



FORMATO INFORME

INFORME DE CARACTERIZACIÓN DEL AFILIADO
SEGUNDA ENCUESTA 2022

Bogotá, 21 de diciembre de 2022

Asunto Resultados de encuesta de caracterización del afiliado.

Tabla de contenido

1. Objetivo	1
2. Alcance.....	1
3. Metodología y Muestra.....	2
4. Tabla, definición y desagregado de Variables.....	3
4.1 Variables geográficas:	3
4.2 Variables demográficas:.....	3
4.3 Variables Intrínsecas:	4
4.4 Variables de comportamiento:	4
4.5 Variables Relacionales	4
5. Resultados encuesta de Caracterización.....	4
5.1 Resultado Variable Geográfica	4
5.2 Resultado Variable Demográfica	5
5.3 Resultado Variable Intrínseca	10
5.4 Resultado Variable de comportamiento	19
5.5 Resultado variable relacional	20
6. Conclusiones y recomendaciones.....	21

1. Objetivo

Realizar al menos 1000 encuestas de caracterización del afiliado, con el fin de reconocer e identificar las características, necesidades, intereses, y preferencias de los afiliados de Caja Honor a través de la obtención y análisis de los datos recaudados.

2. Alcance

La caracterización se realizará a través de la implementación de 4 encuestas virtuales, diseñadas en Microsoft Forms y difundidas por medio de canales como correo electrónico y mensaje de texto, serán aplicadas a los afiliados de Caja Honor con el fin de realizar análisis de los resultados que aporten información relevante

VIGILADO SUPERINTENDENCIA FINANCIERA DE COLOMBIA

NIT: 860021967 - 7

Centro de Contacto al Ciudadano CCC en Bogotá 601 755 7070
Línea gratuita nacional 01 8000 185 570
www.cajahonor.gov.co - contactenos@cajahonor.gov.co
Carrera 54 No. 26-54 - Bogotá D.C. Colombia

BIENESTAR Y EXCELENCIA



CO-SC2992-1



GO-SI-CER507703



ST-CER687079

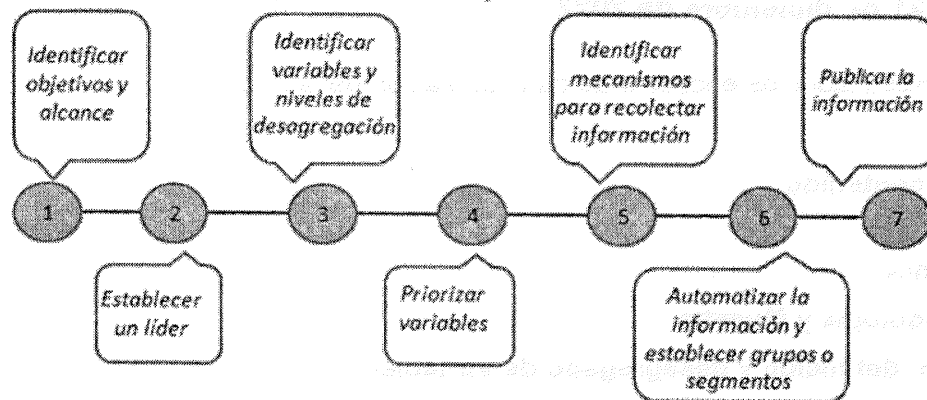


Oficina de Calidad y Empresa de la Defensa
Por nuestros Servicios Armados,
para Colombia avanza.



3. Metodología y Muestra.

Figura 1: Pasos para ejercicio de caracterización



Fuente: Guía de caracterización de Ciudadanos

Metodología Adaptada: Guía de Caracterización de Ciudadanos, Usuarios y grupos de interés del Departamento Nacional de Planeación.

Unidad de muestreo: Como resultado de las encuestas enviadas durante 7 días, del 13 al 20 de diciembre, aplicadas a los segmentos Vivienda 14, Vivienda 8, Línea de Créditos y Veteranos, se obtuvieron 1.050 respuestas, de las cuales se detectaron 26 duplicadas, dando como muestra final 1024 respuestas para su respectivo análisis.

Se enviaron un total de 408.439 mensajes de texto y 557.645 correos electrónicos segmentados

Tipo de encuesta y método: Encuesta de caracterización virtual, en la que el afiliado tiene la autonomía, control de sus respuestas y tiempo ya que no tiene el acompañamiento de un encuestador.

Target de la encuesta: Afiliados Caja Honor, cobertura nacional.

Tabla 1: Interacciones encuesta

INTERACCIONES ESTRATEGIA DIGITAL						
SEGMENTO	POBLACIÓN	SMS ENVIADOS	CORREOS ENVIADOS	APERTURAS CORREOS	CLICS CORREO	CLICS ENCUESTAS
V14	14.540	70.326	4.164	272	52	1.461
V8	41.338	205.754	146.800	3.325	494	2.795
CRÉDITO	43.716	131.005	406.170	3.352	358	1.718
VETERANOS	694	1.354	511	120	43	357
TOTAL	100.288	408.439	557.645	7.069	947	6.331

Fuente. Grupo de Mercadeo, Caja Promotora de Vivienda Militar y de Policía. 2022





4. Tabla, definición y desagregado de Variables

Tabla 2: Variables encuesta

Geográficas	Demográficas	Intrínsecas	De comportamiento	Relacionales
Departamento	Género	Intereses	Temas mas consultados	Motivación y relación con la Entidad
Ciudad	Edad	Acceso y uso de canales		
Ciudad donde trabaja	Estado Civil			
Urbano	Número de hijos			
Rural	Estrato socioeconómico			
	Categoría a la que pertenece			
	Étnia			
	Personas con discapacidad			

Fuente: Guía de caracterización de Ciudadanos del Departamento Nacional de Planeación

4.1 Variables geográficas:

Ubicación: Departamento, Ciudad, urbana o rural: Estas variables permiten identificar el lugar y región de residencia y trabajo del afiliado. Así mismo, permiten identificar afiliados con características homogéneas dentro de una localidad definida.

4.2 Variables demográficas:

Tipo y número de documento: Esta variable permite identificar el tipo de documento de identificación del afiliado y establecer un parámetro de identificación único sobre cada individuo con el fin de facilitar cruces de bases de datos, búsquedas de información sobre el afiliado en sistemas de información y registros públicos o propios de la entidad.

Correo electrónico y Celular: Este dato permite la actualización de datos y la comunicación con el afiliado mediante el uso adecuado de la política de datos.

Edad: 18-30, 31-40, mayor a 40: Esta variable permite clasificar los ciudadanos por rangos de edades. Su importancia radica en que permite identificar la influencia que esta variable tiene sobre las preferencias, roles y expectativas. Cada entidad, de acuerdo con los objetivos del estudio y las características de la entidad y sus servicios, deberá establecer los rangos específicos de análisis.

Género: Femenino, Masculino: Esta variable es importante dado que suele tener relación con las variables intrínsecas y de comportamiento, especialmente por la influencia en los roles que se ejercen por cada uno o por las connotaciones culturales sobre cada sexo.

Etnia o comunidad: Esta variable permite identificar las necesidades especiales para la oferta de servicios pertinentes con enfoque diferencial.

Situación de discapacidad: Esta variable permite definir políticas de educación inclusiva y atender las necesidades especiales oportunamente de acuerdo con la capacidad Institucional.

Grupo familiar: Esta variable es importante para aquellos servicios que estén asociados con





necesidades de grupos familiares, especialmente si las características de la prestación del servicio dependen del tamaño de dicho grupo.

4.3 Variables Intrínsecas:

Intereses: Esta variable es importante para identificar temas comunes que faciliten la comunicación con los afiliados, la posible oferta de servicios que puede demandar de acuerdo con sus intereses, así como canales, información relevante que puede cautivar al afiliado.

Acceso y uso a canales informativos: La importancia de esta variable radica en que permite identificar los canales potenciales por los cuales se puede contactar a los afiliados.

4.4 Variables de comportamiento:

Esta variable es importante para priorizar elementos del diseño de los servicios que tendrían mayor impacto en la satisfacción de los afiliados frente a la entidad.

4.5 Variables Relacionales

Permiten conocer tendencias de relacionamiento de los afiliados con la entidad en relación con la oferta institucional y estrategias.

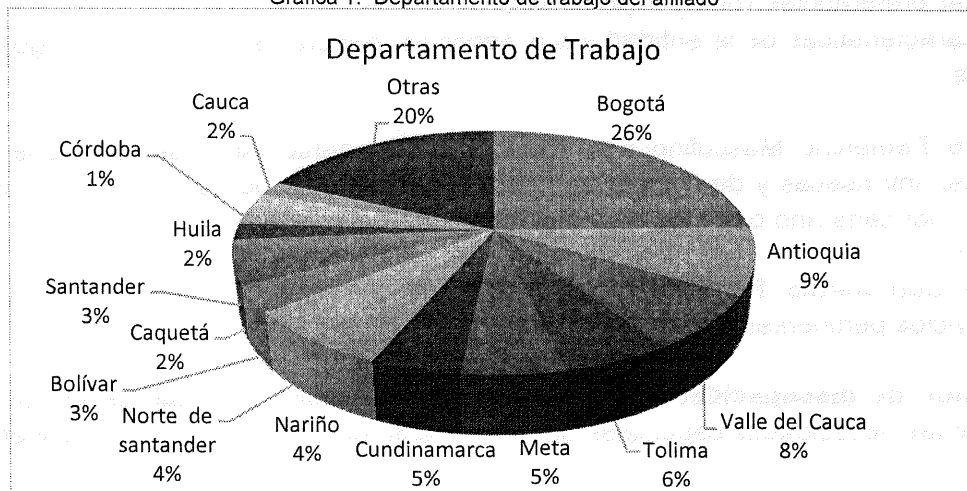
5. Resultados encuesta de Caracterización

5.1 Resultado Variable Geográfica

¿En qué departamento trabaja actualmente?

El departamento con mayor cantidad de afiliados de acuerdo con su lugar de trabajo es Bogotá con el 26%, seguido por Antioquia con el 9%, Valle del Cauca con el 8% y Tolima con el 6%.

Gráfica 1: Departamento de trabajo del afiliado



Fuente. Grupo de Mercadeo, Caja Promotora de Vivienda Militar y de Policía. 2022

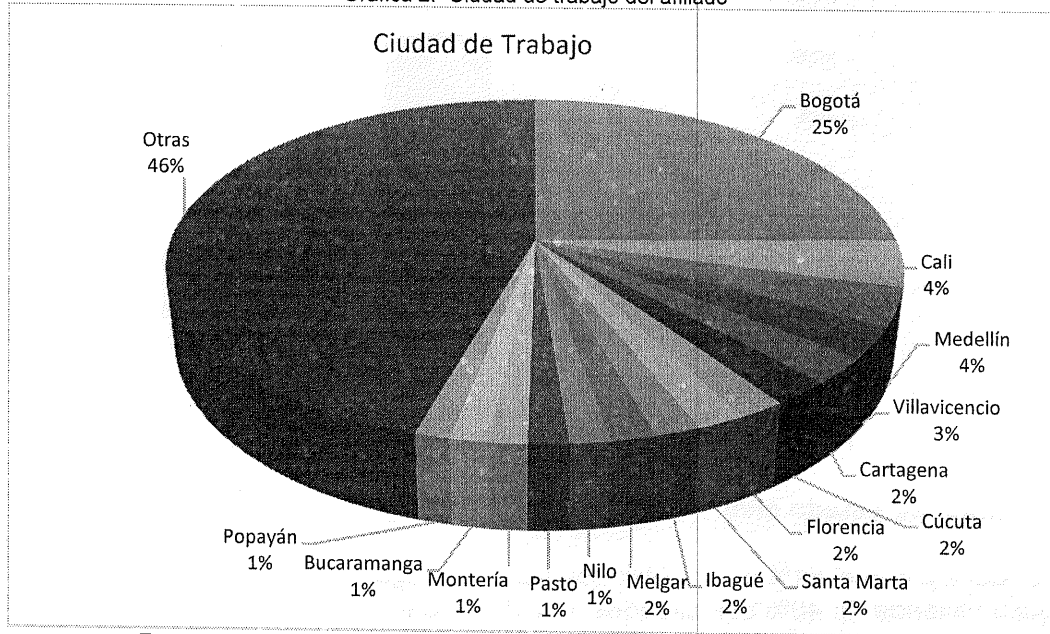




¿En qué ciudad trabaja actualmente?

La ciudad con mayor número de afiliados de acuerdo con su lugar de trabajo es Bogotá con el 25%, seguido por Cali y Medellín con el 4%, Villavicencio con el 3% y Cartagena con el 2%.

Gráfica 2: Ciudad de trabajo del afiliado



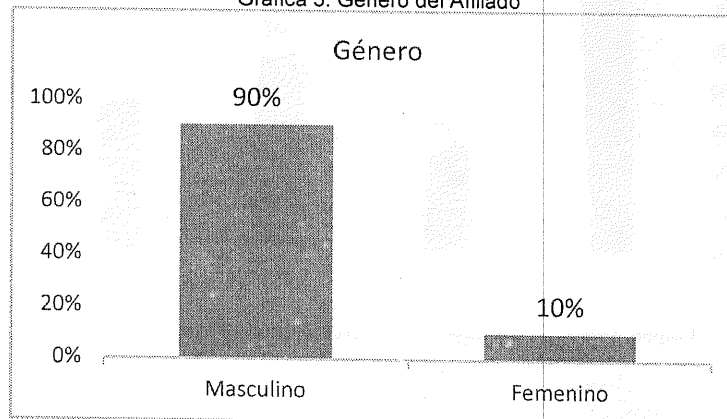
Fuente. Grupo de Mercadeo, Caja Promotora de Vivienda Militar y de Policía. 2022

5.2 Resultado Variable Demográfica

Seleccione su género

El 90% de la población encuestada corresponde a género Masculino.

Gráfica 3: Género del Afiliado



Fuente. Grupo de Mercadeo, Caja Promotora de Vivienda Militar y de Policía. 2022

VICELAJO GOBIERNO NACIONAL COLOMBIA

NIT: 860021967 - 7

Centro de Contacto al Ciudadano CCC en Bogotá 601 755 7070
Línea gratuita nacional 01 8000 185 570
www.cajahonor.gov.co - contactenos@cajahonor.gov.co
Carrera 54 No. 26-54 - Bogotá D.C. Colombia

BIENESTAR Y EXCELENCIA



CO-SC2092-1 CO-SI-CER507703 ST-CER6887078

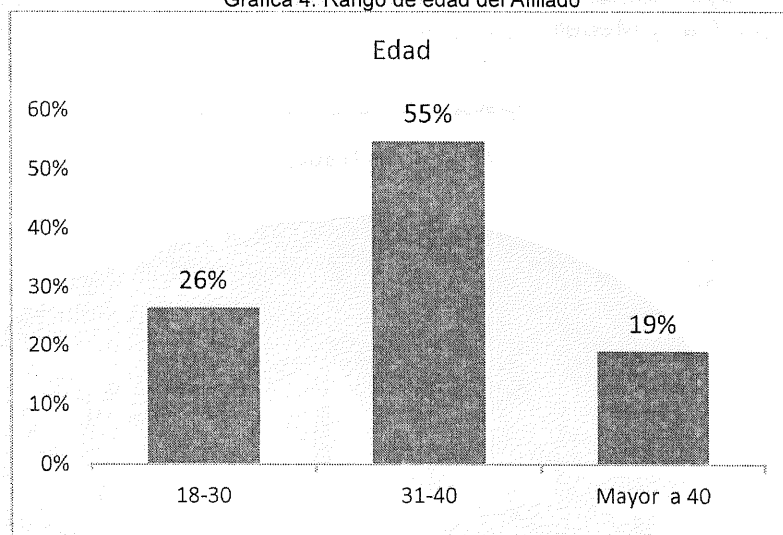
Sociedad Empresarial de la Defensa
Por mejores Servicios Armados, para Colombia entera.



¿Dentro de que rango de edad se encuentra usted?

Se identificó que el 55% de los afiliados pertenece al rango de edad de 31 a 40 años.

Gráfica 4: Rango de edad del Afiliado

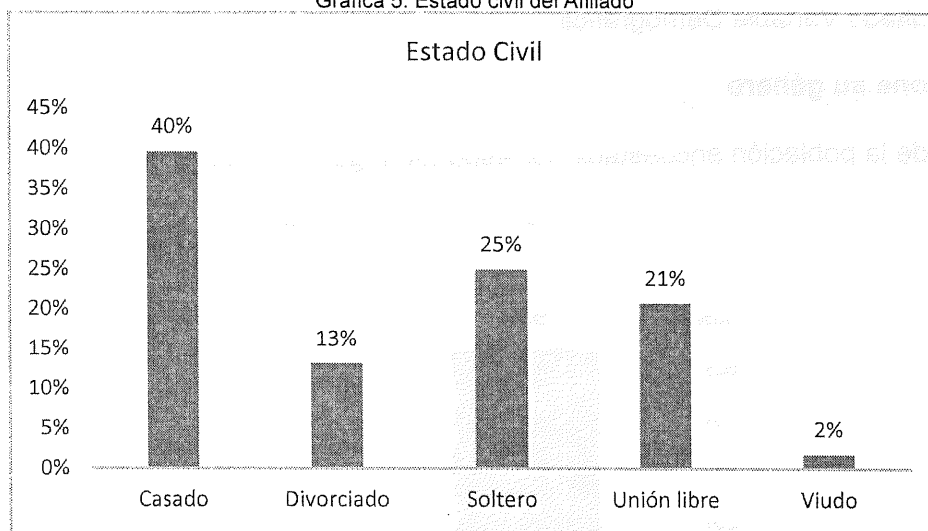


Fuente. Grupo de Mercadeo, Caja Promotora de Vivienda Militar y de Policía. 2022

Seleccione su estado civil

Se evidencia que el 61% de los Afiliados tiene un hogar conformado, un motivo más para desear adquirir vivienda. El 40% son casados, el 21% vive en unión libre y el 25% son solteros.

Gráfica 5: Estado civil del Afiliado



Fuente. Grupo de Mercadeo, Caja Promotora de Vivienda Militar y de Policía. 2022

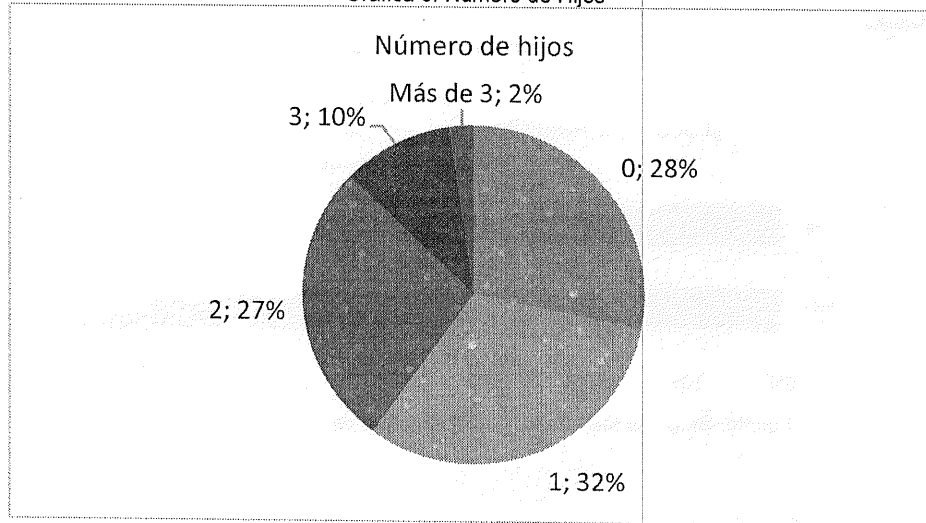




¿Cuántos hijos tiene?

Los datos arrojados indican que el 32% de los afiliados tienen 1 hijo, seguido de un 27% con 2 hijos, razón por la cual sea hace una necesidad básica poder brindarles a los hijos un bienestar de vivienda propia.

Gráfica 6: Número de Hijos

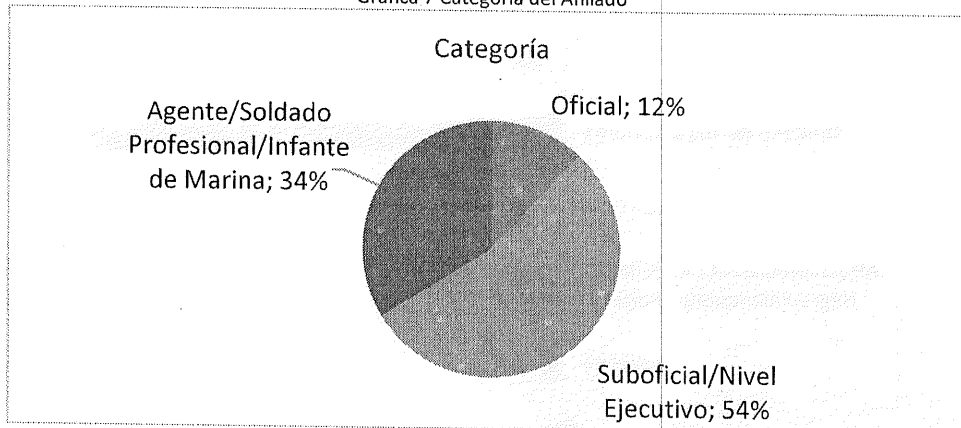


Fuente. Grupo de Mercadeo, Caja Promotora de Vivienda Militar y de Policía. 2022

Seleccione su Categoría

La encuesta corresponde al 54% en la categoría Suboficial /Nivel ejecutivo, un 34% en la categoría Agente/soldado/Infante de Marina, siendo estas dos categorías donde se concentra la mayor participación. Esto permite identificar que gran parte de la oferta inmobiliaria debe concentrarse en estos dos segmentos de acuerdo con el valor del subsidio de estas dos categorías.

Gráfica 7 Categoría del Afiliado



Fuente. Grupo de Mercadeo, Caja Promotora de Vivienda Militar y de Policía. 2022

VIGILADO GOBIERNO NACIONAL FINANCIERO SE COLOMBIA

NIT: 860021967 - 7

Centro de Contacto al Ciudadano CCC en Bogotá 601 755 7070
Línea gratuita nacional 01 8000 185 570
www.cajahonor.gov.co - contactenos@cajahonor.gov.co
Carrera 54 No. 26-54 - Bogotá D.C. Colombia

BIENESTAR Y EXCELENCIA



CO-SC2992-1



CO-SI-CER507703



ST-CER887079



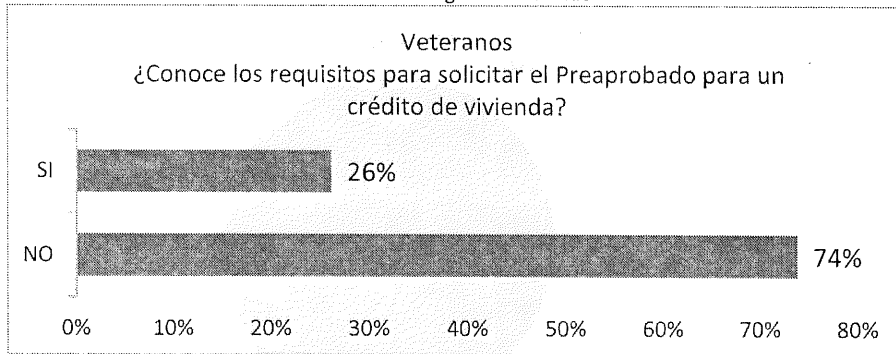
Oficina Sociocultural y Empresarial de la Defensa
Por nuestros Servicios Asesorios, para Colombia entera.



¿Es usted Veterano de la Fuerza Pública?

De las 1.024 encuestas realizadas, se obtuvo como resultado 106 respuestas de veteranos indicando que si pertenecen a esta categoría. De este grupo el 42% manifiesta intención de compra de vivienda para el segundo semestre del 2023, sin embargo, el 26% desconocen los productos financieros de Caja Honor, y el 74% no tienen conocimiento de como solicitar un preaprobado.

Gráfica 8 Categoría del Afiliado



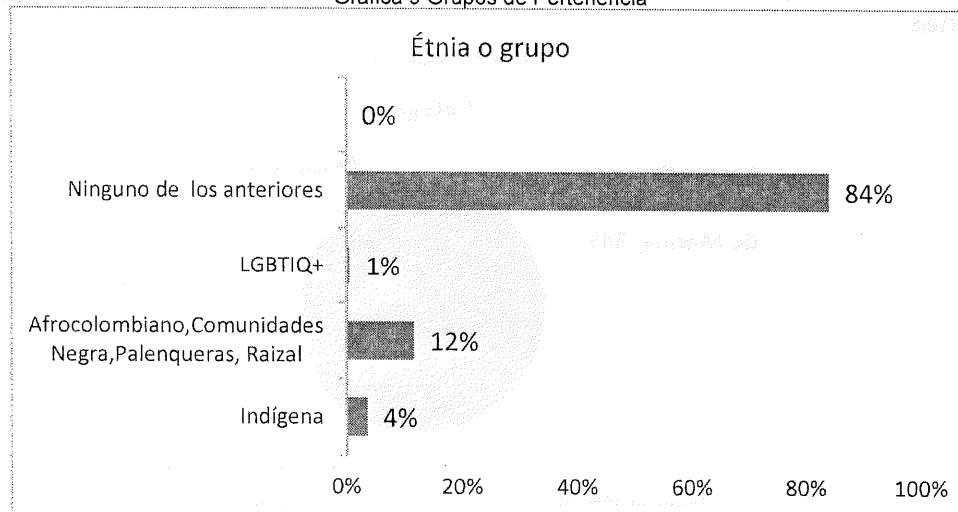
Fuente. Grupo de Mercadeo, Caja Promotora de Vivienda Militar y de Policía. 2022

Inclusión Social

¿A cuál de los siguientes grupos pertenece?

Podemos identificar que el 84% de los encuestados no se identifican con ningún grupo racial en específico lo que nos puede indicar que no realizarían la compra de su vivienda basándose en alguna costumbre o inclinación particular.

Gráfica 9 Grupos de Pertenencia



Fuente. Grupo de Mercadeo, Caja Promotora de Vivienda Militar y de Policía. 2022

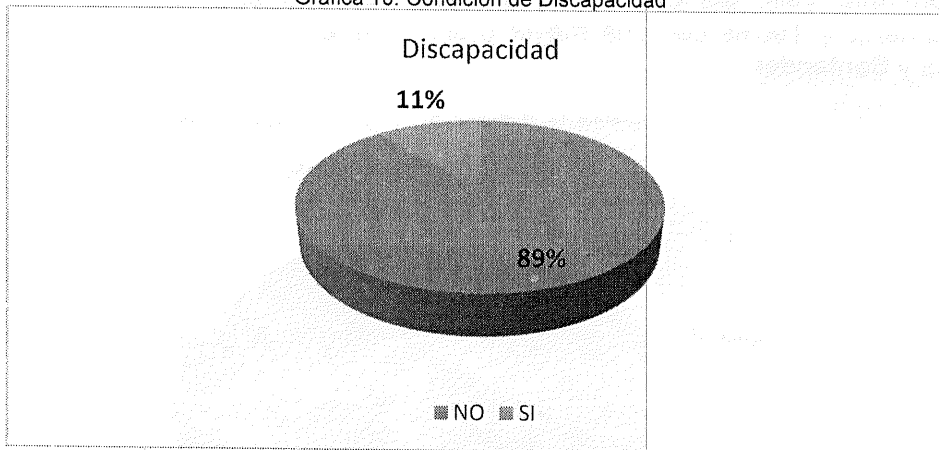




¿Usted, o alguna persona de su núcleo familiar se encuentra en condición de discapacidad?

El 11% de los encuestados indican estar en una condición de discapacidad.

Gráfica 10: Condición de Discapacidad

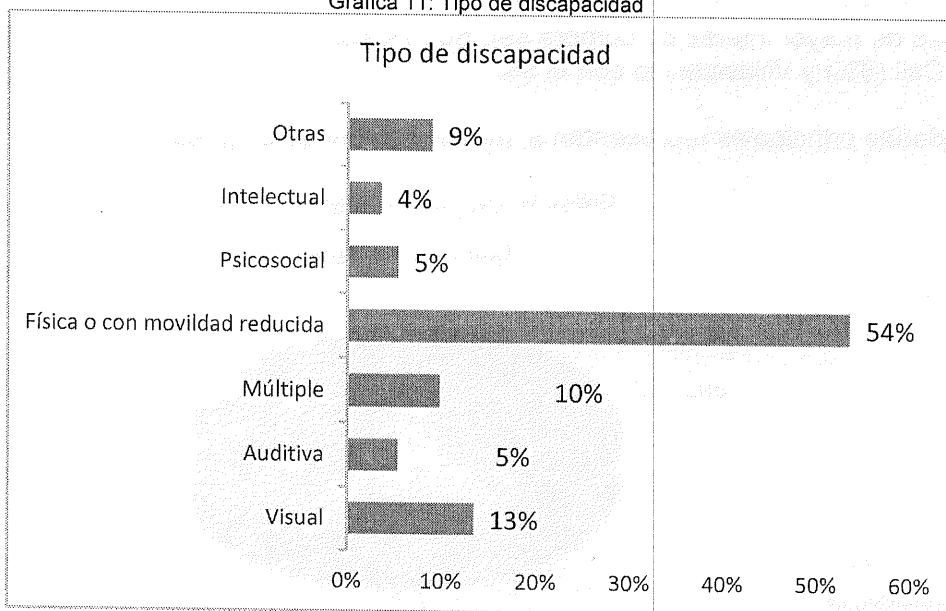


Fuente. Grupo de Mercadeo, Caja Promotora de Vivienda Militar y de Policía. 2022

¿Qué tipo de discapacidad presenta?

El 54% de los afiliados que manifestaron presentar una discapacidad, indicaron que es física o con movilidad reducida, y un 13% de tipo visual.

Gráfica 11: Tipo de discapacidad



Fuente. Grupo de Mercadeo, Caja Promotora de Vivienda Militar y de Policía. 2022

VIGILADO GENERAL SUPERINTENDENCIA FINANCIERA DE COLOMBIA

NIT: 860021967 - 7

Centro de Contacto al Ciudadano CCC en Bogotá 601 755 7070
Línea gratuita nacional 01 8000 185 570
www.cajahonor.gov.co - contactenos@cajahonor.gov.co
Carrera 54 No. 26-54 - Bogotá D.C. Colombia

BIENESTAR Y EXCELENCIA



CO-SC2992-1



CO-SI-CER507703



ST-CER867078



Oficina de Defensa de la Información Personal

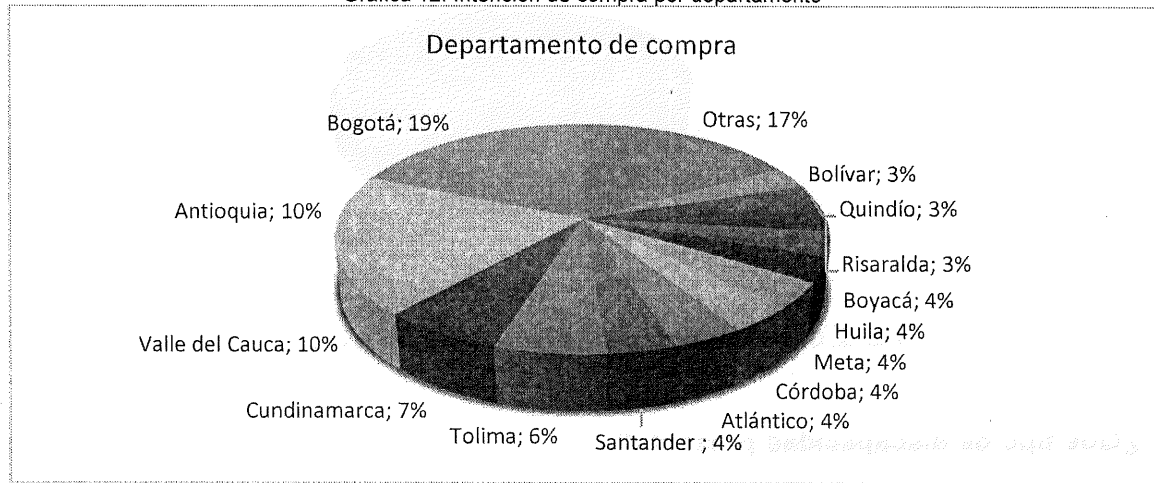


5.3 Resultado Variable Intrínseca

¿En qué departamento desea comprar su vivienda?

Se identificó la preferencia de los afiliados a nivel departamental para adquirir vivienda siendo Bogotá la que ocupa el primer lugar con el 19%, seguido por Antioquía con el 10% y posteriormente Valle del Cauca con el 10%. Es importante destacar departamentos como Cundinamarca y Tolima con una mayor preferencia en comparación con departamentos como Atlántico y Santander.

Gráfica 12: Intención de compra por departamento



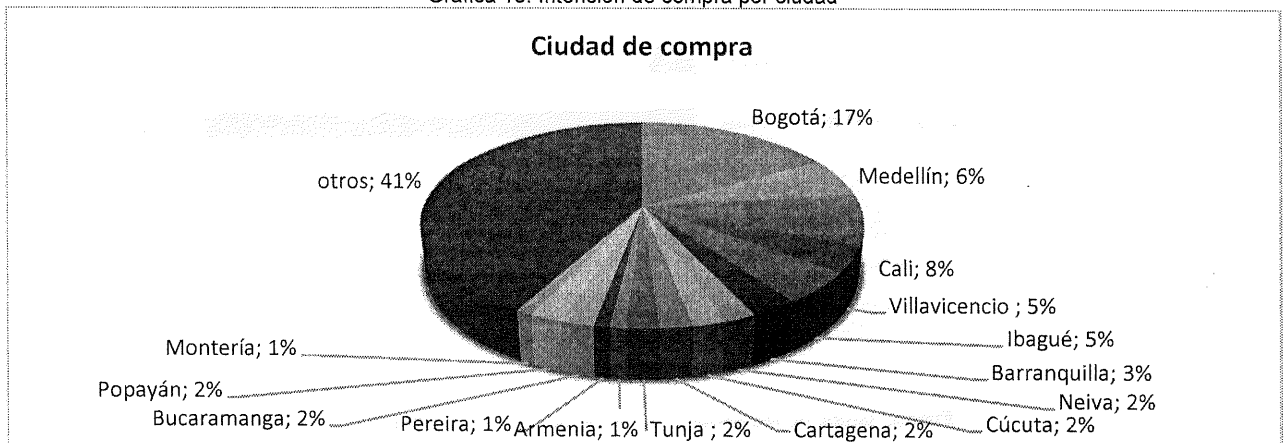
Fuente. Grupo de Mercadeo, Caja Promotora de Vivienda Militar y de Policía. 2022

¿En qué ciudad desea comprar su vivienda?

La ciudad de mayor interés de compra son Bogotá con un (17%), seguida por Medellín con el (8%) y Cali (8%) y Villavicencio con el 5%.

Las ciudades principales representan al mayor porcentaje en preferencias

Gráfica 13: Intención de compra por ciudad



Fuente. Grupo de Mercadeo, Caja Promotora de Vivienda Militar y de Policía. 2022

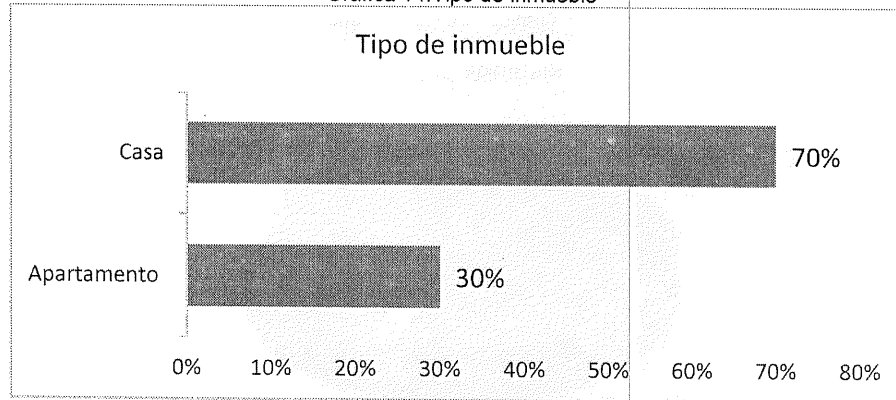




¿Qué tipo de inmueble le interesa?

Se resalta que el 70% de los afiliados prefieren comprar una casa, se percibe que cada vez la demanda está centrada a esta preferencia por razones como; más espacio e independencia del bien.

Gráfica 14: Tipo de inmueble

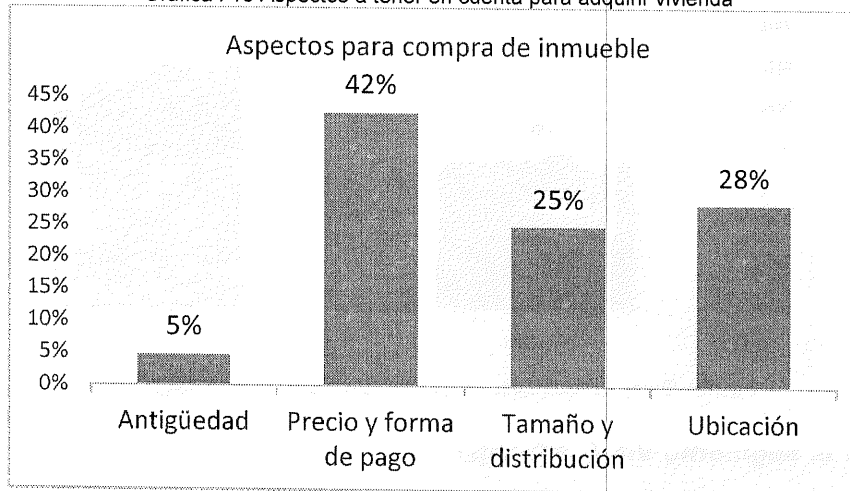


Fuente. Grupo de Mercadeo, Caja Promotora de Vivienda Militar y de Policía. 2022

¿Cuál aspecto considera más importante para adquirir vivienda?

Se identifica que los afiliados consideran que el precio y la forma de pago de la vivienda es uno de los más importantes a tener en cuenta con un 42%, seguido de la ubicación el cual nos permite conocer que cada vez es primordial el sector para la comodidad del afiliado donde pueda tener acceso a las principales vías, centros de salud, supermercados, colegios, centros comerciales entre otros.

Gráfica : 15 Aspectos a tener en cuenta para adquirir vivienda



Fuente. Grupo de Mercadeo, Caja Promotora de Vivienda Militar y de Policía. 2022

VIGILADO SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE DEFENSA

NIT: 860021967 - 7

Centro de Contacto al Ciudadano CCC en Bogotá 601 755 7070
Línea gratuita nacional 01 8000 185 570
www.cajahonor.gov.co - contactenos@cajahonor.gov.co
Carrera 54 No. 26-54 - Bogotá D.C. Colombia

BIENESTAR Y EXCELENCIA



CO-SC2992-1



CO-SI-CER507703



ST-CER8687079



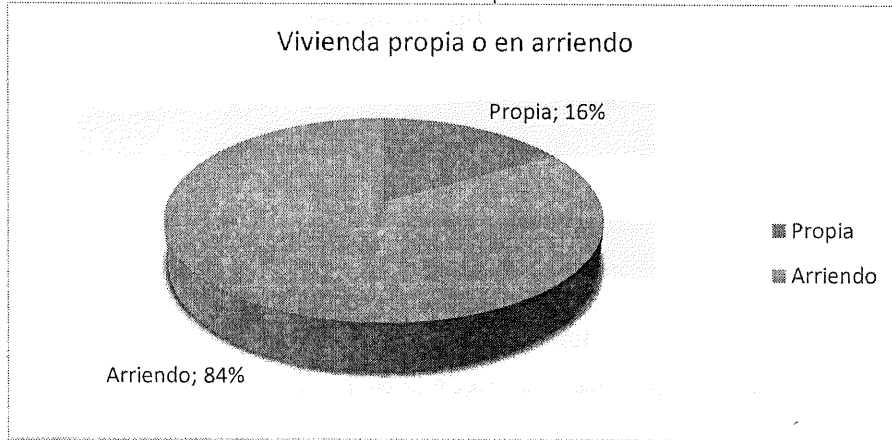
Quality Society System
de la Defensa
Por nuestros Valores Antiguos,
para Colombia Siempre.



¿Actualmente vive en vivienda propia o en arriendo?

Los datos nos muestran la necesidad de los afiliados por tener casa propia y necesidad básica de todo grupo familiar, para poder tener una mejor calidad de vida ya que el 84% vive en arriendo.

Gráfica : 16 Casa Propia o Arriendo

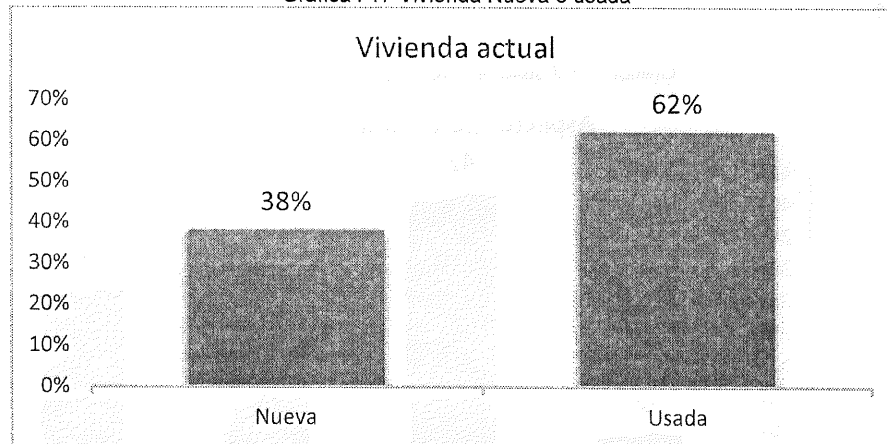


Fuente. Grupo de Mercadeo, Caja Promotora de Vivienda Militar y de Policía. 2022

¿Busca vivienda nueva o usada?

Con una tendencia del 62% de la población encuestada, se evidencia preferencia por comprar vivienda usada.

Gráfica : 17 Vivienda Nueva o usada



Fuente. Grupo de Mercadeo, Caja Promotora de Vivienda Militar y de Policía. 2022

¿Busca en el segmento VIS O NO VIS?

Se puede determinar que el 63% de la muestra se inclina por la compra de vivienda VIS, teniendo en cuenta la capacidad adquisitiva de los afiliados y a los beneficios que el gobierno nacional brinda para la compra de este tipo de viviendas, como precio, alivios financieros, tasa frech y modalidad de pago.

VIGILADO SUPERINTENDENCIA NACIONAL

NIT: 860021967 - 7

Centro de Contacto al Ciudadano CCC en Bogotá 601 755 7070
Línea gratuita nacional 01 8000 185 570
www.cajahonor.gov.co - contactenos@cajahonor.gov.co
Carrera 54 No. 26-54 - Bogotá D.C. Colombia

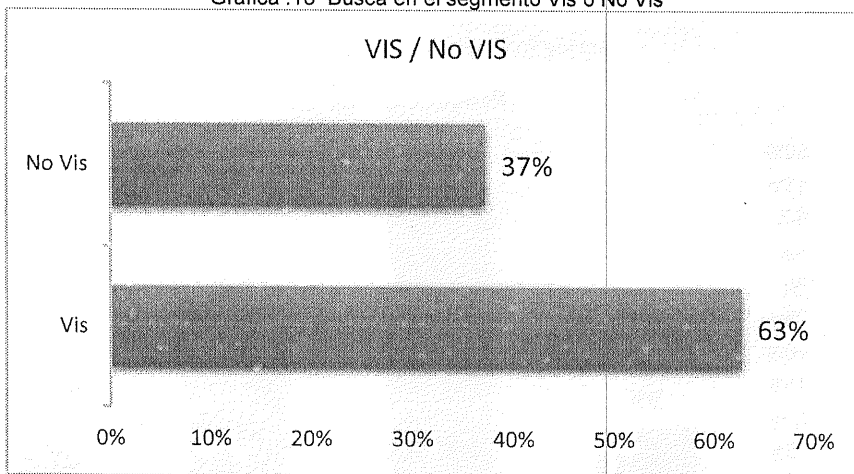
BIENESTAR Y EXCELENCIA



CO-SC2392-1 CO-SI-CER507703 ST-CER887078



Gráfica :18 Busca en el segmento Vis o No Vis

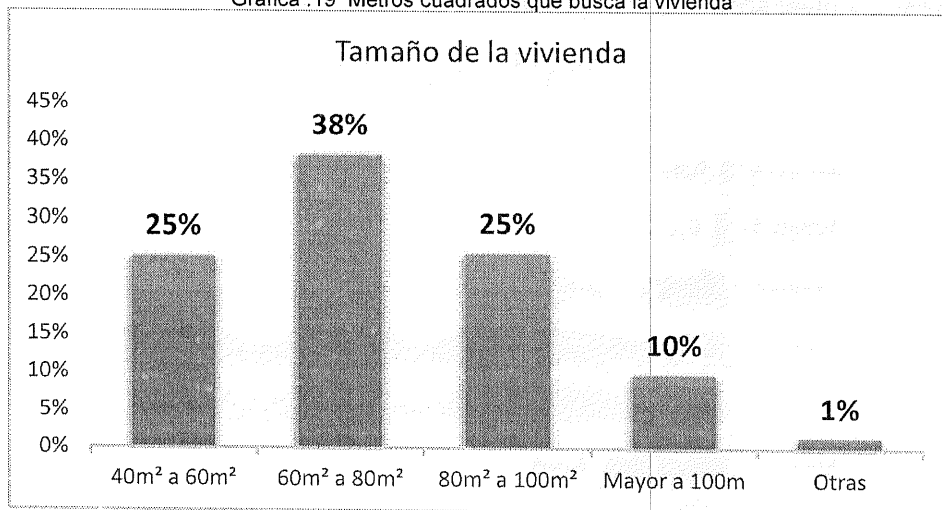


Fuente. Grupo de Mercadeo, Caja Promotora de Vivienda Militar y de Policía. 2022

¿Aproximadamente de cuántos metros cuadrados está buscando su vivienda?

El 38% se inclina por la compra de inmuebles entre 60m² a 80m², seguido por un 25% que desea vivienda de 40m² a 60m² y de igual manera otro 25% prefiere entre 80m² a 100m².

Gráfica :19 Metros cuadrados que busca la vivienda



Fuente. Grupo de Mercadeo, Caja Promotora de Vivienda Militar y de Policía. 2022

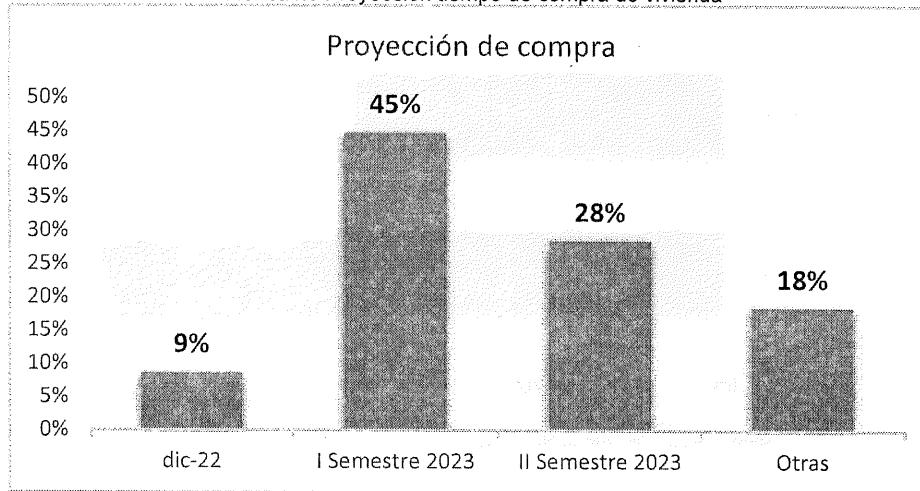
¿En qué mes proyecta comprar su vivienda?

El 45% de los afiliados manifestaron interés de comprar vivienda en el primer trimestre de 2023, el 28% para el II semestre de 2023 y el 18% para otras fechas, lo que indica la importancia de reforzar la preparación de los afiliados para la compra de vivienda durante el I semestre de 2023 con oferta inmobiliaria e información clara de los modelos de solución de vivienda y productos financieros.





Gráfica 20 Proyección tiempo de compra de vivienda

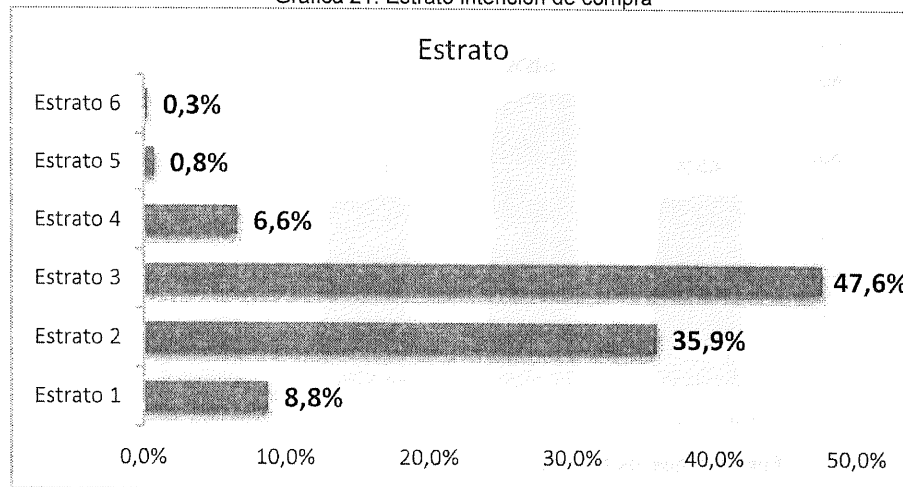


Fuente. Grupo de Mercadeo, Caja Promotora de Vivienda Militar y de Policía. 2022

¿En qué estrato desea comprar su vivienda?

El 47,6% de los afiliados manifestó interés de comprar vivienda en el estrato 3 de acuerdo con sus ingresos y nivel socioeconómico, seguido por estrato 2 con el 35,9%.

Gráfica 21: Estrato intención de compra



Fuente. Grupo de Mercadeo, Caja Promotora de Vivienda Militar y de Policía. 2022

Indique en que rango se encuentra el presupuesto destinado para la compra de su vivienda

El 37% de los afiliados están interesados en comprar vivienda por un valor de \$70.000.000 a \$100.000.000, el 22% de \$101.000.000 a \$130.000.000, y el 21% de \$131.000.000 a \$160.000.000. Este presupuesto de compra esta alineado con el interés de compra del 83.5% de los afiliados en estrato 2 y 3.

VIGILADO Y SUPERVISADO POR LA SUPERINTENDENCIA DE VIVIENDA

NIT: 860021967 - 7

Centro de Contacto al Ciudadano CCC en Bogotá 601 755 7070
Línea gratuita nacional 01 8000 185 570
www.cajahonor.gov.co - contactenos@cajahonor.gov.co
Carrera 54 No. 26-54 - Bogotá D.C. Colombia

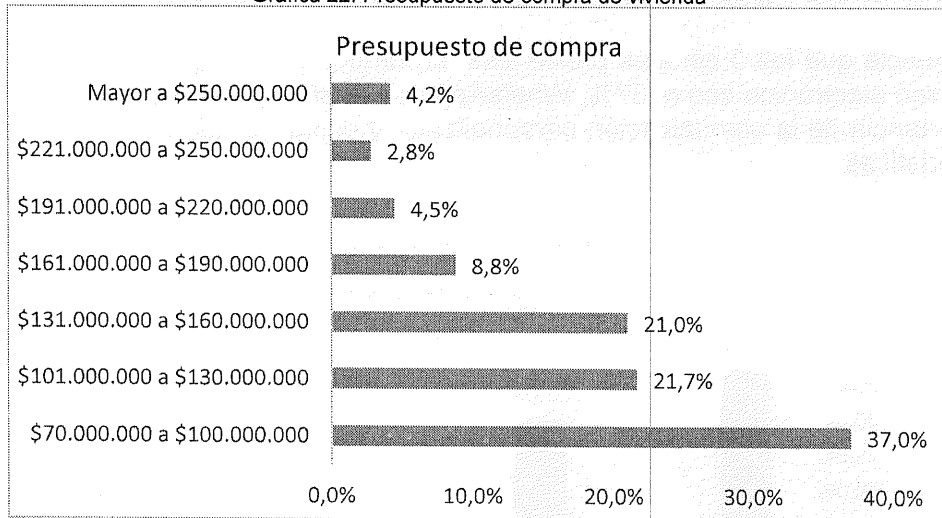
BIENESTAR Y EXCELENCIA



CO-SC2992-1 CO-SI-CER507703 ST-CER887078



Gráfica 22: Presupuesto de compra de vivienda



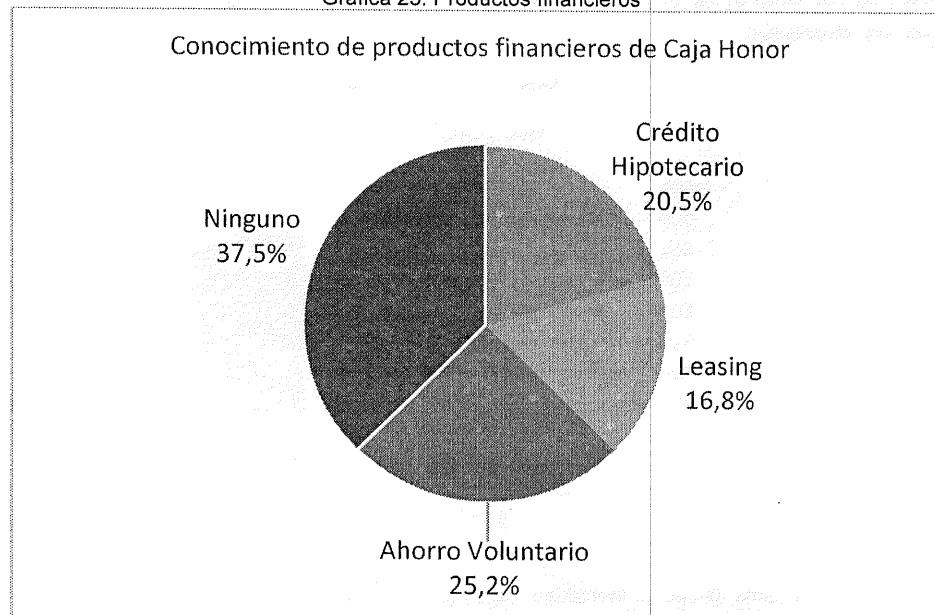
Fuente. Grupo de Mercadeo, Caja Promotora de Vivienda Militar y de Policía. 2022

¿Sobre cuál de los siguientes productos financieros de Caja Honor tiene conocimiento?

Sobre el portafolio de productos financieros de Caja Honor, el 25% de los encuestados conoce el producto de ahorro voluntario, seguido por crédito hipotecario con el 21% siendo este el producto más nuevo y Leasing el 17%.

Por otro lado, el 38% de la población encuestada desconoce el portafolio de productos financieros lo que representa una oportunidad para fortalecer la promoción de las líneas de crédito y de ahorro.

Gráfica 23: Productos financieros



Fuente. Grupo de Mercadeo, Caja Promotora de Vivienda Militar y de Policía. 2022

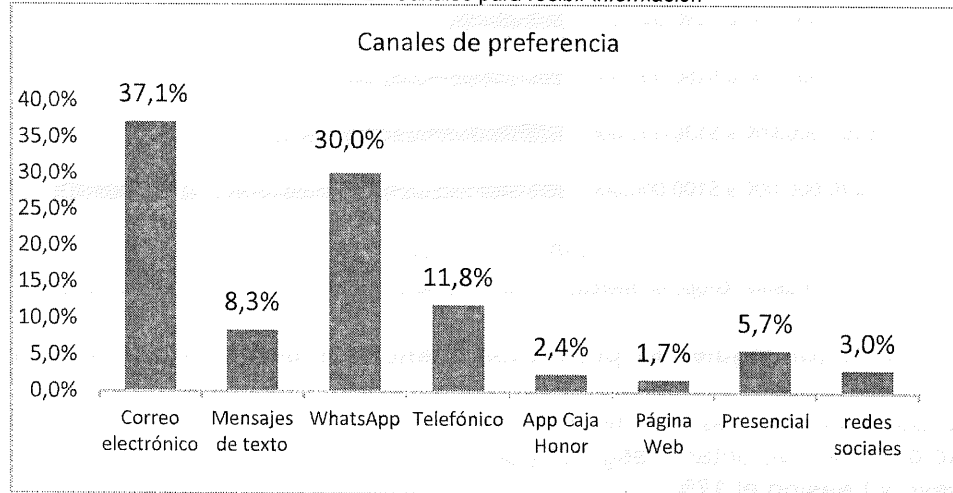




¿Por cuál de los siguientes canales prefiere recibir información de Caja Honor?

Se evidencia que los 3 canales principales, preferidos por los afiliados para recibir información son correo electrónico con el 37%, WhatsApp con el 30% y telefónico con el 11%, lo que refleja la importancia de la comunicación personalizada y digital ya que son canales que reúnen estas características.

Gráfica : 24 Canales para recibir información

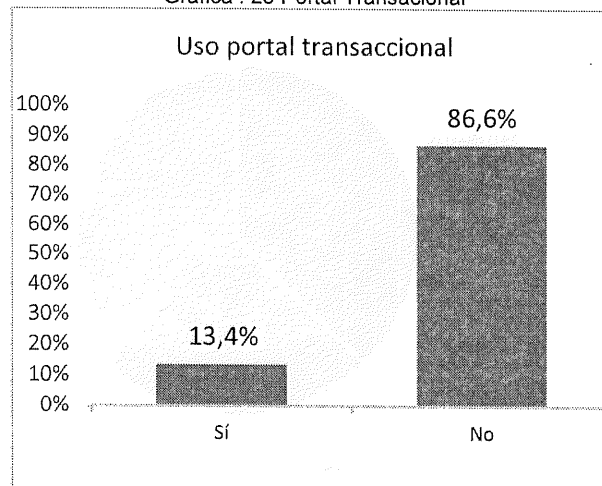


Fuente. Grupo de Mercadeo, Caja Promotora de Vivienda Militar y de Policía. 2022

¿Ha usado el portal transaccional para realizar trámites en línea?

El 87% de los encuestados aún no ha usado el portal transaccional para realizar trámites en línea. Es importante fortalecer la promoción de este canal ya que agiliza los tramites y descongestiona los puntos de atención.

Gráfica : 25 Portal Transaccional



Fuente. Grupo de Mercadeo, Caja Promotora de Vivienda Militar y de Policía. 2022

VIGILADO SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA

NIT: 860021967 - 7

Centro de Contacto al Ciudadano CCC en Bogotá 601 755 7070
Línea gratuita nacional 01 8000 185 570
www.cajahonor.gov.co - contactenos@cajahonor.gov.co
Carrera 54 No. 26-54 - Bogotá D.C. Colombia

BIENESTAR Y EXCELENCIA

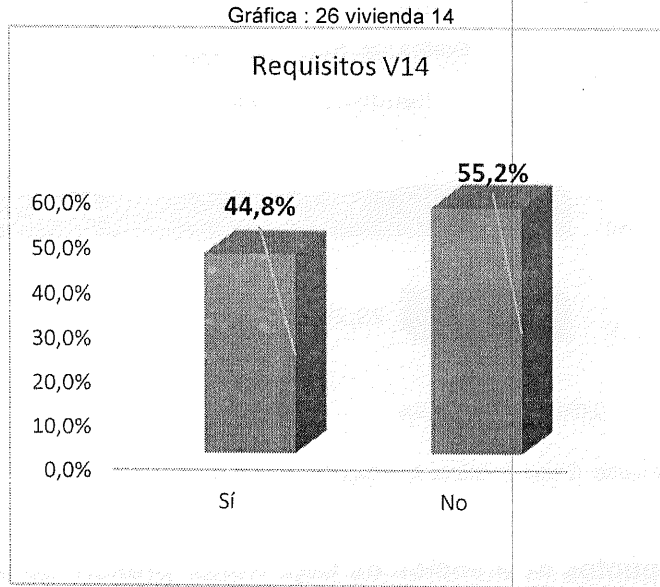


CO-SC2392-1 CO-SI-CER507703 ST-CER887078



¿Conoce el modelo de solución de Vivienda 14 y los requisitos para radicar el trámite?

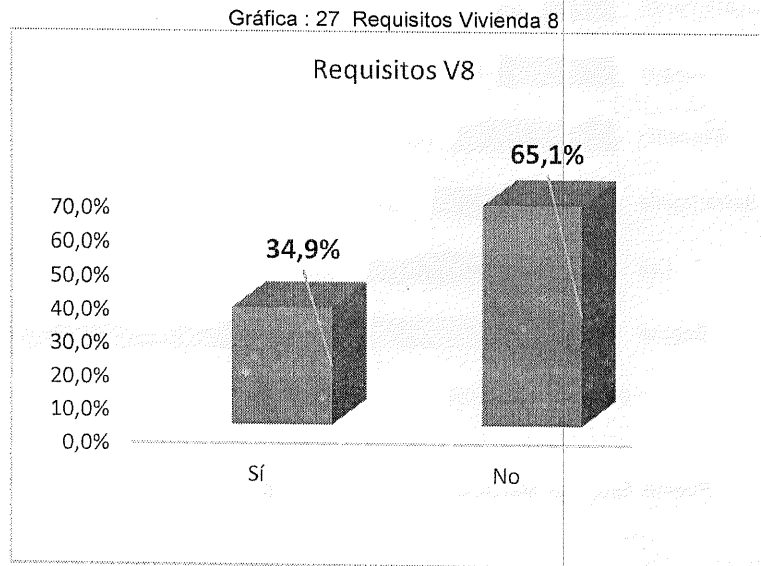
El 55% de la población encuestada próxima a cumplir 168 cuotas y pendientes de solución de vivienda desconocen los requisitos para acceder al modelo de vivienda 14.



Fuente. Grupo de Mercadeo, Caja Promotora de Vivienda Militar y de Policía. 2022

¿Conoce el modelo de vivienda 8 y los requisitos para radicar el trámite?

El 65% de los afiliados encuestados que aplican al modelo de Vivienda 8 desconocen los requisitos para solucionar vivienda a través de este modelo, y tan solo el 35% si los conocen.



Fuente. Grupo de Mercadeo, Caja Promotora de Vivienda Militar y de Policía. 2022

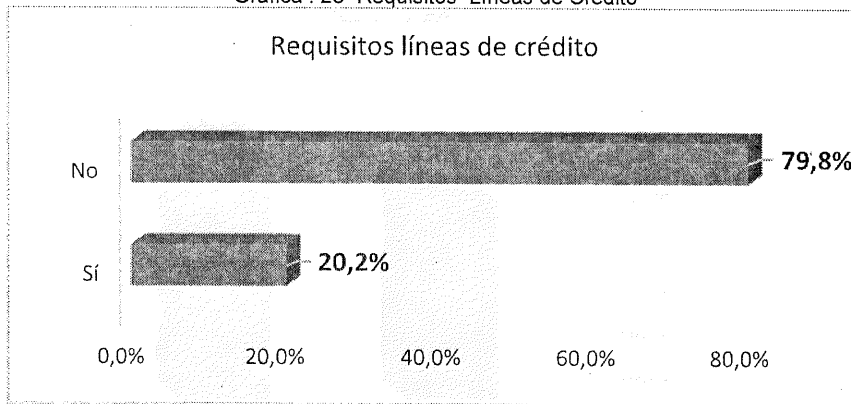




¿Conoce los requisitos para solicitar el Preaprobado para un crédito de vivienda?

El 80% de la población encuestada, potencial de créditos de vivienda, manifestó que no conoce los requisitos para solicitar un preaprobado, y el 20% si los conoce.

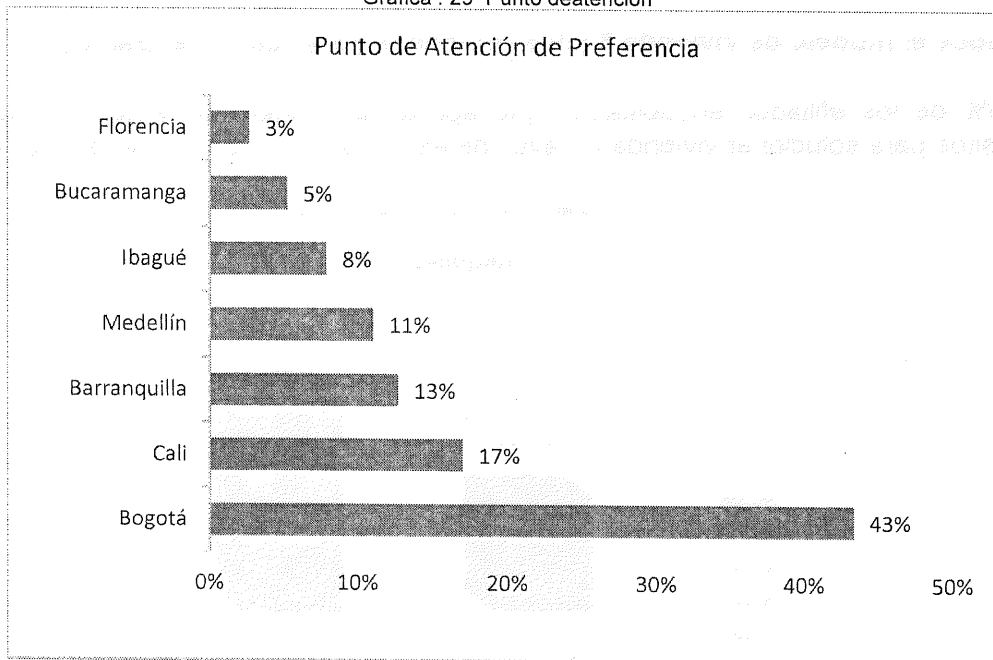
Gráfica : 28 Requisitos Líneas de Crédito



Fuente. Grupo de Mercadeo, Caja Promotora de Vivienda Militar y de Policía. 2022

¿Por cuál de los puntos de atención de Caja Honor prefiere ser atendido?

Gráfica : 29 Punto de atención



Fuente. Grupo de Mercadeo, Caja Promotora de Vivienda Militar y de Policía. 2022

VIGILADO SUPERINTENDENCIA NACIONAL

NIT: 860021967 - 7

Centro de Contacto al Ciudadano CCC en Bogotá 601 755 7070
Línea gratuita nacional 01 8000 185 570
www.cajahonor.gov.co - contactenos@cajahonor.gov.co
Carrera 54 No. 26-54 - Bogotá D.C. Colombia

BIENESTAR Y EXCELENCIA



CO-SC2992-1 CO-SI-CER507703 ST-CER887078

Unidad Social y Empresarial de la Defensa
Por tu calidad humana, servicio,
para Colombia mejor.

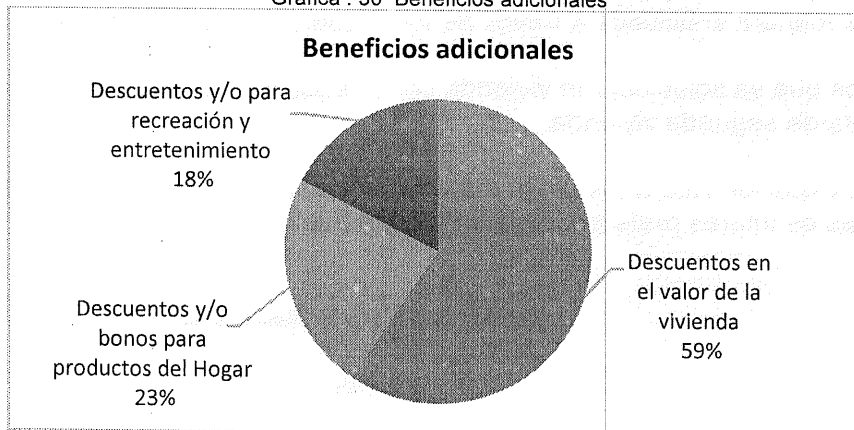


5.4 Resultado Variable de comportamiento

De acuerdo con sus intereses ¿Cuál de los siguientes beneficios adicionales le gustaría recibir como resultado de las alianzas de Caja Honor?

El 59% de los afiliados encuestados, indicaron preferencia por beneficios en descuentos de vivienda, el 23% por descuentos para productos del hogar y el 18% en descuentos para recreación y entretenimiento.

Gráfica : 30 Beneficios adicionales

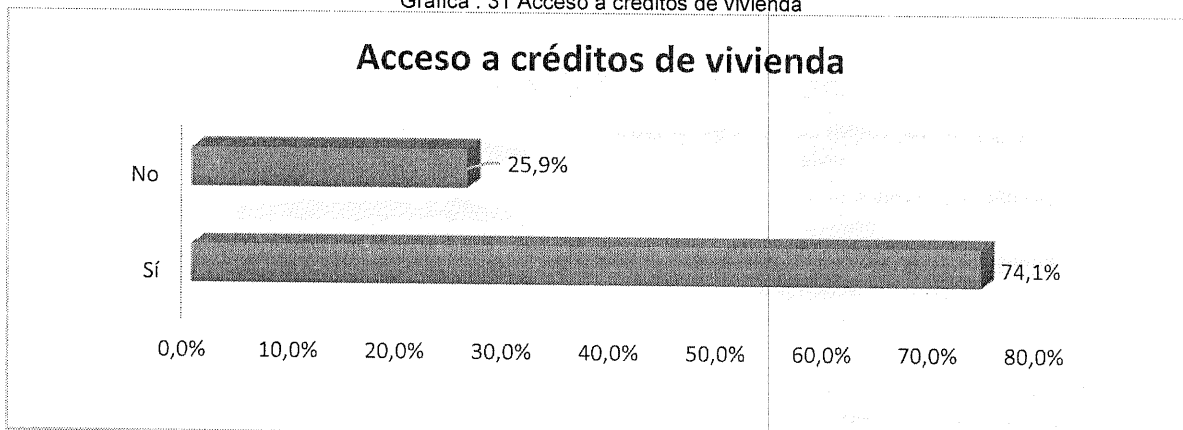


Fuente. Grupo de Mercadeo, Caja Promotora de Vivienda Militar y de Policía. 2022

¿Considera usted que, con su nivel de endeudamiento e historia crediticia, actualmente puede acceder a un crédito de vivienda?

El 74% de la población encuestada considera que si puede acceder a un crédito de vivienda de acuerdo con su nivel de endeudamiento, mientras que el 26% cree no poder acceder principalmente por el alto nivel de endeudamiento seguido de reportes negativo en centrales de riesgo.

Gráfica : 31 Acceso a créditos de vivienda



Fuente. Grupo de Mercadeo, Caja Promotora de Vivienda Militar y de Policía. 2022





5.5 Resultado variable relacional

¿Qué motiva a los afiliados a continuar con la Entidad?

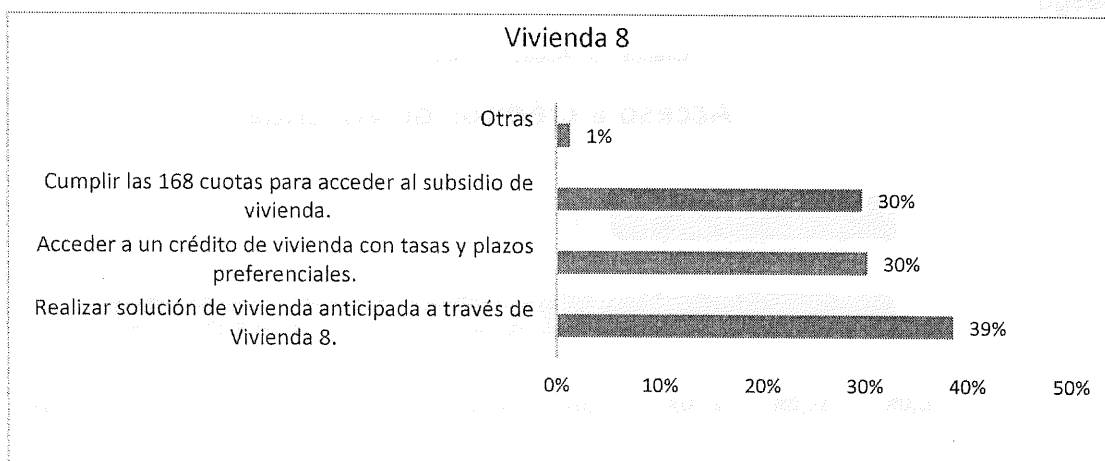
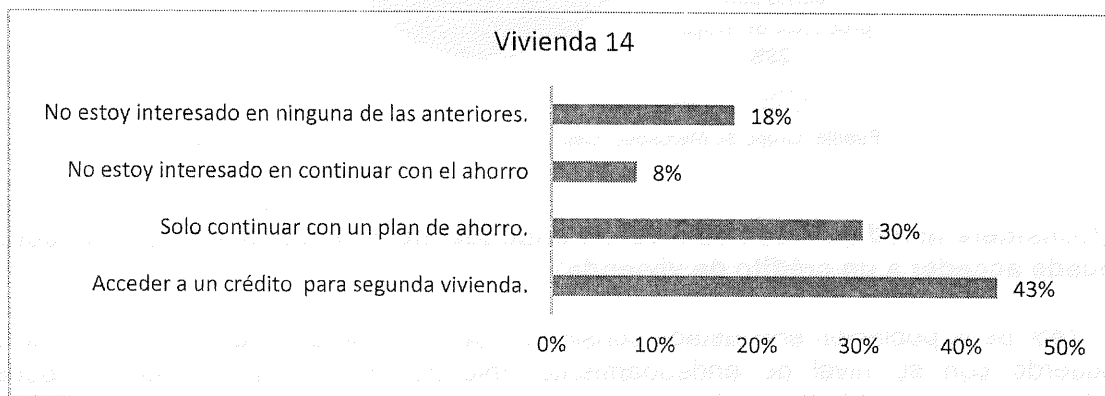
- ✓ Afiliarse ante Caja Honor (aplica para veteranos)
- ✓ Continuar afiliado para solución de vivienda a Caja Honor (vivienda 8 y 14)
- ✓ Reactivar el ahorro mensual con Caja Honor para los afiliados que ya solucionaron vivienda.

La mayoría de los afiliados potenciales para vivienda 8 y líneas de crédito desean solucionar vivienda de manera anticipada a través de los modelos correspondientes.

Los afiliados que ya solucionaron vivienda con el subsidio son motivados por las tasas de interés para compra de segunda vivienda.

Se evidencia que los veteranos están motivados a solicitar afiliación a Caja Honor principalmente por las tasas de interés preferenciales en créditos de vivienda.

Gráficas : 32,33, 34 y 35 Motivaciones



VIGILADO SUPERINTENDENCIA NACIONAL

NIT: 860021967 - 7

Centro de Contacto al Ciudadano CCC en Bogotá 601 755 7070
Línea gratuita nacional 01 8000 185 570
www.cajahonor.gov.co - contactenos@cajahonor.gov.co
Carrera 54 No. 26-54 - Bogotá D.C. Colombia

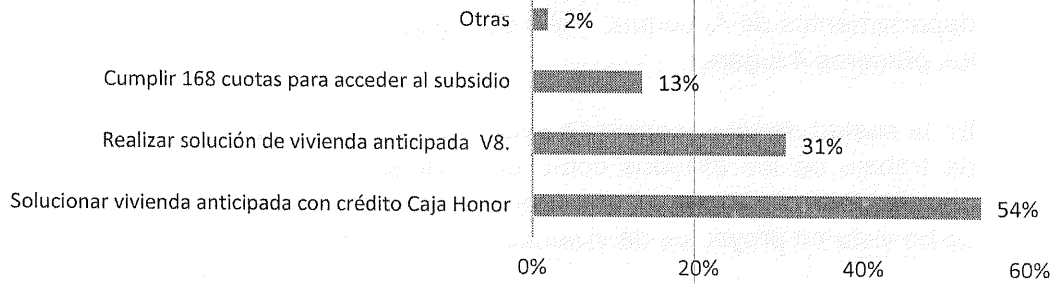
BIENESTAR Y EXCELENCIA



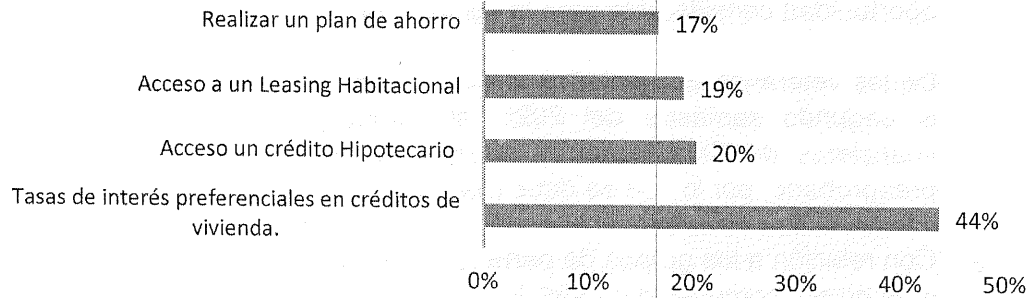
CO-SC-2992-1 CO-SI-CER507703 ST-CER687078



Líneas de crédito



Veteranos



Fuente. Grupo de Mercadeo, Caja Promotora de Vivienda Militar y de Policía. 2022

NIT: 860021967 - 7

Centro de Contacto al Ciudadano CCC en Bogotá 601 755 7070
Línea gratuita nacional 01 8000 185 570
www.cajahonor.gov.co - contactenos@cajahonor.gov.co
Carrera 54 No. 26-54 - Bogotá D.C. Colombia

BIENESTAR Y EXCELENCIA



CO-SC2992-1



CO-SI-CER507703



ST-CER887078



Guerra Society Empresarial de la Defensa
Por nuestros Futuros Soldados,
para Colombia entera.



6. Conclusiones y recomendaciones

- a. La concentración del mercado en Bogotá con el 25%, nos indica que se deben continuar reforzando estrategias de presencialidad en unidades militares, paralelo a los departamentos de Antioquia, Valle del Cauca y Tolima quienes se encuentran dentro de los primeros 4 lugares.
- b. En la ciudad de Villavicencio se evidencia una participación importante tanto en el lugar de trabajo de los afiliados como en preferencia para la compra de vivienda, lo que permite determinar que es una región en crecimiento con número de afiliados, así como se ha visto en proyectos de vivienda.
- c. Se identificó que la mayoría de la población (55%) corresponde a edad entre 31 a 40 años de los cuales el 40% son casados, 21% unión libre, y un 59% con 1 a 2 hijos, y un 84% que vive en arriendo, resultados que permiten establecer que un gran porcentaje de la población encuestada tiene una familia que vive en arriendo, lo que representa una oportunidad considerable para la solución de vivienda en este segmento.
- d. De los veteranos encuestados el 43% manifiesta intención de compra de vivienda para el segundo semestre del 2023, sin embargo, el 27% desconocen los productos financieros de Caja Honor, y el 76% no tienen conocimiento de como solicitar un preaprobado, por lo que se debe realizar un plan de sensibilización a esta población.
- e. Con relación a los grupos de pertenencia el 16% de la población indica que si pertenece a un grupo, comunidad o etnia, lo que refleja una Fuerza Publica incluyente.
- f. Es importante incrementar la oferta inmobiliaria con adecuaciones para discapacitados ya que el 11% de los afiliados manifiestan que si tiene una condición de discapacidad en su mayoría de tipo física o con movilidad reducida.
- g. Se sigue evidenciando que la mayoría de la población encuestada prefiere inmuebles usados, así mismo existe mayor tendencia por inmuebles tipo casa que apartamento, por lo cual es necesario continuar con el fortalecimiento de la oferta inmobiliaria y alianzas.
- h. Los afiliados encuestados cuentan con un presupuesto reducido para compra de vivienda, lo que puede impactar los tiempos para iniciar el proceso de solución de vivienda teniendo en cuenta el incremento del valor por metro cuadrado en el sector inmobiliario.
- i. El 73% de los afiliados manifestaron interés de comprar vivienda en el 2023, el 45% para el I semestre de 2023 y el 28% para el II semestre de 2023, lo que indica la importancia de reforzar la preparación de los afiliados para la compra de vivienda brindando información clara de los modelos de solución de vivienda y productos financieros.






- j. Es importante fortalecer la promoción del uso del portal transaccional, dado que el 87% de los encuestados manifiestan que no lo han usado para realizar trámites en línea, esto con el fin de descongestionar los puntos de atención.
- k. Se debe fortalecer la promoción de los productos financieros de Caja Honor haciendo énfasis en requisitos para radicación del trámite, ya que el 80% de los encuestados indican que no conocen.
- l. Es necesario continuar con proyectos de automatización y de inteligencia artificial orientados a la asesoría por correo electrónico y WhatsApp, teniendo en cuenta que los afiliados prefieren recibir información por estos canales.
- m. Más del 50% de la población potencial encuestada de vivienda 8 y vivienda 14 desconocen los requisitos para aplicar al modelo, por lo tanto, se deben continuar con el fortalecimiento de alternativas y canales de preferencia para informar a este segmento de afiliados.
- n. Con relación a las alianzas, es necesario continuar con el incremento de beneficios para los afiliados orientados a los descuentos para compra de vivienda ya que el 43% se inclina por este beneficio.
- o. Se puede evidenciar un alto potencial en afiliados que pueden aplicar a las líneas de crédito de Caja Honor, dado que el 74% de la población encuestada considera el nivel de endeudamiento e historial crediticio que ostentan les permite acceder a un crédito.
- p. Se identifica que la mayoría de los afiliados para solución de vivienda que fueron encuestados, están motivados a continuar con el ahorro en Caja Honor por la solución de vivienda de forma anticipada a través de los modelos 8 y líneas de créditos.
- q. Es importante implementar campañas dirigidas a los afiliados que ya accedieron al subsidio, ya que el 43% manifiesta que desean comprar una segunda vivienda a través de los créditos de Caja Honor.

Cordialmente,



Coronel (RA) RICHARD OSVALDO GONZALEZ VERA
Subgerente de Vivienda y Proyectos

Elaboró 
Leydi Paola Orozco R.
Técnico 2 GRMER

Revisó 
Claudia Marcela Mendivelso D.
Profesional especializado GRMER

Vo. Bo. 
TC. (RA) Luis Armando Hernandez
Jefe Área de Vivienda

VIGILADO INTERNACIONAL EN CALIDAD

NIT: 860021967 - 7

Centro de Contacto al Ciudadano CCC en Bogotá 601 755 7070
Línea gratuita nacional 01 8000 185 570
www.cajahonor.gov.co - contactenos@cajahonor.gov.co
Carrera 54 No. 26-54 - Bogotá D.C. Colombia

BIENESTAR Y EXCELENCIA



CO-SC-2992-1



CO-SI-CER507703



ST-CER687076



Other Society Empresarial de la Defensa
Por nuestros Servicios Avanzados,
para Colombia y el mundo.

El presente informe tiene como objetivo...

El presente informe tiene como objetivo...

Se debe fortalecer la creación de las...

Es necesario continuar con...

Más del 50% de la población...

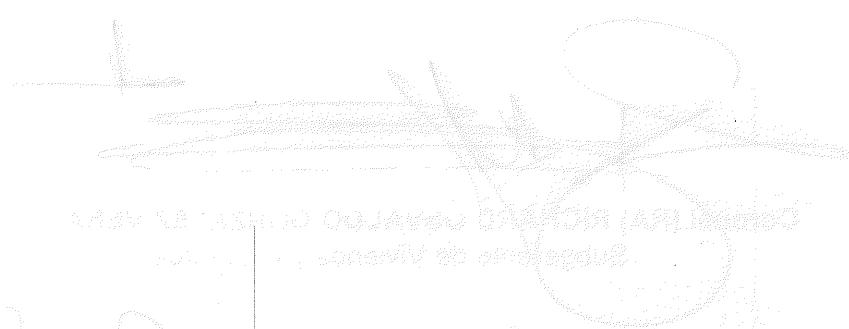
Los resultados de las encuestas...

Se puede observar en los datos...

Se evidencia que la mayoría de...

Es importante implementar...

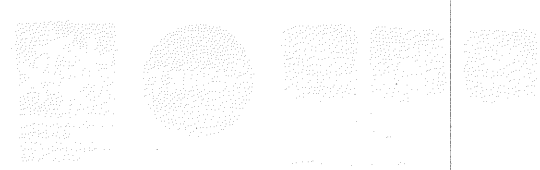
Continúa



Handwritten signature and text on the left side.

Handwritten signature and text in the middle.

Handwritten signature and text on the right side.



Additional text and small graphics at the bottom right.