

RESULTADO ENCUESTA DE GUSTOS, PREFERENCIAS Y NECESIDADES 2016

AREA DE MERCADEO

01 de abril de 2016

OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

- Conocer las preferencias, gustos y necesidades de los encuestados.
- Identificar las características del mercado objetivo.
- Diseño o adaptación del producto y/o servicios para la comercialización.
- Análisis comparativo año 2013 – 2016
- Tendencias.

FICHA TECNICA

- Nombre del estudio:
 - Elaborada por:
 - Instrumento:
 - Grupo Objetivo:
 - Alcance:
 - Metodología:
 - Muestreo:
 - Técnica:
 - Tamaño de la Muestra:
 - Fecha Realización:
 - Error Global:
- Encuesta de Gustos y Preferencias.
 - Supervisora de Mercadeo
 - Cuestionario estructurado de 22 ítems.
 - Población afiliadas y no afiliada.
 - Departamento del Magdalena
 - Encuesta personalizada al 100%
 - Aleatorio Simple
 - Encuesta Física
 - Quinientas treinta encuestas efectiva
 - Enero – Abril – 2015
 - 96%

DESCRIPCIÓN TÉCNICA

METODOLOGÍA Y ALCANCE

Para la realización de este estudio se determinó que la metodología a utilizar sería por medio personalizado para aumentar la confianza en el desarrollo de la encuesta.

ERROR GLOBAL Y CONFIABILIDAD

Se define el error como la diferencia entre los resultados arrojados por la muestra probabilística y el parámetro de la población. Para este estudio el error global asociado a la muestra fue del 0,10%.

El estudio presenta un 96% de confiabilidad, que representa el grado hasta el cual el proceso de medición esta libre de errores aleatorios.

RESULTADOS

Para este estudio se realizó la recepción de las encuestas física.

Una vez validadas las encuestas, se procedió a codificar las respuestas abiertas para así dar inicio al proceso de digitación de la información

ANÁLISIS

Para terminar, toda la información fue procesada el ejecutivo de mercadeo , lo que permite el análisis de los resultados por parte de la Supervisora de Mercadeo.

TAMAÑO MUESTRA

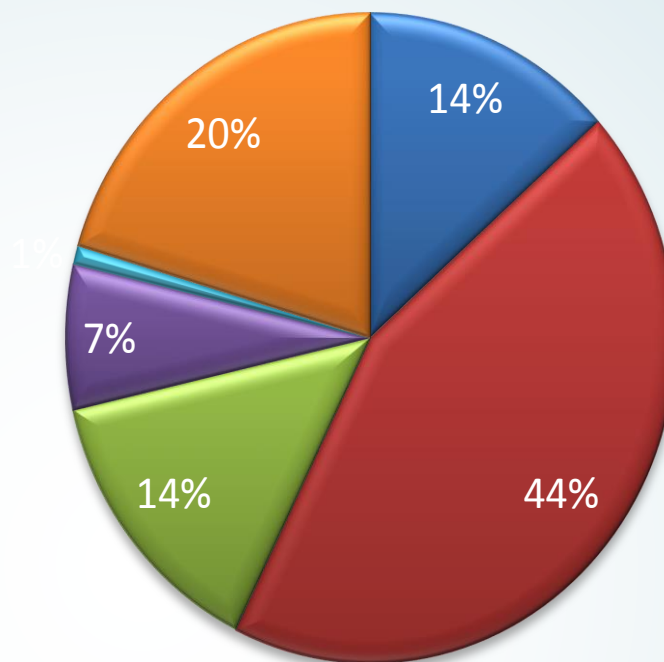
Se entrevistaron en total (529) usuarios afiliados y no afiliados



RESUMEN EJECUTIVO SOCIO DEMOGRAFICO

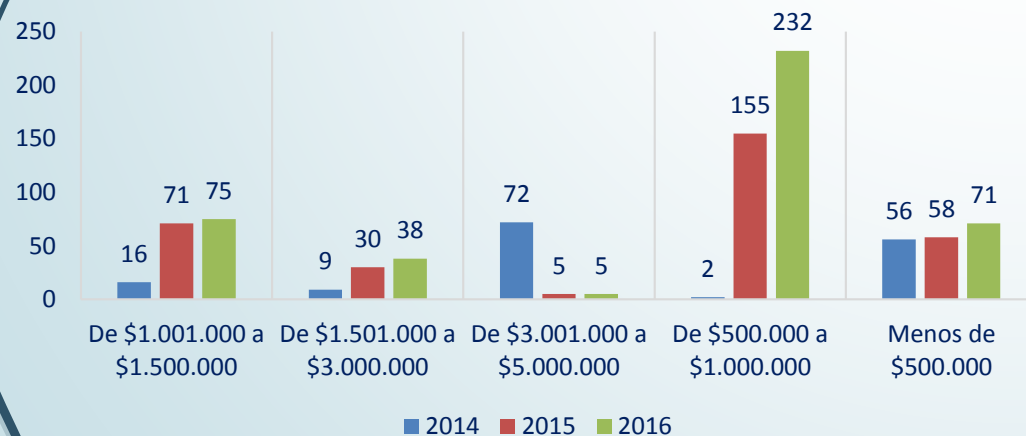
INGRESO FAMILIAR

2016



- Menos de \$500.000
- De \$500.000 a \$1.000.000
- De \$1.001.000 a \$1.500.000
- De \$1.501.000 a \$3.000.000
- De \$3.001.000 a \$5.000.000
- NS/NR

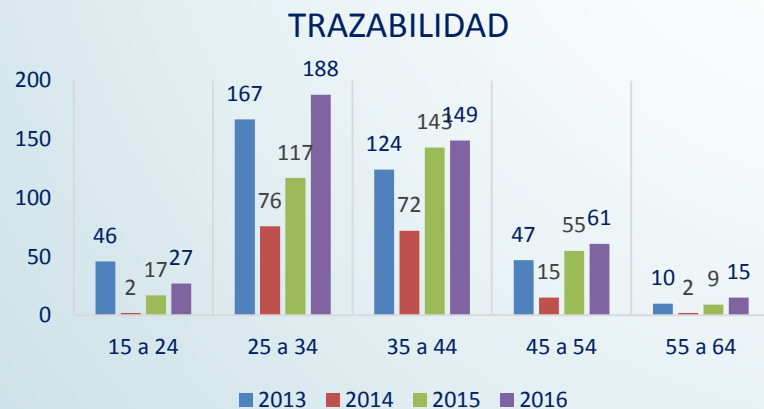
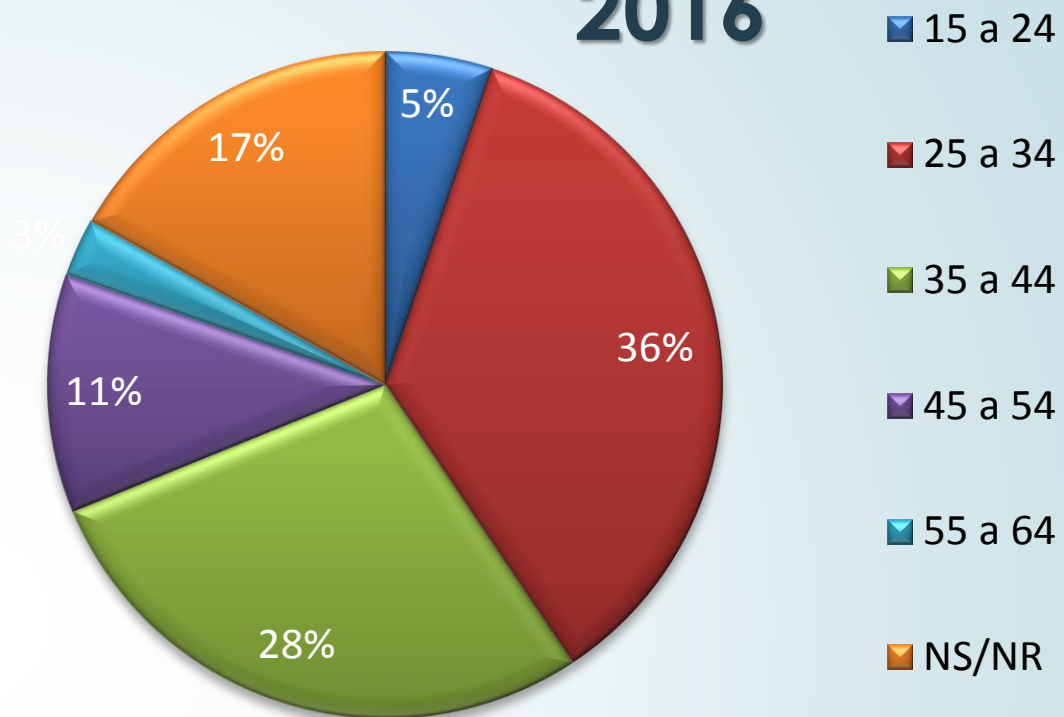
TRAZABILIDAD



Ingreso familiar	CuentaDeld
Menos de \$500.000	71
De \$500.000 a \$1.000.000	232
De \$1.001.000 a \$1.500.000	75
De \$1.501.000 a \$3.000.000	38
De \$3.001.000 a \$5.000.000	5
NS/NR	108

EDAD

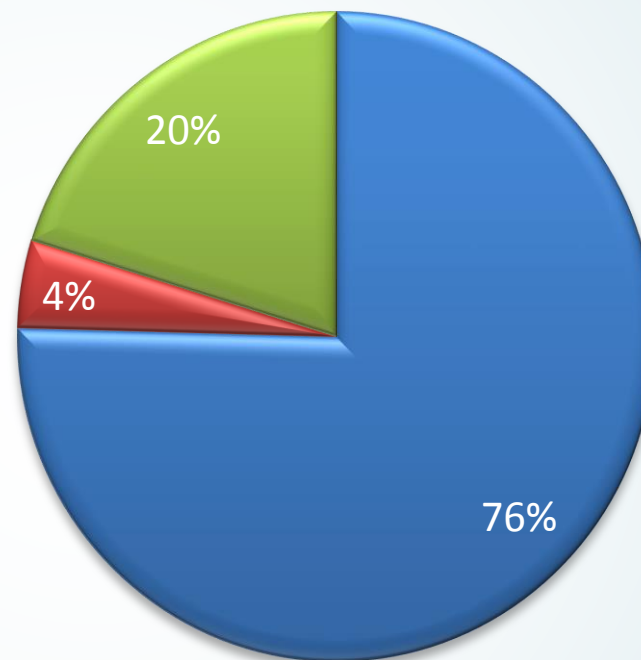
2016



Edad	CuentaDeld
15 a 24	27
25 a 34	188
35 a 44	149
45 a 54	61
55 a 64	15
NS/NR	89

ESTADO AFILIACION

2016



■ Afiliado

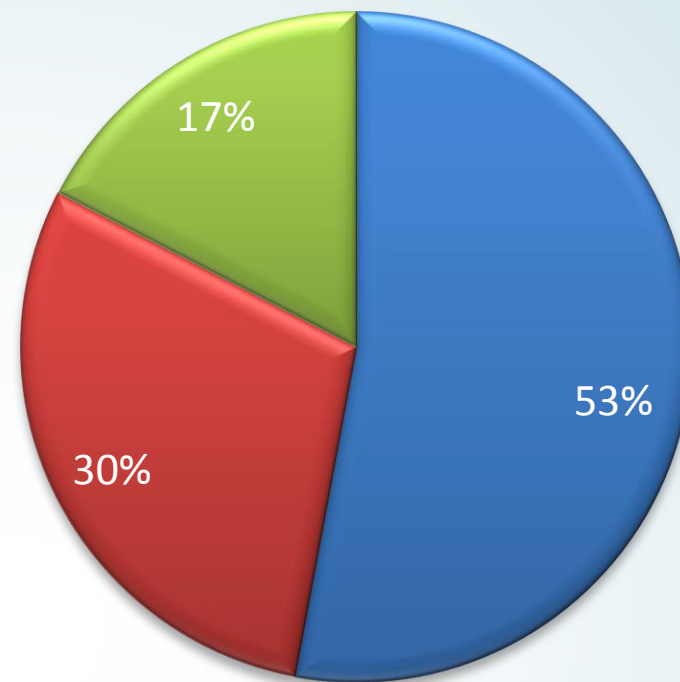
■ No afiliado

■ NS/NR

Afiliado	CuentaDeId
Afiliado	399
No afiliado	23
NS/NR	107

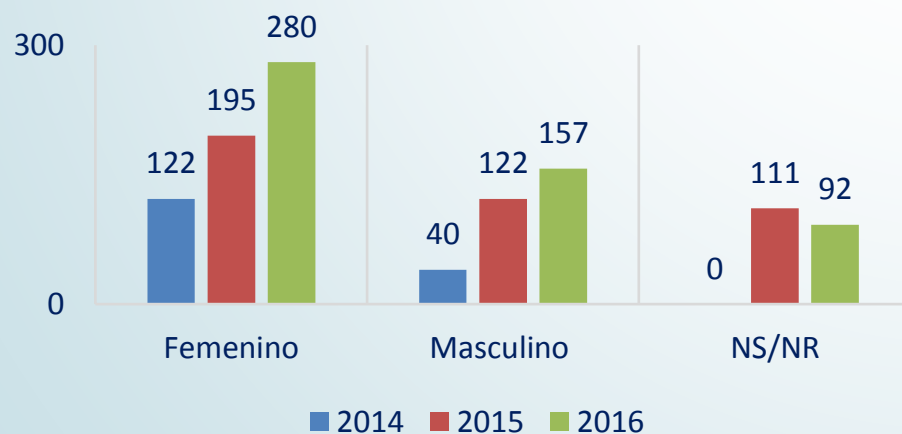
GENERO

2016



- Femenino
- Masculino
- NS/NR

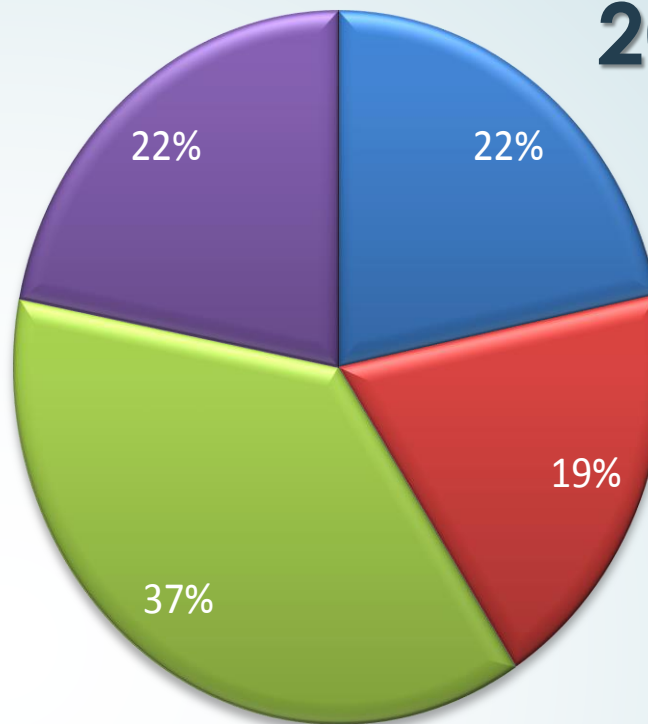
TRAZABILIDAD



Genero	CuentaDeld
Femenino	280
Masculino	157
NS/NR	92

ESTADO CIVIL

2016



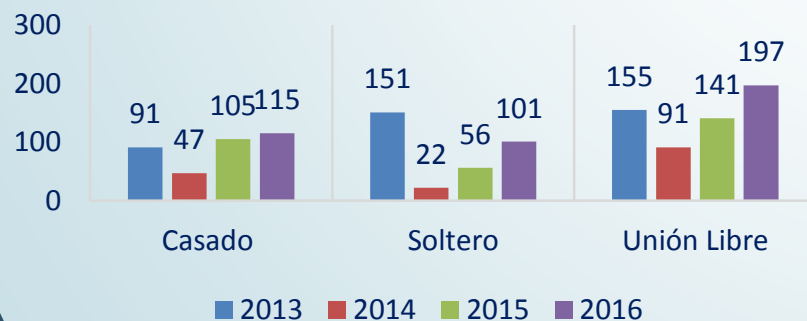
■ Casado

■ Soltero

■ Unión Libre

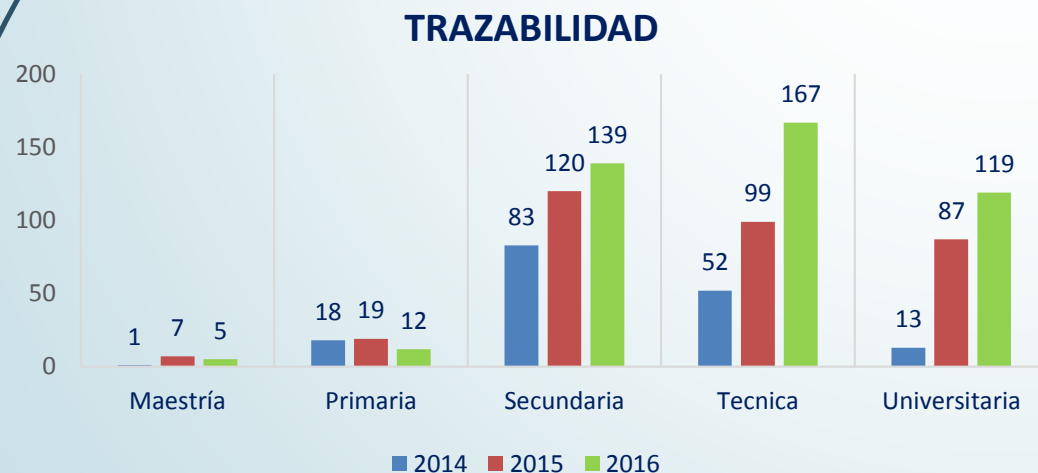
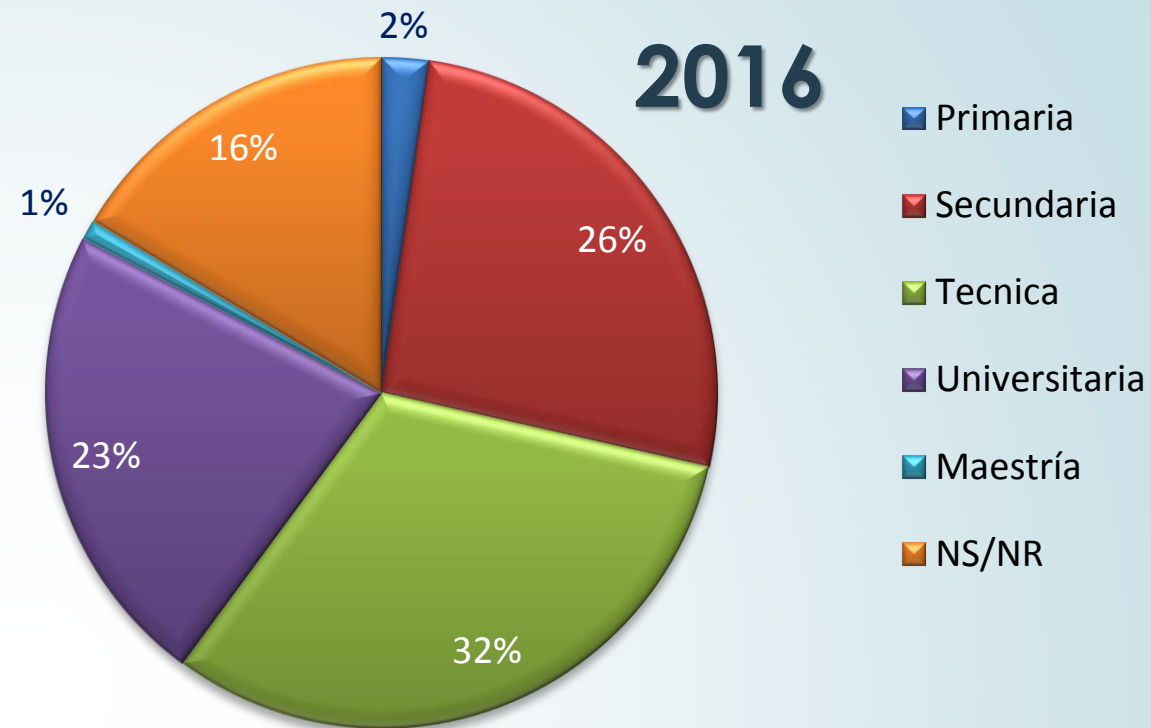
■ NS/NR

TRAZABILIDAD

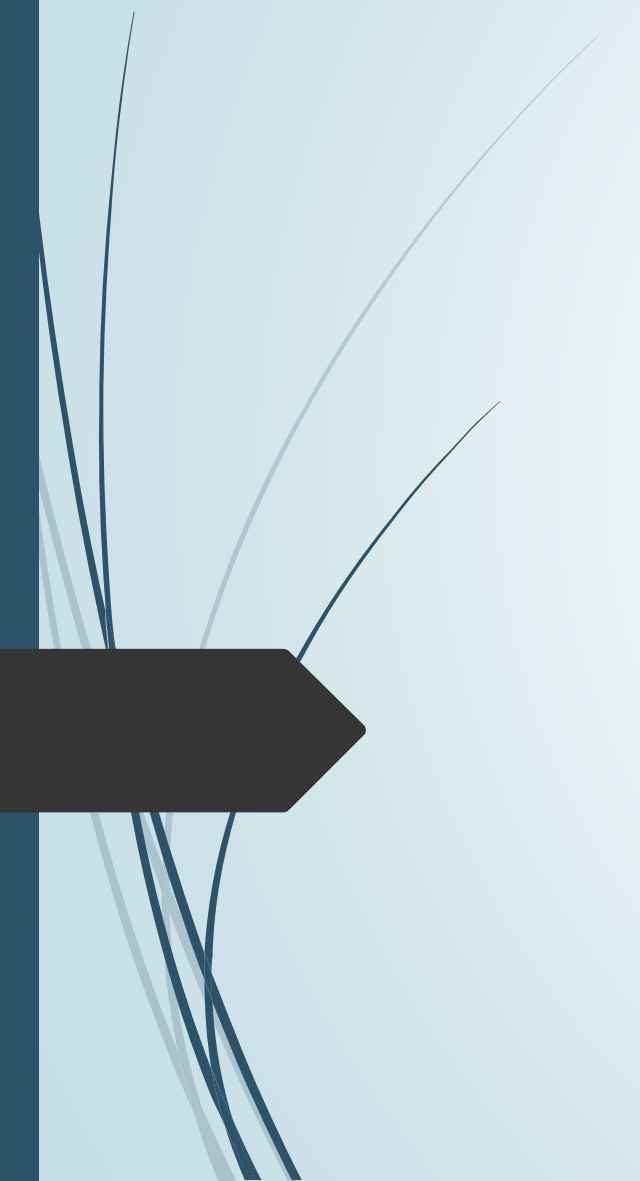


Estado civil	CuentaDeId
Casado	115
Soltero	101
Unión Libre	197
NS/NR	116

GRADO DE INSTRUCCIÓN



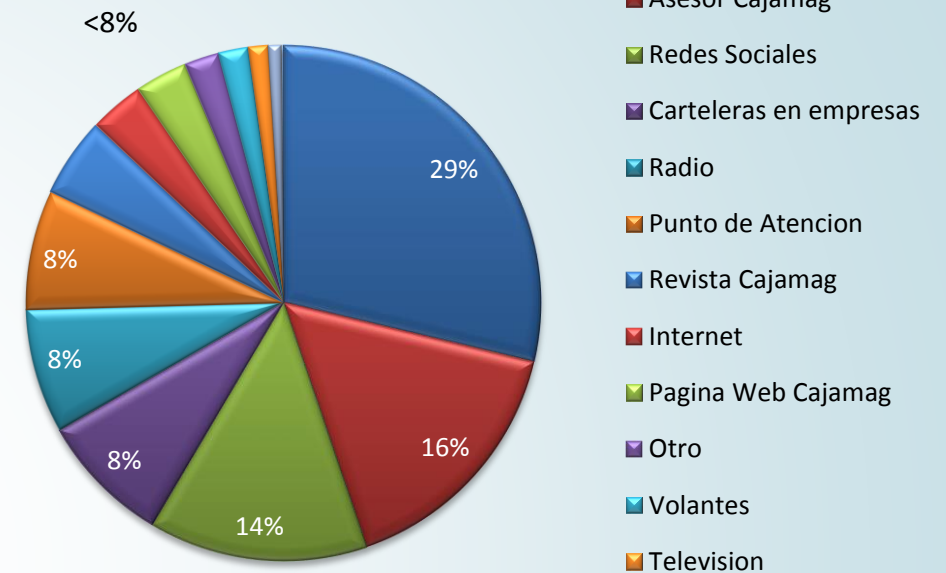
Grado de instrucción	CuentaDeId
Primaria	12
Secundaria	139
Tecnica	167
Universitaria	119
Maestría	5
NS/NR	87



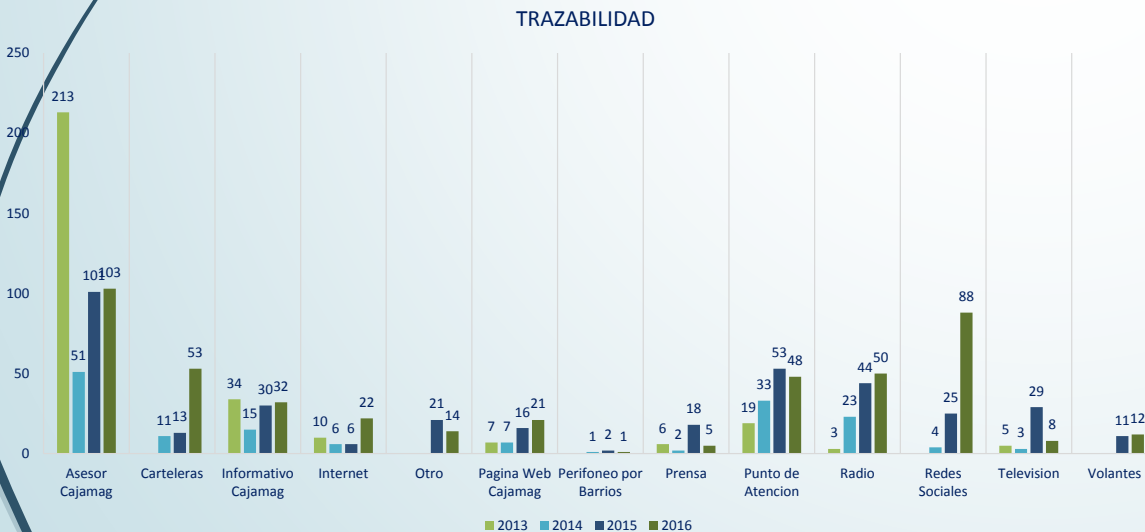
RESUMEN EJECUTIVO CONSUMO

FUENTE DE INFORMACIÓN

2016

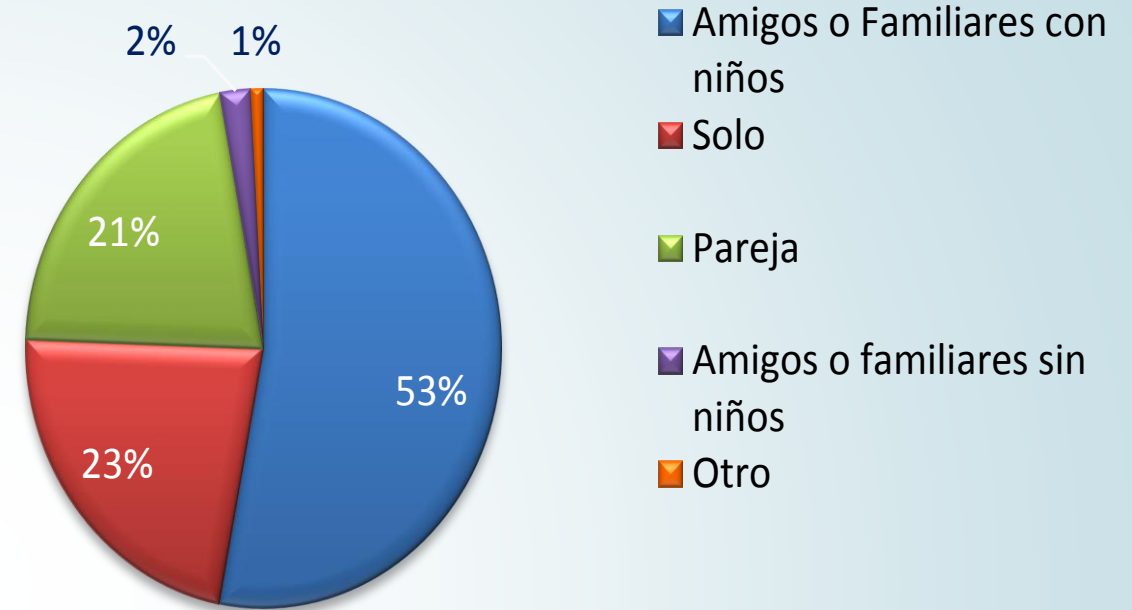


¿Cómo se entera de nuestros servicios?	
Fuente de información	CuentaDeId
Amigos y Familiares	184
Asesor Cajamag	103
Redes Sociales	88
Carteleras en empresas	53
Radio	50
Punto de Atención	48
Revista Cajamag	32
Internet	22
Página Web Cajamag	21
Otro	14
Volantes	12
Televisión	8
Prensa	5
Perifoneo por Barrios	1

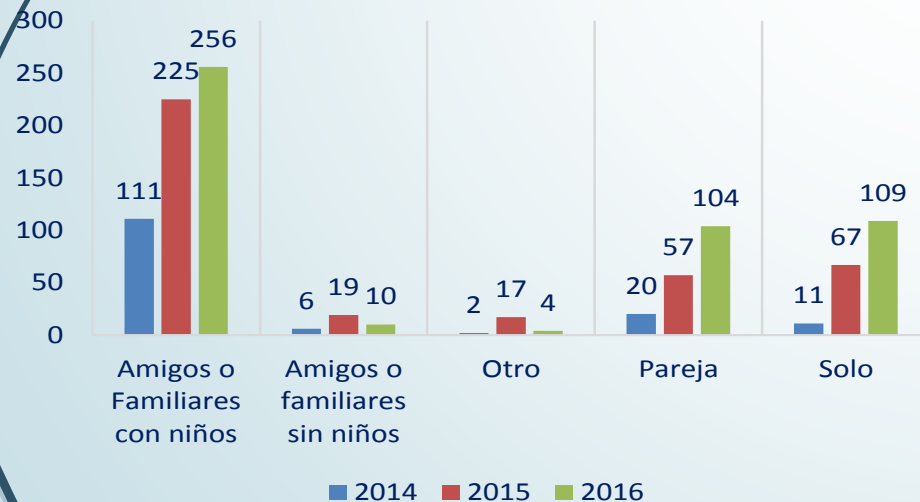


SUELE CONSUMIR NUESTROS SERVICIOS ACOMPAÑADO DE:

2016

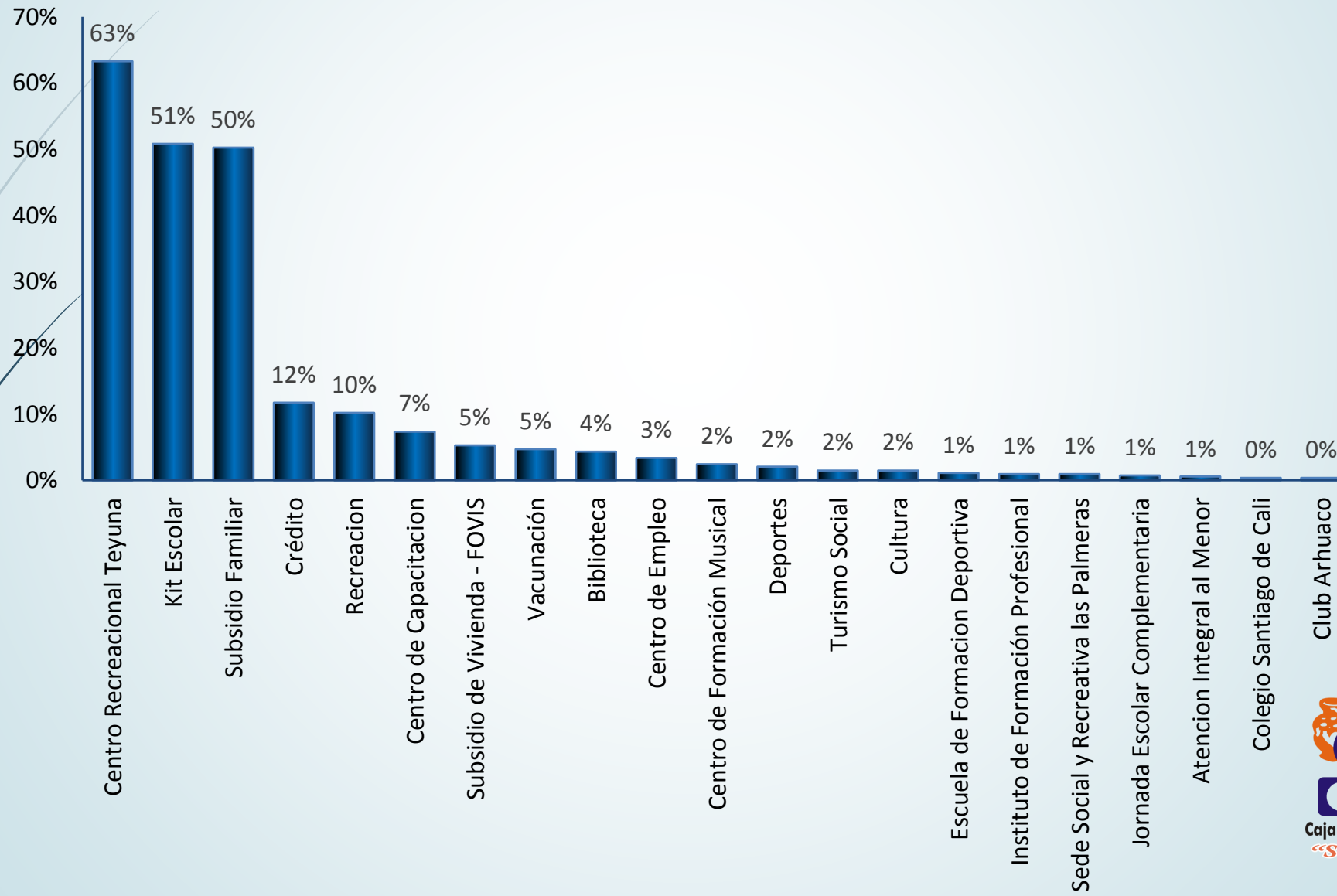


TRAZABILIDAD



Acompañado de:	CuentaDeld
Amigos o Familiares con niños	256
Solo	109
Pareja	104
Amigos o familiares sin niños	10
Otro	4

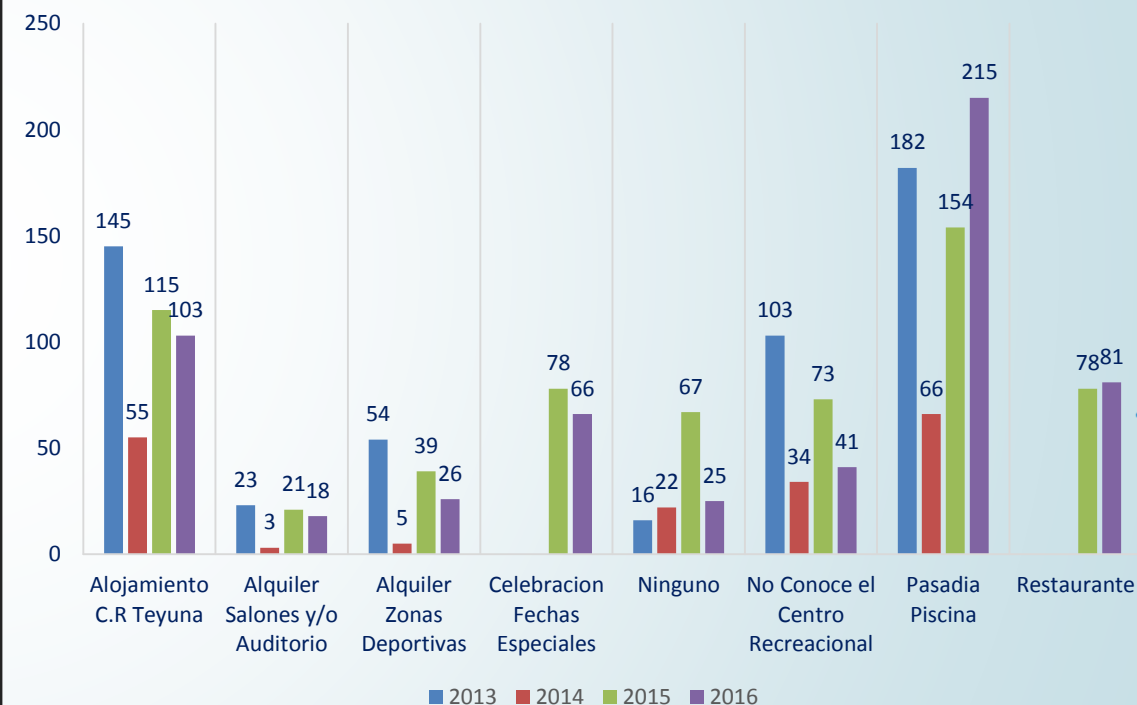
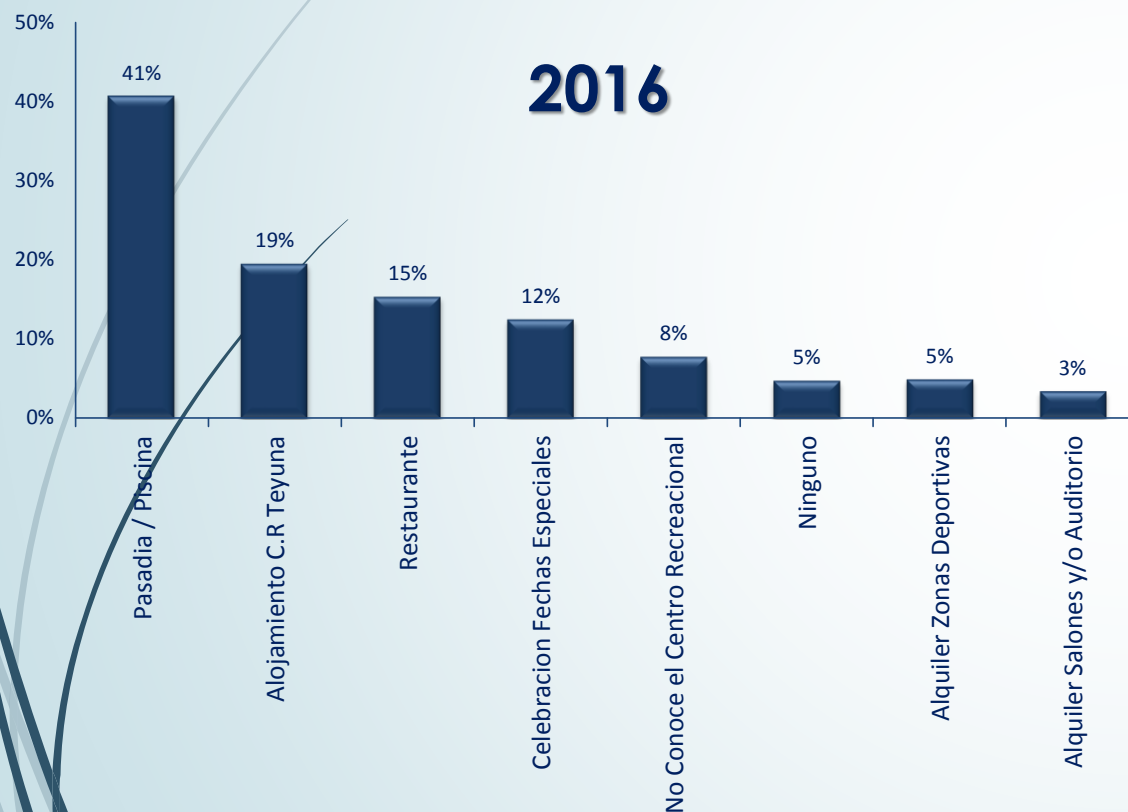
UTILIZACIÓN DE NUESTROS SERVICIOS



RESUMEN EJECUTIVO PREFERENCIA

CENTRO RECREACIONAL TEYUNA

TRAZABILIDAD



CENTRO RECREACIONAL TEYUNA

¿Por qué no le interesa los servicios del Centro Recreacional Teyuna?

Altos precios

No estoy interesado por el momento

No he podido ir

No he utilizado ninguno servicio del CR.

No recibe información del servicio

No lo ha utilizado

No me gustan los servicios

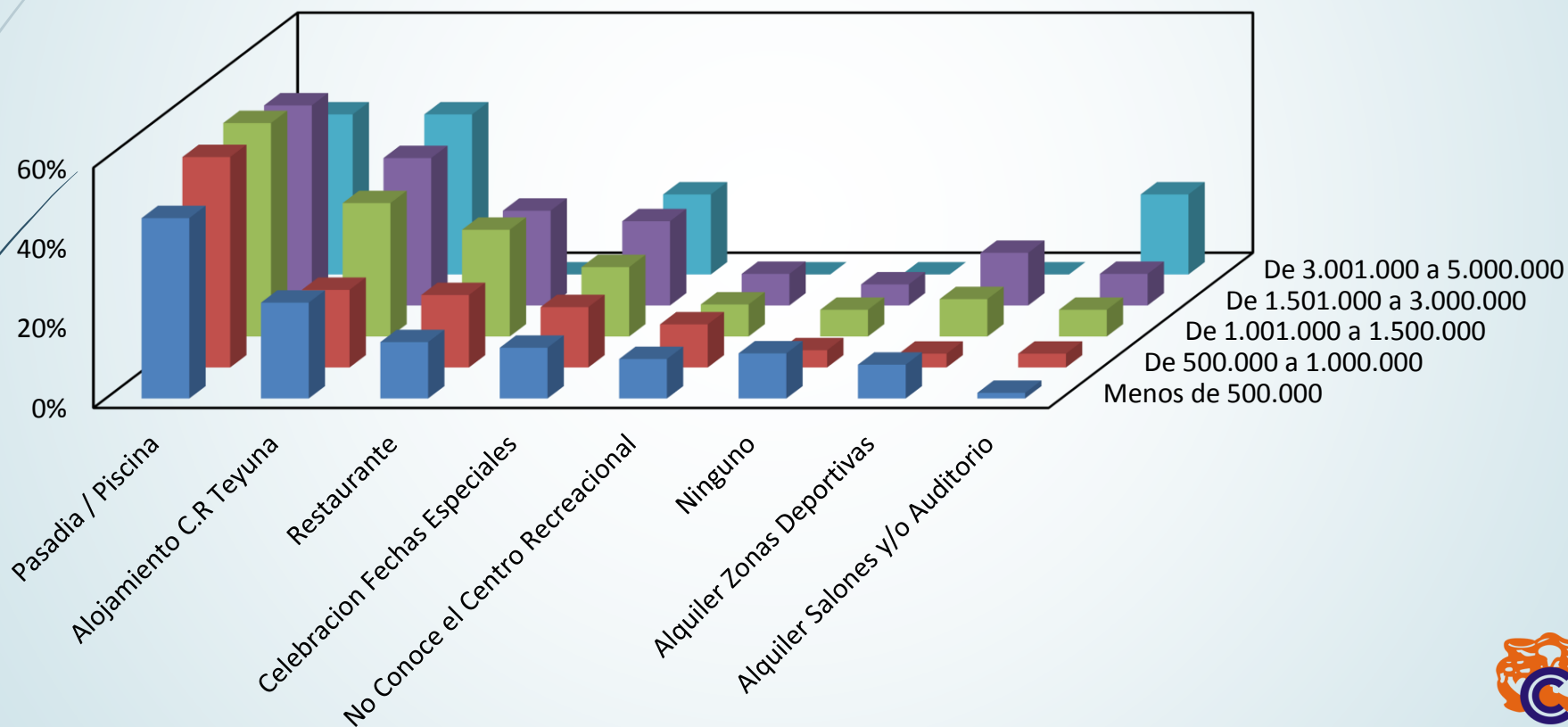
No me gustan la instalaciones

No se como usarlo

Falta de tiempo

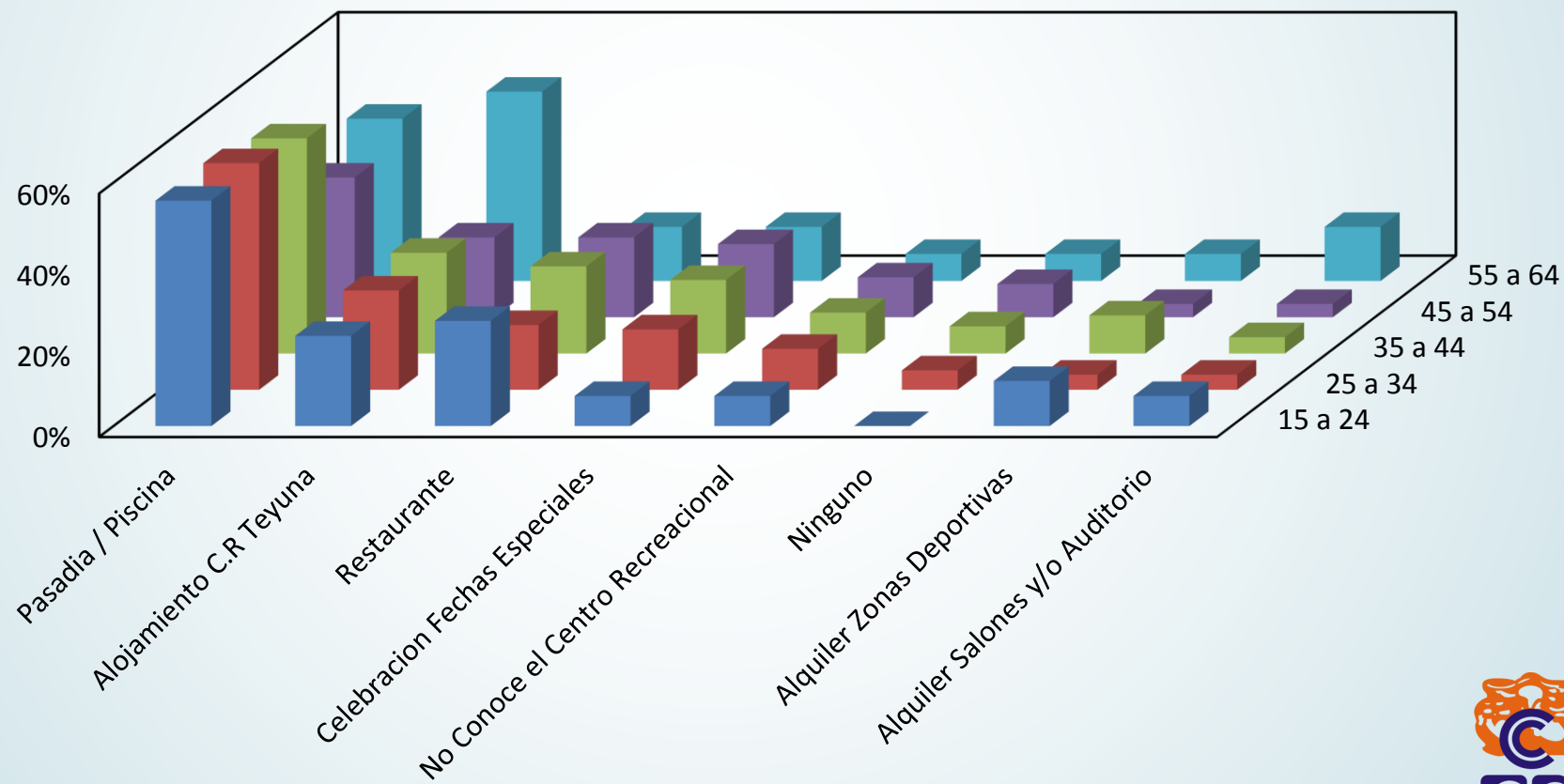
CENTRO RECREACIONAL TEYUNA

Vs Ingreso Familiar



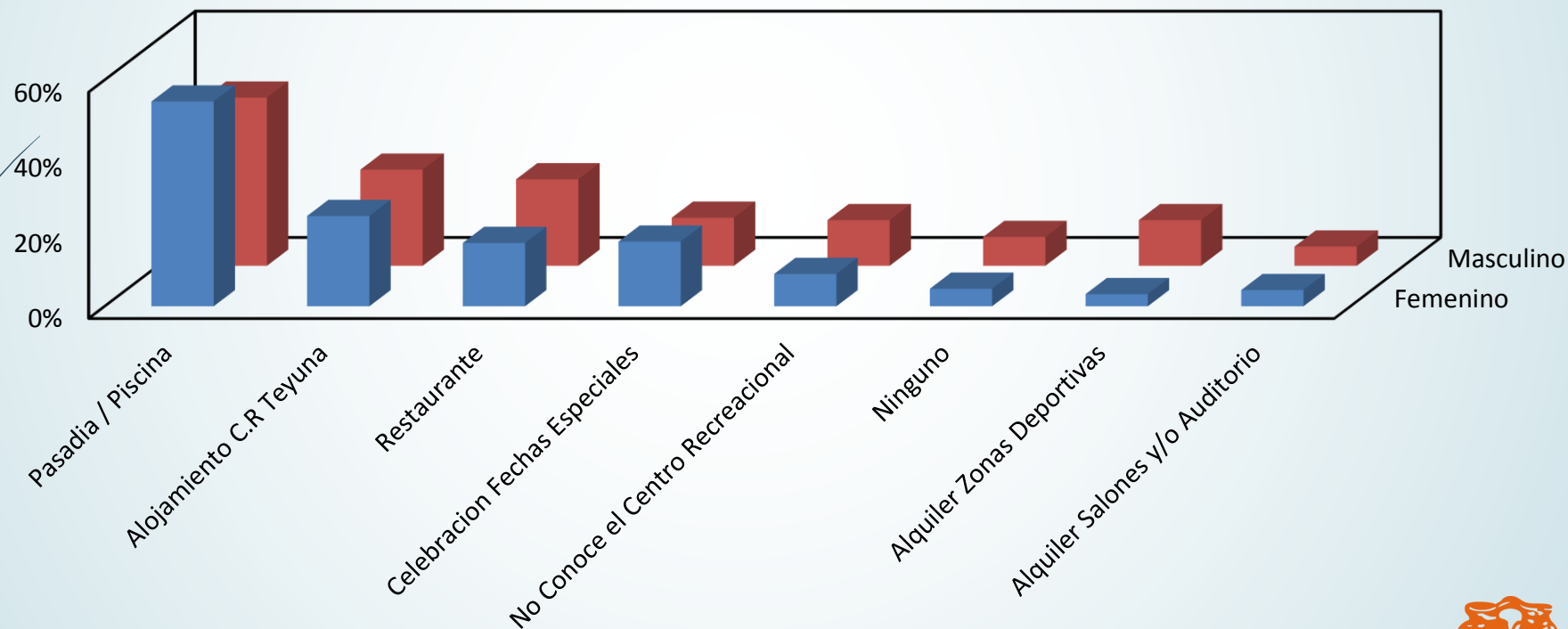
CENTRO RECREACIONAL TEYUNA

Vs Ingreso Edad



CENTRO RECREACIONAL TEYUNA

Vs Ingreso Genero



CENTRO RECREACIONAL TEYUNA

¿Qué otro tipo de servicio considera se debe incluir dentro del portafolio de CR.?

Atracciones mecánicas

Cancha múltiple

Card

Chiva para traslados

Ecoturismo

Entregar guía de servicios

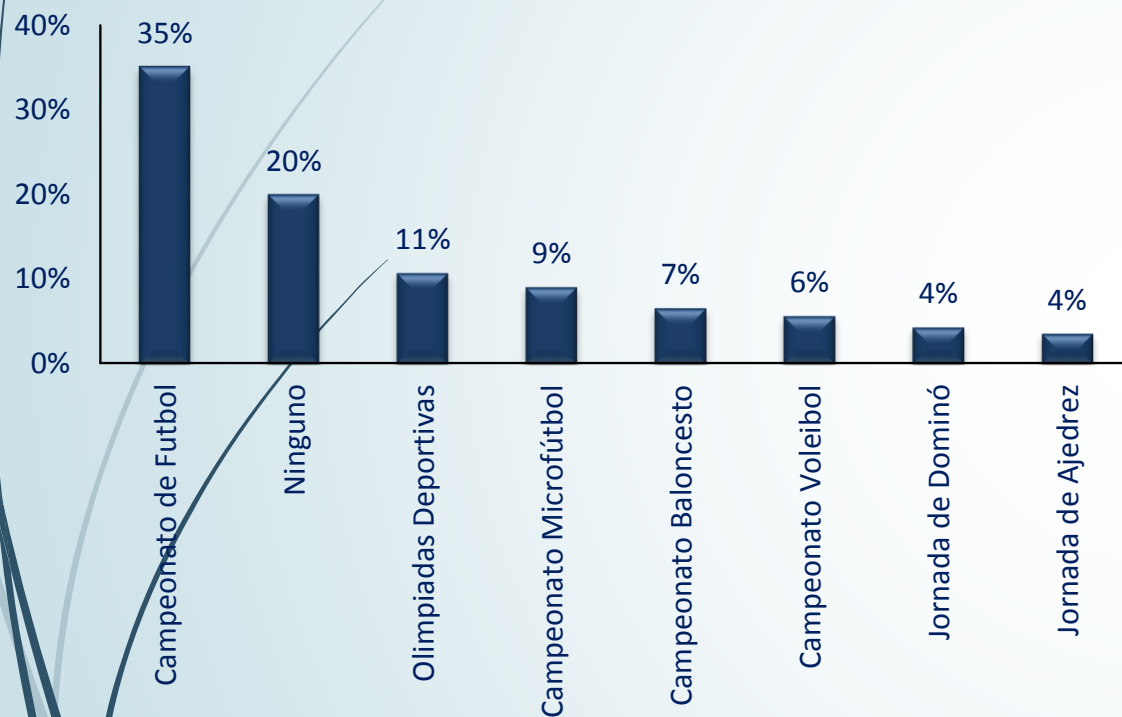
Juego de bolos

Más piscina para niños

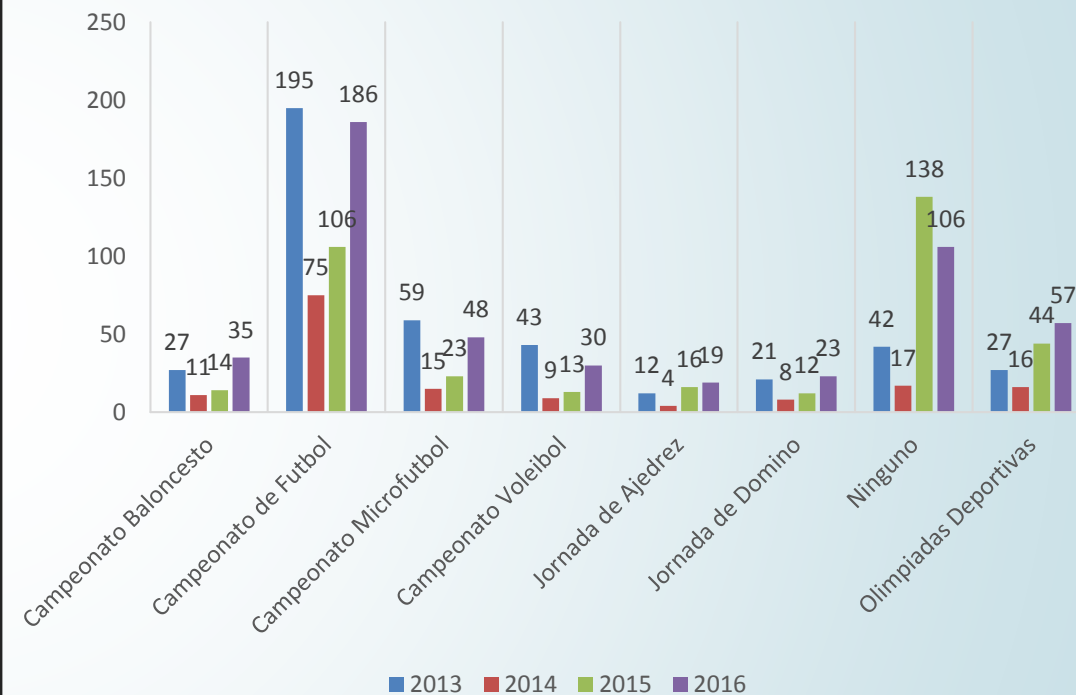
Servicios de Discoteca para visitantes

DEPORTES

2016



TRAZABILIDAD



DEPORTES

¿Por qué no le interesa los servicios de Deportes?

La oferta siempre esa cerrada

Falta de Información

Falta de tiempo

No sabia del servicio

DEPORTES

¿Qué otro tipo de servicio considera se debe incluir dentro del portafolio de Deportes?

Atletismo

Ciclismo

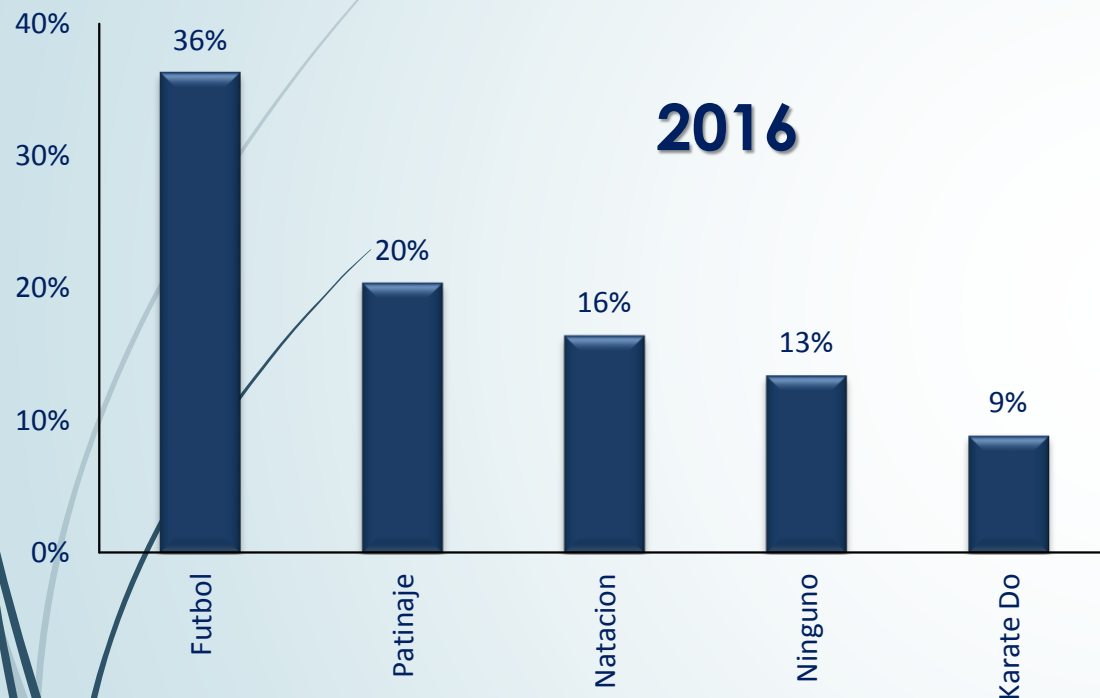
Softbol

Deportes para niños con discapacidades

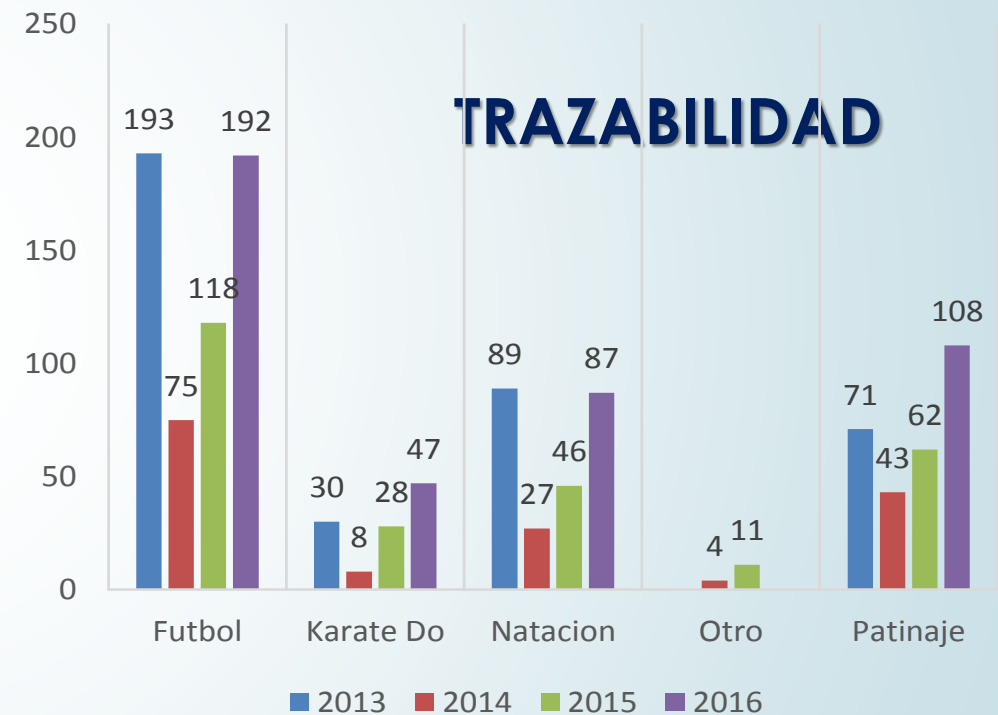
Tenis

Ping - Pong

ESCUELA FORMACIÓN DEPORTIVA



Horario de preferencia



ESCUELA FORMACIÓN DEPORTIVA

¿Por qué no le interesa los servicios de la Escuela de Formación Deportiva?

Distancia del lugar donde se practican las Escuelas

Falta de tiempo

No recibe información

No tenía conocimiento de este servicio

ESCUELA FORMACIÓN DEPORTIVA

¿Qué otro tipo de servicio considera se debe incluir dentro del portafolio de la Escuela de Formación Deportiva?

Ajedrez

Defensa Personal

Fútbol Playa

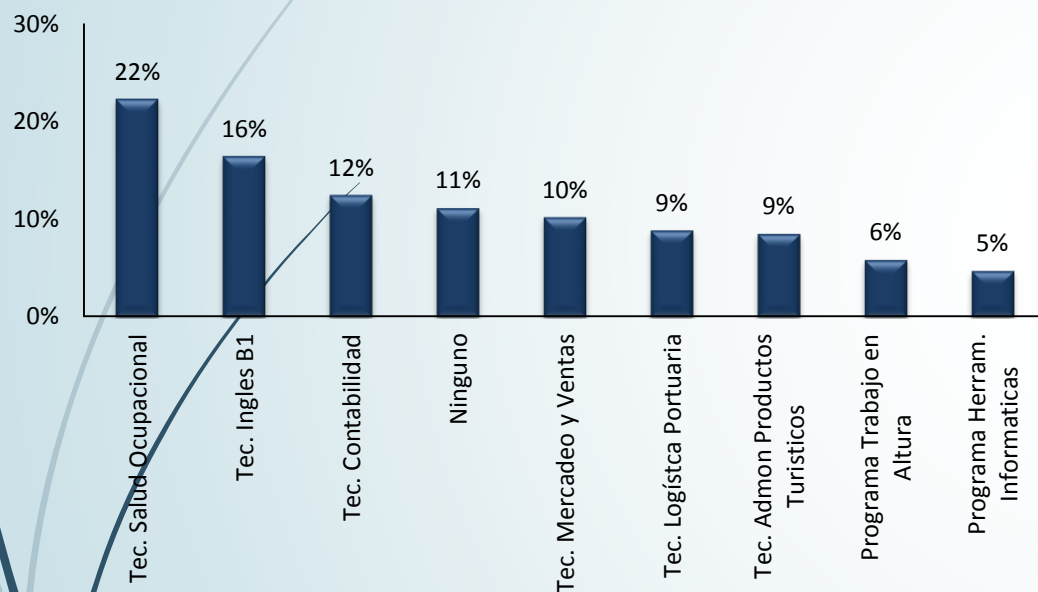
Gimnasia Olímpica

Tenis

Voleibol

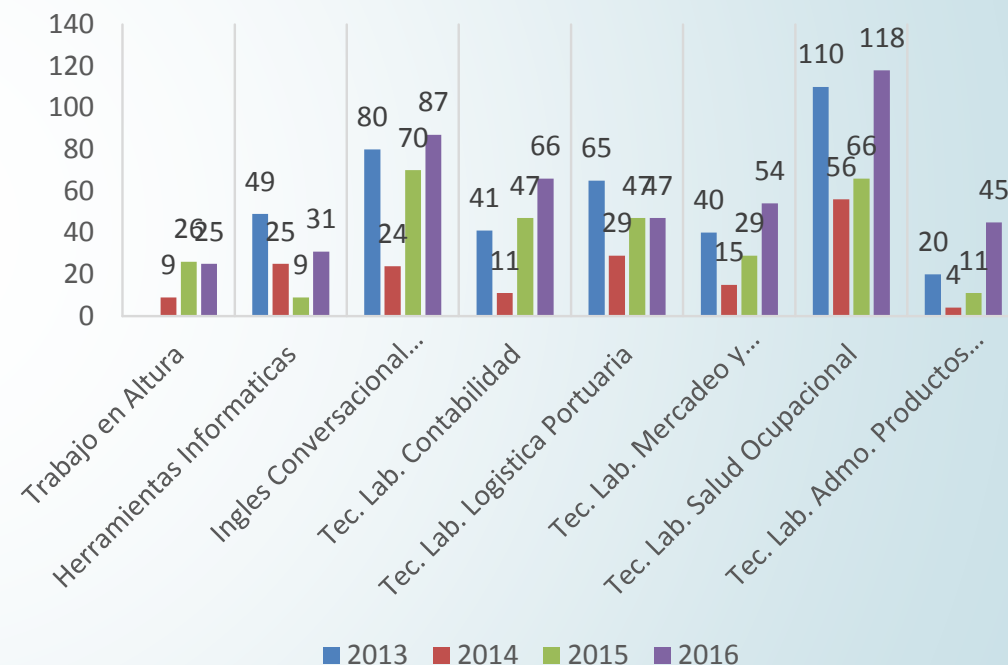
INSTITUTO DE FORMACIÓN PROFESIONAL

2016



Horario de preferencia

TRAZABILIDAD



cajamag
Caja de Compensación Familiar del Magdalena
"Somos parte de tu familia"

VIGILADO SuperSubsidio

INSTITUTO DE FORMACIÓN PROFESIONAL

¿Por qué no le interesa los servicios del Instituto de Formación Profesional?

El curso de ingles nunca completan el grupo

Falta de tiempo

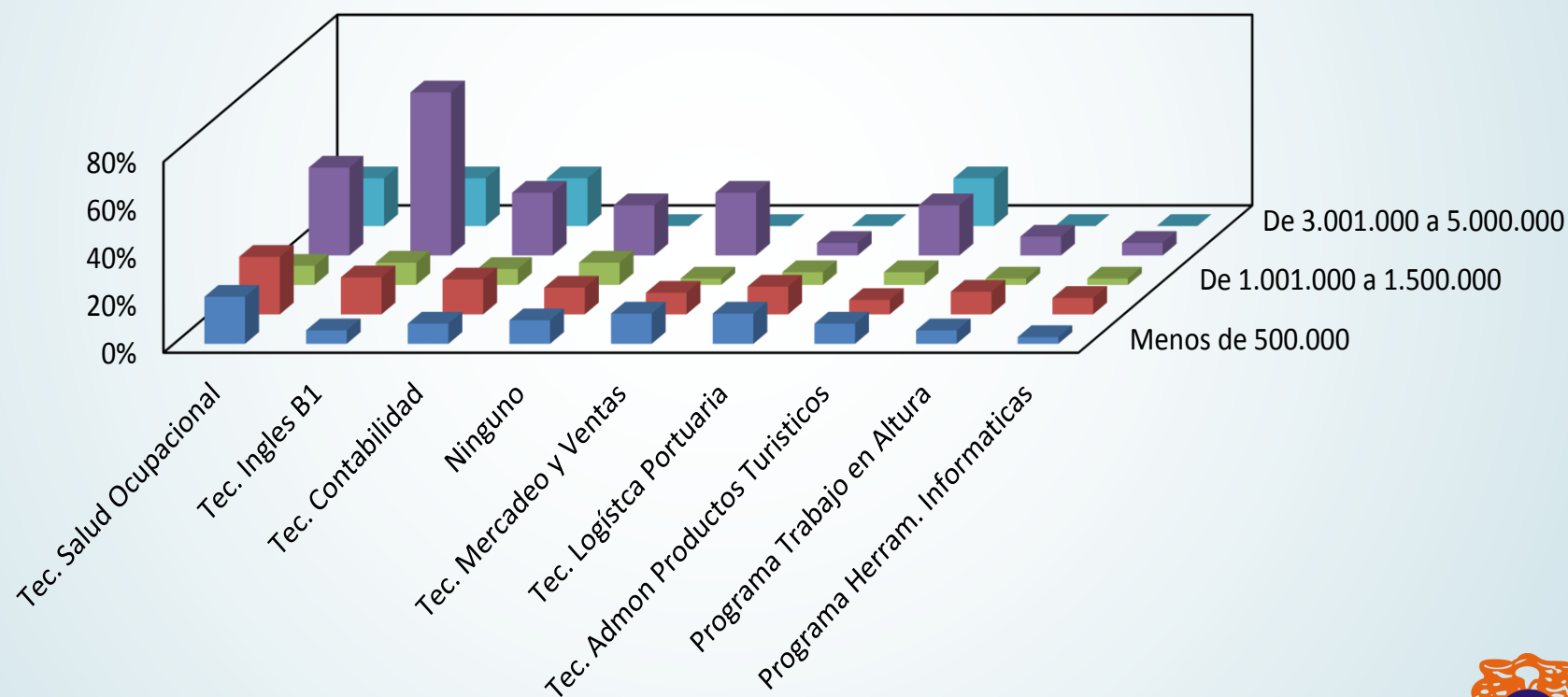
Muy costoso

No tiene conocimiento de este servicio

No recibe información

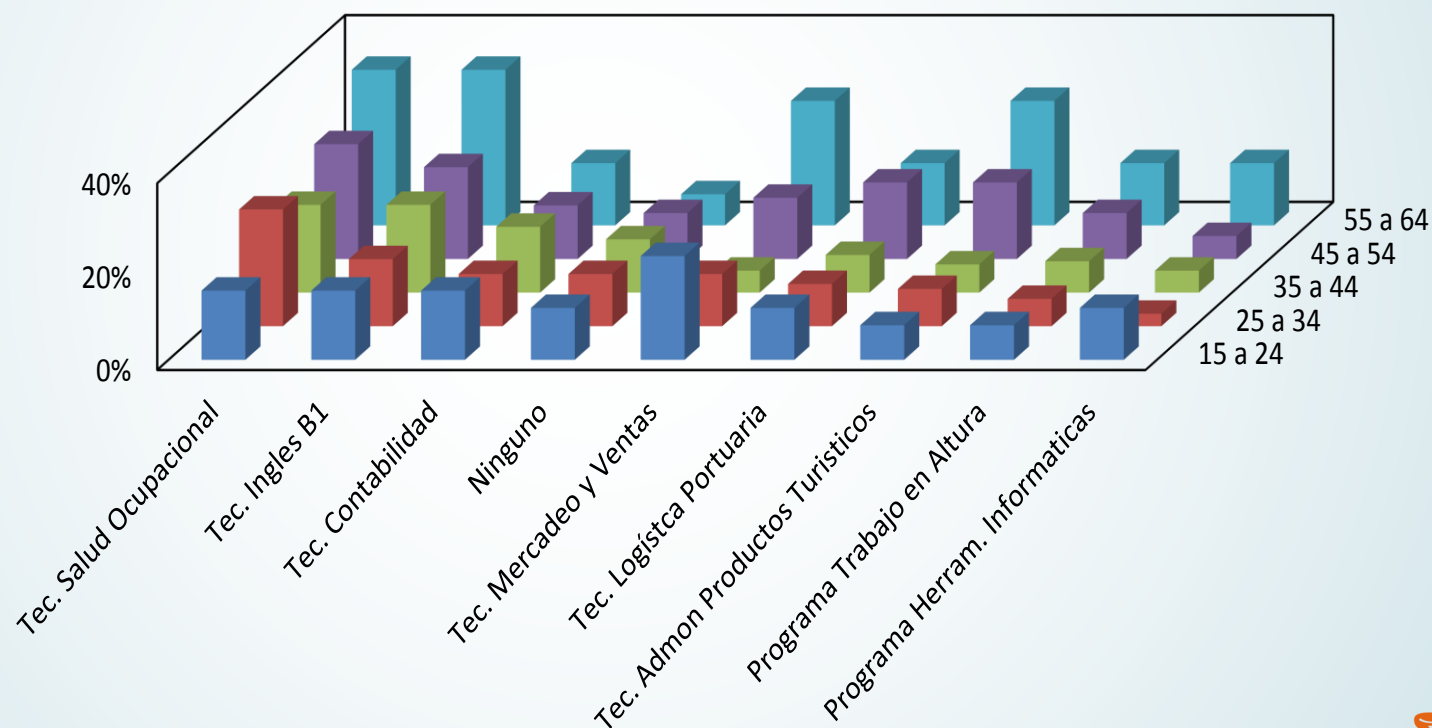
INSTITUTO DE FORMACIÓN PROFESIONAL

Vs Ingreso



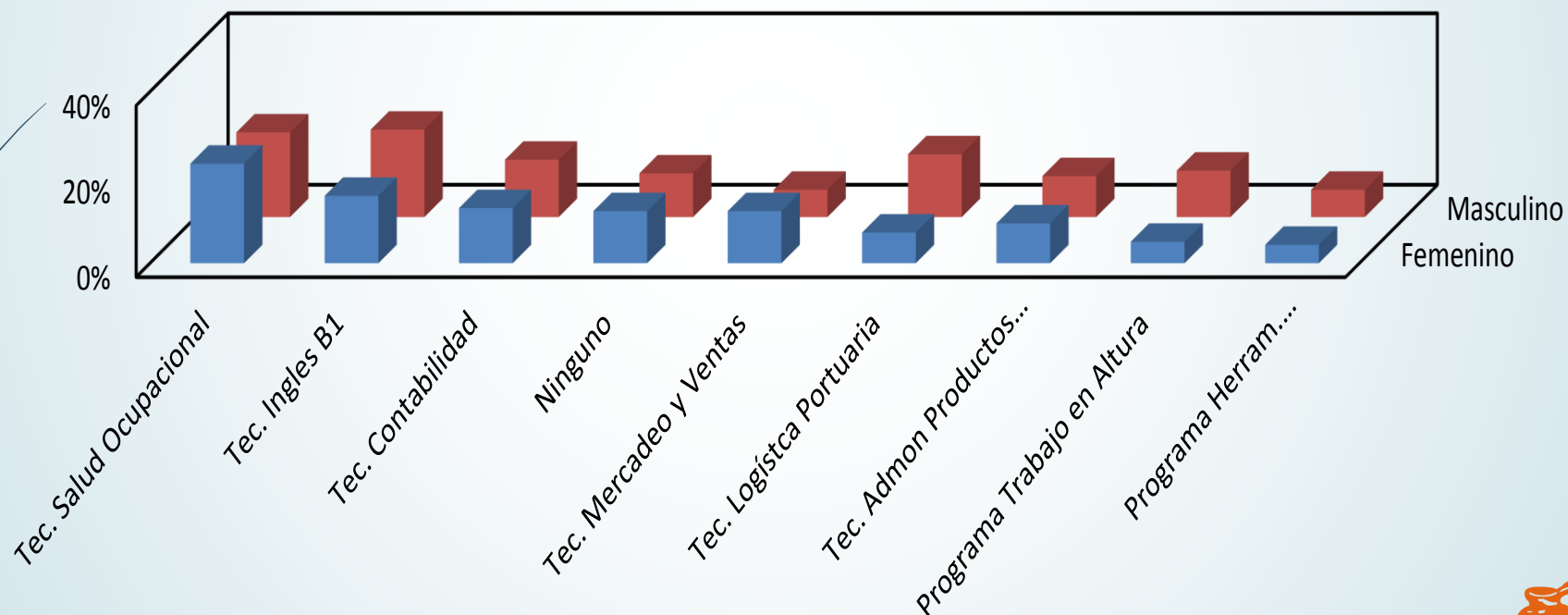
INSTITUTO DE FORMACIÓN PROFESIONAL

Vs Edad



INSTITUTO DE FORMACIÓN PROFESIONAL

Vs Genero



INSTITUTO DE FORMACIÓN PROFESIONAL

¿Qué otro tipo de servicio considera se debe incluir dentro del portafolio del Instituto de Formación Profesional?

Enfermería

Animación 3D

Tecnología en Alimentos

Mantenimiento de Máquina Pesada

Arte gráficos

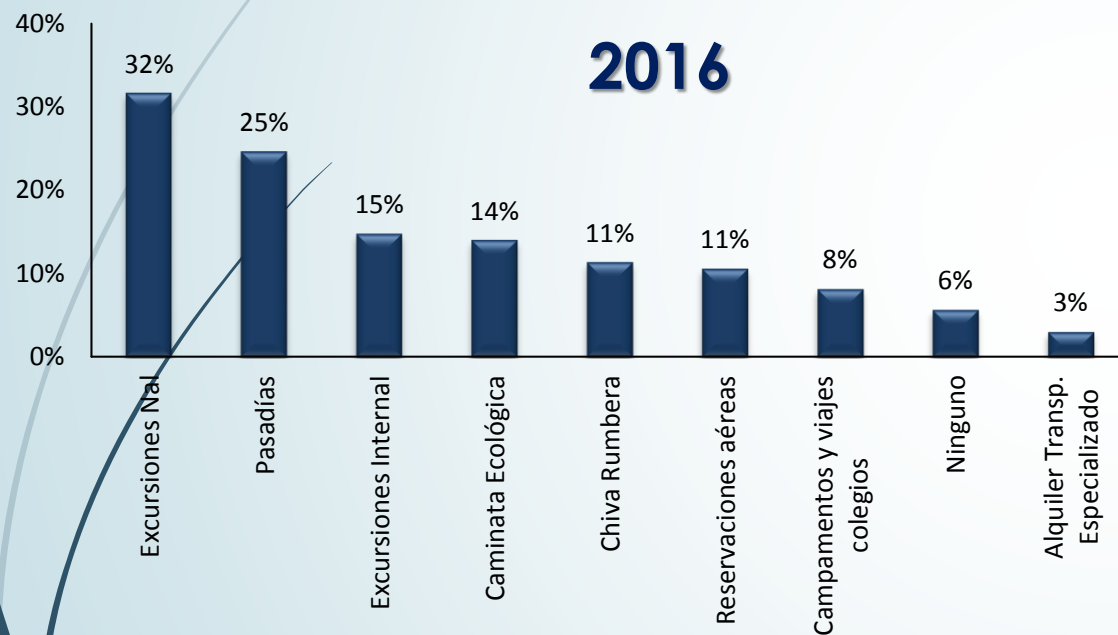
Auxiliar de laboratorio

Lectura rápida

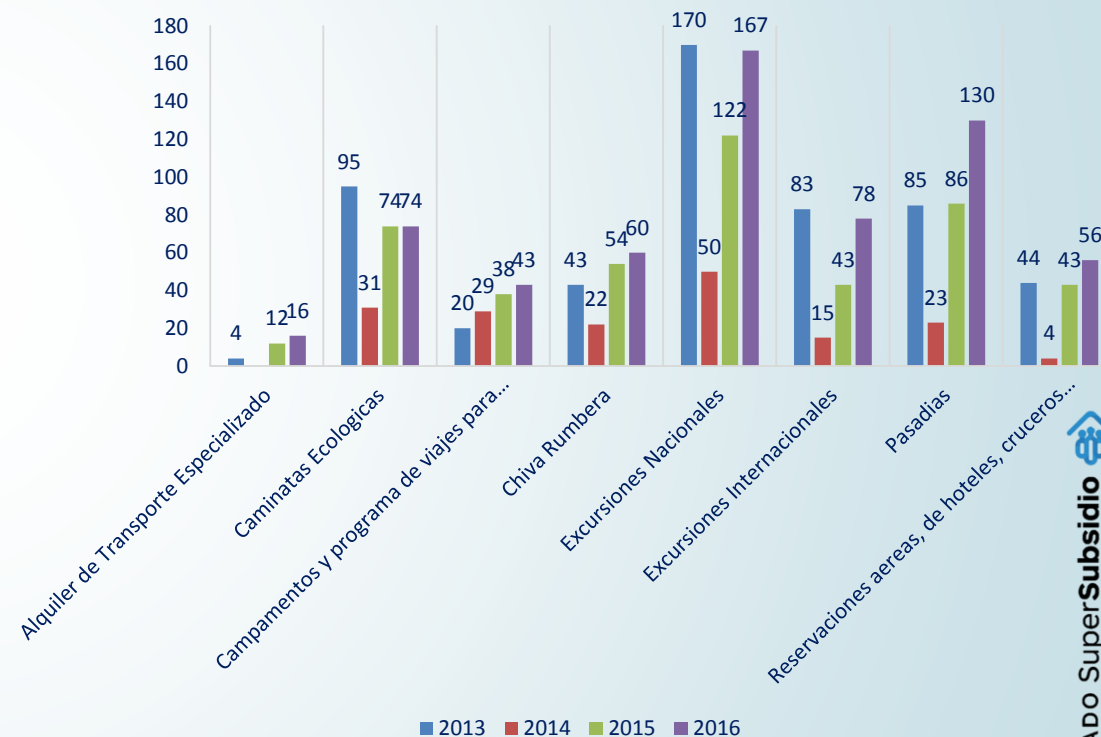
Mecánica

Publicidad

TURISMO SOCIAL



TRAZABILIDAD



cajamag

Caja de Compensación Familiar del Magdalena
"Somos parte de tu familia"

VIGILADO SuperSubsidio

TURISMO SOCIAL

¿Por qué no le interesa los servicios de Turismo Social?

Costos demasiados altos.

Falta de tiempo

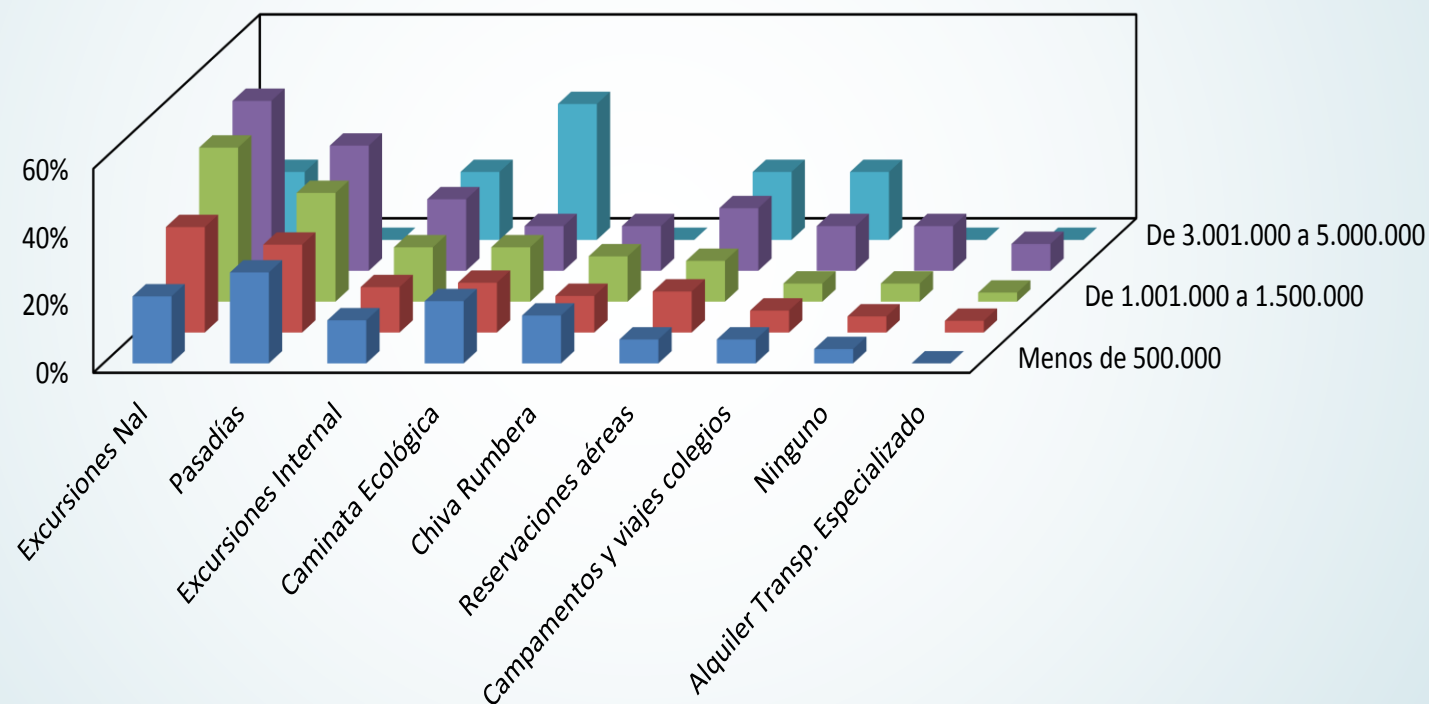
Falta de conocimiento del servicio

No esta interesado

No reciben información del servicio

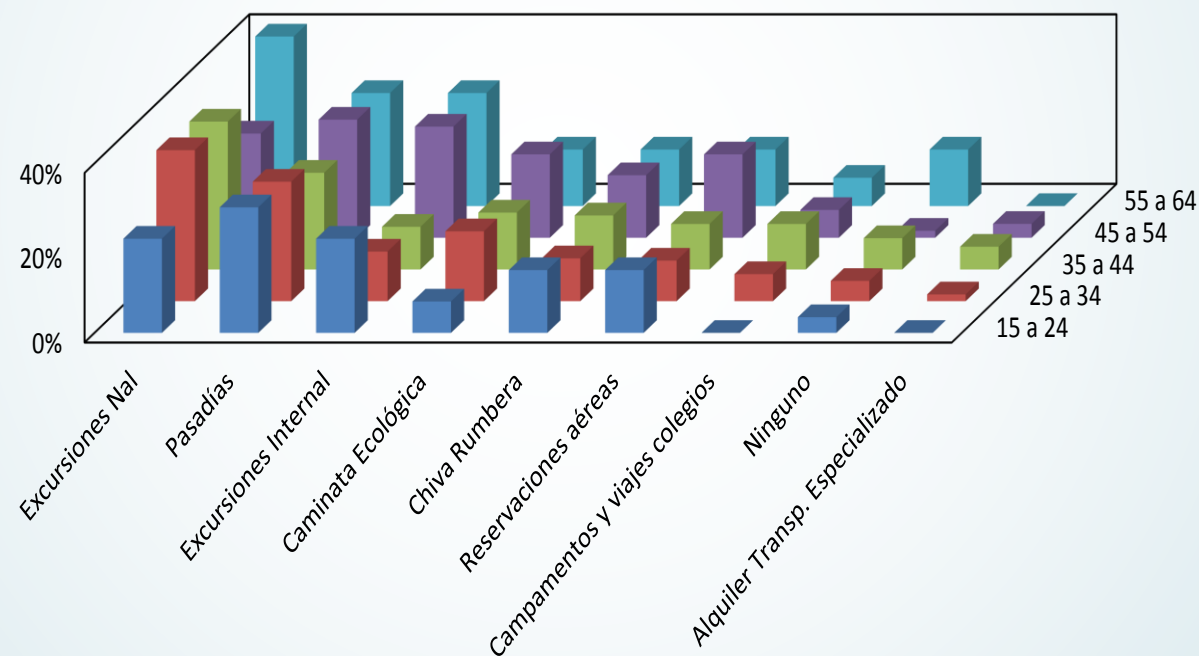
TURISMO SOCIAL

Vs Ingreso



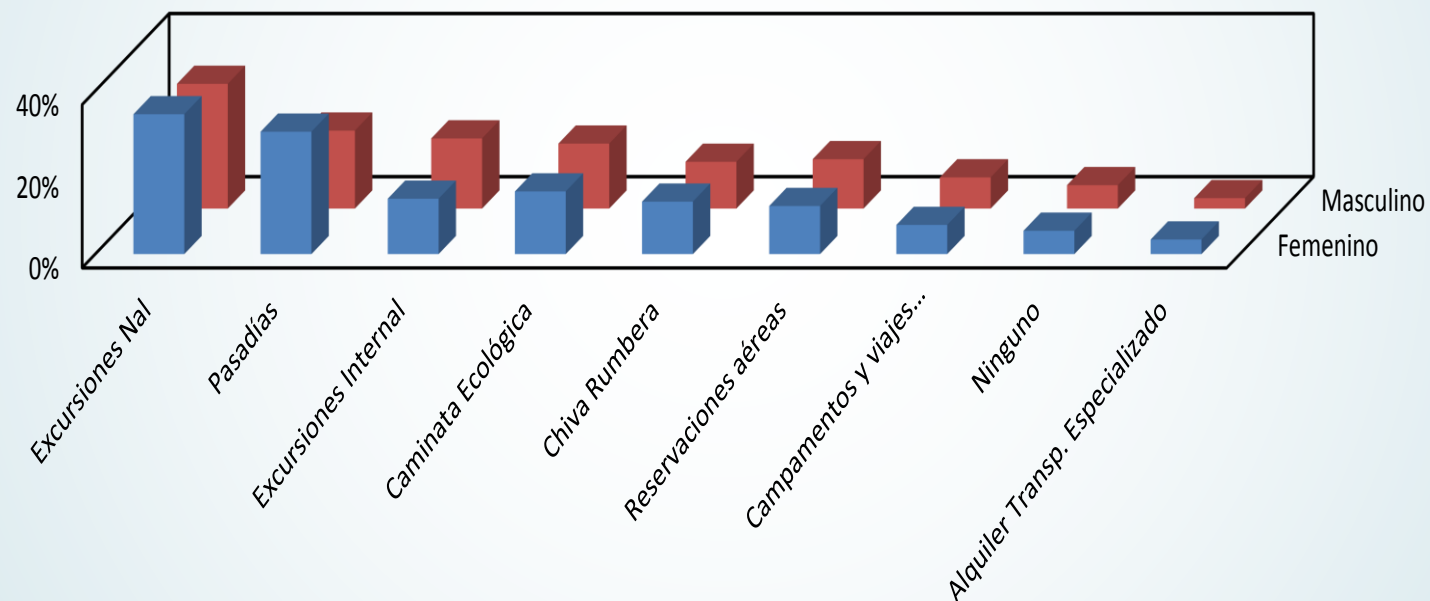
TURISMO SOCIAL

Vs Edad



TURISMO SOCIAL

Vs Genero



TURISMO SOCIAL

¿Qué ruta desearía viajar en los últimos meses?

Nacional

Amazonas

Armenia

Barranquilla

Bogotá

Cabo de la Vela

Caldas

Cali

Eje Cafetero

El Peñol de Guatapé

San Andrés Islas

Armenia

Llanos Orientales

Manizales

Medellín

Caldas

Cali

Parque Tayrona

Pereira

Todos lo parques naturales

Internacional

Aruba

Canadá

Curaco

Disney Word

Dubai

EE.UU

Egipto

Europa

España

Isla Margarita

Perú

Miami

Paris



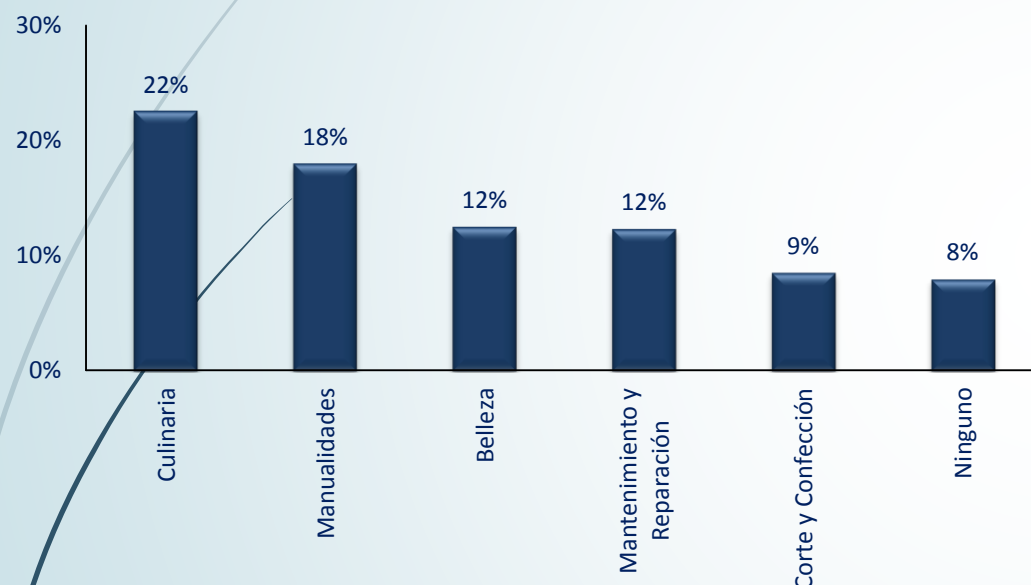
cajamag

Caja de Compensación Familiar del Magdalena

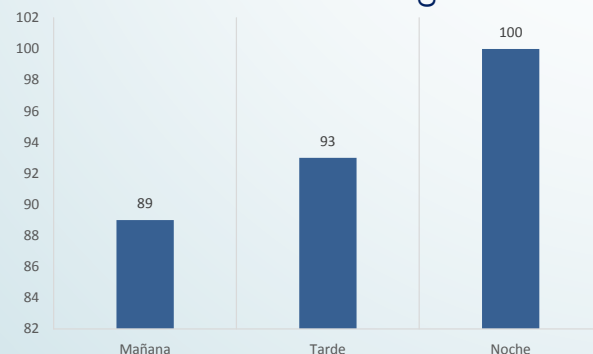
"Somos parte de tu familia"

CENTRO DE CAPACITACION EDUCACION INFORMAL

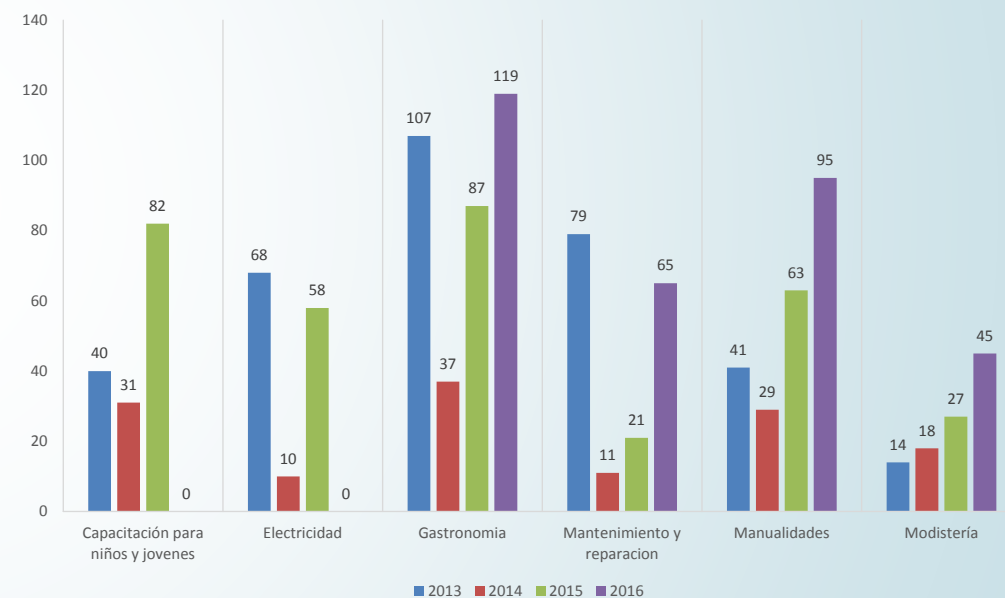
ARTES Y OFICIOS



Horario de preferencia

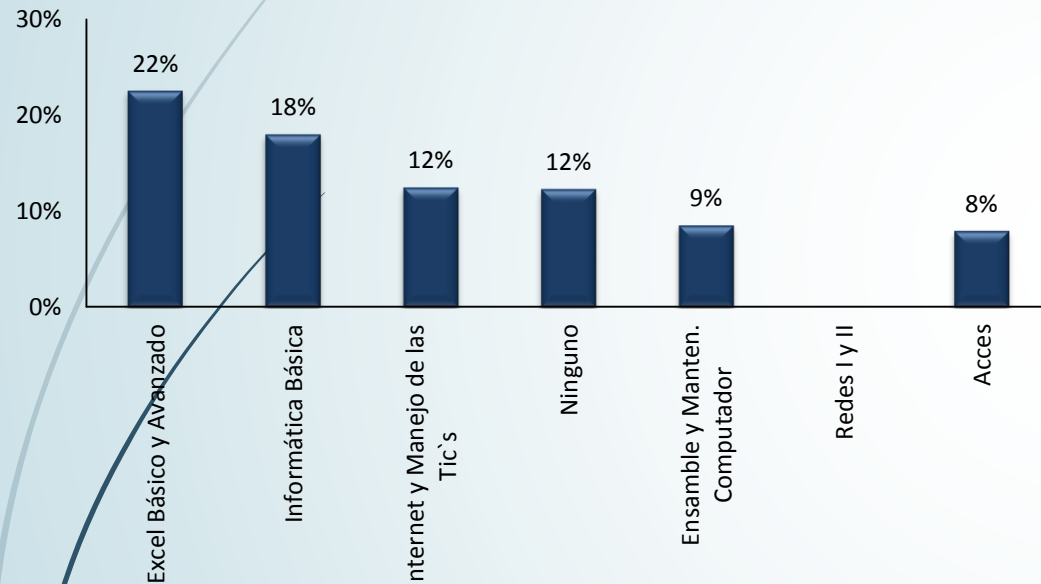


TRAZABILIDAD

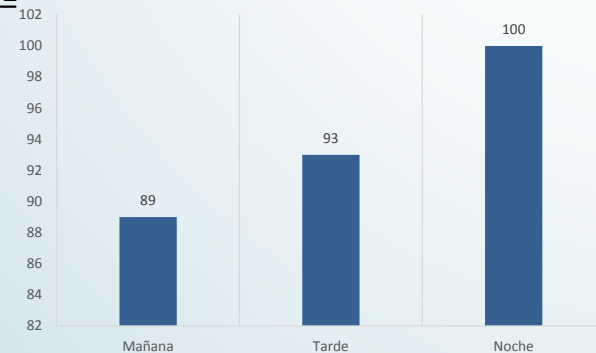


CENTRO DE CAPACITACION EDUCACION INFORMAL

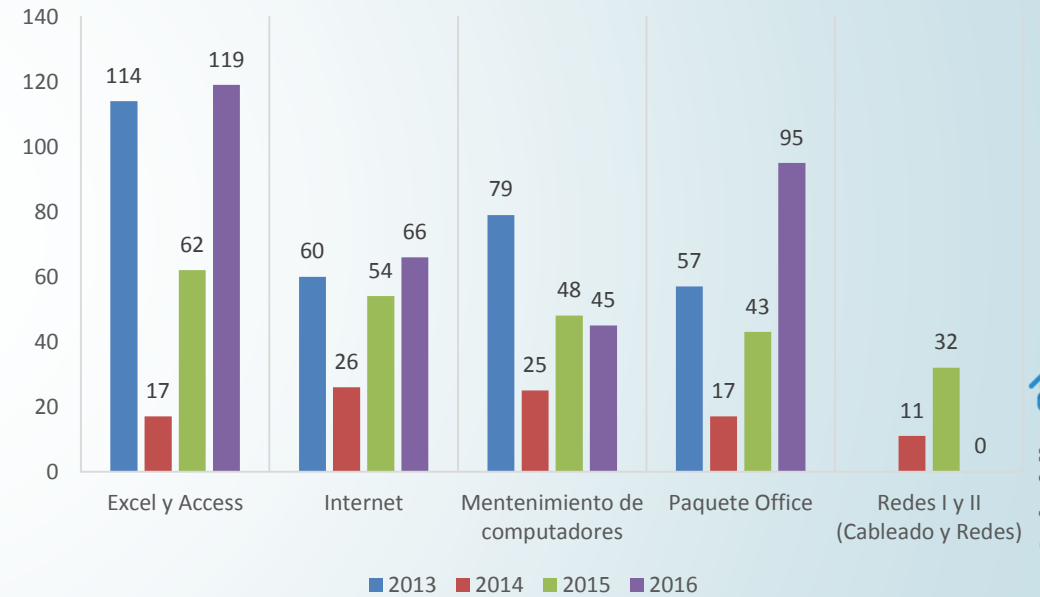
Tecnología de la Información



Horario preferido



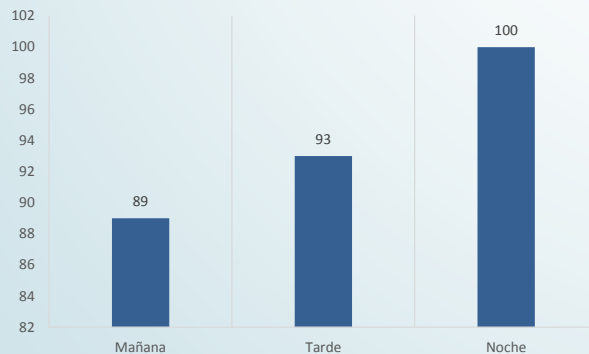
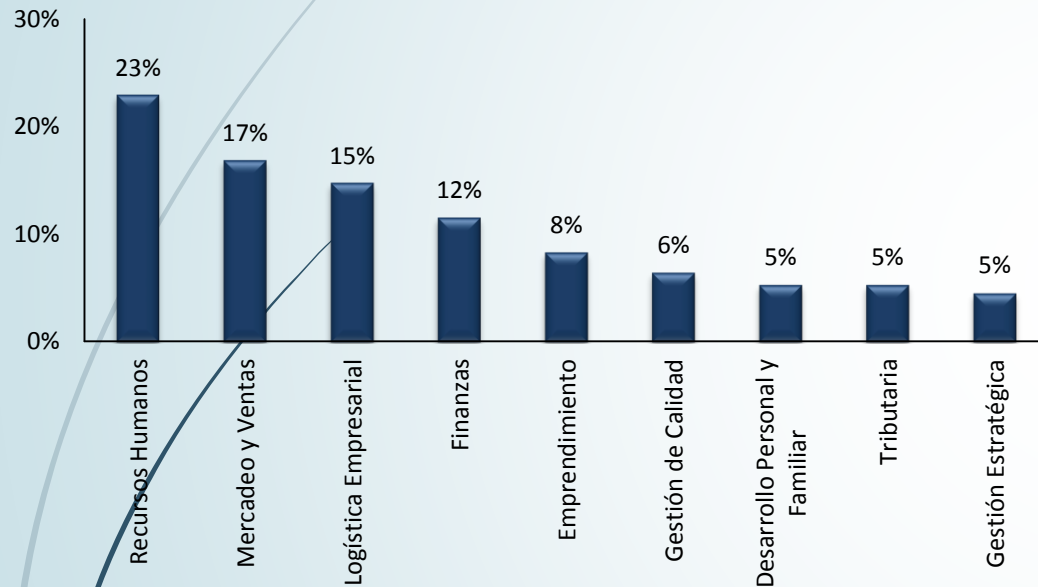
TRAZABILIDAD



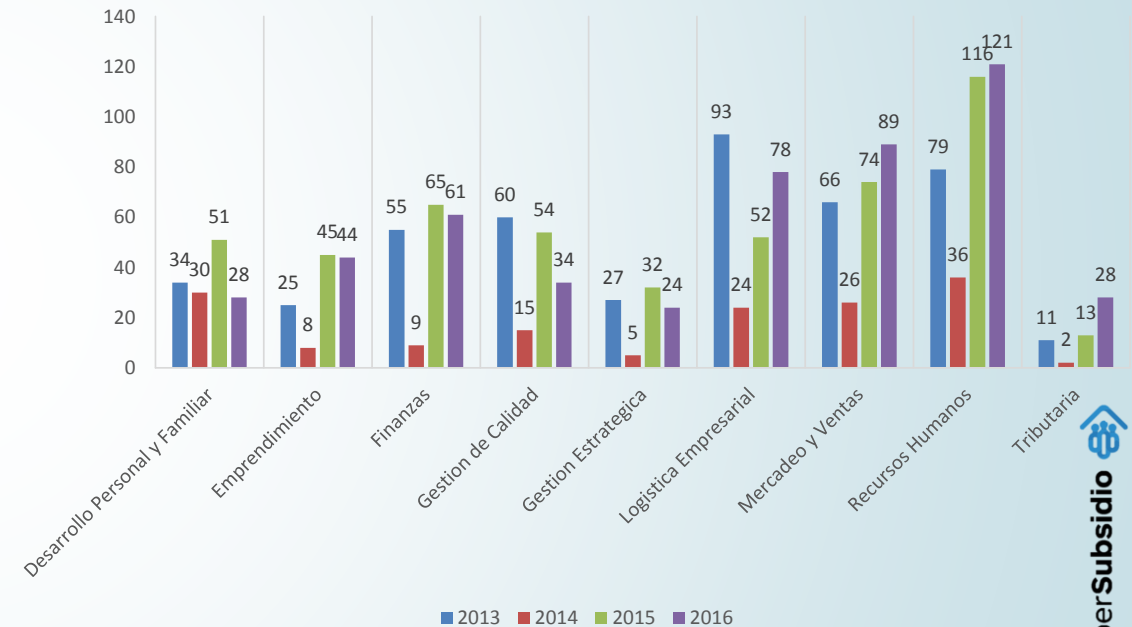
VIGILADO SuperSubsidio

CENTRO DE CAPACITACION EDUCACION INFORMAL

Escuela de Negocios



TRAZABILIDAD



CENTRO DE CAPACITACION EDUCACION INFORMAL

¿Qué otro tipo de servicio considera se debe incluir dentro del portafolio del Centro de Capacitación?

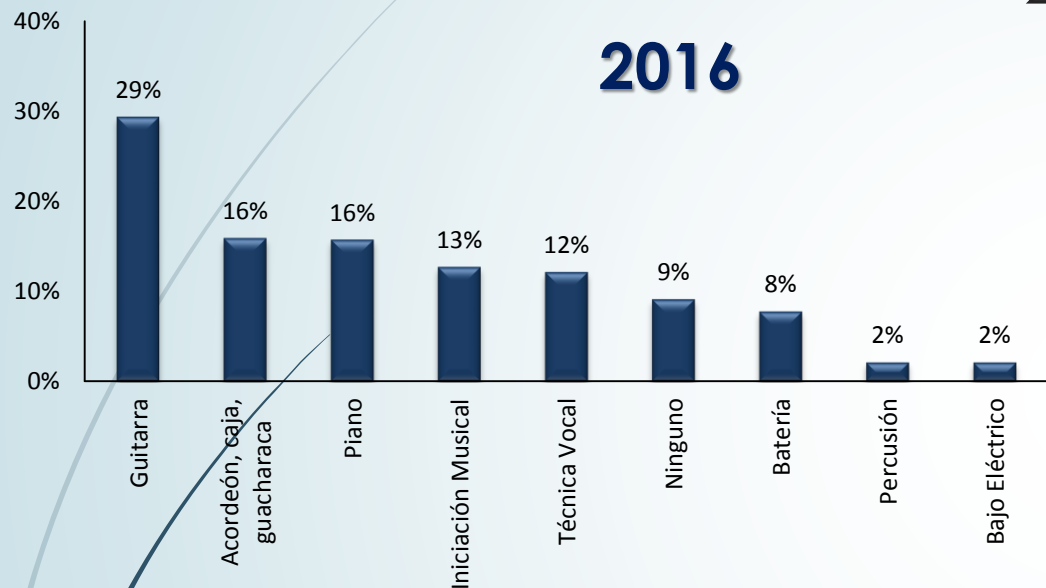
Electrónica

Animación 3D

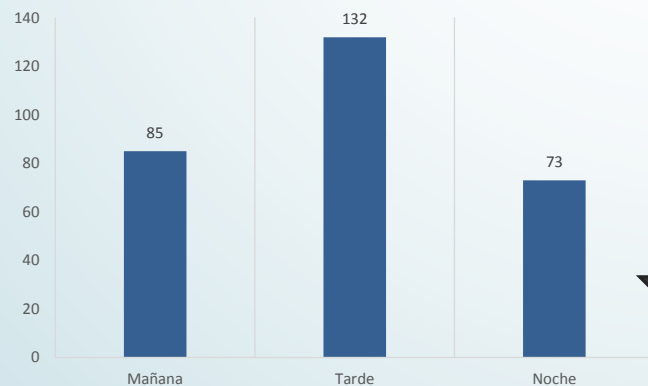
Temas relacionados de la salud

Tecnología en alimentos

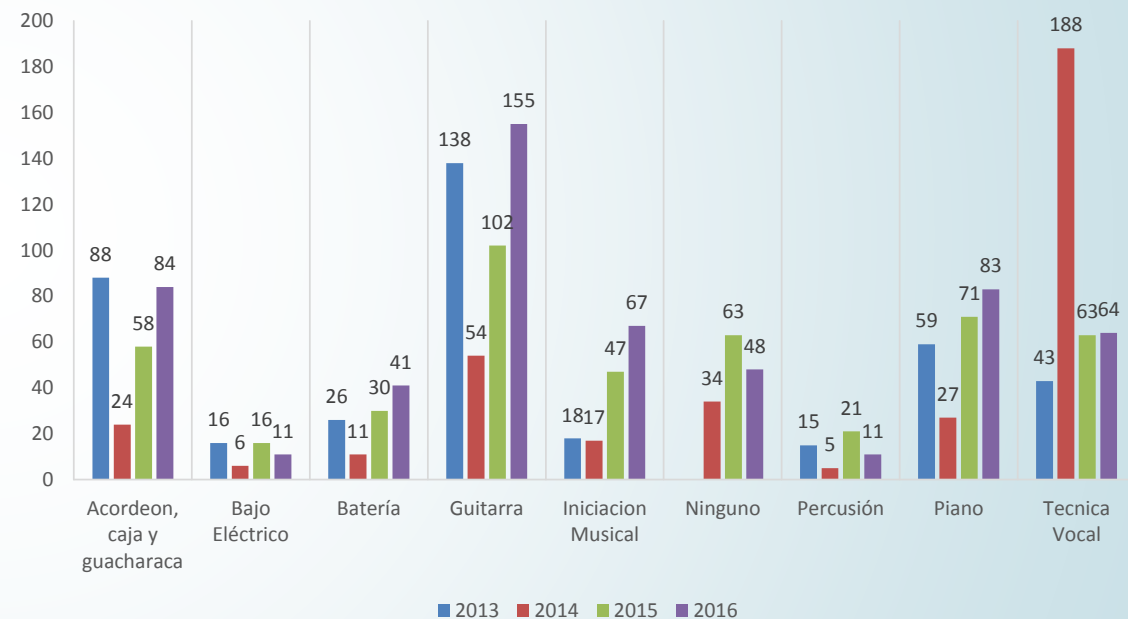
CENTRO DE FORMACIÓN MUSICAL



Horario de preferencia



TRAZABILIDAD



VIGILADO SuperSubsidio



cajamag

Caja de Compensación Familiar del Magdalena
"Somos parte de tu familia"

CENTRO DE FORMACIÓN MUSICAL

¿Por qué no le interesa los servicios del Centro de Formación Musical?

No les gusta, no le llama la atención

No esta interesado

No reciben información de programa

CENTRO DE FORMACIÓN MUSICAL

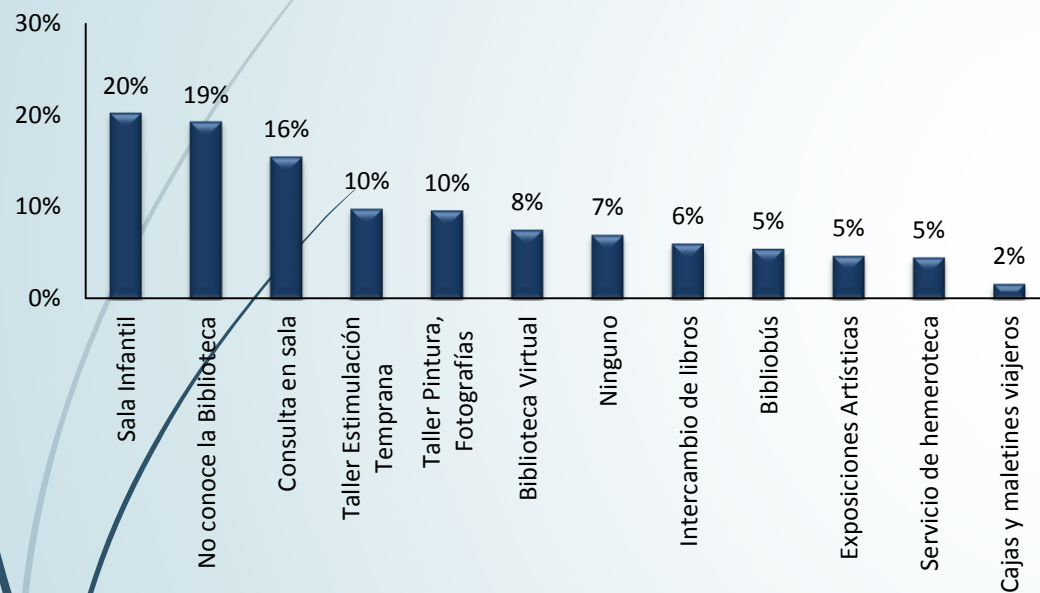
¿Qué otro tipo de servicio considera se debe incluir dentro del portafolio del Centro de Formación Musical?

Música para niños con discapacidad

Órgano

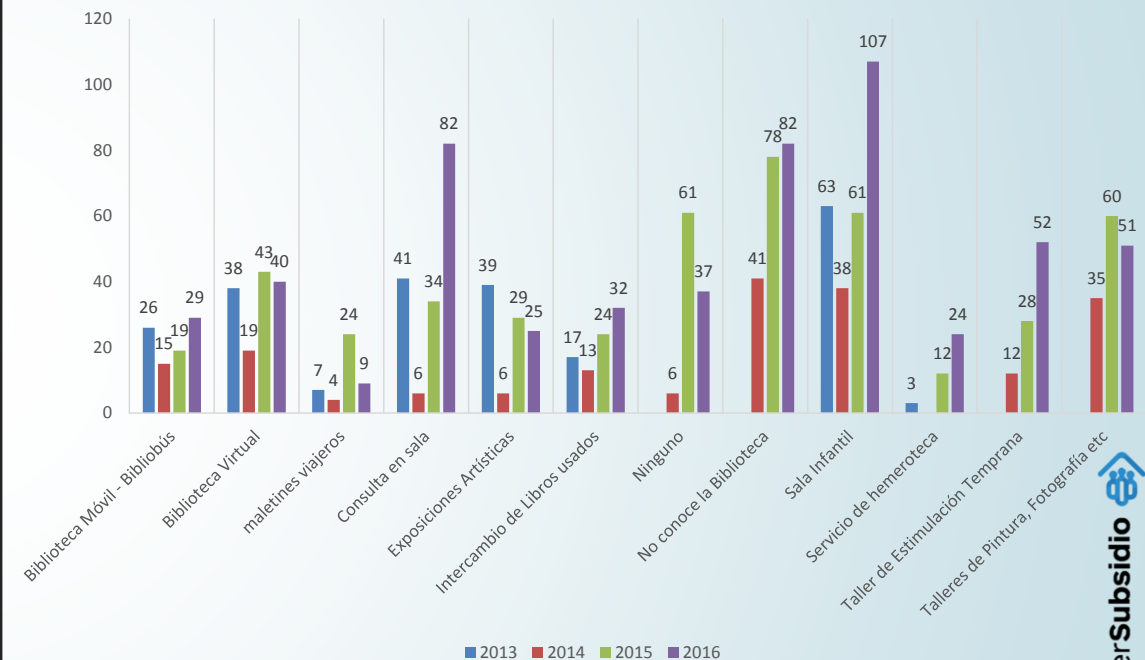
BIBLIOTECA

2016



Horario de preferencia

TRAZABILIDAD



cajamag

Caja de Compensación Familiar del Magdalena
"Somos parte de tu familia"

VIGILADO SuperSubsidio

BIBLIOTECA

¿Por qué no le interesa los servicios de la Biblioteca?

Falta de tiempo

No conocía el servicio de Biblioteca

Falta información de este servicio

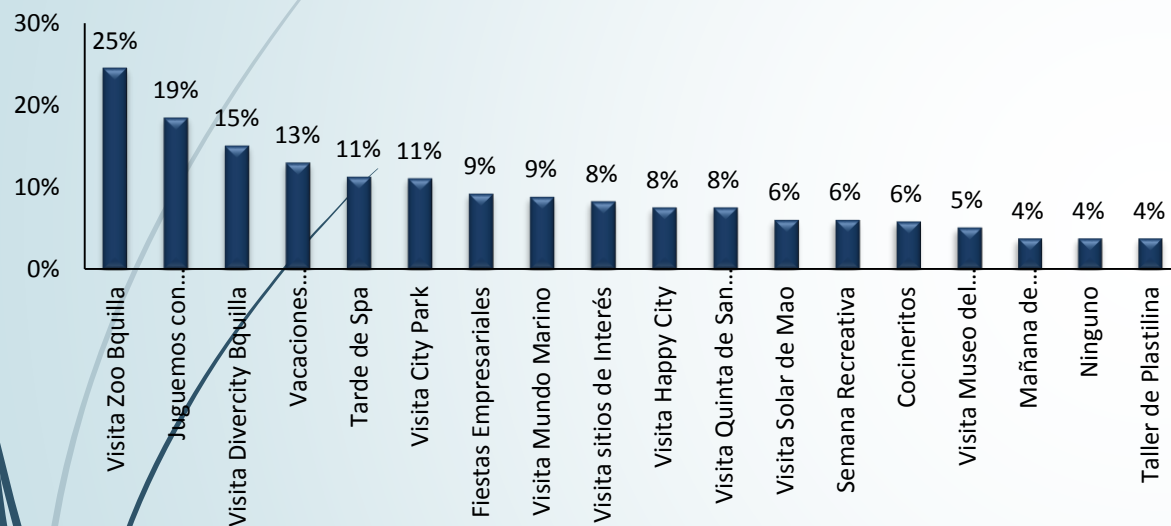
BIBLIOTECA

¿Qué otro tipo de servicio considera se debe incluir dentro del portafolio de la biblioteca?

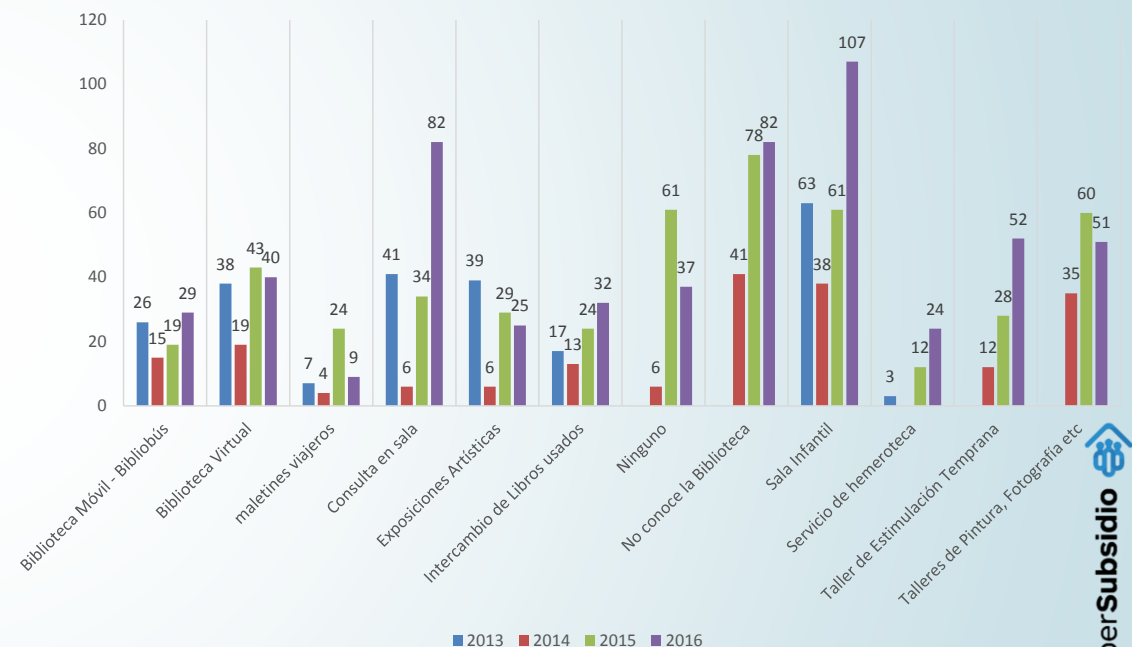
Ciberbiblioteca

RECREACIÓN

2016



TRAZABILIDAD



RECREACIÓN

¿Por qué no le interesa los servicios de Recreación?

Falta de tiempo

No conocía el servicio de recreación

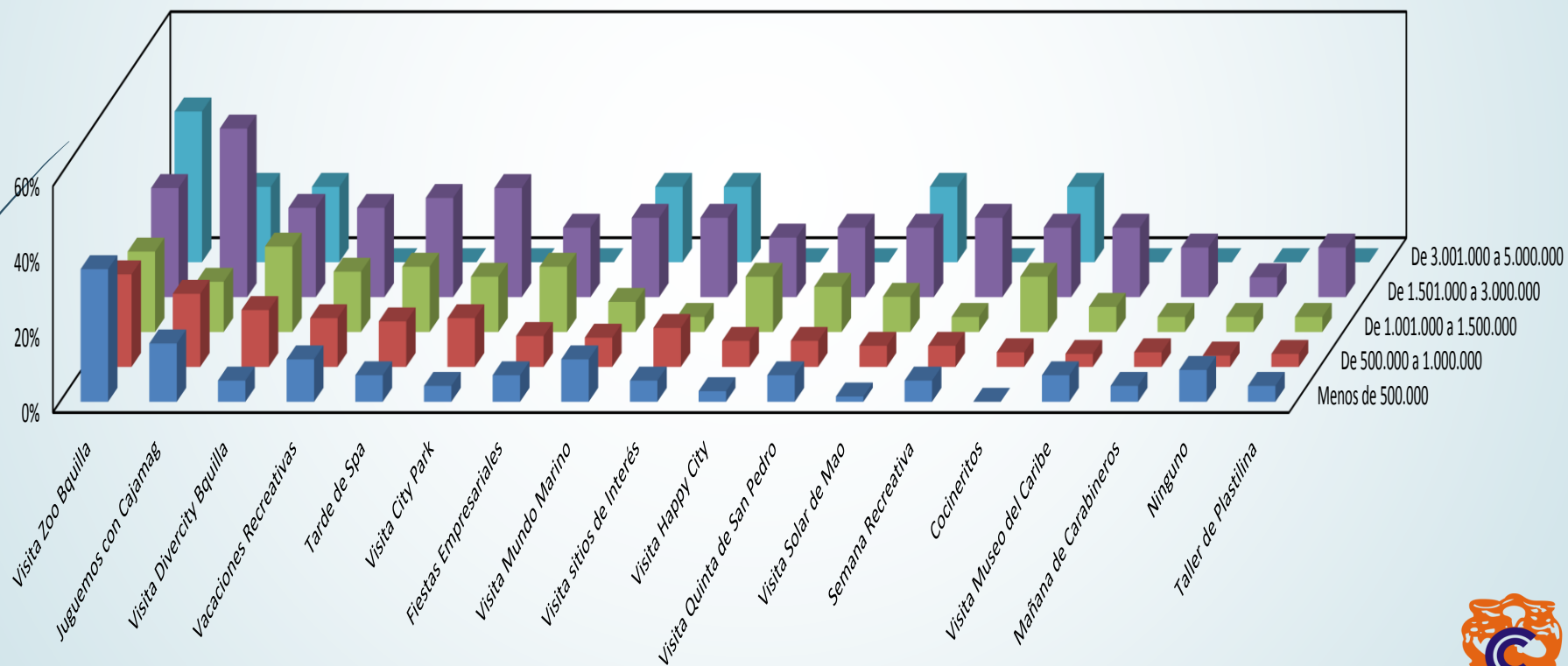
Falta información de este servicio

No he participado en ningún programa

Por el horario en que se programan

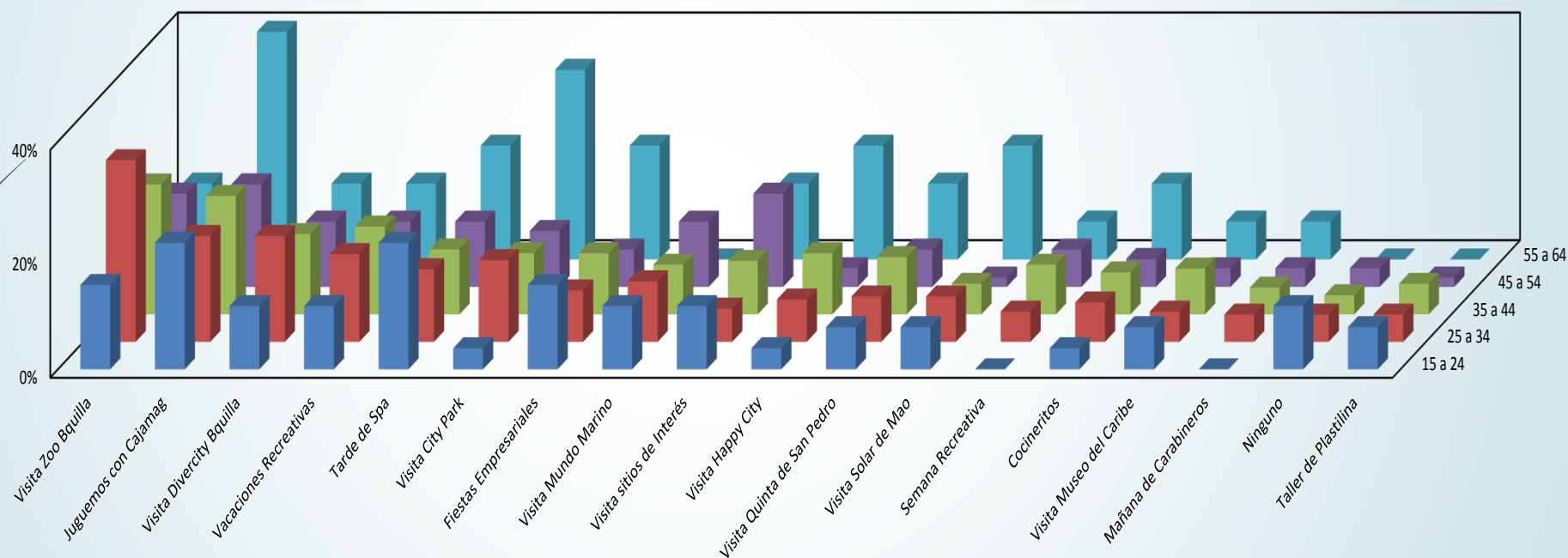
RECREACIÓN

Vs Ingreso



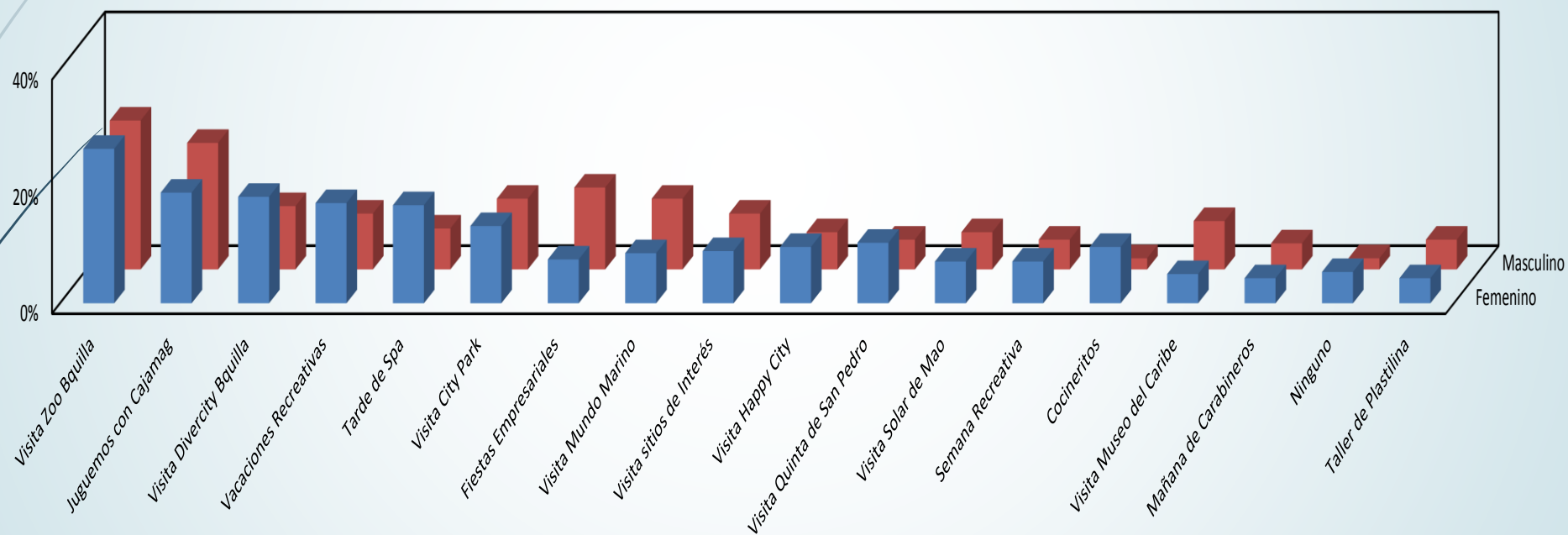
RECREACIÓN

Vs Genero



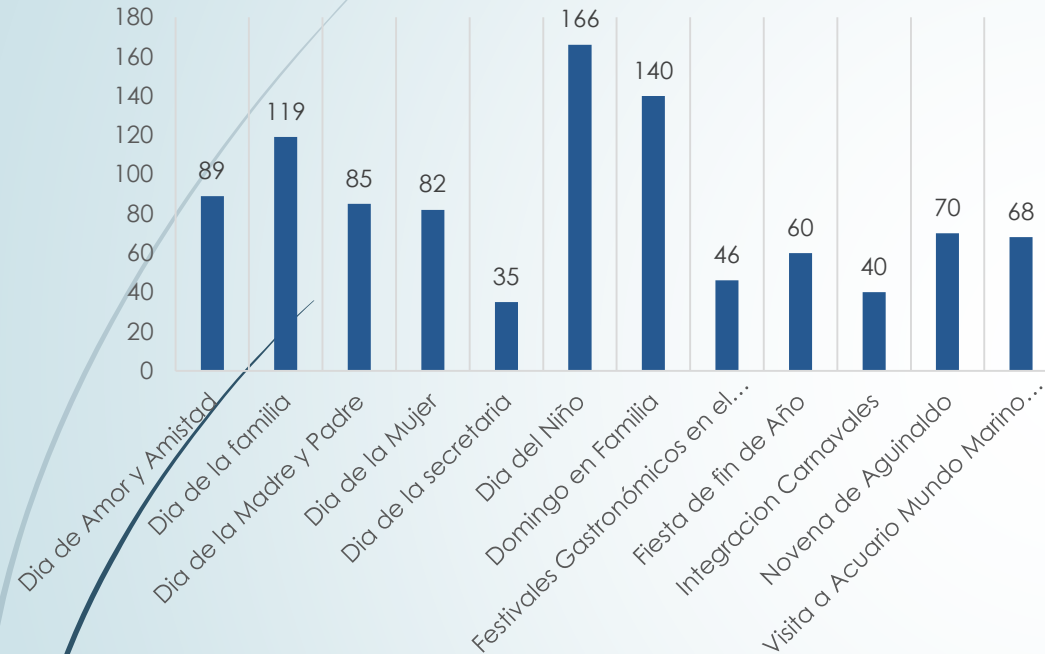
RECREACIÓN

Vs Genero

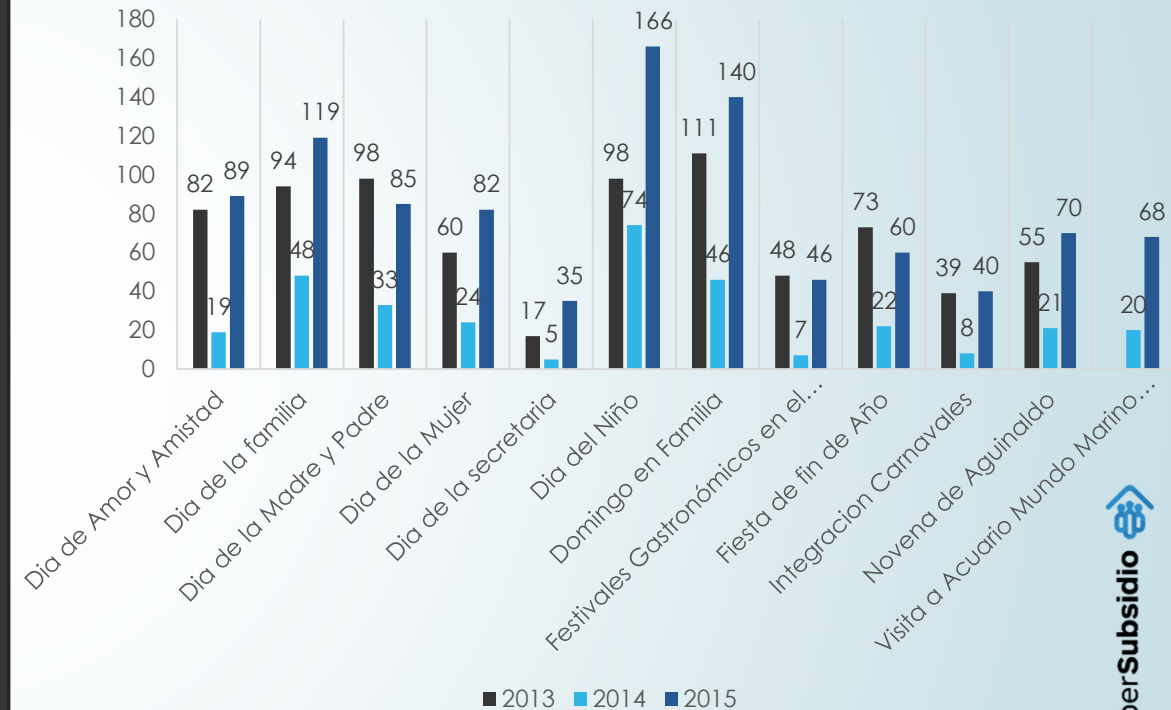


RECREACIÓN

2015 / Actividades



TRAZABILIDAD



■ 2013 ■ 2014 ■ 2015