



MEMORANDO

CÓDIGO: FT-GD-11

VERSIÓN: 01

FECHA: 25 de
Noviembre de 2013

ESTUDIO DE MERCADO SERVICIO DE CREDITO

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	2
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
2. OBJETIVOS	3
2.1 OBJETIVO GENERAL	3
2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS	3
3. ANÁLISIS SITUACIONAL DEL MERCADO	3
3.1 Antecedentes de la empresa	3
3.2 Análisis de la competencia.....	4
4. METODOLOGÍA.....	4
4.1 Enfoque de estudio.....	4
4.2 Enfoque de investigación	4
4.3 Población objeto de estudio.....	5
4.4 Tipo de muestreo.....	5
4.5 Técnicas e instrumento	6
4.6 Herramienta análisis de los datos	6
4.7 Resumen diseño metodológico.....	6
5. ANALISIS DE LOS DATOS	6
5.1 Tamaño muestral alcanzado	6
6. CONCLUSIONES.....	8

INTRODUCCIÓN

Este estudio de mercado se realizó en pro de indagar el comportamiento actual del servicio de crédito en la corporación teniendo en cuenta la colocación efectuada durante la vigencia 2021 y la población interesada que no puede ser atendida por falta de disponibilidad de recursos.

Adicionalmente se analizó el comportamiento de las solicitudes y el estado actual de cada una de las líneas de crédito existentes con el fin de poder determinar en cuál de ellas existe la mayor demanda de servicio y cual tiene un mejor comportamiento en rotación de recursos. Es importante mencionar que este servicio tiene alcance en cobertura para todos los municipios del departamento

La metodología implementada en esta investigación fue cuantitativa de tipo transversal, dado que los datos se recolectaron en un solo momento y único tiempo con un enfoque cuantitativo de método deductivo, bajo un diseño metodológico causa/efecto, utilizando como herramienta investigativa encuestas presenciales, determinando el encuestar 360 treientos sesenta sujetos de estudio; afiliados a la caja de compensación familiar Comfiar residentes en los municipios de Arauca, Tame, Saravena y Arauquita.

Por otra parte, este documento presenta en una primera instancia los objetivos y planteamiento del problema, los cuales dan a conocer la importancia del porqué de este estudio, explicando las razones que lo conllevaron a plantearlo.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La caja de compensación familiar de Arauca Comfiar siempre se ha destacado por brindar servicios de calidad a sus afiliados, sin embargo, durante los dos (2) semestres del año 2021 se observó en el servicio de créditos una deficiencia en la colocación de créditos frente a la demanda existente, lo anterior partiendo de la inactividad en la alianza de patrimonio autónomo existente, la cual se encontraba en inejecución y que afecto directamente la oferta de recursos para la cobertura de los afiliados interesados en este servicio. atención integral a la primera infancia y con contabilidad y finanzas, determinando estas técnicas de acuerdo a lo vivenciado en cada municipio.

al siguiente interrogante: **¿Cuál es la factibilidad de una ampliación del fondo de crédito actual existente en la Caja de compensación familiar de Arauca Comfiar?**, la respuesta es positiva, ya que este es quizás un servicio con una demanda alta y un riesgo bajo pese a ser un negocio financiero, ya que el comportamiento de pago de cada uno de los usuarios ha sido eficaz y apropiado de acuerdo a la obligación adquirida.

Por último, se debe determinar cuál de las líneas existentes tiene mayor demanda y cual es más rentable en el tiempo permitiendo lograr una mayor cobertura y un mayor aporte en la vida del trabajador permitiendo aportar para el cubrimiento de necesidades inmediatas.

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL

Conocer la factibilidad de incrementar el fondo de crédito existente a la Caja de compensación familiar de Arauca.

2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- A través de la ampliación del fondo de crédito la sección de créditos de Comfiar, busca aumentar la posibilidad de adquisición de los trabajadores que accedan a las diferentes líneas de crédito que oferta esta sección, aportando de manera significativa en su bienestar y el de sus familias.
- Con el fin de siempre dar cumplimiento a lo anterior, año a año se generan estrategias que permiten que más afiliados puedan acceder a las diferentes líneas de crédito
- Comprobar la intención de uso de este servicio en el segmento encuestado.
- Confirmar si el segmento encuestado considera cual línea de crédito debe fortalecerse con recursos.

3. ANÁLISIS SITUACIONAL DEL MERCADO

3.1 Antecedentes de la empresa

La caja de compensación familiar de Arauca Comfiar, pensando en brindarle nuevos y mejores servicios a sus afiliados y población en general, crea desde el año 2001 el fondo de crédito el cual fue ejecutado para ampliar y fortalecer el portafolio de servicios de la Caja, este fondo de crédito se ha venido fortaleciendo mediante inversiones de recursos que ha permitido llegar a mas hogares afiliados y aportar en el fortalecimiento de sus planes, metas y satisfacción de necesidades.

Con el fin de siempre dar cumplimiento a lo anterior, año a año se generan estrategias que permiten que más afiliados puedan acceder a las diferentes líneas de crédito que oferta esta sección, siendo una labor que requiere de una inversión

económica y sobretodo de una unión de fuerzas, habilidades y capacidades humanas.

Es así como podemos evidenciar que en los últimos 4 años hemos otorgado un aproximado de 788 créditos por un valor de \$5.280.594.084, cifras que como corporación nos motivan para seguir trabajando en mejorar la calidad de vida de nuestros trabajadores, impactando en su proyecto de vida cumpliendo sueños y metas.

3.2 Análisis de la competencia

En el departamento de Arauca la oferta de entidades que ofrecen créditos es amplia, sin embargo, el beneficio de los intereses bajos ofertados por la corporación nos coloca en el primer puesto de intención de un afiliado a la hora de tramitar un crédito social.

Una de las amenazas existentes para el servicio, especialmente en los municipios no capital es la modalidad de descuento por libranza, la cual se vuelve para algunos empleadores en un trámite dispendioso que debilita la efectividad en la colocación, pero que igualmente fortalece la fidelización de clientes y disminuye el riesgo existente.

Algunas de las entidades de crédito existente son:

- ✓ BANCO CAJA SOCIAL
- ✓ BANCOLOMBIA
- ✓ BANCO POPULAR
- ✓ BANCO BBVA
- ✓ BANCO BOGOTA
- ✓ COOPERTIVA DE CREDITO ASEDAR
- ✓ BANCO DAVIVIENDA
- ✓ IDEAR

4. METODOLOGÍA

4.1 Enfoque de estudio

Se implementó un enfoque de estudio transversal entendiendo por este que los datos solo se recolectaron en un solo momento y en un único tiempo, esto con el propósito de describir y analizar lo obtenido durante la investigación.

4.2 Enfoque de investigación

Respecto al enfoque, se utilizó el enfoque de investigación cuantitativo de método deductivo dado que ayudó a probar hipótesis establecidas previamente, confiando

así en la exactitud numérica, el conteo y la estadística para establecer patrones en el mercado objetivo; por lo tanto, se realizó una medición exhaustiva y controlada, intentando buscar la certeza de los datos obtenidos.

4.3 Población objeto de estudio

La población objeto de estudio se basó en afiliados a la Caja de Compensación Familiar Arauca Comfiar, de género masculino y femenino, residentes en los municipios de Arauca, clasificados en dos grupos de edad: primero: 18 – 29 años, segundo: 30 –49 años.

4.4 Tipo de muestreo

El tipo de muestreo implementado es probabilístico y aleatorio simple bajo un cálculo de muestra infinita, entendiendo que mediante:

- Muestreo probabilístico: se seleccionan las unidades muestrales a través de un proceso de azar, aleatorio. Cada elemento de la población tiene la misma probabilidad de ser elegido, se puede conocer el error y la confianza de las estimaciones y los resultados se pueden generalizar. (Esteban & Fernández, 2009)
- Aleatorio simple: se basa en la libre actuación del azar. Es el procedimiento de muestreo elemental porque como procedimiento de selección es intuitivo y sus fórmulas son sencillas. Es referencia para evaluar la eficiencia de diseños que seleccionan los elementos según una lógica que busca ordenar el azar. (Vivanco, 2005)
- Cálculo muestra infinita:
z=% de fiabilidad deseado para la media muestral
e= error máximo permitido para la medida muestral
 δ = varianza de la población
n= tamaño de la población
p= % de veces que se supone que ocurre un fenómeno
q= es la no ocurrencia del fenómeno (1-p)

En donde con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%, se concluyó que el tamaño de la muestra sería de 360 hombres y mujeres mayores de 18 años. Para lo cual se diseñó un diagrama que representa de forma gráfica la segmentación utilizada para la investigación:

4.5 Técnicas e instrumento

Para la realización del presente estudio de mercado se recurrió a técnicas e instrumentos de carácter primario, mediante encuesta personal, desarrollando cuatro (4) preguntas cerradas de selección múltiple, cerrada con única respuesta, y cerradas con pregunta abierta, relacionadas con un único objetivo el cual será conocer qué conocimiento existe en el servicio de crédito y la intensidad de uso del mismo.

El tiempo promedio de aplicación de las encuestas fue de cinco (5) días, a través de los asesores comerciales de la caja de compensación en los diferentes escenarios de visita empresarial y actividades propias del día a día de la corporación lo cual permitió cumplir a cabalidad con el tamaño maestral determinado.

4.6 Herramienta análisis de los datos

El análisis de los datos se realizó a través de Microsoft Excel, ejecutando en primer lugar la transcripción de las respuestas seleccionadas por los encuestados en cada una de las cuatro (4) preguntas, en segundo lugar, se realiza agrupación y conteo de resultados de acuerdo a las preguntas y respuestas seleccionadas por los encuestados, en tercer lugar, se realiza respectivas graficas de las preguntas y, por último, se realiza respectivo análisis de los datos obtenidos.

4.7 Resumen diseño metodológico

Diseño Metodológico	
Diseño de investigación:	Enfoque de investigación cuantitativo de tipo trasversal.
Técnica de recolección de datos:	Encuesta Personal.
Tipo de muestreo:	Probabilístico: afiliados, beneficiarios y no afiliados escogidos al azar.
Unidad de muestreo:	Afiliados (as), beneficiarios (as) activos (as) a Comfiar mayor de 18 años.
Tamaño de la muestra:	360: Arauca.
Alcance:	Municipio: Arauca, Tame, Arauquita y Saravena.
Tiempo:	Cinco (5) días: 17, 20, 21, 22 y 23 de enero del 2022.
Tamaño muestra alcanzada:	360

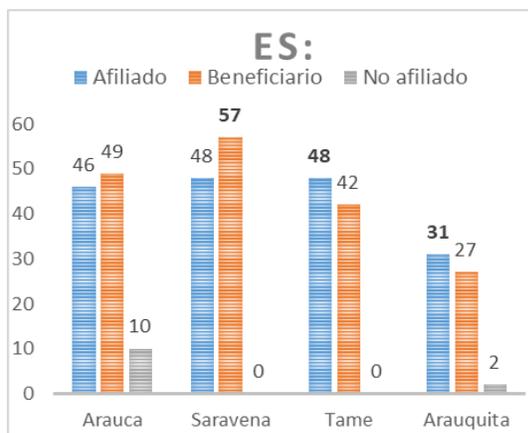
Tabla 1: Resumen metodología implementada

5. ANALISIS DE LOS DATOS

5.1 Tamaño muestral alcanzado

A continuación, se presenta la participación de los encuestados de acuerdo al rango de edad al que pertenecen, evidenciando que:

- Se obtuvo una participación de ciento cuarenta y nueve (149) en edades de dieciocho a veintinueve (18 – 29), ciento sesenta y uno (161) en edades de treinta a treinta y nueve (30 – 39), cuarenta y cinco (45) en edades de cuarenta a cuarenta y nueve (40 – 49) y cinco (5) en edades de cincuenta a cincuenta y siete (50 – 57).
- La población en edad de treinta a treinta y nueve (30 – 39) años y de dieciocho a veintinueve (18 – 29) años, presentaron alta participación en los cuatro (4) municipios.
- La población en edad cuarenta a cuarenta y nueve (40 – 49) y cincuenta a cincuenta y siete (50 – 57) presentaron una muy baja participación en los cuatro municipios, evidenciando aún mas ello en la población en edad de cincuenta a cincuenta y siete (50 – 57).



Grafica 1 Tipo afiliación a la que pertenece. Fuente: elaboración propia, respuesta población encuestada.

	n: 360								N° Encuestados
	Arauca	%	Saravena	%	Tame	%	Arauquita	%	
Afiliado	46	43%	48	46%	48	53%	31	52%	173
Beneficiario	49	47%	57	54%	42	47%	27	45%	175
No afiliado	10	10%	0	0%	0	0%	2	3%	12
Total	105	100%	105	100%	90	100%	60	100%	360

Tabla 2 Tipo de afiliación a la que pertenece. Fuente: elaboración propia, respuesta población encuestada.

Respecto al tipo de afiliación a la que pertenecen, se obtuvo una participación de ciento setenta y tres (173) afiliados, ciento setenta y cinco (175) beneficiarios y doce (12) no afiliados, obteniendo así las trecientas sesenta (360) encuestas, observando:

- Afiliados y beneficiarios estuvieron casi que a la par, evidenciando que la población beneficiarios tomo la delantera con una participación de dos (2) personas, determinando el ser el segmento que mayor participo durante la investigación.
- En el municipio de Tame y Arauquita, más del 50% del tamaño muestral indicó ser afiliado, es decir en Tame de noventa (90) encuestados, cuarenta y ocho (48) es decir, el 53% indico ser afiliado y en Arauquita de sesenta (60) encuestados, treinta y uno (31) es decir el 52% indicó ser afiliado.

- En relación a los municipios con mayor participación de beneficiarios de acuerdo al tamaño muestral encuestado, el municipio de Saravena fue el único que obtuvo más del 50% de participación de población beneficiaria, dado que de ciento cinco (105) encuestados, cincuenta y siete (57) indicaron ser afiliados, lo que quiere decir que el 54% de la población que participo de la investigación en el municipio pertenece a ese tipo de afiliación.
- Solo el departamento de Arauquita y Arauca realizaron encuestas a población no afiliada, cumpliendo únicamente con lo proyectado a encuestar de esta población el municipio Arauca.

6. CONCLUSIONES

Realizado respectivo análisis de los datos obtenidos respecto a la investigación, se presenta a modo de resumen los resultados que brindaron dar respuesta a los cuatro (4) objetivos del presente estudio:

1. En respuesta al primer objetivo, el cual era Conocer la factibilidad de incrementar el fondo de crédito existente a la Caja de compensación familiar de Arauca, los resultados indican que no se ha obtenido el impacto esperado sobre la población encuestada, dado que más del 80% del tamaño muestral encuestado en cada municipio, indicó conocer el servicio de crédito, el 30% manifestó haber hecho uso del servicio en alguna oportunidad o conocer alguien que lo haya usado y el 50% manifestó su intención de hacer uso en algún momento de este servicio.
2. En relación al segundo objetivo, en el cual a través de la ampliación del fondo de crédito la sección de créditos de Comfiar, busca aumentar la posibilidad de adquisición de los trabajadores que accedan a las diferentes líneas de crédito que oferta esta sección, se evidencio que existe una necesidad superior al 50% de los encuestados de hacer uso de este servicio en especial en la línea de crédito de libre inversión, la cual permite hacer uso de estos recursos en cubrimiento de necesidades básicas del hogar a un corto plazo.
3. Por último, dando respuesta a la necesidad de ampliación del fondo de crédito se puede confirmar que existe la población interesada y la demanda permanente de afiliados que cumplen con los requisitos para la colocación de créditos sociales, permitiendo con una inversión de capital incrementar la cobertura existente en este servicio y por lo tanto generar mayor rentabilidad en esta unidad la cual de acuerdo a la normatividad debe ser auto sostenible.