

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

RESULTADOS OBTENIDOS EN LA ENCUESTA DE PREFERENCIA DE LOS AFILIADOS A CAJA HONOR

Bogotá, D.C. 21 de marzo de 2018

Señor Coronel (RA)

JOHN ÍTALO CAMBEROS DÍAZ

Subgerente de Vivienda y Proyectos

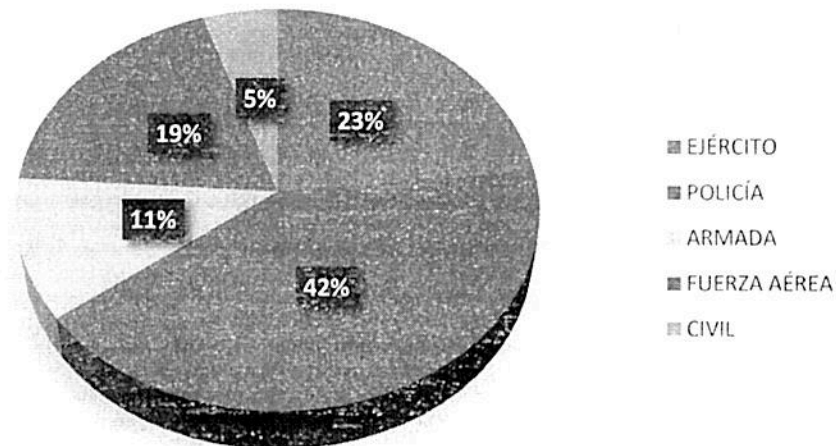
Asunto: resultados encuestas de preferencia.

El presente informe comprende el análisis de la información obtenida mediante la aplicación de una encuesta de satisfacción virtual que se subió en el portal web, intranet y redes sociales de la Entidad desde el 30 de enero hasta el 16 de marzo del presente año, la cual tenía como objetivo determinar el nivel de preferencia de los afiliados frente al conocimientos de los modelos, preferencias del lugar de sus vivienda y vida crediticia.

El instrumento de investigación propuesto por el Área de Mercadeo está conformado por 20 preguntas, la muestra que se tomó fue de 1,356 encuestas las cuales se realizaron en las visitas que efectúan las oficinas de Enlace de las Fuerzas Armadas y la Policía, también nos apoyaron los 8 puntos de atención a nivel nacional.

El resultado de este análisis corresponde a las respuestas obtenidas por 562 miembros de la Policía, lo cual representa el 41% de la muestra; el Ejército participó con 315 encuestas, con un peso porcentual del 23%; la Fuerza Aérea 19% con 256 encuestas, la Armada Nacional 11% con 154 encuestas y civiles con un 5%.

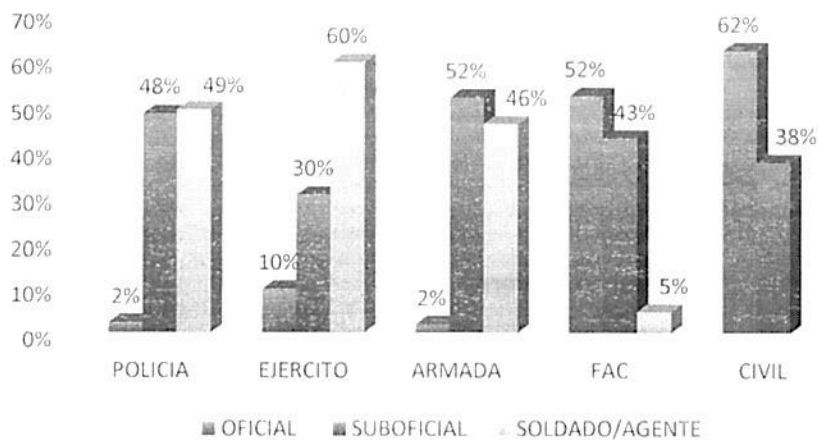
DISTRIBUCIÓN % ENCUESTADOS POR FUERZA



Gráfica 1: Distribución porcentual de los resultados por Fuerza.

Los resultados obtenidos corresponden en un 43% a suboficiales, lo cual en términos absolutos representan 584 encuestas; caso similar a los Soldados y agentes con el 40% para un total de 548 encuestados y en el caso de los oficiales su peso porcentual es del 17% representado en 224 encuestas, a continuación se muestra en la gráfica por categoría y fuerza.

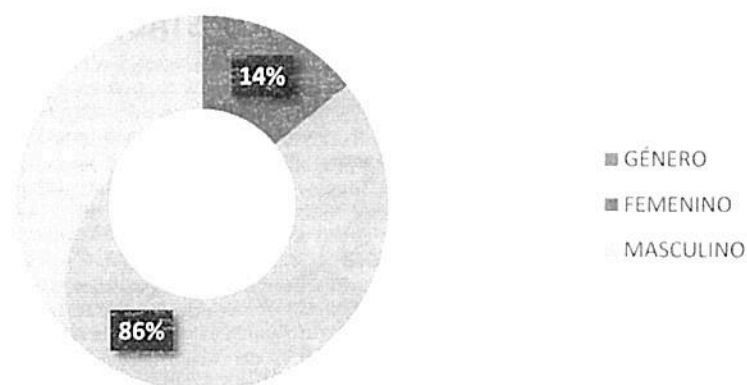
DISTRIBUCIÓN % POR CATEGORÍA



Gráfica 2: Distribución porcentual de los resultados por Categoría Y Fuerza.

En cuanto a la segmentación por géneros, el más representativo es el Masculino con un 86% de las encuestas seleccionadas para el análisis, dejando al género femenino con un 14% del total de los instrumentos aplicados en la encuesta virtual.

DISTRIBUCIÓN % POR GÉNERO

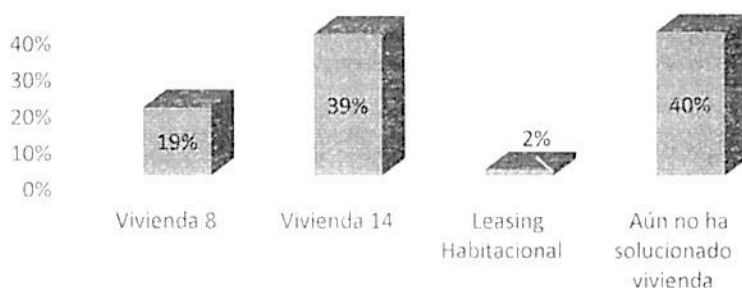


Gráfica 3: Distribución porcentual por Género.

El rango de edad de los encuestados esta entre 35 a 45 años con un 44% y de 25 a 35 años con un porcentaje de 43%; el 67% son casados y el 72% tienen hijos, el 39% viven en arriendo con sus familias. Lo que podemos ver de estos resultados es que los participantes son personas que ya tienen un hogar establecido conformado la mayoría por un solo hijo con el 32% y se encuentran vivienda en arriendo.

De los 1356 encuestados el 96% son afiliados a la Entidad, en donde 40% no ha solucionado vivienda, el 39% ha solucionado por medio del modelo Vivienda 14, el 19% por vivienda 8 y 26 de los encuestados que representan el 2% realizaron vivienda leasing.

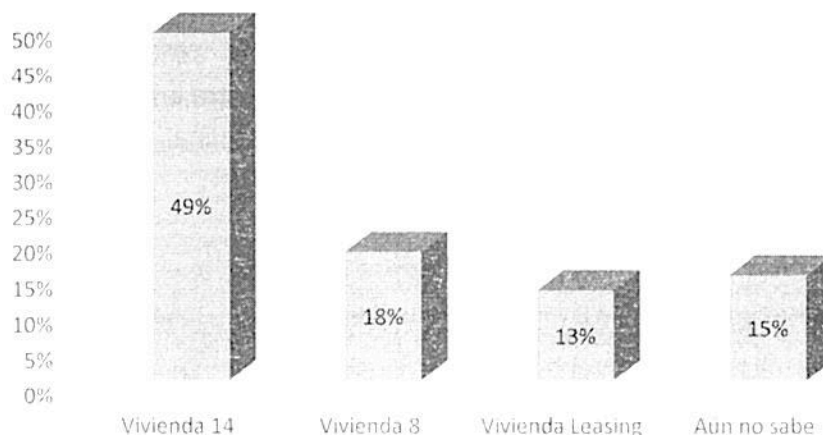
¿Por medio de cuál de los modelos de la Caja ha solucionado vivienda?



Gráfica 4: Respuesta a la pregunta ¿por medio de cuál de los modelos de la Caja ha solucionado vivienda?

En cuanto a los afiliados que no han solucionado vivienda a la pregunta ¿por qué modelo solucionarían? El 49% prefieren vivienda 14, el 18% vivienda 8, el 13% vivienda leasing y el 15% de los encuestados aún no saben por cual modelos, además 733 de los encuestados desean obtener vivienda para habitar la misma con un porcentaje del 54% y el 38% por inversión.

Si aún no ha solucionado vivienda ¿por cuál de los modelos de Caja Honor le gustaría realizarlo?



Gráfica 5: Respuesta a la pregunta si aún no ha solucionado vivienda ¿por cuál de los modelos de Caja Honor le gustaría realizarlo?

A la pregunta si los encuestados conocen el modelo vivienda leasing el 71% respondieron que sí y el 29% respondió no, los afiliados se enteraron de este modelo por charlas informativas con el 49%, seguido de los puntos de atención con el 24%. Si los afiliados pudieran financiar su vivienda por el modelo leasing optarían por la vivienda nueva con el 55%, seguida de vivienda usada con el 25% y un 12% vivienda nueva sobre planos. En la siguiente gráfica se muestra el valor del inmueble que le gustaría que le financiaran a los afiliados:

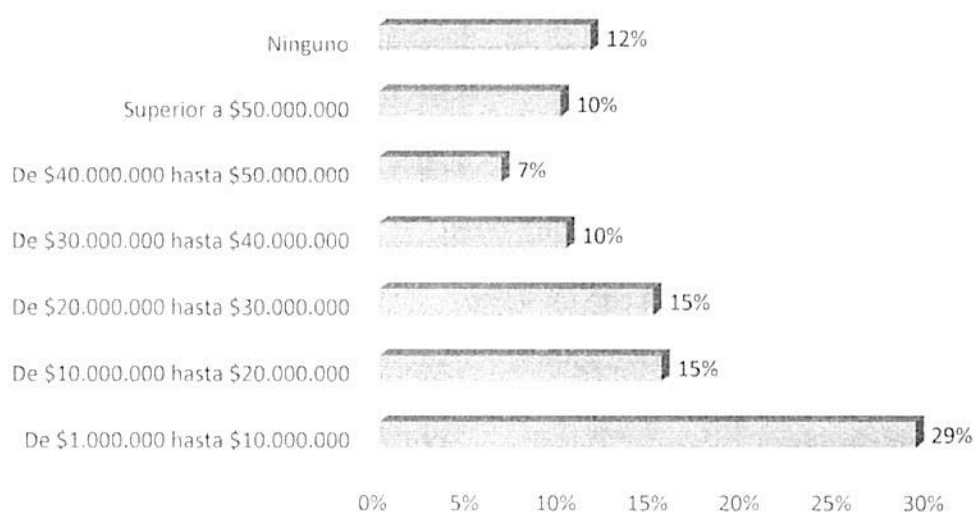


Gráfica 6: Respuesta a la pregunta ¿de cuánto sería el valor del inmueble que le gustaría financiar?

Además los afiliados que ya realizaron una solución de vivienda, pueden optar por tener una segunda vivienda por medio de leasing, en donde el 72% de los encuestados les gustaría realizar este modelo y el 26% no les interesa.

De los 1,356 encuestados 865 cuentan con tarjetas de crédito con un peso porcentual del 64% y el 35% de la muestra no tiene; a la pregunta si los afiliados tienen algún tipo de obligación con una entidad financiera el 80% respondieron que sí y el 19% no tiene ningún tipo de endeudamiento en el momento, en la siguiente gráfica se muestra los rangos en los que encuentra el endeudamiento de los afiliados encuestados se puede determinar que el 29% se encuentra con una deuda entre 1,000,000 a 10,000,000 de pesos.

¿En cuál rango se encuentra su endeudamiento?



Gráfica 7: Respuesta a la pregunta Entre los siguientes rangos, ¿en cuál rango se encuentra su endeudamiento?

En cuanto a las preguntas abiertas que se realizaron en la encuesta se encuentran las siguientes:

- Si usted al día de hoy, ya cumple con los requisitos para solucionar vivienda, ¿Qué se lo ha impedido?

La mayoría de las respuestas de los encuestados no han realizado la solución de vivienda debido a la documentación que se les pide y porque el subsidio no les alcanza para comprar en este momento.

- ¿En qué ciudad le gustaría adquirir vivienda?

A esta pregunta los afiliados encuestados respondieron que les gustaría adquirir vivienda en Bogotá, Cali, Bucaramanga, Medellín, Florencia e Ibagué fueron las ciudades con más demanda, sin dejar de lado las otras ciudades que fueron elegidas también.


Conclusiones

1. El 42% de los encuestados que participaron en la encuesta son de la Policía seguido del Ejército con el 23%, en donde se puede determinar que la mayoría de los encuestados están en la categoría de suboficiales y soldados en un rango porcentual del 83%.
2. El género Femenino tan solo tuvo una participación del 14% lo cual demuestra el bajo nivel de involucramiento de este género en este tipo de herramientas de investigación.
3. El 40% de los afiliados encuestados no han solucionado vivienda hasta el momento, esto nos demuestra que se debe realizar un acompañamiento más cercano para que logren una solución de vivienda.
4. Los encuestados les gustaría realizar una solución de vivienda por el modelo 14 ya que es el modelo que más conocen, esto nos evidencia que se debe realizar más campañas a los otros modelos de la Entidad para fidelizarlos.
5. El rango aproximado del valor del inmueble que quieren tener los afiliados esta entre 80.000.000 a 120.000.000 millones de pesos, el cual es el rango de los proyectos que ofertamos en nuestros canales de comunicación.

6. El 71% de los encuestados conocen el modelo vivienda leasing y se han enterado del por las charlas informativas, puntos de atención y actividades en las Unidades Militares y de Policía.
7. El 64% de los encuestados tienen tarjetas de crédito y se evidencia que el rango de endeudamiento que tienen esta entre 5.000.000 a 30.000.000 millones de pesos, para esto se deben seguir realizando campañas de educación financiera.
8. El 55% de los encuestados quieren adquirir vivienda nueva, para esto se están inscribiendo más constructoras a la entidad para que puedan pautar sus proyectos a nivel nacional y así tener una vitrina inmobiliaria más amplia a nuestra Fuerza Pública.
9. Los encuestados les gustaría adquirir vivienda las principales ciudades como Bogotá, Medellín, Cali, Bucaramanga entre otras.
10. La edad promedio de los afiliados esta entre 35 a 45 años con un promedio de 44% seguida de 25 a 35 años con un 43%.
11. El 72% de los encuestados tienen hijos, en donde su núcleo familiar se compone de un solo hijo con el 32%.

Recomendaciones

1. Se recomienda continuar con este tipo de herramientas de investigación para saber las preferencias de los afiliados para la adquisición de vivienda y así mejorar en lo servicios que prestamos.
2. Es importante aumentar la participación del Género Femenino para que estas madres o futuras madres se beneficien de los beneficios de la Entidad.
3. Es importante aumentar la participación de las Fuerzas en este tipo de encuestas ya que los beneficiados son ellos.
4. Para este tipo de herramientas se deberían realizar con más tiempo para que la muestra a analizar sea mucho más grande y así tener mayores resultados.



Armando Gómez Rayo

Jefe de Área Comercial y Modelos de Solución de Vivienda
Encargado de las funciones del Área de Mercadeo
y Modelos de Solución de Vivienda



Proyecto y Trabajo

C.S.P Paola Cepeda Morales

Área de Mercadeo y Modelos de
Solución de Vivienda.



CO-SC2992-1



SI-CEN5077C3



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 Correo electrónico: contactenos@cajahonor.gov.co



BIENESTAR Y EXCELENCIA