



Como parte de nuestra manera de dar gracias al Movimiento Cooperativo por todo el respaldo y apoyo brindado y especialmente en la celebración de nuestro cuarenta aniversario, encomendamos a la Compañía Anderson Research una empresa de presencia internacional realizar un estudio para determinar el nivel de satisfacción y calidad de servicios en las Cooperativas de Ahorro y Crédito, comparado con los demás componentes de la industria financiera.

Los resultados han sido más que halagadores y alentadores pues confirma con datos y base científica lo que de forma general conocíamos: “las Cooperativas de Ahorro y Crédito superan el índice de satisfacción y nivel de calidad de los consumidores sobre los bancos”.

Esta información fue compartida con nuestras Cooperativas afiliadas el pasado mes de octubre de 2014, en una concurrida actividad llevada a cabo en el Hotel Vanderbilt y más reciente fueron reveladas en un comunicado de prensa emitido por la propia Compañía Anderson Research con fecha del 10 de diciembre de 2014.

La Junta de Directores y la Administración del Banco Cooperativo, nos sentimos muy honrados de ser parte de estos logros tan importante para el Cooperativismo y el País, y reafirmamos nuestro compromiso de continuar aportando de manera firme y consistente para asegurar mantener esa trayectoria de sólida confianza de parte de nuestros socios y clientes.

Gracias a todos por su continuo respaldo y patrocinio.

**Ángel L. Sáez López, CPA**  
Presidente

**Rubén E. Morales Rivera**  
Presidente Junta de Directores



¡Tu Cooperativa en todo momento!

Índice de Satisfacción del Cliente de Puerto Rico (CSIPR)  
Industria de Servicios Financieros 2014

**TRANSFORMACIÓN DE IMPACTO ECONÓMICO**

- Descripción breve ACSI
- Notas de estudio
- Industria Finanzas
  - Resultados de Puerto Rico 2-QTR-2014
- Próximos Pasos

ARI es el representante exclusivo de “ACSI” para Puerto Rico



***Empoderar y Transformar negocios con la mejor información de Investigación***

***PROCESOS DE INVESTIGACIÓN PATENTADO***



## Descripción Breve ACSI

Establecida en 1994, ACSI es la única medida estandarizada de la satisfacción del cliente en la economía de Estados Unidos y el mundo. Cubre más de 45 industrias y 10 sectores económicos y las empresas que se meden representan aproximadamente un tercio del Producto Interno Bruto (PIB) de Estados Unidos

Esta medida que es trimestral es complementaria a los indicadores económicos tradicionales tale como la productividad, la tasa de desempleo y la tasa de inflación

Resultados de ACSI se basan en entrevistas de los consumidores; la base de datos contiene información de más de 1.000.000 de entrevistas a clientes (Consumidores)

# Notas del estudio de investigación:

## Dos métodos de la entrada

“Random-Digit-Dial” (RDD) entrevistas telefónicas aproximadamente el 50% de toda la colección de datos ACSI. Números telefónicos son marcados aleatoriamente (o RDD) para solicitar una entrevistas telefónicas, los participantes se convierten en la muestra aleatoria de los números de teléfono proporcionales a la densidad de población de distintas regiones geográficas. Los números de teléfono seleccionados o incluidos en la muestra se les llama entonces al azar para entrevistar. La entrevista se realiza por teléfono y se lleva a cabo por una firma de investigación de mercado de profesionales y técnicos capacitados entrevista (usando "CATI").

Internet entrevistar a aproximadamente el 50% de toda la colección de datos ACSI. Las invitaciones para participar en la encuesta se envían al azar a través de correo electrónico a un panel de encuestados potenciales, y la propia entrevista se completa a través de Internet, utilizando una forma interactiva y un servidor Web seguro.

La diferencia marcada del este estudio es que las compañías de campo es distinta a ARI y las muestras tiene que correlacionar para ser validas para la entrada a modelo. De esta forma se garantiza la pureza de una información aleatoria azar

\* Para Puerto Rico reemplazado el proceso de la entrevista internet para entrevistas cara a cara o personal

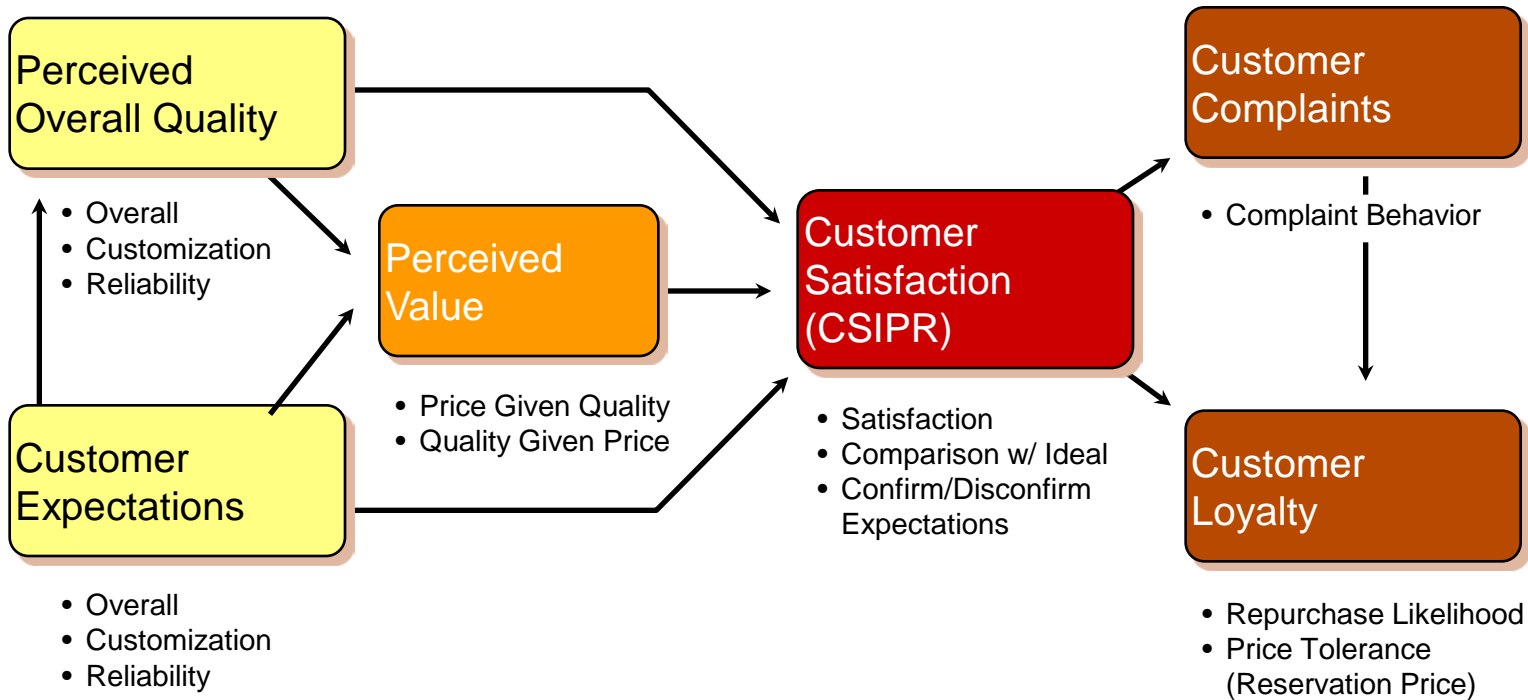
## Modelo de estimación

La puntuaciones de componentes (variable latente) se presentan en una escala 0-100 y se calculan como promedios ponderados de los atributos o los manifiestos (preguntas de la encuesta) asociados

La ponderación se determina por un algoritmo, produciendo PLS cargas que ponderar las variables manifiestas (preguntas de la encuesta) en las variables latentes (componentes)

Una serie de ecuaciones estima las relaciones de todo el modelo, y la estimación del modelo es parcial para explicar mejor la relación entre la satisfacción del cliente y la lealtad del cliente

# El Modelo Estándar





## La Muestra final

Total de 1,815 entrevistas

- Hombre y Mujeres todas las edades mayor de 18 año y con una cuenta activa en alguna institución de servicios financieros de su preferencia.
- Se maximizó los niveles socioeconómicos
- Cuota máxima establecida por institución bancaria.
- Todo Puerto Rico con ponderación poblacional por región geográfica
- La información fue recopilada durante los meses del segundo trimestre del año actual 2014: ( Abril, Mayo , Junio).



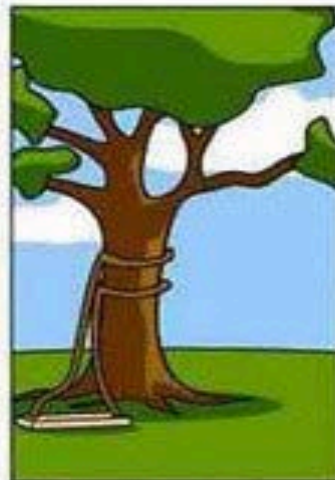
La solicitud del usuario



Lo que entendió el líder del proyecto



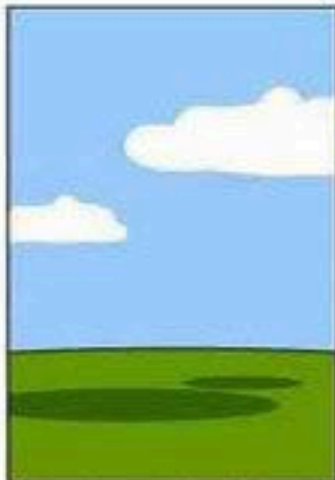
El diseño del analista de sistemas



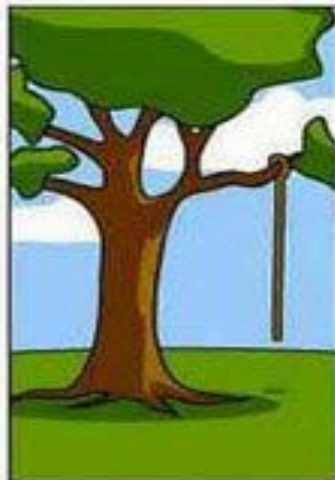
El enfoque del programador



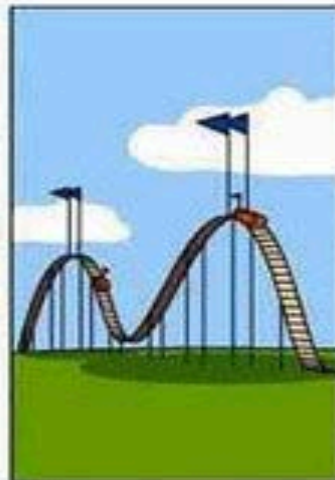
La recomendación del consultor externo



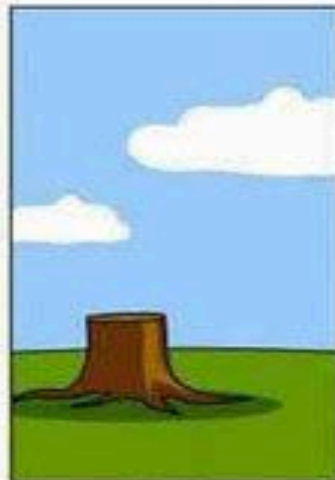
La documentación del proyecto



La implantación en producción



El presupuesto del proyecto



El soporte operativo

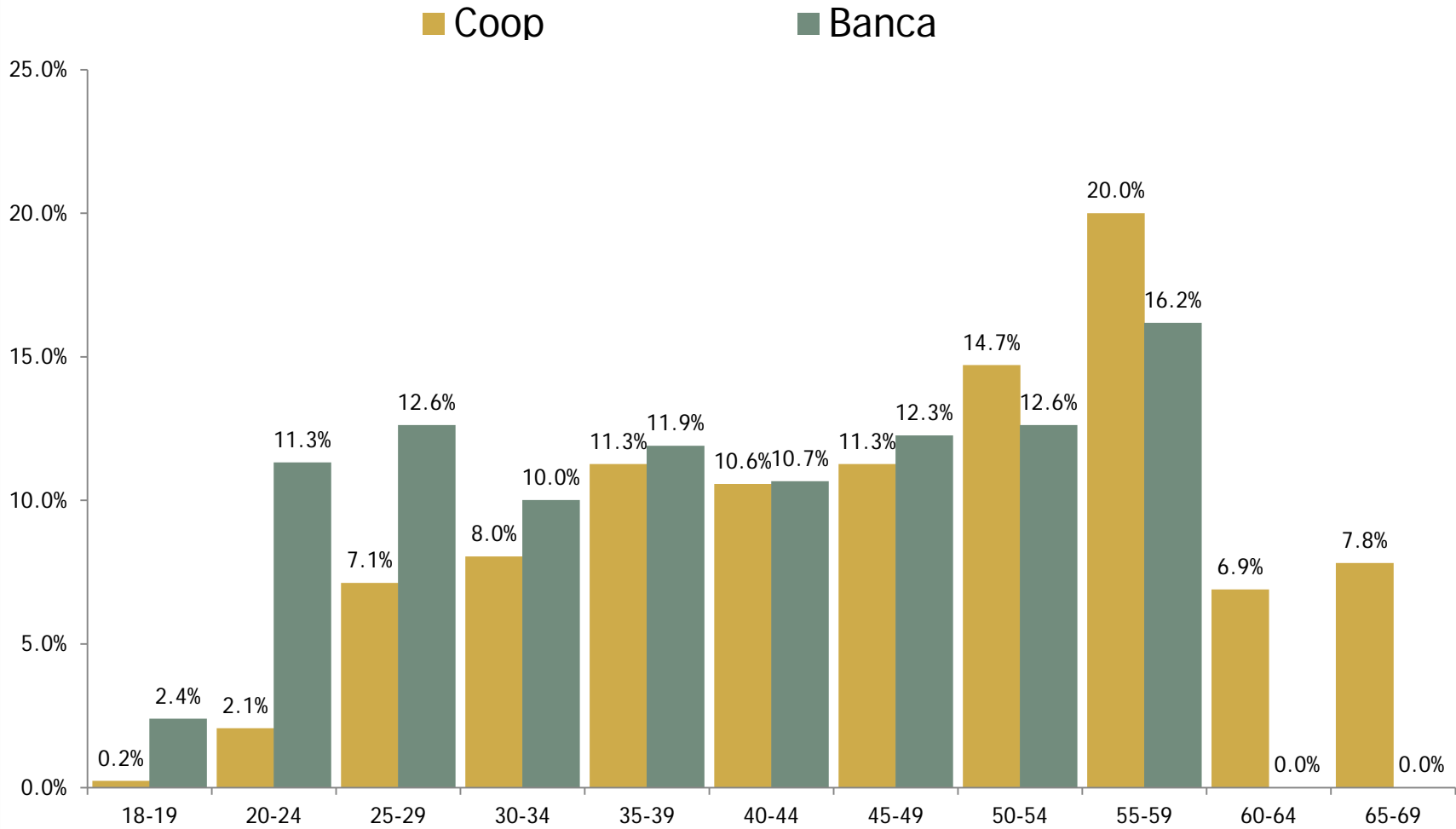


Lo que el usuario realmente necesitaba





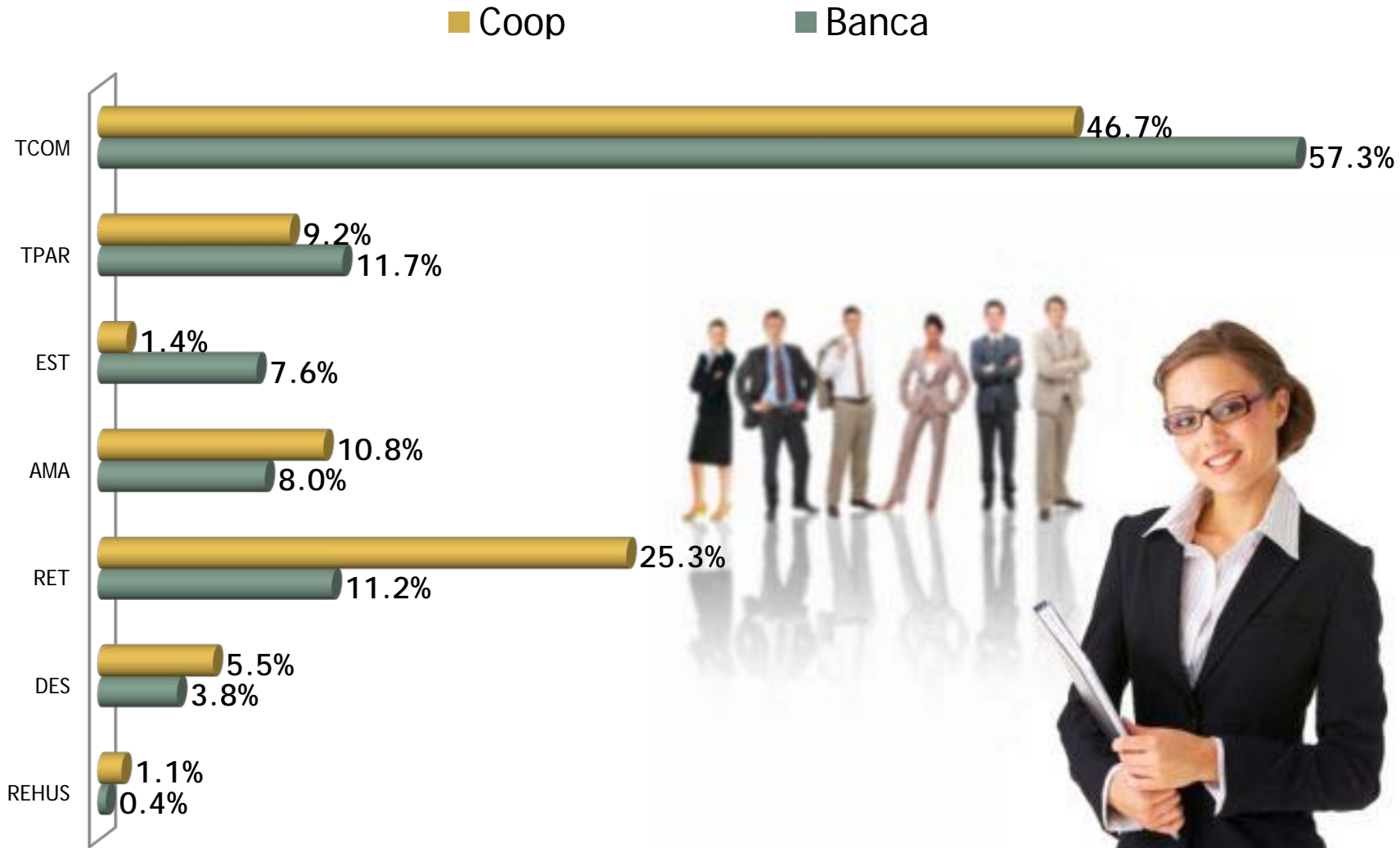
Dígame por favor, ¿En cuál de las siguientes categorías de edad se encuentra usted?



\* 1 Muestra basada en cuota máxima , la banca en su muestreo aleatoria azar no califico respondiente de 60+ años



# ¿Cuál de las siguientes alternativas lo describe mejor a Ud.?

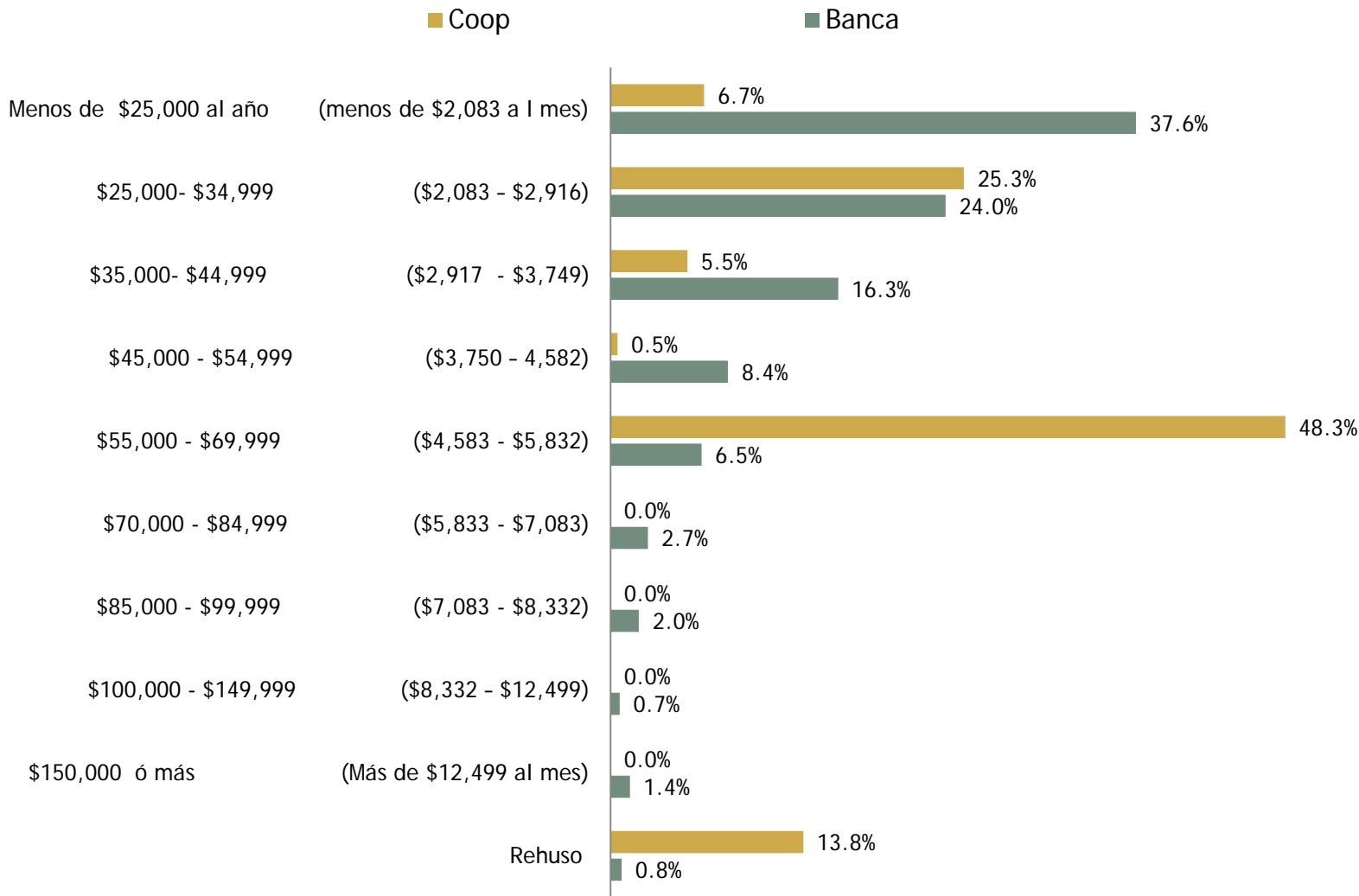


TCOM= Tiempo Completo TPAR=Empleo Tiempo Parcial EST = Estudiante AMA= Ama de Casa RET = Retirado DES =Desempleado

Entrevista: n 1815 \* 2-QTR-2014



¿Cuál de las siguientes categorías describe mejor el total de ingreso familiar mensual de su hogar antes de impuestos? Por favor, incluya el ingreso de todos los miembros del hogar.

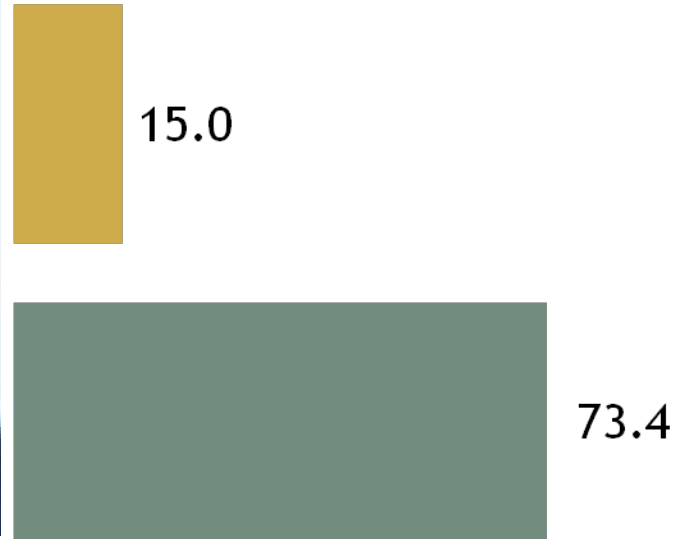




**BANCO**  **OP**  
BANCO COOPERATIVO DE PUERTO RICO

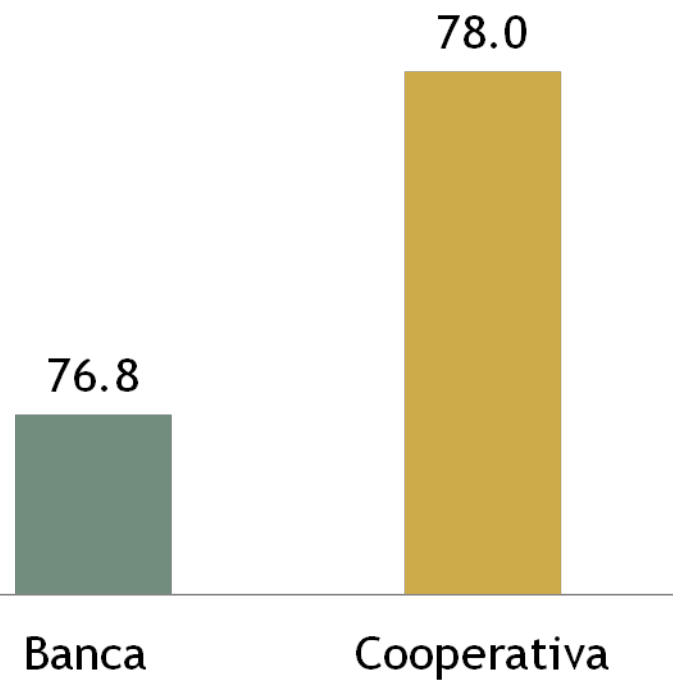
¿Cuáles eran sus expectativas de la calidad en general antes de elegir una institución financiera?

■ Cooperativa ■ Banca

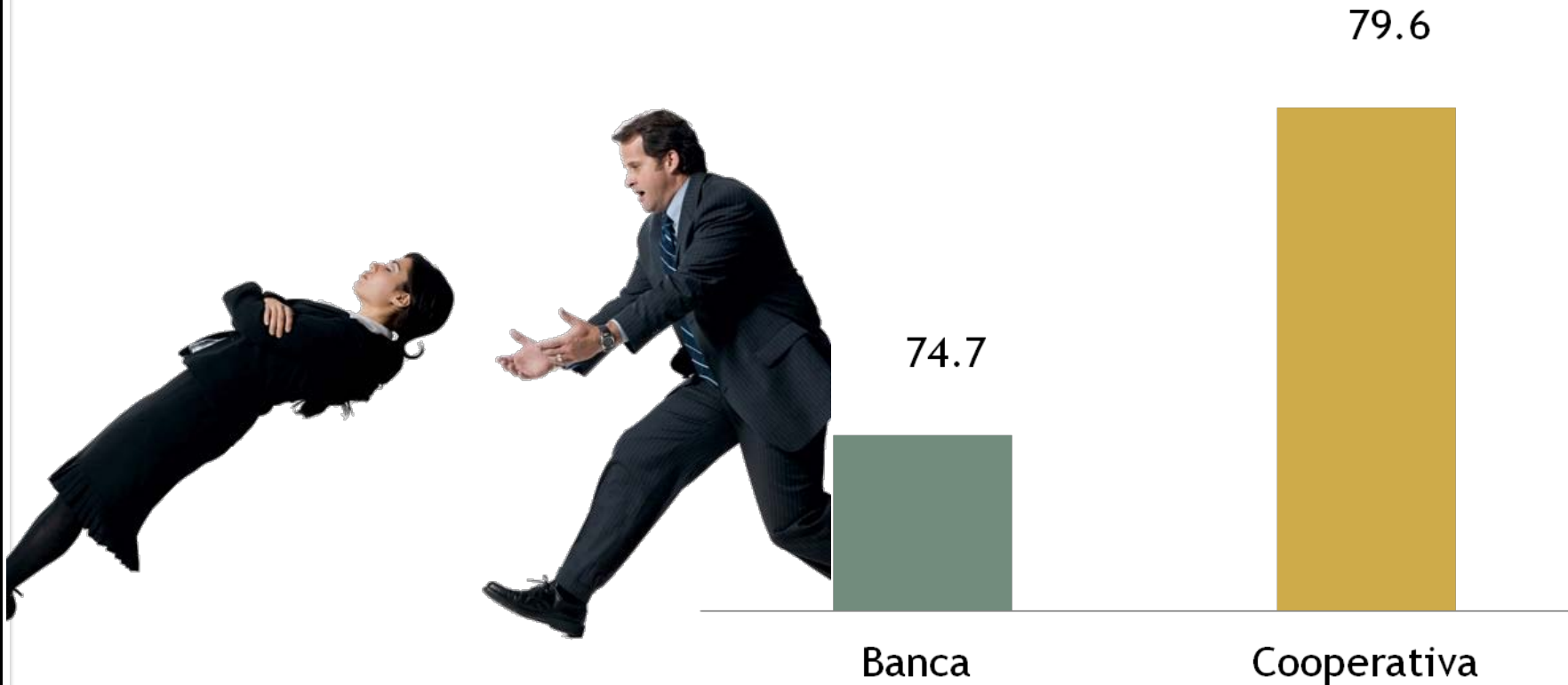




Personalización | ¿Qué tan bien de lo que esperaba de institución financiera logró satisfacer sus requisitos?

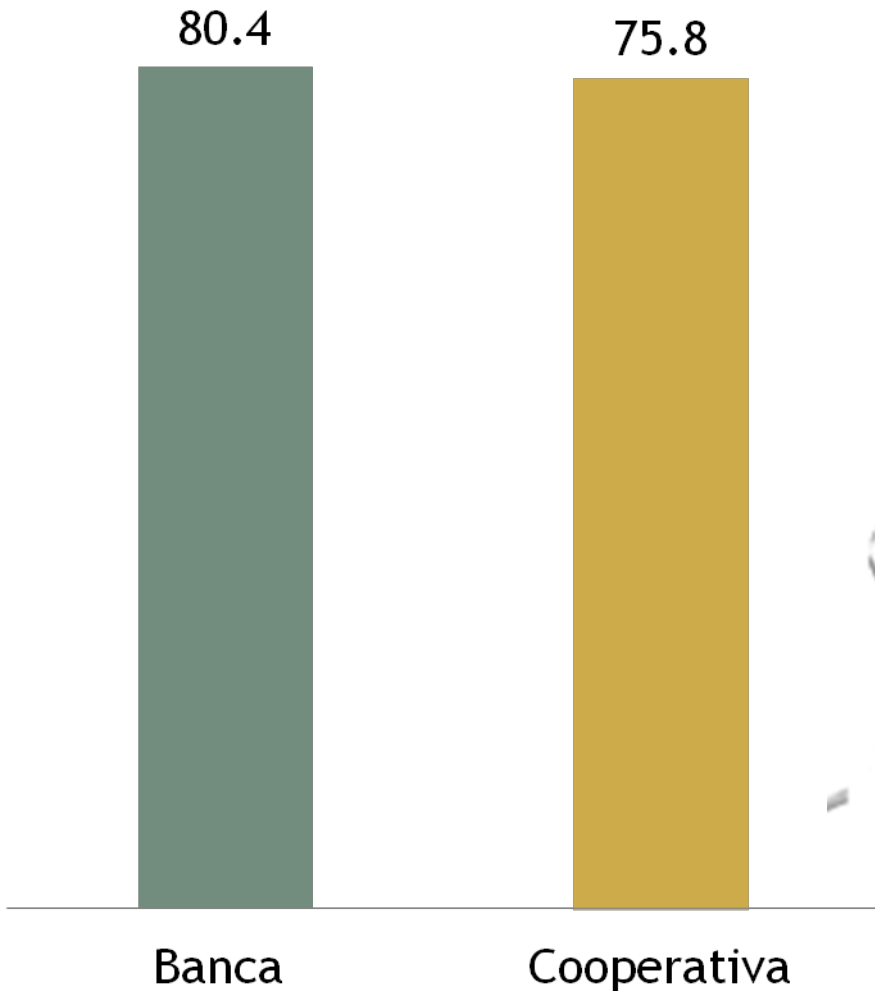


Confianza | ¿Con qué frecuencia esperaba que sus expectativa se cumplirían ?

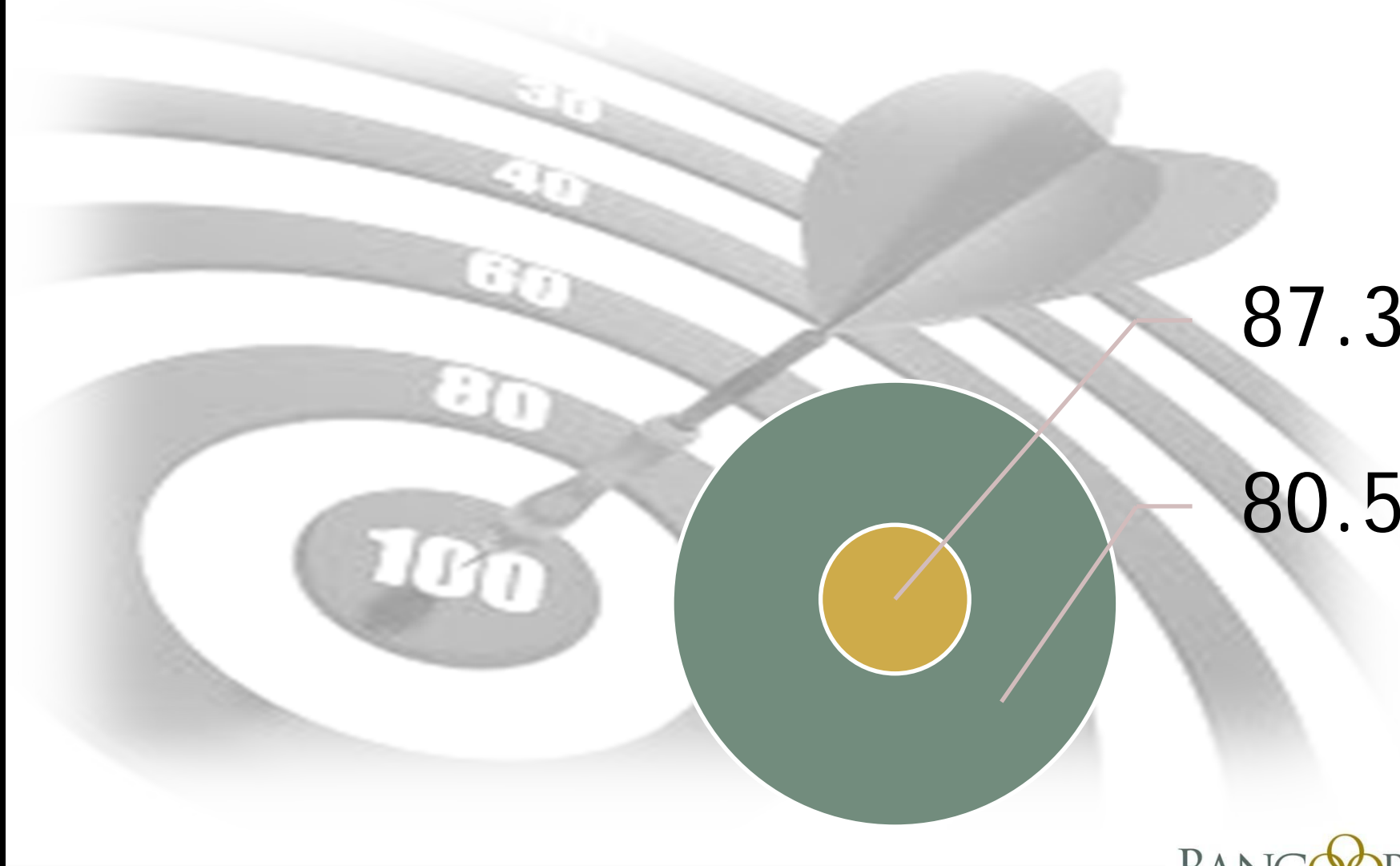




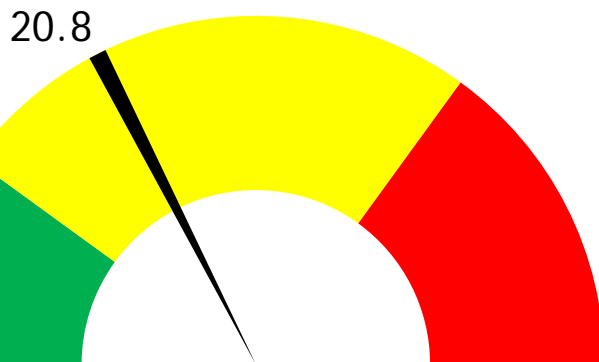
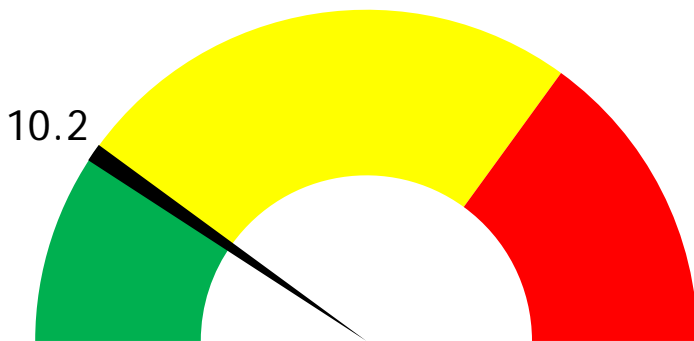
La calidad general | ¿teniendo en cuenta todas las cosas, qué tan alto fue la calidad?)



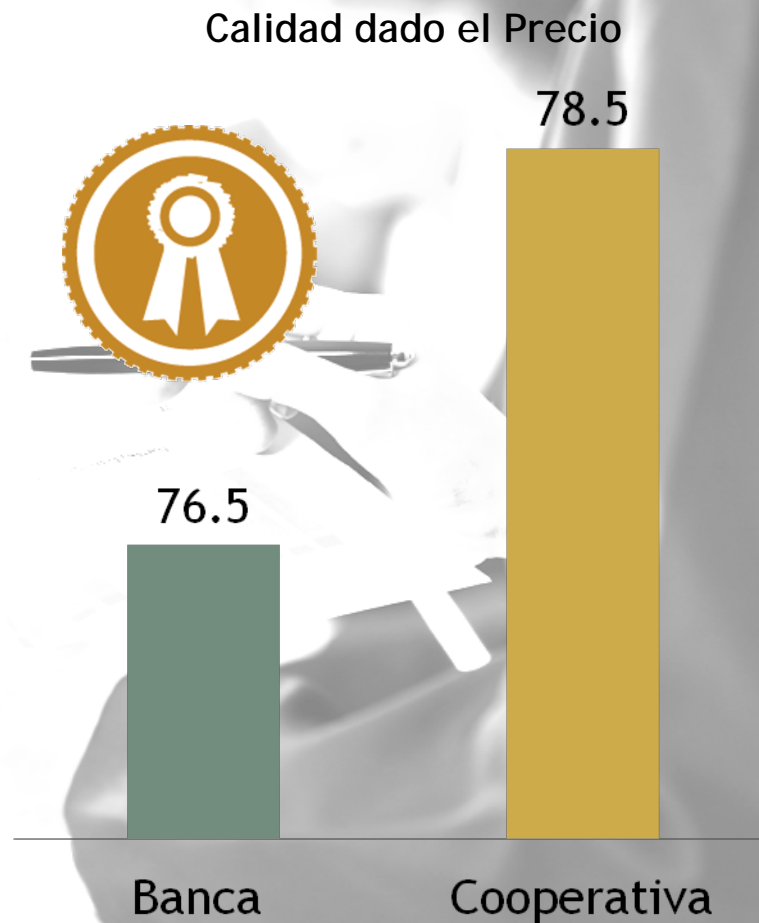
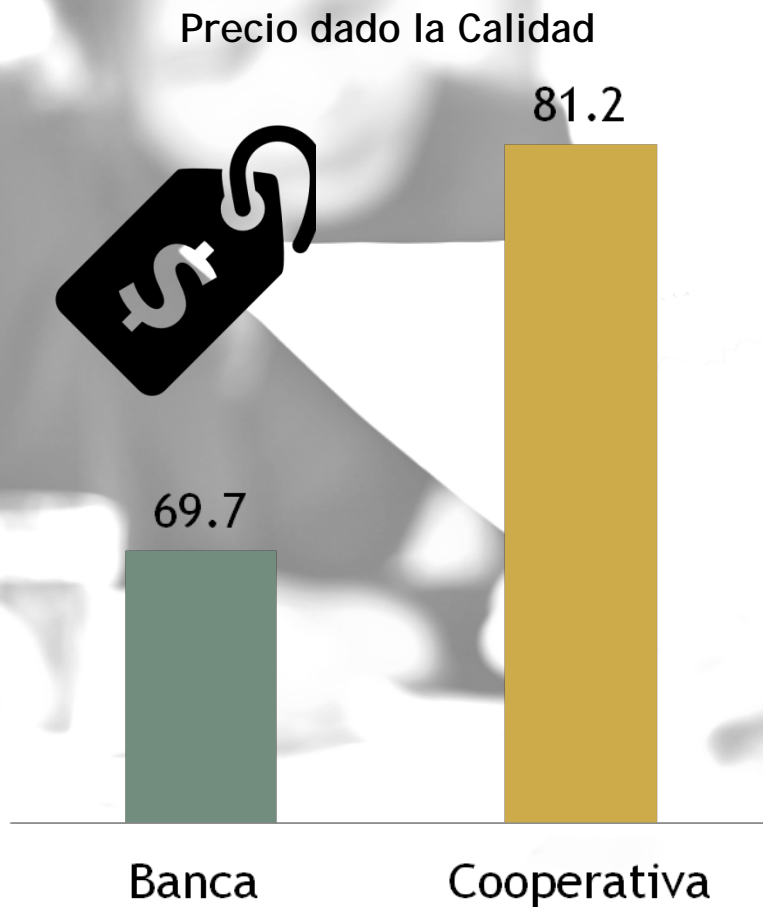
¿En realidad ha cumplido la institución financiera con sus requisitos particulares?



# ¿Ahora por favor piense acerca de cuan a menudo la institución financiera , no cumplió con los productos o servicios?



# Percepción de Precio & Calidad



# Satisfacción Agregada

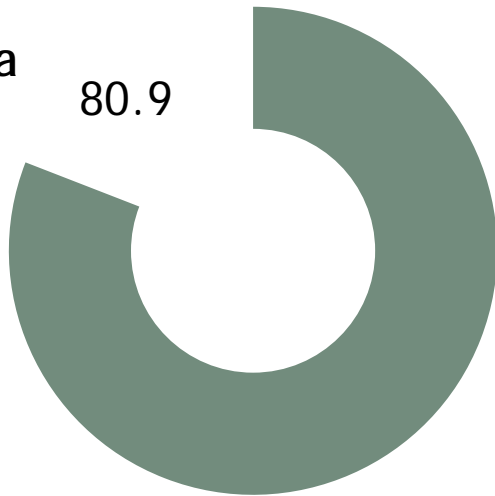




Tome en cuenta todas sus experiencias hasta al presente con la ¿Qué tan satisfecho está usted con la institución financiera ?

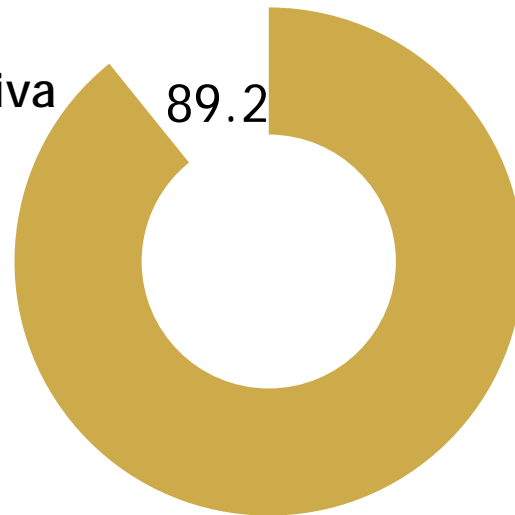
Banca

80.9

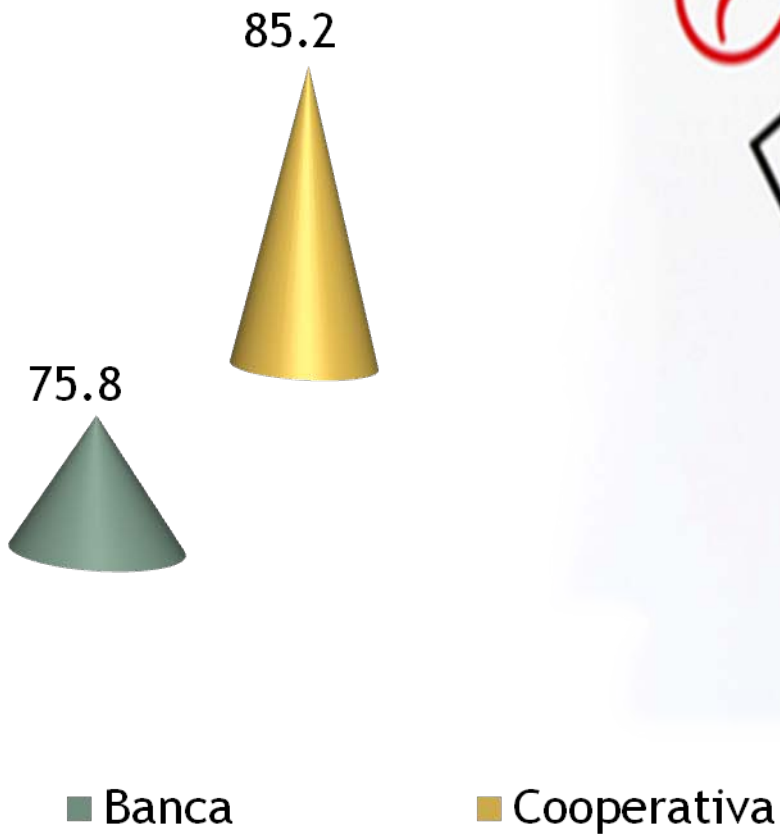


Cooperativa

89.2



¿Considerando lo discutido sobre las expectativas; en qué medida califica usted que la institución financiera cumplió o excedió sus expectativas?



Ahora olvídense de por un momento de la institución financiera de su preferencia , ¿Ahora, quiero que imagine la institución financiera ideal?



Cooperativa

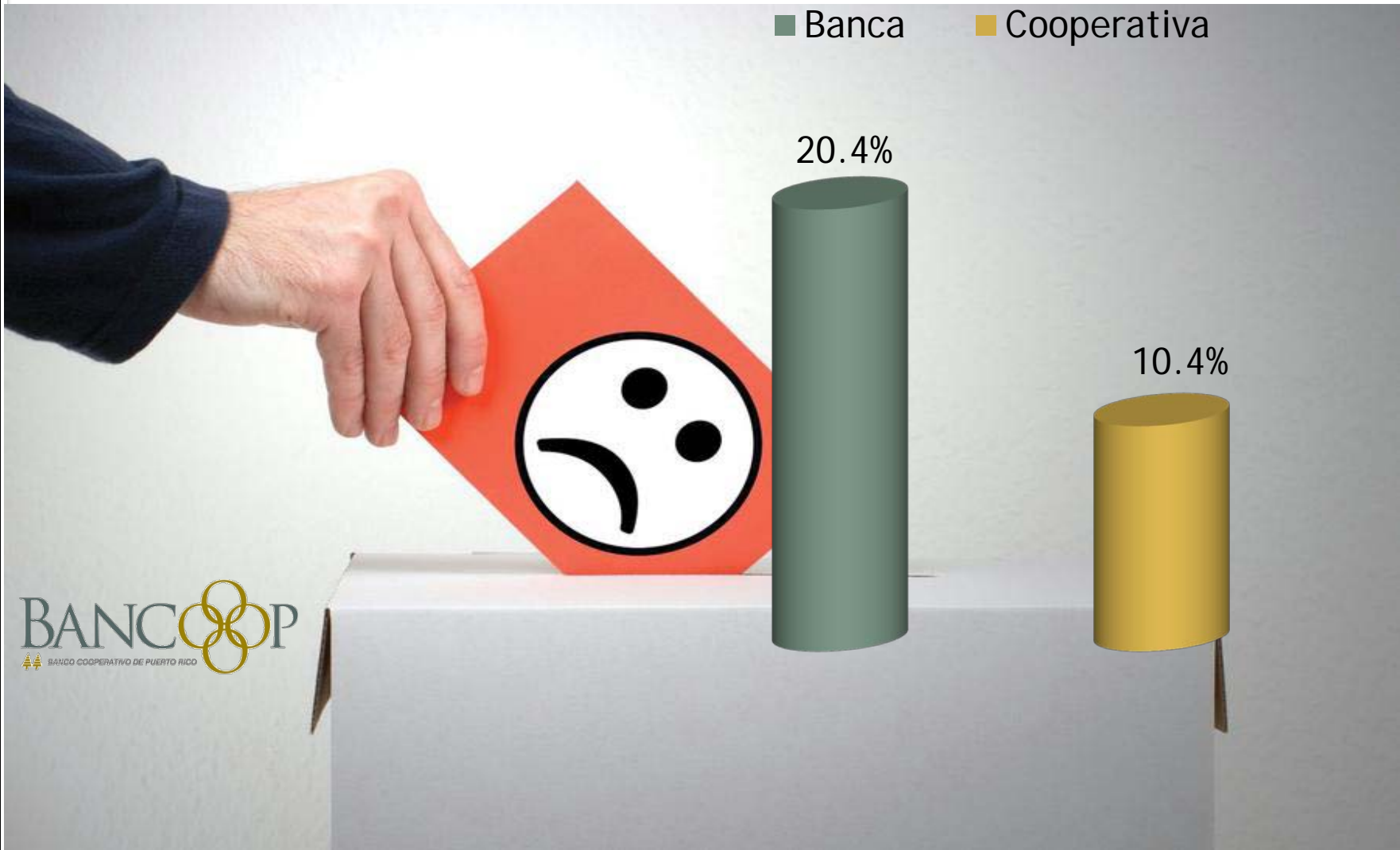
82.9

Banca

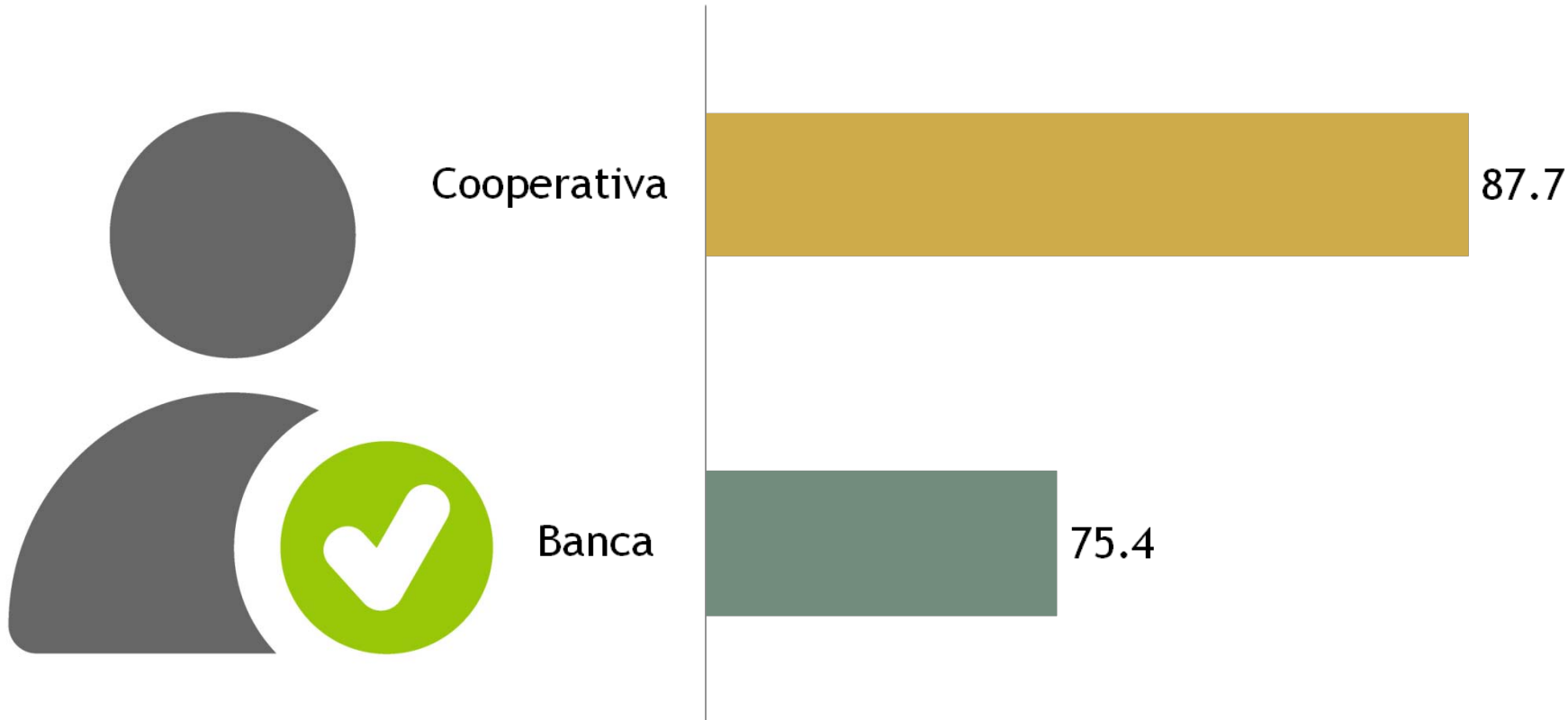
68.4



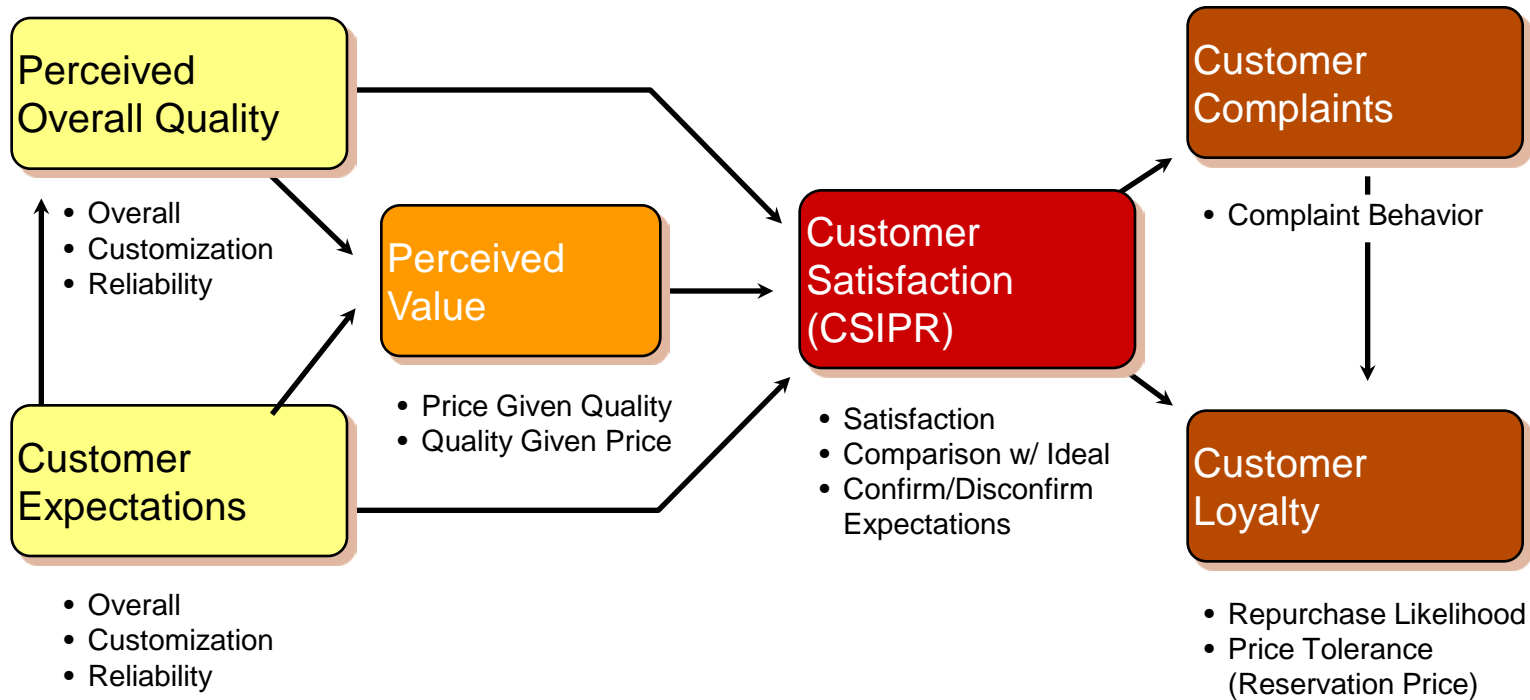
¿Se ha quejado en el último año de algún servicio o producto de la institución financiera de su preferencia ?



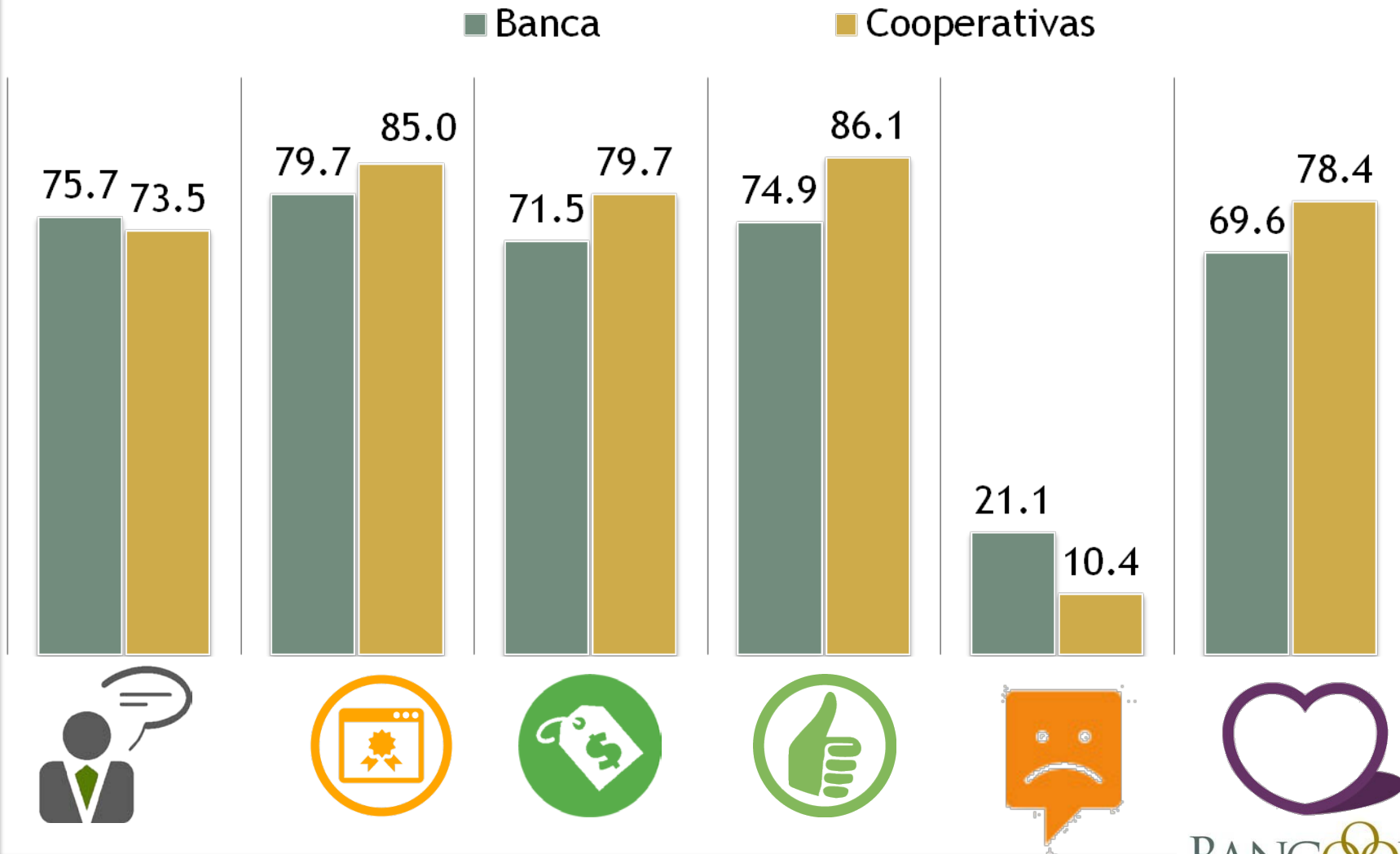
La próxima vez que usted elija una institución financiera para sus necesidades financieras, ¿Qué probabilidades hay de que sea la actual de nuevo?



# El Modelo Estándar



# Resumen del Modelo Variable Latentes



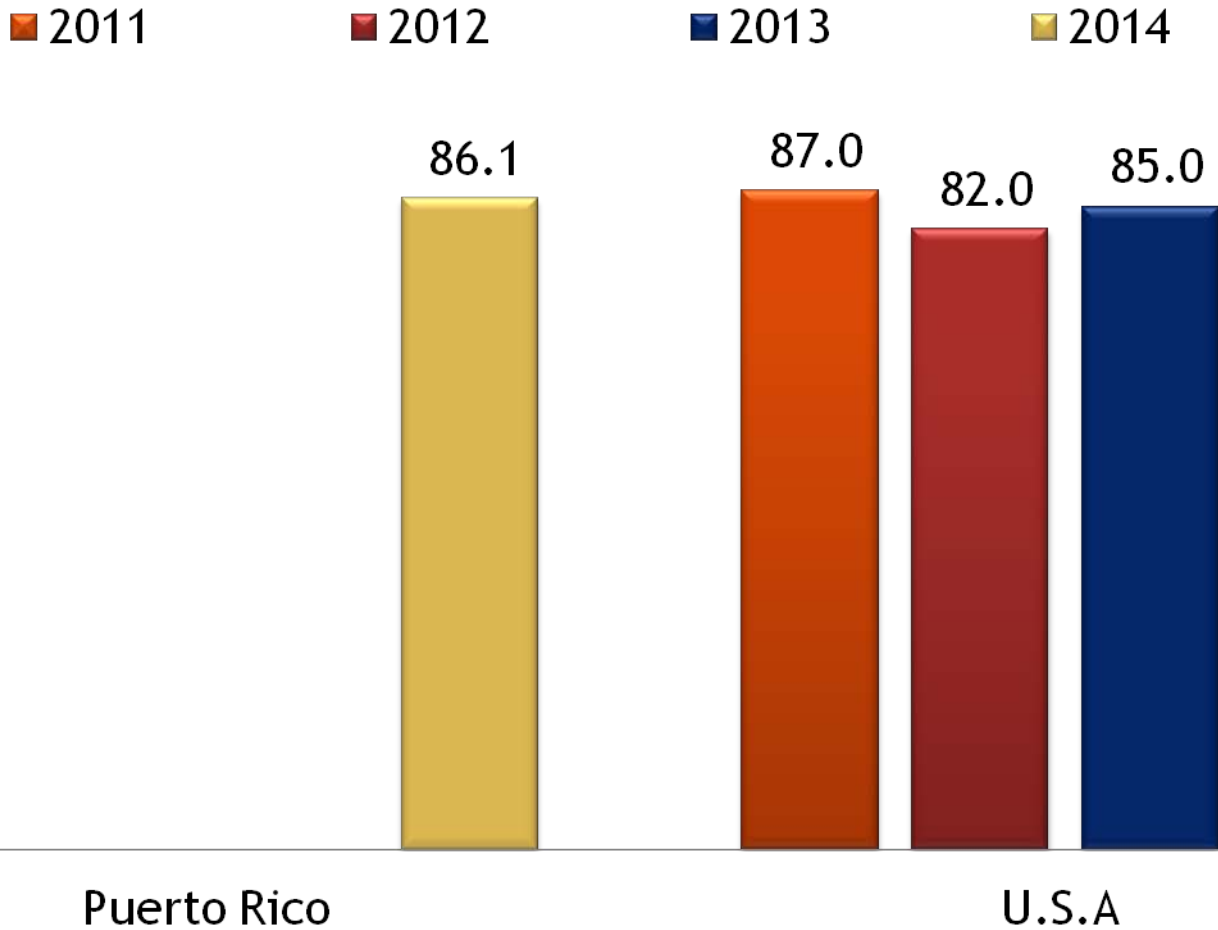


Le invitamos a que sean agentes de cambio y se suscriban al programa de Calidad & Satisfacción del 2015. Desarrollado por Instituto de Investigación de Calidad & Satisfacción de Puerto Rico en alianza con Banco Cooperativo de Puerto Rico , la Universidad Interamericana de Puerto Rico, Recinto Metro y Anderson Reserach International LLC





# Satisfacción de Cooperativas PR vs. USA



## Apéndice

-Toda la información presente en esta presentación es propiedad del Banco Cooperativo de Puerto Rico y Anderson Research International, LLC.

-Usar cualquier dato de esta presentación sin autorización, Conllevara acción por la leyes que protegen la propiedad intelectual. Recomendamos que utilicen las normas establecida para citar información : <http://www.icpsr.umich.edu/icpsrweb/ICPSR/curation/citations.jsp>

- La información del modelo y su validez científica esta publicada en :

“Journal of Marketing Research: Vol. 19, No4; Special Issue on Causal Modeling Nov; 1982, 440-452)”

-<http://links.jstor.org/sici?sici=0022-2437%28198211%2919%3A4%3C440%3ATSEMLA%3E2.0.CO%3B2-6>

-Para más información de programa de Satisfacción favor de comunicar a Banco Cooperativo de Puerto Rico 623 Ave. Ponce de Leon, Hato Rey, PR 00917' con la Sra. Fidelina Sánchez Delgado Tel (787) 641-2300 ext: 1041 : [fsanchez@bancoop.com](mailto:fsanchez@bancoop.com)

- Anderson Reseach International LLC, puede acceder al : [www.andersonresearchpr.com](http://www.andersonresearchpr.com) o llamar al (787) 750-7716 o escribir al [info@andersonresearchpr.com](mailto:info@andersonresearchpr.com).

**-Fecha limite para subscribirse al Programa de Calidad & Satisfacción industria se Servicios Financieros 2015 es 30 de enero de 2015**

-Para más información del “American Customer Satisfaction Index” (ACSI) puede acceder al :  [www.theacsi.org](http://www.theacsi.org)