

 	<b>FORMATO</b>	<b>FECHA APROBACIÓN:</b> 23/05/2017
	<b>INFORME</b>	<b>VERSIÓN:</b> 007
		<b>CÓDIGO:</b> GE-NA-FM-041

## CARACTERIZACIÓN USUARIOS Versión 5 - 2018

**Bogotá, 17 de diciembre de 2018**

### Tabla de contenido

### Contenido

CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS.....	2
OBJETIVO.....	2
ALCANCE .....	2
RESULTADOS.....	2
RESPONSABLE: .....	2
PASOS PARA REALIZAR EL EJERCICIO DE CARACTERIZACIÓN: .....	2
FICHA TÉCNICA: .....	3
GENERALIDADES .....	3
NIVEL GEOGRÁFICO.....	5
NIVEL DEMOGRÁFICO.....	6
NIVEL INTRÍNSECO .....	9
<b>Personalidad</b> .....	9
<b>Expectativas de vivienda</b> .....	10
TRÁMITES .....	12
COMPORTAMIENTO.....	16
CONCLUSIONES .....	17

# **CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS**

**Versión 5. Diciembre de 2018**

## **OBJETIVO**

Identificar las características, actitudes y preferencias con el fin de ajustar actividades, decisiones y servicios para responder de mejor manera a los requerimientos de nuestros afiliados.

## **ALCANCE**

Establecer las necesidades más frecuentes y los comportamientos para una mejor toma de decisiones relacionadas con los requerimientos de los afiliados. Para la vigencia de 2018 se establece un componente relacionado con los trámites.

## **RESULTADOS**

Adoptando la metodología del Sistema Nacional del Servicio al Ciudadano expedida por el Departamento Nacional de Planeación, La Caja Promotora de Vivienda Militar y de Policía, Diseñó y aplicó una encuesta de caracterización de usuarios en los meses de octubre y noviembre de 2018, en los puntos de atención de Bogotá (Sede Principal), en el territorio nacional en los puntos de Atención de Barranquilla, Bucaramanga, Cali, Cartagena, Florencia, Ibagué y Medellín.

Posteriormente, producto de la tabulación y análisis, se presenta las características principales de la caracterización de usuarios, correspondiente al personal de afiliados de la Caja Promotora de Vivienda Militar y de Policía.

Comparando la caracterización de usuarios realizada en diciembre de 2017 con la efectuada en diciembre de 2018 presentan tendencias muy similares, lo cual ratifica las preferencias de los afiliados.

## **RESPONSABLE:**

Área de Atención al Afiliado

## **PASOS PARA REALIZAR EL EJERCICIO DE CARACTERIZACIÓN:**

- Paso 1. Aplicar metodología del DNP Y PNSC
- Paso 2. Identificar objetivo, alcance y variables
- Paso 3. Diseñar y aplicar encuesta
- Paso 4. Tabular y analizar encuesta
- Paso 5. Realizar informe y publicar

## FICHA TÉCNICA:

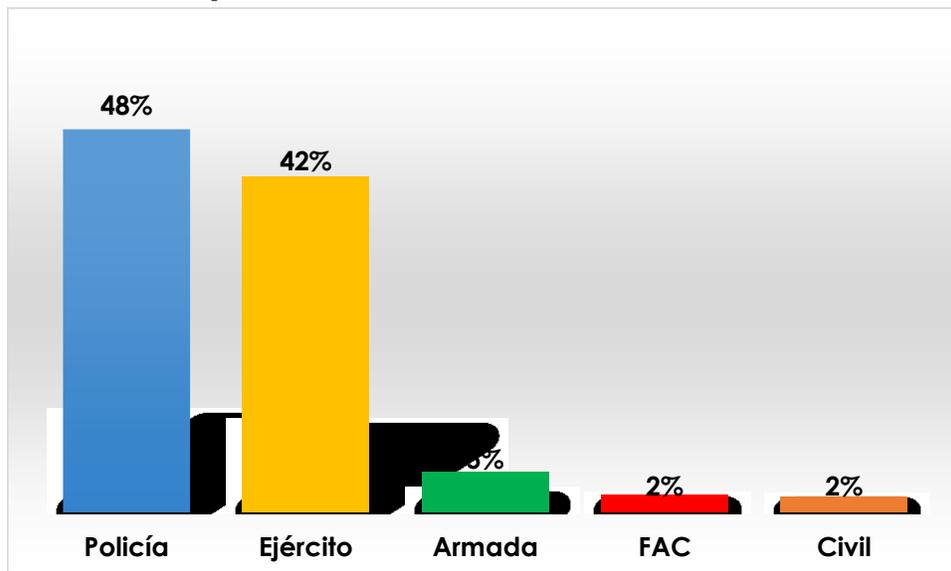
Nombre del proyecto	Actualización caracterización de usuarios y grupos de interés 2018
Diseño muestra presencial	Muestreo aleatorio simple
Total de encuesta aplicadas	1.533
Técnica de recolección	Presencial con acompañamiento a través de una encuesta electrónica
Cobertura geográfica	Puntos de Atención de Bogotá Sede Principal, Bogotá Venecia, Barranquilla, Bucaramanga, Cali, Cartagena, Florencia, Ibagué y Medellín.
Fecha de entrega del informe	Diciembre de 2018
Elaboró	Oficina Asesora de Planeación y Área de Atención al Afiliado

## GENERALIDADES

### Idioma

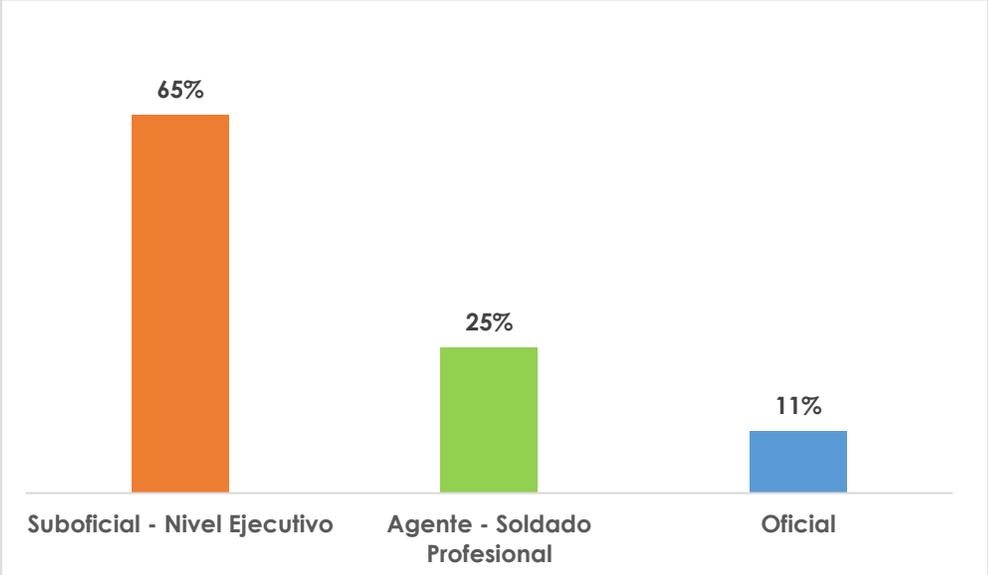
Todos los afiliados de la Caja Promotora de Vivienda Militar y de Policía, su lengua nativa es el español.

### Distribución por Fuerza



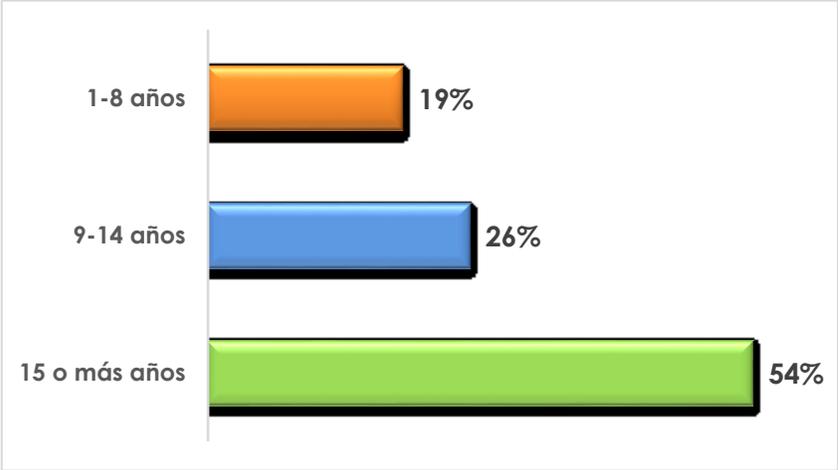
El 48% de los encuestados son miembros de la Policía Nacional, el 42% de los encuestados corresponden al Ejército Nacional y el 5% corresponde a la Armada, el 2% corresponde a la Fuerza Área de Colombia FAC y el 2% corresponde a civiles del Ministerio de Defensa Nacional.

### Distribución por categoría



La categoría que tiene mayor personal corresponde a Suboficial – Nivel Ejecutivo con un 65%, le siguen en su orden Agente – Soldado con un 25% y con una menor proporción la categoría Oficial con el 11%.

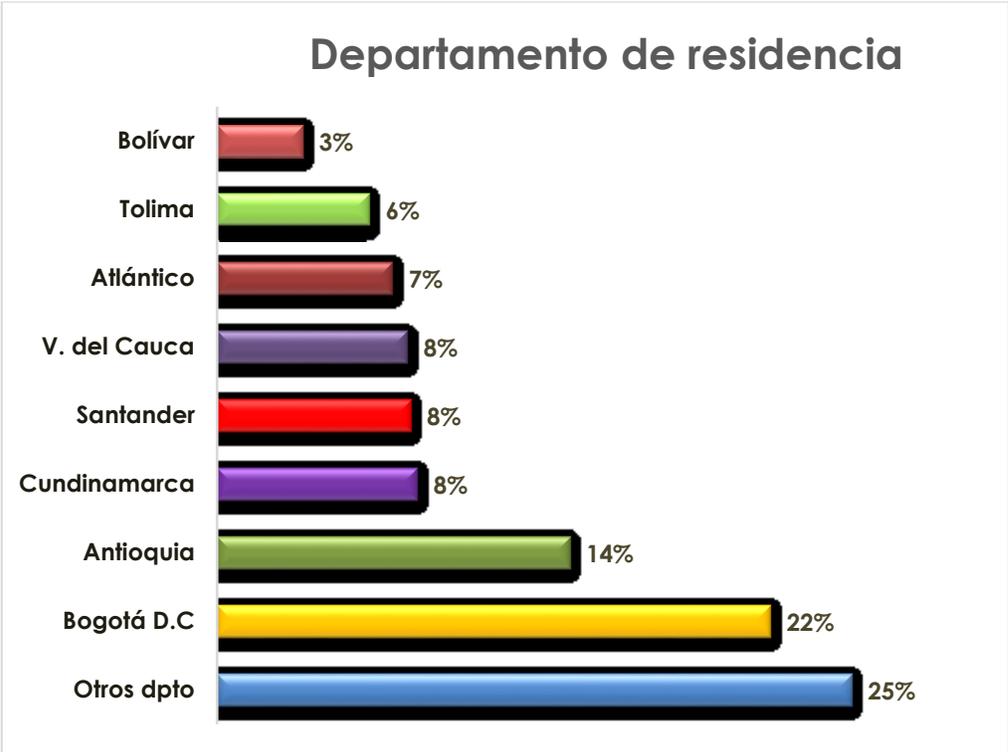
### Tiempo de Servicio



En la gráfica anterior, el mayor porcentaje corresponde a personas con 15 o más años de servicio, equivalente al 54%, le sigue el rango de 9-14 años con el 26% y finalmente se encuentra el rango de 1-8 años con el 19%.

**NIVEL GEOGRÁFICO**

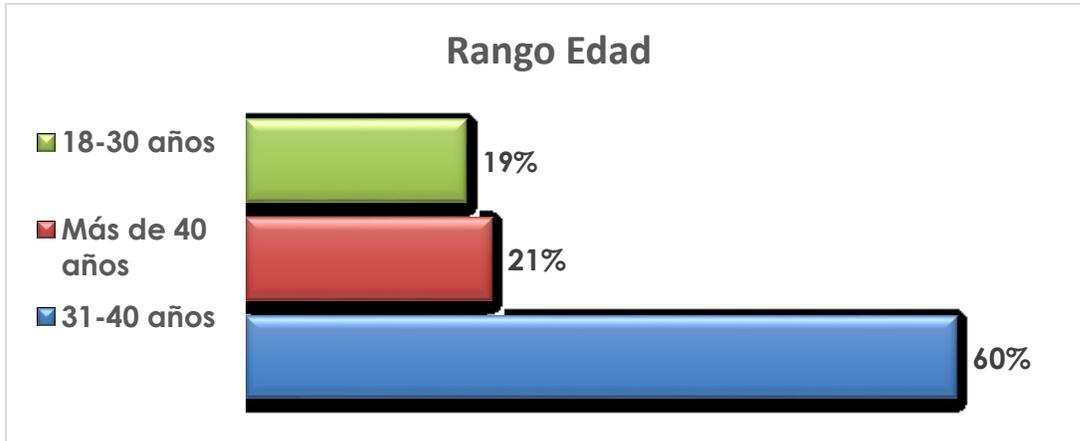
**Departamento de residencia**



Los departamentos y distritos que residen la mayoría de los encuestados en su orden son: Bogotá con un 22%, luego sigue Antioquia con el 14%, Cundinamarca, Santander y Valle del Cauca cada uno con el 8%, Atlántico con el 7%, Tolima con el 6% y Bolívar con el 3%. En estos departamentos reside el 75% de los afiliados y el 25% restante reside en los otros departamentos. En estos sitios están la mayoría de los puntos de atención.

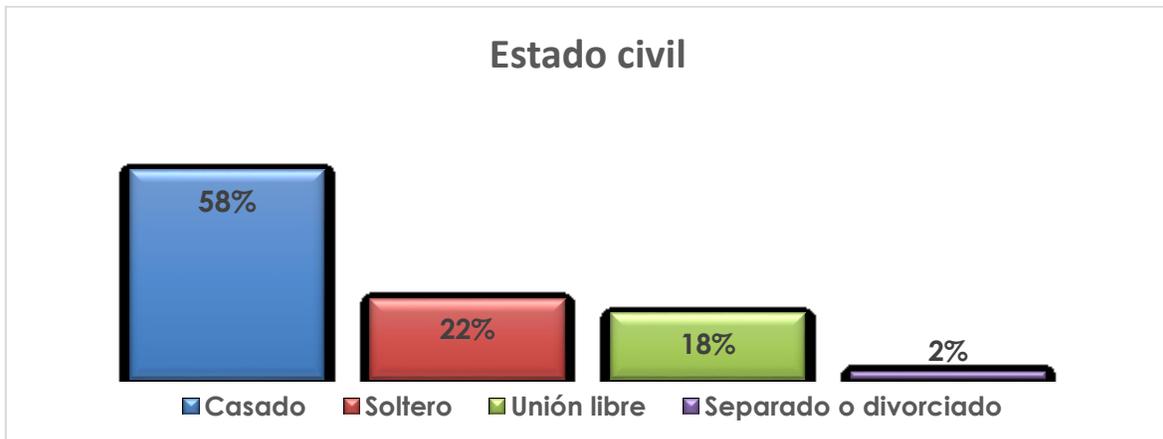
## NIVEL DEMOGRÁFICO

### Distribución por Edad



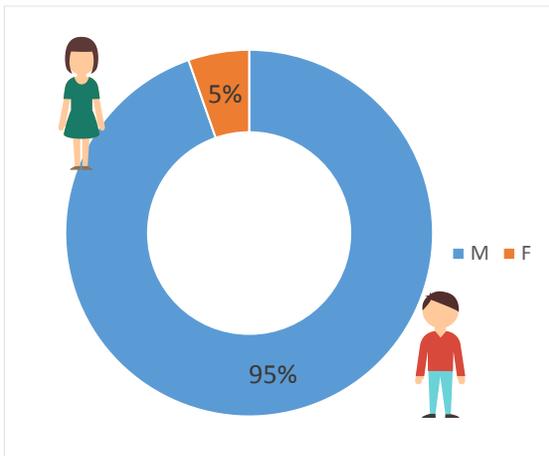
El 60% de los encuestados se encuentra en el rango de 31-40 años, el 21% en más de 40 años y el 19% entre los 18 y 30 años.

### Estado civil



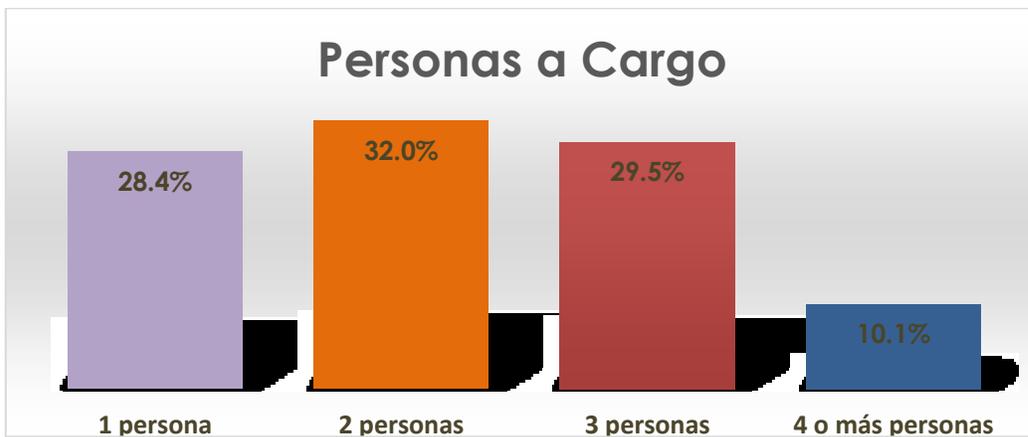
En el ítem de estado civil, la mayor proporción la tiene el grupo de casado con un 58%, le sigue soltero con un 22%, en unión libre con el 18% y el 2% divorciado o separado. Sumados el personal casado y el personal en unión libre revela un 76%.

## Distribución por género



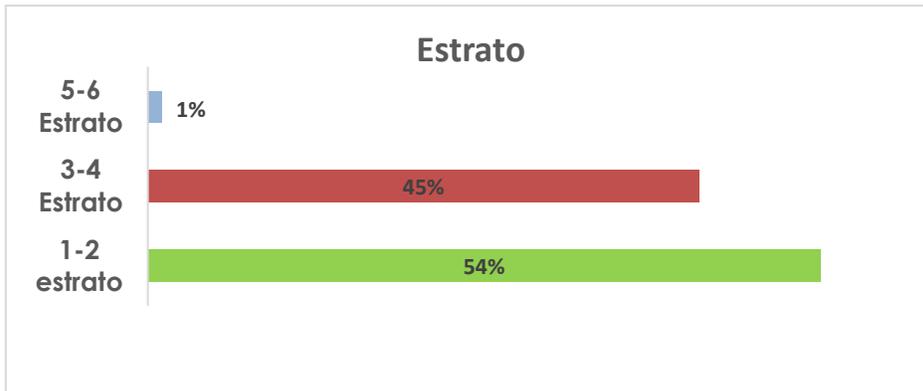
El 95% corresponde al género masculino y el 5% restante al género femenino.

## Personas a cargo



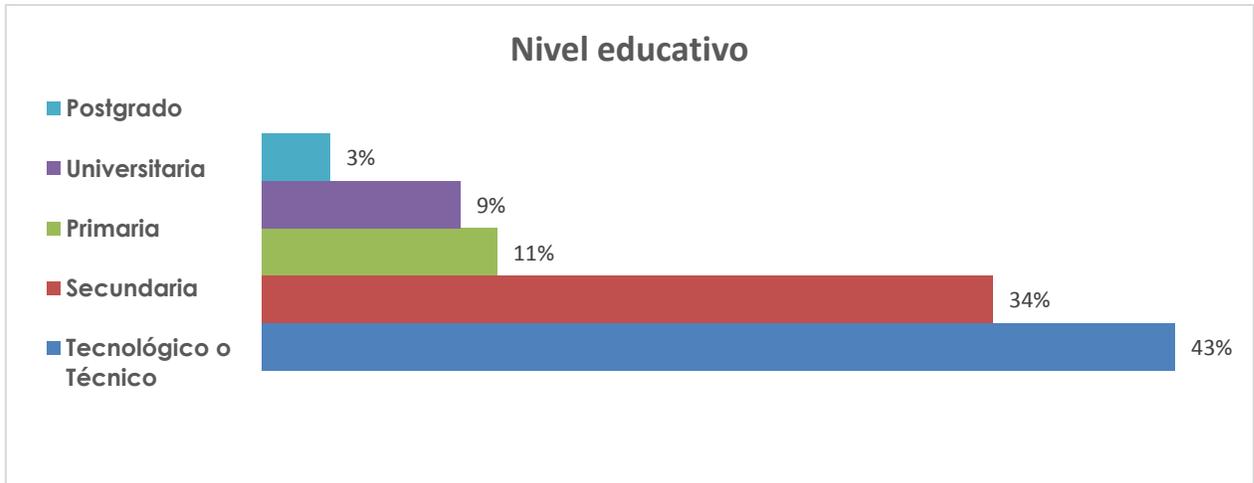
El 32% de los afiliados tienen dos personas a cargo, el 29.5% tienen tres personas, el 29 tiene una persona, el 10% tiene 4 o más personas a cargo. El 89.9% tienen entre una y tres personas a cargo.

## Distribución por Estrato



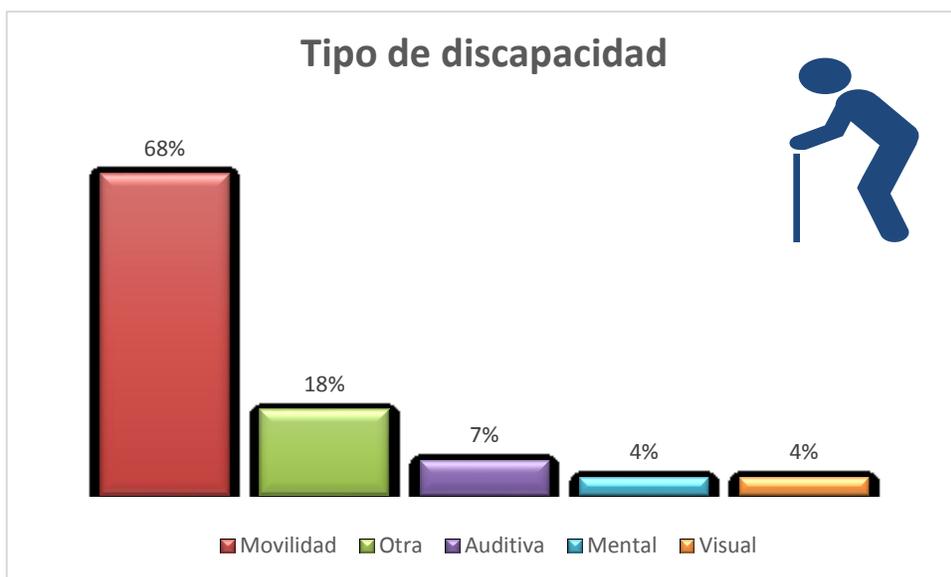
La mayor población de los encuestados corresponde a los estratos 1 y 2 con el 54%, le sigue los estratos 3 y 4 con el 45%, los estratos 5 y 6 representan el 1%.

## Nivel educativo



La mayor proporción se encuentra el Tecnológico o Técnico con el 43%, le sigue Secundaria con un 34%, continua primaria con el 11%, luego universitaria con el 9% y con postgrado el 3%.

## Tipo de discapacidad

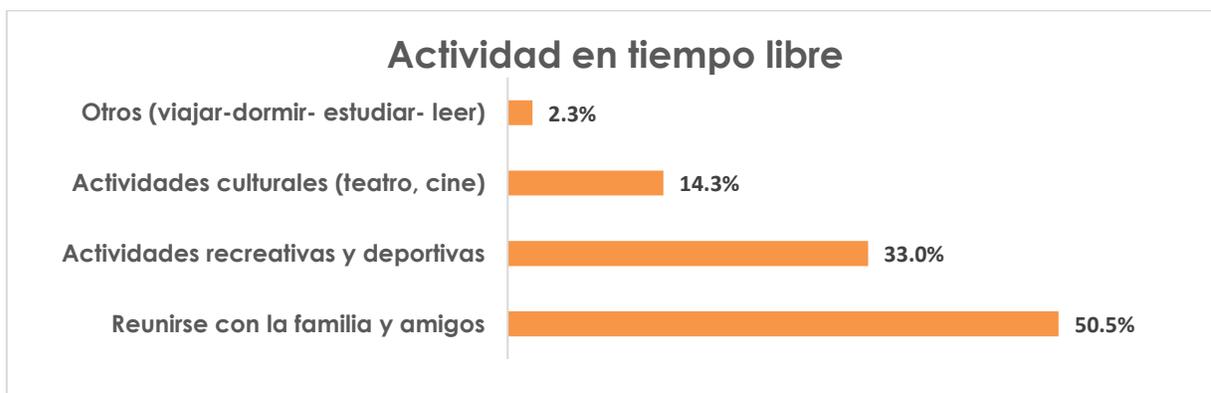


El mayor porcentaje corresponde a la discapacidad por movilidad con el 68%. El 7% tiene discapacidad auditiva, cada uno el 4% cada una de las discapacidades mental y visual y el 18% corresponde a otro tipo de discapacidad.

## NIVEL INTRÍNSECO

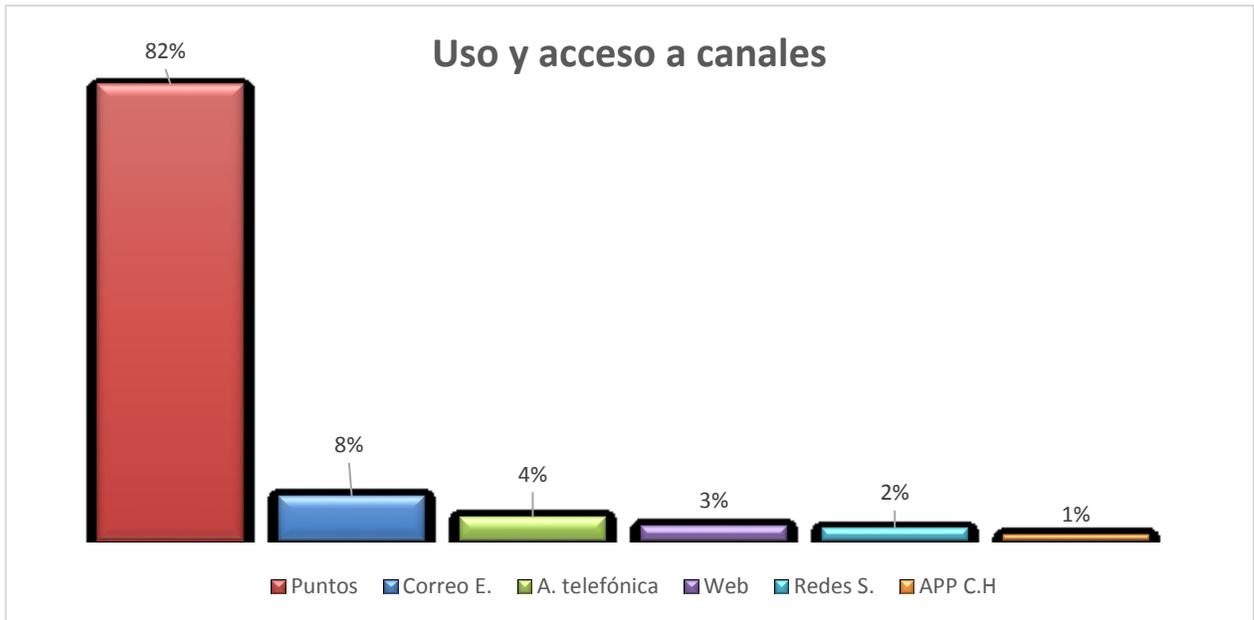
### Personalidad

#### Actividades de tiempo libre que prefiere



La actividad con mayor preferencia es reunirse con la familia y amigos con un 50%, luego le sigue actividades recreativas y deportivas con el 33%, a continuación actividades culturales con el 14.3% y otros con el 2.3%.

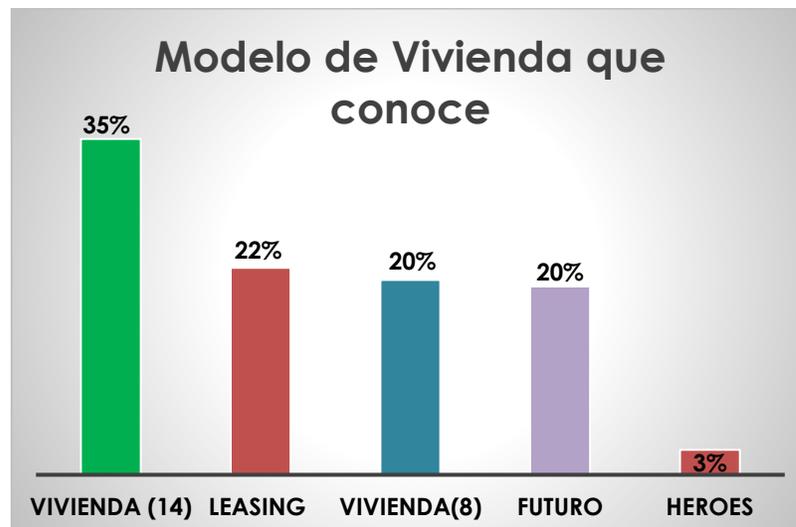
## Uso y acceso a canales de comunicación en Caja Honor



La mayor participación del acceso y uso de canales se encuentra los puntos de atención presencial con el 82% de preferencias, luego el correo electrónico con el 8%, sigue atención telefónica con el 4%, a continuación sitio web con el 3%, Redes sociales con el 2%, App Caja Honor con el 1%.

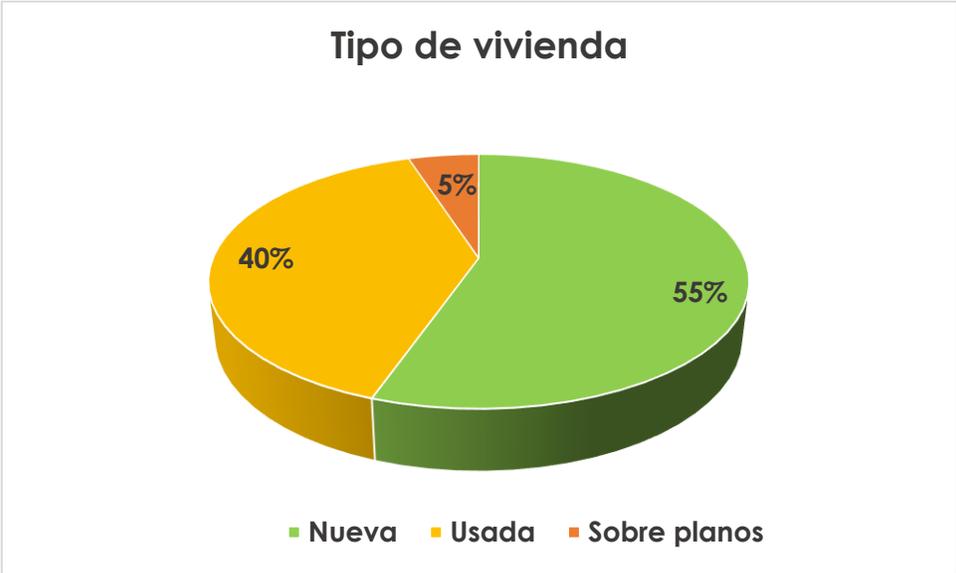
## Expectativas de vivienda

### Modelo de Atención que conoce



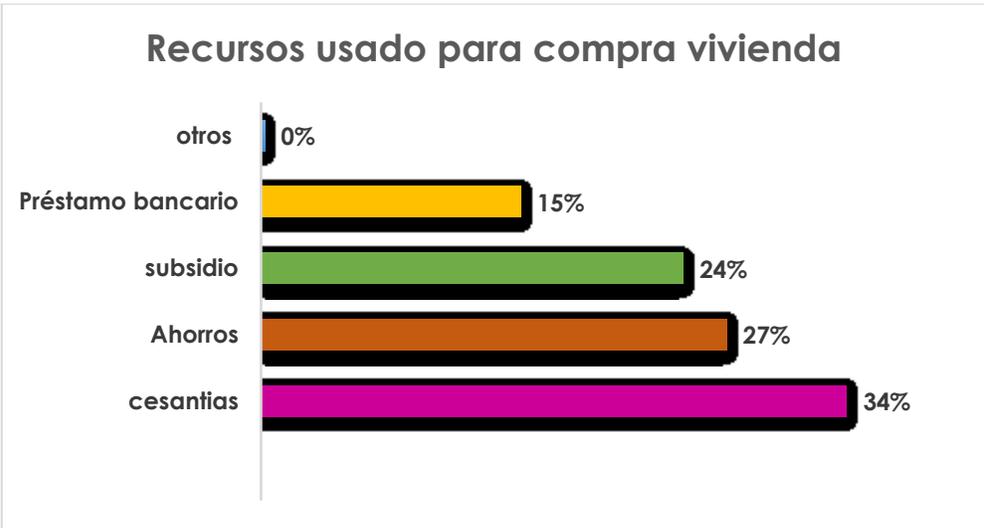
Dentro de los modelos de solución de vivienda que conocen los afiliados se encuentra Vivienda 14 con el 35%, le sigue Vivienda Leasing con un 22%, Vivienda 8 y Futuro cada uno con el 20% Cada Uno. El modelo menos conocido es Héroes – Fondo de Solidaridad con un 3%. El modelo vivienda Leasing ha tenido crecimiento de 5 puntos al pasar de 17% en diciembre 2017 a 22% diciembre de 2018.

**Tipo de vivienda que le gustaría adquirir**



El tipo de vivienda que le gustaría adquirir se encuentra en primer lugar se encuentra vivienda nueva con el 55%, en segundo lugar vivienda usada con el 40% y en tercer lugar vivienda sobre planos con un 8%.

**Recursos económicos que utilizaría para pagar su vivienda**

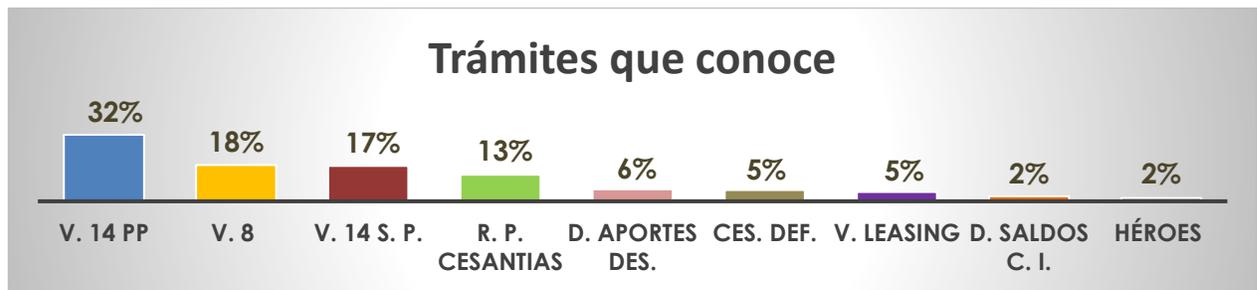


En general utilizan la mayoría de las opciones, en primer lugar de preferencia están las cesantías con un 34%, en segundo lugar ahorros con el 27%, en el tercer lugar con el subsidio con un 24%, luego préstamo bancario con un 15% y otros con el 0%.

## TRÁMITES

En esta versión se incluyó el componente de trámites, el cual busca saber el conocimiento, preferencias o dificultades que tiene el afiliado al momento de realizar algún tipo de trámite.

### Trámites que conoce



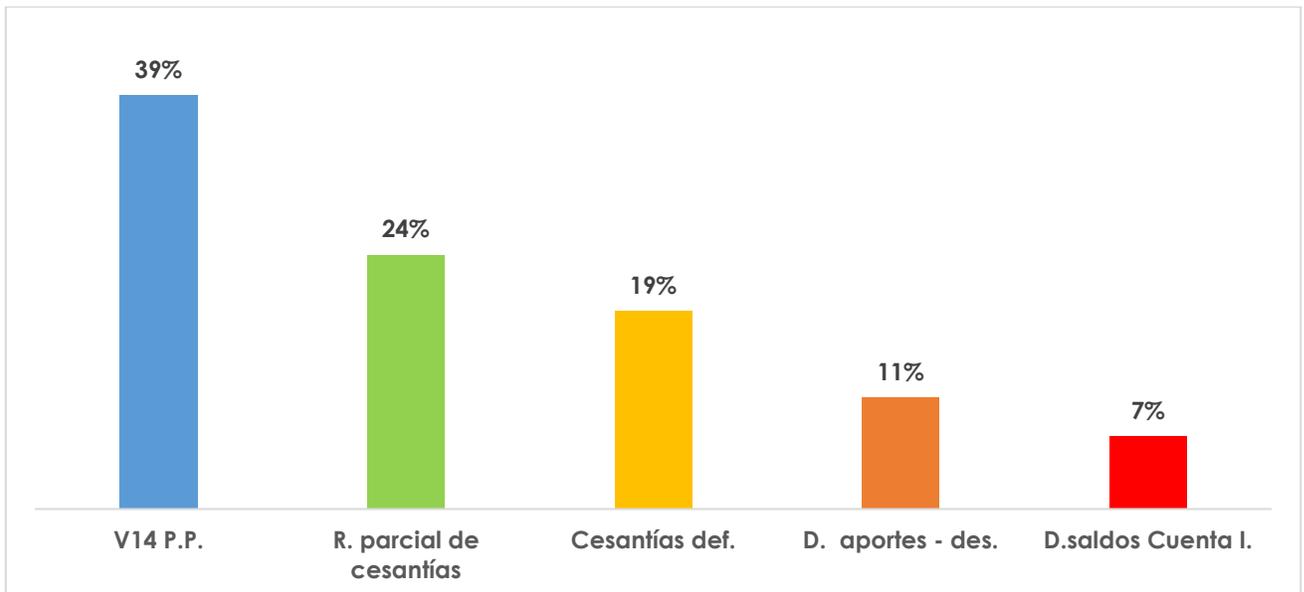
De los nueve trámites que tiene la Caja Promotora de Vivienda Militar y de Policía, en más conocido es "Vivienda 14 Primer Pago" con el 32%, en segundo lugar se encuentra Vivienda 8 con el 18%, en tercer lugar se encuentra "Vivienda 14 Segundo Pago" con el 17%, en cuarto lugar se encuentra "Retiro Parcial de Cesantías" con el 13%. Los trámites menos conocidos en su orden son: "Devolución de Aportes por Desafiliación" con un 6%, luego "Cesantías Definitivas" con el 5%, le sigue "Vivienda Leasing con el 5%, luego "Devolución de Saldos Cuenta Individual" con el 2%, a continuación "Héroes – Fondo de Solidaridad" con el 2%.

### Trámite que considera más difícil



El trámite que los afiliados consideran como el más difícil es "Vivienda 14 Primer Pago" con el 67%, en segundo lugar se encuentra el trámite "Vivienda Leasing con el 15%, en tercer lugar se encuentra vivienda 8 con el 8%. Los trámites que los afiliados consideran menos difíciles son en su orden: "Héroes – Fondo de Solidaridad" con el 4%, "Retiro Parcial de Cesantías", "Cesantías Definitivas", "Vivienda 14 Segundo Pago" cada uno con el 2%, el trámite "Devolución de Aportes por Desafiliación con el 1%, y "Devolución de Saldos Cuenta Individual con el 0%.

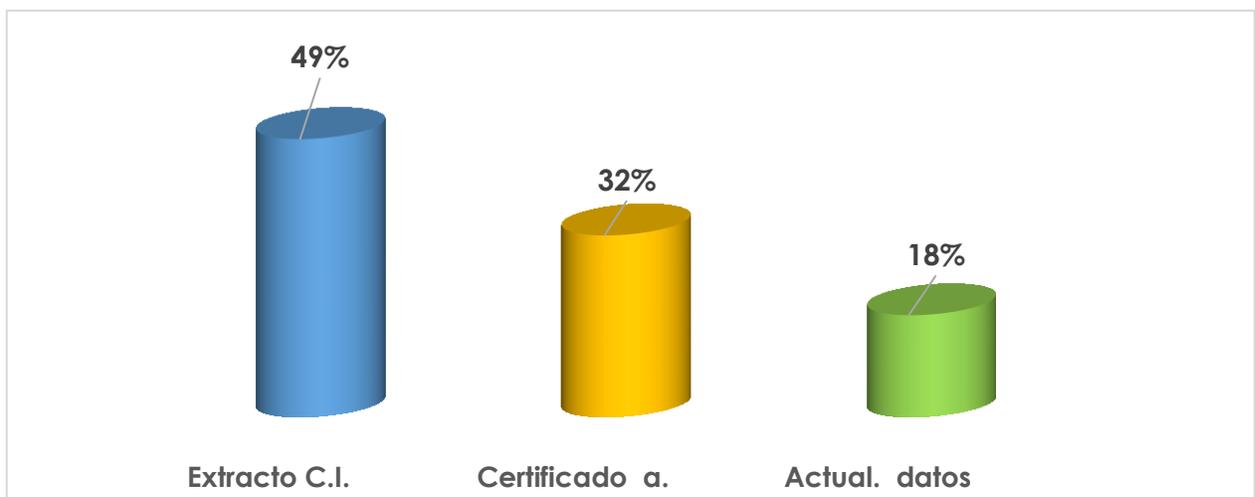
### Trámites en línea que conoce



La Entidad cuenta con 4 trámites parcialmente en línea y un trámite totalmente. El trámite en línea más conocido es "Vivienda 14 Primer Pago" con el 39%, en segundo lugar

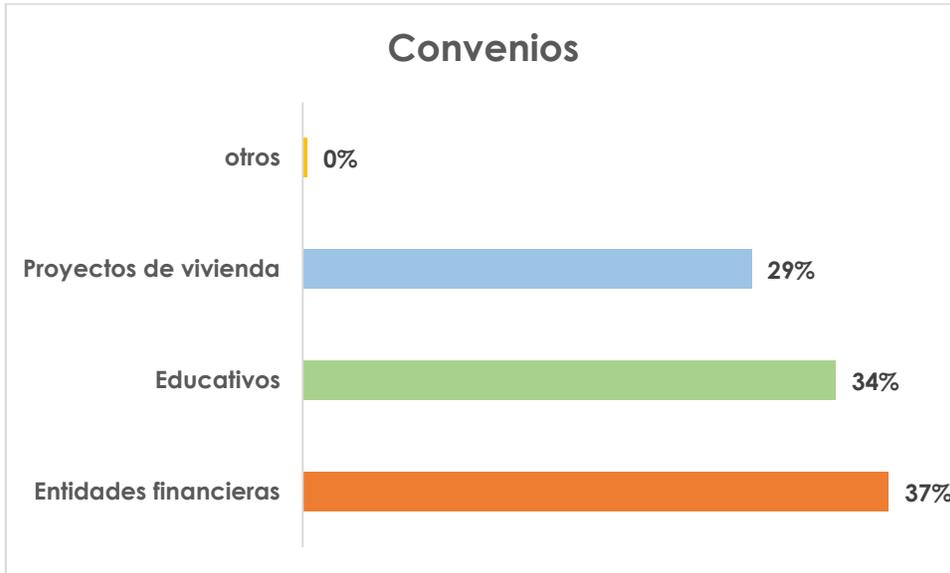
“Retiro Parcial de Cesantías” con un 24%, en tercer lugar “Cesantías Definitivas” con el 19%, en cuarto lugar “Devolución de Aportes por Desafiliación” con el 11%, y finalmente “Devolución de Saldos Cuenta Individual con el 7%.

### Servicios en Línea



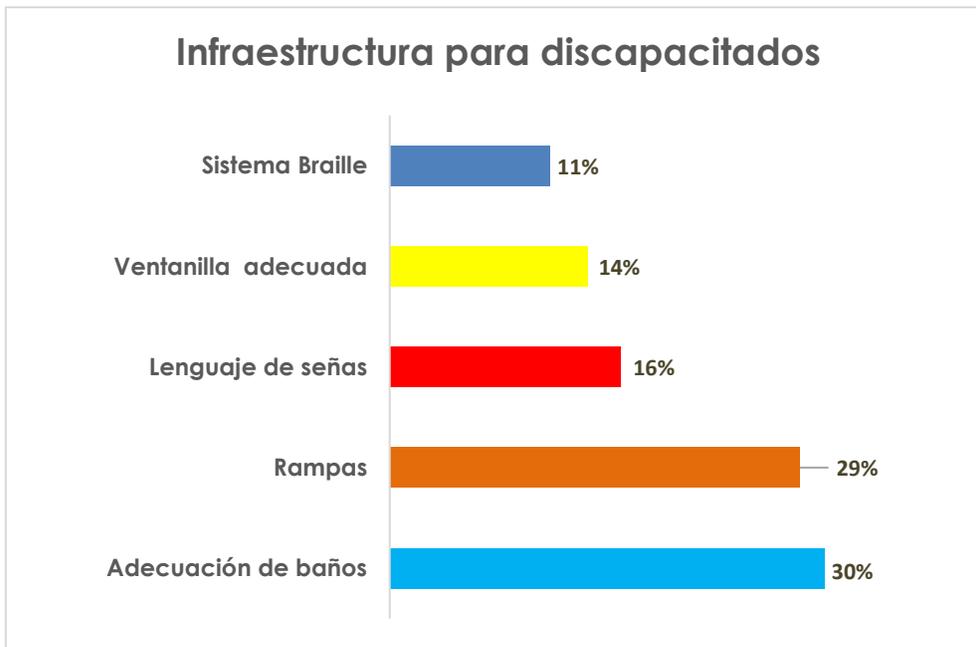
Caja Honor cuenta con tres servicios totalmente en línea. El servicio más conocido es “Extracto Cuenta Individual” con el 49%, en segundo lugar se encuentra el servicio “Certificado de Aportes con un 32%”, en tercer lugar se encuentra el servicio “Actualización de Datos” con un 18%.

**Convenios que a los afiliados les gustaría que tuviera la Entidad.**



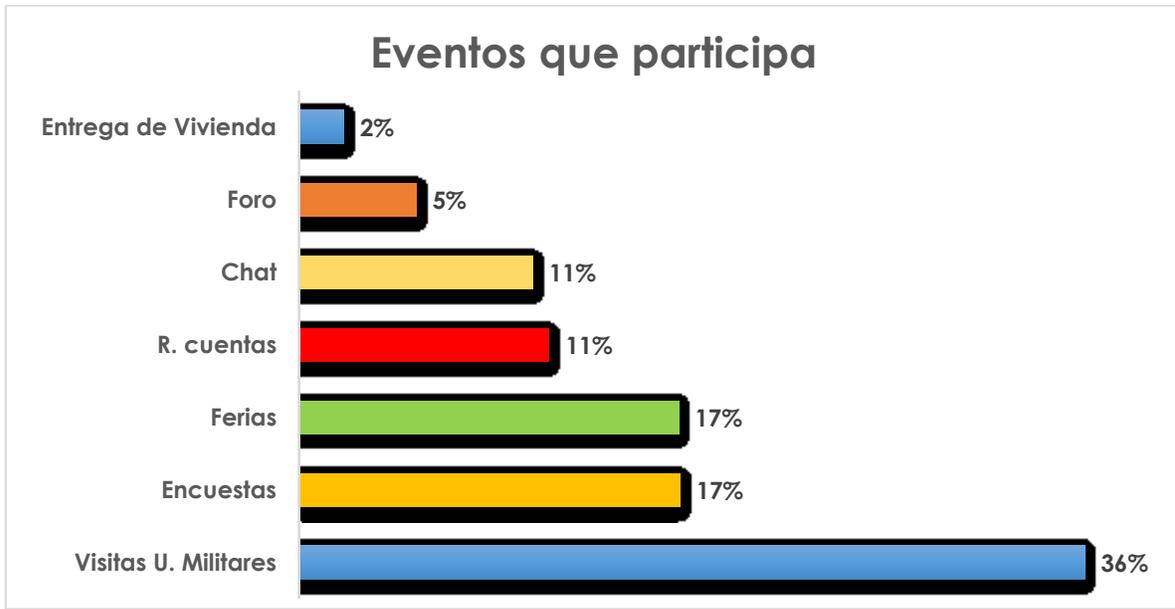
Para los afiliados, los convenios que más le gustaría que tuviera la entidad en su orden son: En primer lugar convenios con entidades financieras con un 37%, en segundo lugar con convenios educativos y en tercer lugar convenios en proyectos de vivienda con un 29%.

### Infraestructura para discapacitados



Para las personas en condición de discapacidad, les gusta que los puntos presenciales de atención tenga, en su orden "Adecuación de baños" con un 30%, en segundo lugar "Rampas" con el 29%, en tercer lugar "lenguaje de señas" con el 16%, en cuarto lugar "Ventanilla con espacio adecuado" con un 14%, en quinto lugar "Sistema Braille" con un 11%.

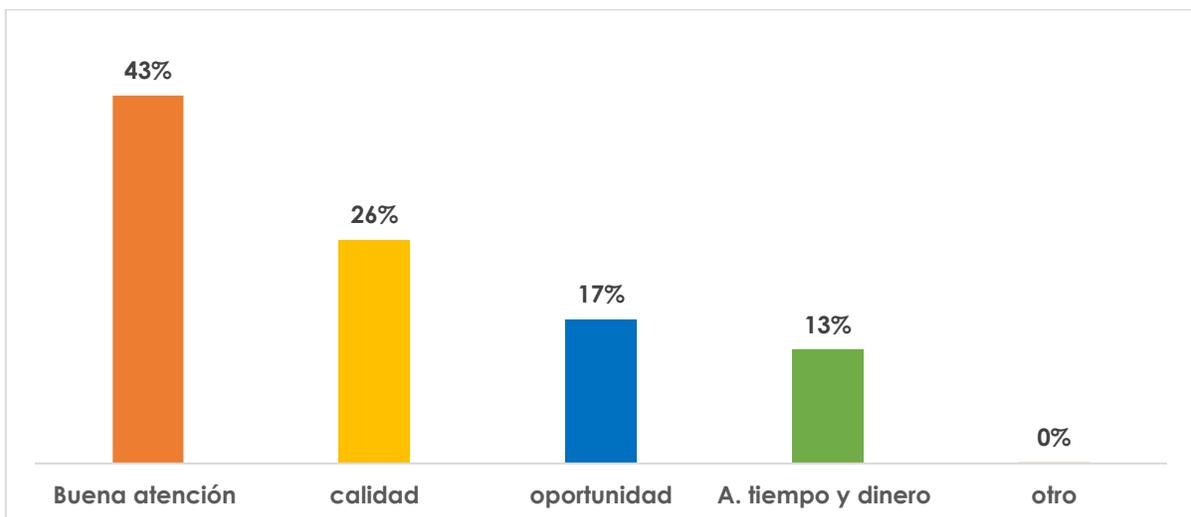
## Eventos que ha participado



En los eventos que más participan los afiliados son en su orden: Visitas a Unidades Militares y de Policía con el 36%, en segundo lugar se encuentran las Encuestas con el 17%, en tercer lugar las Ferias con el 17%, en cuarto lugar Rendición de Cuentas con un 11%, en el quinto lugar Chat con un 11%, en sexto lugar Foro con el 5%, y finalmente Entregas de Vivienda con un 2%.

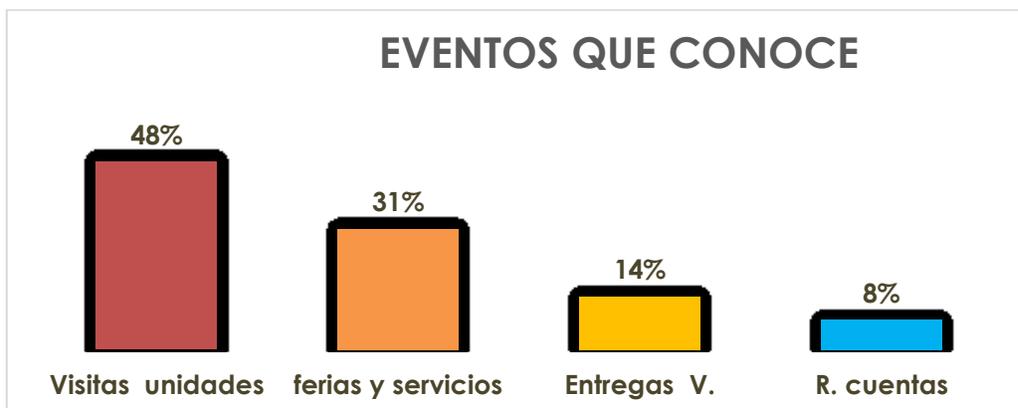
## COMPORTAMIENTO

### Atributos del servicio que valora



Para los afiliados de Caja Honor el atributo que más valoran es la "Buena Atención con un 43%, en segundo lugar la "Calidad" con un 26%, en tercer lugar la "Oportunidad con un 17%, en cuarto lugar "Ahorro de tiempo" con el 13%

### Eventos de Caja Honor que conoce



El evento que más conocen de la Entidad es "Visitas a Unidades Militares y de Policía" con el 48%, en segundo lugar "Ferias y servicios con el 31%, en tercer lugar "Entregas de vivienda con el 14%, y finalmente "Rendición de Cuentas" con el 8%

### CONCLUSIONES

Se destaca el incremento de encuestas aplicadas, al pasar en promedio de 800 encuestas en los años anteriores al pasar a 1.533 en la nueva versión.

Para este nuevo ejercicio de caracterización de usuarios se incluyó el componente de trámites, el cual busca saber el conocimiento, preferencias o dificultades que tiene el afiliado al momento de realizar algún tipo de trámite.

Con relación a las anteriores 4 caracterizaciones realizadas en los años 2014, 2015, 2016 y 2017 se conservan en general las mismas tendencias.

A continuación se relaciona un resumen información destacada.

- El 73% de los afiliados encuestados residen en Bogotá, Antioquia, Cundinamarca, Santander, Valle del Cauca, Atlántico y Tolima.
- El 60% de los encuestados se encuentra en el rango de 31-40 años.
- El 76% de los afiliados está casado y/o viviendo en unión libre.
- El 95% de los afiliados encuestados corresponden al género masculino.
- El 89.9% tienen entre una y tres personas a cargo.

- La mayor población de los encuestados corresponde a los estratos 1 y 2 con el 54%, le sigue los estratos 3 y 4 con el 45%
  - El tipo de residencia que prefieren los afiliados son: Vivienda nueva con un 55% y usada con un 40%
  - El 77% de los afiliados encuestados tienen educación secundaria, tecnológica o técnica.
  - Para los afiliados que tiene alguna discapacidad, el 68% corresponde a discapacidad por movilidad.
  - La actividad con mayor preferencia es reunirse con la familia y amigos con un 50%, luego le sigue actividades recreativas y deportivas con el 33%
  - La mayor participación del acceso y uso de canales se encuentra los puntos de atención presencial con el 82%
  - El modelo de atención más conocido es "Vivienda 14" con un 35% y el menos conocido es el Modelo Héroes – Fondo de Solidaridad con el 3%.
  - El tipo de vivienda que les gustaría adquirir se encuentra "Vivienda nueva" con el 55% y "Vivienda usada" con el 40%.
  - Los recursos que utilizan para pagar la vivienda en su orden se encuentra: Cesantías con un 34%, Ahorros con un 27%, Subsidio con un 24% y Préstamo bancario con un 15%.
- 
- Los tres trámites más conocidos en su orden son: Vivienda 14 Primer Pago con el 32%, Vivienda 8 con el 18% y Vivienda 14 Segundo Pago con el 17%.
  - Los tres trámites menos conocidos son: "Vivienda Leasing" con el 5%, "Devolución de Saldos Cuenta Individual" con el 2% y Héroes – Fondo de Solidaridad con el 2%
  - El trámite que consideran más difícil es el "Vivienda 14 Primer Pago" con el 67%, luego sigue Vivienda Leasing con un 15%.
  - Los dos trámites en línea que más conocen son: Vivienda 14 Primer Pago con el 39% y Retiro Parcial de Cesantías con el 24%
  - El servicio en línea que más conocen es "Extracto Cuenta Individual" con el 49%.
  - Los convenios que les gustaría que tuviera la entidad son en su orden: Convenios con Entidades con un 37%, Convenios educativos con el 34% y convenios de proyectos de vivienda con el 29%.
  - Para los afiliados en condiciones de discapacidad, les gusta que los puntos presenciales de atención tenga, "Adecuación de baños" con un 30% y "Rampas" con el 29%.
  - En los eventos que más participan los afiliados están visitas a Unidades Militares y de Policía con el 36%
  - Para los afiliados de Caja Honor el atributo que más valoran es la "Buena Atención con un 43%
  - El evento que más conocen de la Entidad es "Visitas a Unidades Militares y de Policía" con el 48%

**Elaboró:** Área de Atención al Afiliado y Oficina Asesora de Planeación

**Revisión:** Área de Atención al Afiliado y Oficina Asesora de Planeación

**Fecha del informe:** Diciembre de 2018



CO-SC2992-1



SI - CER507703



NIT: 860021967-7  
Centro de Contacto al Ciudadano CCC en Bogotá (1) 518 8605 Línea gratuita nacional 01 8000 919 429  
Portal web: [www.cajahonor.gov.co](http://www.cajahonor.gov.co) Correo electrónico: [contactenos@cajahonor.gov.co](mailto:contactenos@cajahonor.gov.co)

**BIENESTAR Y EXCELENCIA**



VEJILADE: INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN