitología / poca rapidez 2%
- Negación de servicios 2%
- Por el mal servicio de recreación, cultura y turismo 2%
- Cooameva ya no genera confianza 1%
- Costo / beneficio ,9%
- Llaman insistentemente ofreciendo servicios / cobrando la factura ,4%
- No hay facilidades de pago ,3%

B. Permanencia en Coomeva

¿Qué tan probable es que durante el próximo año usted permanezca en Coomeva?

	TOTAL	BOGOTA	CALI	MEDELLIN	CARIBE	EJE CAFETERO	PALMIRA
[5] Decididamente si	76,9%	74,2%	76,0%	75,7%	89,4%	74,2%	71,9%
[4] Posiblemente si	15,5%	14,4%	17,2%	17,2%	8,8%	16,2%	18,9%
[3] No estoy seguro	3,9%	5,2%	4,0%	4,0%	1,0%	4,0%	4,3%
[2] Posiblemente no	2,1%	3,9%	1,1%	2,2%	,3%	2,5%	3,5%
[1] Decididamente no	1,4%	2,0%	1,5%	1,0%	,5%	1,9%	1,1%
Top 2 Boxes	92,4%	88,6%	93,1%	92,8%	98,2%	90,4%	90,8%
Bottom 2 Boxes	3,5%	6,0%	2,6%	3,2%	,8%	4,5%	4,6%
NS/NR	,2%	,2%	,3%	0,0%	0,0%	1,1%	,3%

Genera Lealtad (>90%)

Supera Expectativas/ Satisfacción (80 – 90%)

Mínimo Cumplimiento (70-79%)

Servicio Deficitario (<69%)

El otro indicador de fidelización, presenta un panorama positivo para Coomeva con altos niveles de intención decidida de continuar en la Cooperativa en este año 2016, siendo Bogotá la que marca la diferencia con una proporción menor con respecto a las demás regionales.

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.

□ Grupo Objetivo



Asociados a la Cooperativa, de ambos géneros.

□ Cubrimiento



La información se obtuvo de una muestra desproporcionada de 1800 asociados, mediante entrevista personal, 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

REGIONAL	POBLACIÓN*	MUESTRA	ERROR (%)**
Bogotá	56.037	310	4,7%
Cali	75.423	310	4,6%
Caribe	31.726	310	5,0%
Eje Cafetero	19.113	310	4,1%
Medellin	55.681	310	4,6%
Palmira	8.498	250	4,7%
Total Nacional	246.478	1800	1,9%

FICHA TÉCNICA

☐ Ciudades

BOGOTA	CALI	MEDELLIN	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	
• Villavicencio	• Ibagué	• Quibdó			
• Yopal	• Neiva	• Cúcuta			
	• Pasto	• Montería			
		• Itagüí			