

INFORME DE RESULTADOS DE ENCUESTAS A LOS ASOCIADOS DE ASO INFINITE

Fecha del Informe: **Octubre 2024**

Elaborado por: **God branding**

PROPÓSITO DEL INFORME

Este informe presenta un análisis detallado de los resultados obtenidos a partir de las encuestas realizadas a los asociados de Aso Infinite. El objetivo es identificar opiniones, preferencias y áreas de mejora que puedan guiar la toma de decisiones dentro de la asociación, optimizando así la experiencia y satisfacción de todos los miembros.

godbranding





Pregunta 1: ¿Cómo calificarías el servicio que has recibido de parte de la asociación en diferentes áreas como asesoría, beneficios, eventos y servicios?

Desglose de respuestas:

1. ¿Cómo calificarías el servicio que has recibido de parte de la asociación de las diferentes áreas como: ¿Asesoría, Beneficios, Eventos y Servicios?	Respuestas	Porcentaje
Excelente	89	47%
Muy bueno	81	42%
N bueno ni malo	21	11%
	191	100%

¿Cómo calificarías el servicio que has recibido de parte de la asociación de las diferentes áreas como: ¿Asesoría, Beneficios, Eventos y Servicios?



Comentarios:

1. La mayoría de los asociados califican el servicio de la asociación de forma muy positiva, con un **89%** de respuestas que lo consideran "Excelente" o "Muy bueno". Esto refleja una buena gestión y efectividad en la entrega de beneficios, asesorías y eventos.

2. Hay un **11%** que califica el servicio como "Ni bueno ni malo". Este segmento, aunque no es mayoritario, sugiere que hay una porción de asociados que no perciben un valor claro o diferenciador en los servicios recibidos.

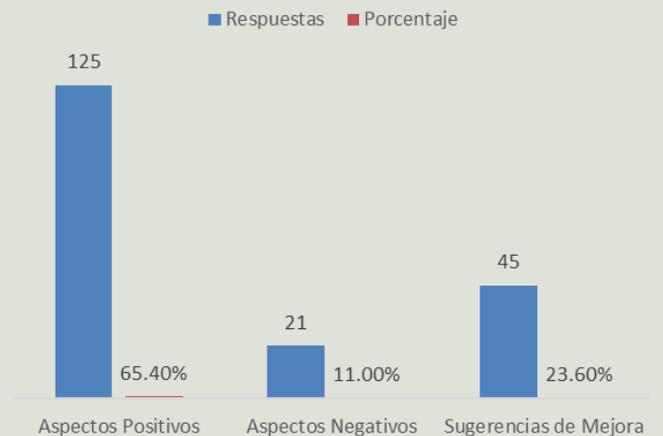




Pregunta 2: ¿Podrías anotar la razón de tu calificación del servicio brindado?

DESGLOSE DE RESPUESTAS:

2. Podría anotar la razón de su calificación.	Respuestas	Porcentaje
Aspectos Positivos	125	65.40%
Aspectos Negativos	21	11.00%
Sugerencias de Mejora	45	23.60%
	191	100.00%



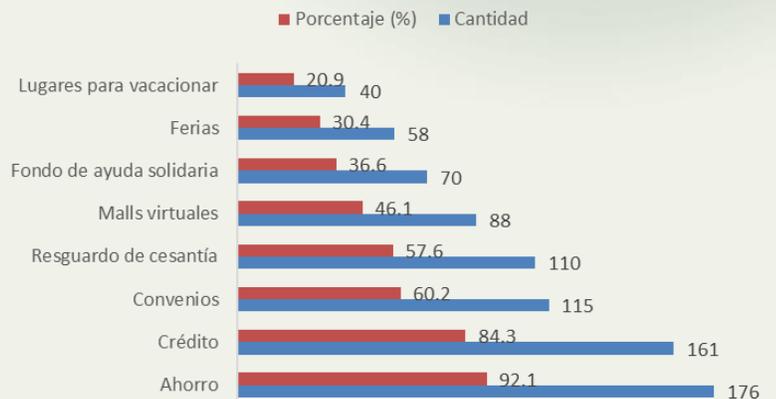
COMENTARIOS:

- **Aspectos Positivos:** destacan aspectos positivos, como la atención al cliente, los eventos y actividades, y los servicios financieros. Esto muestra que los asociados valoran la interacción personal y los beneficios concretos que reciben.
 - **Aspectos Negativos:** mencionan problemas, principalmente relacionados con la comunicación insuficiente y la falta de variedad en convenios y eventos. Esto sugiere que, aunque la mayoría está satisfecha, hay un grupo que siente que la asociación no comunica adecuadamente sus servicios o que estos no son lo suficientemente variados.
 - **Sugerencias de Mejora:** proponen mejoras, como aumentar la comunicación, ampliar los convenios, y facilitar trámites virtuales. Estas sugerencias son claras oportunidades de mejora que la asociación puede capitalizar para incrementar la satisfacción general.
- 

Pregunta 3: ¿Cuáles son los beneficios que ofrece Aso Infinite actualmente por estar afiliado?

DESGLOSE DE RESPUESTAS:

3. Puedes anotar cuales son los beneficios que ofrece Aso INFINITE, actualmente por estar afiliado.	Cantidad	%
Ahorro	176	92.1
Crédito	161	84.3
Convenios	115	60.2
Resguardo de cesantía	110	57.6
Malls virtuales	88	46.1
Fondo de ayuda solidaria	70	36.6
Ferías	58	30.4
Lugares para vacacionar	40	20.9



Comentarios:

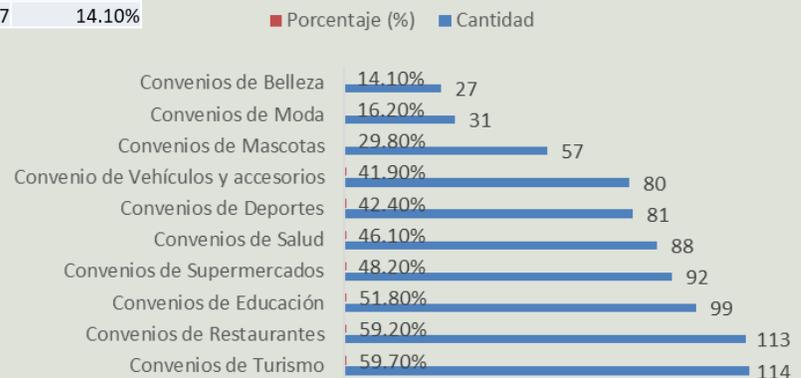
- **Ahorro** y **Crédito** son los beneficios más reconocidos, con un **92.1%** y **84.3%** de menciones respectivamente. Esto indica que los servicios financieros son los más valorados y probablemente los principales motivos de afiliación.
- **Convenios** y **Resguardo de cesantía** también son destacados, con un **60.2%** y **57.6%**. Esto muestra que, además de los servicios financieros, los convenios y la seguridad laboral son importantes para los asociados.
- Otros beneficios como **Malls virtuales**, **Fondo de ayuda solidaria**, **Ferías**, y **Lugares para vacacionar** tienen menos reconocimiento, siendo mencionados por menos del 50% de los asociados.



Pregunta 4: ¿Qué categorías de productos o servicios te gustaría que se incluyeran para los asociados?

DESGLOSE DE RESPUESTAS:

4. ¿Qué categorías de productos o servicios te gustaría que se incluyeran para los asociados? Puedes marcar una o varias opciones.	Cantidad	Porcentaje
Convenios de Turismo	114	59.70%
Convenios de Restaurantes	113	59.20%
Convenios de Educación	99	51.80%
Convenios de Supermercados	92	48.20%
Convenios de Salud	88	46.10%
Convenios de Deportes	81	42.40%
Convenio de Vehículos y accesorios	80	41.90%
Convenios de Mascotas	57	29.80%
Convenios de Moda	31	16.20%
Convenios de Belleza	27	14.10%



Comentarios:

El interés en convenios de turismo y restaurantes sugiere que los asociados buscan beneficios que les permitan disfrutar de experiencias de ocio y recreación. Además, la alta preferencia por educación y supermercados indica una necesidad de apoyo en áreas que benefician su desarrollo personal y su economía familiar.

Recomendación contundente: Priorizar la implementación de convenios en las áreas de turismo, restaurantes y educación. Esto alinearía mejor los beneficios ofrecidos con las expectativas y demandas de los asociados, aumentando así su satisfacción y fidelidad.

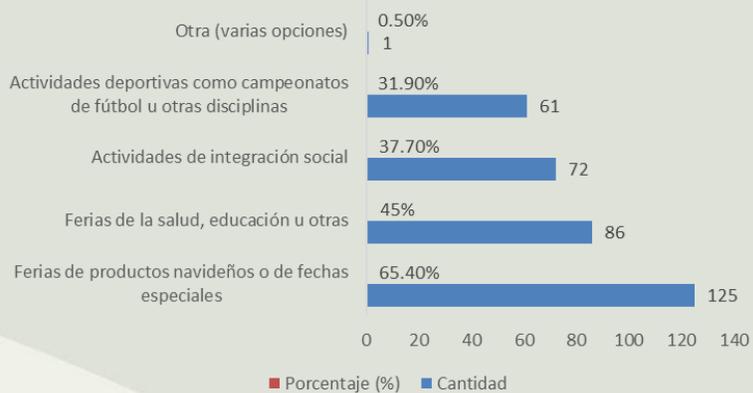




Pregunta 5: ¿Qué actividades te gustaría que la asociación realizara para sus asociados?

DESGLOSE DE RESPUESTAS:

5. ¿Qué actividades te gustaría que la Asociación realizara para sus asociados? Puedes marcar una o varias opciones	Cantidad	Porcentaje
Ferias de productos navideños o de fechas especiales	125	65.40%
Ferias de la salud, educación u otras	86	45%
Actividades de integración social	72	37.70%
Actividades deportivas como campeonatos de fútbol u otras disciplinas	61	31.90%
Otra (varias opciones)	1	0.50%



Comentarios:

La demanda por ferias navideñas y eventos de salud muestra que los asociados valoran las oportunidades para interactuar en un contexto social y aprovechar productos o servicios de manera conveniente. Sin embargo, la importancia de actividades sociales y deportivas también refleja un deseo de fortalecer la comunidad y promover el bienestar físico.

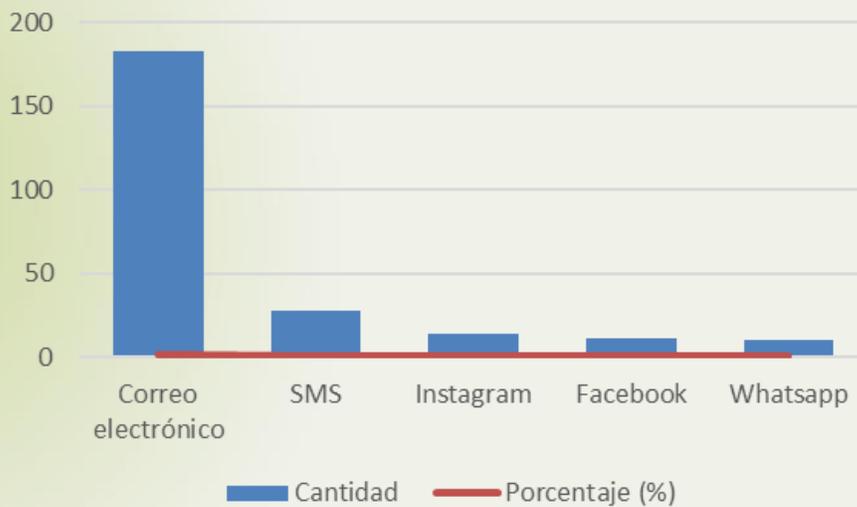
Recomendación contundente: Organizar con prioridad ferias en fechas especiales y eventos relacionados con la salud y educación, además de integrar actividades deportivas regulares. Estas acciones no solo cumplirán con las expectativas actuales, sino que también fomentarán la lealtad y participación activa de los asociados.



Pregunta 6: ¿Por qué medio te gustaría recibir información de la asociación?

DESGLOSE DE RESPUESTAS

6. ¿Por qué medio te gustaría recibir información de la asociación?	Cantidad	Porcentaje (%)
Correo electrónico	183	95.80%
SMS	28	14.70%
Instagram	14	7.30%
Facebook	11	5.80%
Whatsapp	10	5.00%



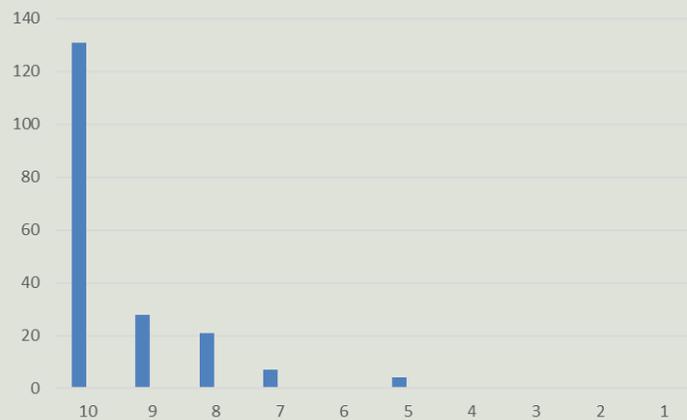
Comentarios:

- **Correo electrónico** es, con diferencia, el medio preferido, con un **95.8%** de las respuestas. Esto indica que la gran mayoría de los asociados prefiere recibir información de manera formal y organizada a través de este canal.



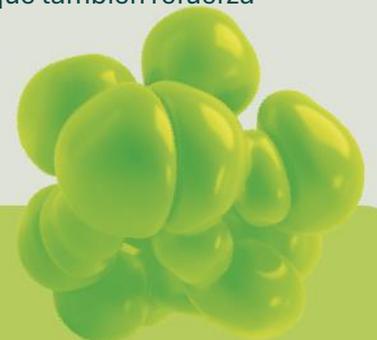
Pregunta 7: ¿Cuánto recomendarías a tus compañeros y conocidos unirse a nuestra asociación?

7. ¿Cuánto recomendarías a tus compañeros y conocidos a unirse a nuestra asociación? 1-10	Cantidad	Porcentaje (%)
10	131	69.10%
9	28	14.70%
8	21	10.50%
7	7	3.70%
6	0	0%
5	4	2.10%
4	0	0%
3	0	0%
2	0	0%
1	0	0%



Comentarios:

- Estos resultados son muy positivos y reflejan una fuerte fidelidad y satisfacción entre los asociados. La disposición a recomendar la asociación sugiere que los esfuerzos actuales están alineados con las expectativas y necesidades de los asociados, lo cual es fundamental para la retención y expansión de la membresía.
- **Recomendación contundente:** Aprovechar el alto nivel de lealtad para desarrollar un programa de referidos o embajadores, incentivando a los asociados a invitar a otros. Esto no solo puede aumentar la base de miembros, sino que también refuerza la comunidad y el sentido de pertenencia.





El Net Promoter Score (NPS)

El **NPS Score** global es de **81.15%**, un resultado excepcional que posiciona a la asociación en un nivel de lealtad muy alto.

NPS	Cantidad	Porcentaje (%)
Promotores	159	83.25%
Defractores	4	2.09%
Neutrales	28	14.66%

- **Promotores:** El **83.25%** de los encuestados son promotores, lo que significa que la mayoría de los asociados están satisfechos y dispuestos a recomendar la asociación. Este es un indicativo de que la asociación genera un valor significativo para sus miembros.
 - **Neutrales:** El **14.66%** se clasifica como neutral, lo cual no es necesariamente negativo, pero indica una oportunidad para mejorar y convertir a estos asociados en promotores.
 - **Detractores:** Solo el **2.09%** de los encuestados se encuentra en esta categoría, lo que es un porcentaje mínimo y demuestra que hay pocos asociados insatisfechos.
- 

Conclusiones

Satisfacción General Alta:

La mayoría de los asociados se siente satisfecha con los servicios y beneficios ofrecidos por la asociación. La calificación general de los servicios es predominantemente positiva, con un alto porcentaje de "Excelente" y "Muy bueno". Además, el NPS es excepcionalmente alto (81.15%), indicando una fuerte lealtad y disposición para recomendar la asociación.

Fortalezas Identificadas:

Servicios Financieros (Ahorro y Crédito): Son los beneficios más valorados, destacando como las principales razones de afiliación.

Interacción Personal y Eventos: Los asociados aprecian la atención al cliente y los eventos organizados por la asociación, lo que fortalece el sentido de comunidad.

Áreas de Oportunidad:

Comunicación y Diversificación de Servicios: Aunque la satisfacción es alta, hay un segmento que no percibe un valor diferencial en los servicios. La falta de visibilidad en beneficios no financieros, como convenios de salud o actividades deportivas, indica que hay espacio para mejorar la comunicación y diversificación.

Preferencias en Actividades y Comunicación: Existe un interés claro en eventos de temporada y actividades de bienestar, así como una fuerte preferencia por recibir información a través de correo electrónico.

Recomendaciones

Definir una ruta estratégica: más adecuada a los objetivos de afiliación y atracción de nuevos asociados. Esto no se trata de hacer un Plan estratégico, se trata de acciones estratégicas asertivas, para lo cual se recomienda expertos de acompañamiento.

Focalizar la Comunicación: Aumentar la frecuencia y calidad de las comunicaciones a través de correo electrónico para mantener a los asociados informados y comprometidos. Se recomienda acompañamiento, para poder realizar un enfoque diferente.

Ampliar y Promover Convenios: Expandir los convenios en áreas de alto interés como turismo y restaurantes, asegurando que se comuniquen adecuadamente los beneficios para que los asociados perciban el valor.

Aprovechar la Satisfacción Actual: Desarrollar programas de referidos o embajadores, incentivando a los asociados más leales (promotores) a invitar a nuevos miembros, lo cual puede contribuir a la expansión de la membresía y fortalecer la comunidad.