



CAJA DE SUELDOS DE RETIRO DE LA POLICÍA NACIONAL.

## INFORME CASUR

### NECESIDADES AFILIADOS

**CONTRATO NO. CO24000224-GAC**

OBJETO: "ADQUISICIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES ESPECIALIZADOS PARA CONOCER A PROFUNDIDAD LOS AFILIADOS DE LA CAJA DE SUELDOS DE RETIRO DE LA POLICÍA NACIONAL, CON EL FIN DE OBTENER INFORMACIÓN VALIOSA PARA LA TOMA DE DECISIONES, EN EL MARCO DEL PROCESO DE MODERNIZACIÓN INSTITUCIONAL"

Supervisor Contrato CO24000224-GAC  
Atn. CR (RP) CESAR OVIDIO CASTRO GURTIERREZ  
Jefe oficina de Planeación e Informática

**ci:m** CENTRO DE  
INVESTIGACIÓN  
DE MERCADOS

HABLEMOS DE SUS OBJETIVOS Y HAGAMOS HISTORIA

10 de Marzo de 2025



## TABLA DE CONTENIDO

<b>FASE CUALITATIVA</b> Entrevistas en profundidad. (Directivos Casur)		<b>03</b>
<b>FASE CUALITATIVA</b> Sesiones de grupo.		<b>09</b>
<b>FASE CUANTITATIVA</b> 3270 Encuestas. (Análisis concluyente).		<b>20</b>



## FASE CUALITATIVA

**3 Entrevistas en Profundidad.**  
*(Lideres de la Entidad – Casur)*

**ci:m** CENTRO DE  
**INVESTIGACIÓN**  
**DE MERCADOS**

HABLEMOS DE SUS OBJETIVOS Y HAGAMOS HISTORIA

# OBJETIVOS

## GENERAL

ENTENDER LA PERSPECTIVA DE LOS DIRECTIVOS SOBRE EL ESTADO ACTUAL DE CASUR Y SU PROYECCIÓN HACIA EL FUTURO.

## ESPECÍFICOS

1. Explorar y entender la perspectiva estratégica sobre el futuro, con énfasis en la identificación de áreas clave para la modernización de los servicios, la potenciación de las dimensiones de bienestar social y las oportunidades de innovación dentro de la organización.
  2. Conocer la percepción sobre la potencialización de servicios y bienestar de los afiliados.
  3. Identificar los planes de innovación y modernización de Casur.
  4. Conocer las oportunidades que se visualizan desde la dirección de la entidad.
- 
- 

# FICHA TÉCNICA

## TIPO DE INVESTIGACIÓN



Cualitativa.

## METODOLOGÍA RECOLECCIÓN



Entrevistas en profundidad presenciales en las instalaciones de Casur.

## TIPO DE ENCUESTA



Aplicación de Guía semiestructurada con duración de 1 hora y 30 minutos.

## COBERTURA



Bogotá.

## FECHA TRABAJO DE CAMPO



1 al 22 de noviembre de 2024.

## GRUPO OBJETIVO



Directivos Casur      Director General Casur. (BG - Carlos Fernando Triana Beltrán).  
Subdirector de Prestaciones Sociales. (José Alirio Chocontá Chocontá).  
Subdirector Financiero. (Tc - José Fernando Velásquez Leytón).

## MUESTRA



3 Entrevistas en Profundidad.

# Tendencias estratégicas directivos

Notable convergencia en la visión estratégica en torno a cuatro ejes fundamentales:

1

## Transformación del Modelo de Sostenibilidad Financiera

Dependencia estatal (94-95% de recursos) hacia un esquema de autosostenibilidad.

Necesidad de generar recursos propios mediante la diversificación de fuentes de ingresos y la optimización de activos existentes.

2

## Evolución Jurídica Institucional

Tendencia hacia la transformación de la naturaleza jurídica de CASUR, (modelo de economía mixta).

3

## Expansión del Portafolio de Servicios de Bienestar

Migrar a un ecosistema integral de servicios que incluiría:

- Programas de turismo y recreación.
- Servicios financieros adaptados.
- Iniciativas de empleabilidad y emprendimiento.
- Planes complementarios de salud.

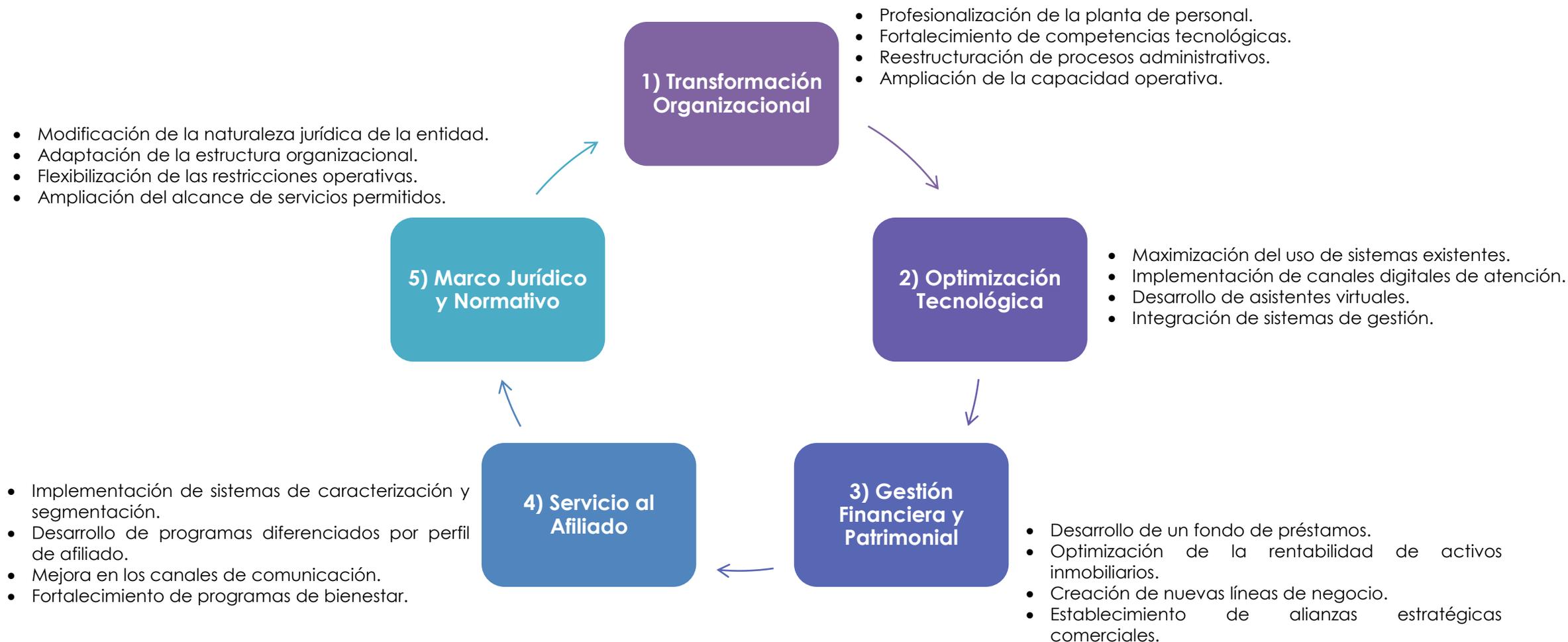
4

## Modernización Tecnológica Integral

Tendencia hacia la digitalización completa de servicios.

# Tendencias estratégicas directivos

Áreas prioritarias según los directivos:



## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Se recomienda aplicar en general criterios de Segmentación para los Focus Groups en cuanto a:

Tipos de afiliados: recién retirados y de mediana edad (enfoque en emprendimiento/empleabilidad) así como afiliados de edad intermedia (enfoque en servicios de bienestar y recreación).

Explorar sobre Modelo de Servicios de:

- o Programas de turismo y recreación.
- o Servicios financieros especializados.
- o Programas de emprendimiento.
- o Planes complementarios de salud.

Identificar servicios adicionales no contemplados por los directivos:

- o Adopción Tecnológica

Evaluar la disposición real hacia la digitalización de servicios

Explorar preferencias de canales de comunicación y atención

Explorar sobre aspectos Financieros

- o Validar el interés en un fondo de préstamos.

Explorar sobre servicios de Bienestar

- o Evaluar la priorización de servicios desde la perspectiva del afiliado.
- o Explorar expectativas específicas sobre programas de recreación y turismo.
- o Identificar barreras de acceso a servicios actuales.

## FASE CUALITATIVA

**3 Sesiones de Grupo.**  
*(Cada una de 8 panelistas)*



## OBJETIVOS

### GENERAL

COMPRENDER LAS NECESIDADES DE LOS AFILIADOS DE CASUR EN LAS DIFERENTES ESTANCIAS DE SU VIDA Y ENTORNO.

### ESPECÍFICOS

1. Entender el estilo y calidad de vida de los afiliados de Casur.
2. Conocer qué necesitan actualmente los diferentes grupos de afiliados, y sus familias, de Casur. (Beneficios).
3. Conocer la percepción en torno a Casur sobre los servicios actuales y sus expectativas.
4. Conocer la percepción sobre la posibilidad de ofrecer servicios híbridos de caja de compensación.
5. Evaluar cómo podría hacer Casur para que los afiliados estén más en contacto con la institución.
6. Identificar los mejores canales para acceder a los servicios.

# FICHA TÉCNICA

## TIPO DE INVESTIGACIÓN



Cualitativa.

## METODOLOGÍA RECOLECCIÓN



Focus Group Presenciales. (8 panelistas por grupo).

## TIPO DE ENCUESTA



Guía semiestructurada con duración de 2h con grabación en Audio.

## COBERTURA



Bogotá, Bucaramanga y Pasto.

## FECHA TRABAJO DE CAMPO



1 al 22 de noviembre de 2024.

## GRUPO OBJETIVO



Afiliados de CASUR en cada una de las ciudades.  
Reclutamiento a cargo de equipo de CASUR.

## MUESTRA



3 Focus Group. (8 panelistas por cada focus group).  
1 Focus Group en Bucaramanga – 1 Nov 2024.  
1 Focus Group en Pasto – 21 Nov 2024.  
1 Focus Group en Bogotá – 22 Nov 2024.

# Perfiles abordados



<b>Perfil personal</b>	Nuevo estilo de vida y crecimiento personal.	Estilo de vida activo y saludable, familiar.
<b>Estado laboral</b>	Transición al retiro o participación laboral parcial. Activo laboralmente.	Totalmente jubilados con pocas actividades económicas. Buscan otros ingresos.
<b>Familia</b>	Cuidan hijos adolescentes o jóvenes adultos y algunos dependen económicamente. (padres – hijos)	Apoyo a hijos adultos y cuidado de nietos.
<b>Estilo de vida</b>	Activos físicamente, participan en deportes, enfocados en desarrollo personal. Sociables.	Participación en actividades tranquilas y comunitarias. Actividades de Casur.
<b>Retos</b>	Adaptación al retiro, balance entre familia y ocio. Fortalecer su economía.	Acceso a la salud, manejo de la soledad y limitaciones físicas y de salud y movilidad. Su meta principal es el bienestar para la familia.

# Percepción general

En términos generales, se identifica una actitud ambivalente frente a la institución por parte de los asistentes, pues se considera que se ha **limitado a administrar la nómina de la policía**, sin cumplir con su propósito de brindar bienestar a la población retirada de la policía. Sin embargo, se reconoce lo siguiente:

## Aspectos Positivos.



**Soporte Económico:**  
Seguridad financiera, pago puntual.



**Disponibilidad de Gestores:** Apoyo para tramites específicos, acceso a la institución.



**Alcance de Eventos y Actividades:**  
Actividades de integración, eventos recreativos y celebraciones.  
Integración entre la comunidad Casur.

## Inconformidad.

### FALTA DE INFRAESTRUCTURA

No oficinas en ciudades secundarias.

### DEMORAS EN LOS PROCESOS

Gestión de servicios y tramites.

### APOYO INSUFICIENTE EN ACTIVIDADES REGIONALES

Desigualdad apoyo institucional.  
Eventos recreativos, deportivos, sociales y beneficios **centralizados**.

### ACCESO A SALUD DEFICIENTE

No es clara la oferta de salud.

### DISMINUCIÓN DE BENEFICIOS

En Bogotá se percibe disminución a nivel recreativo y educativo.

**CASUR conserva ciertos beneficios clave, pero enfrenta el desafío de equilibrar sus recursos con las expectativas y necesidades crecientes de sus afiliados.**

**Priorizar una estrategia centrada en el usuario, infraestructura regional y procesos eficientes será crucial para recuperar y mantener la confianza de sus beneficiarios.**

Los afiliados esperan que CASUR se convierta en un socio integral que no solo les proporcione seguridad económica, sino que también promueva su bienestar integral, fomente su participación activa en la comunidad y atienda sus necesidades personales, familiares y sociales de manera equitativa y accesible.

# Expectativas y oportunidades

Los segmentos evaluados, plantean una serie de beneficios que encuentran coherentes con CASUR y su propósito.



## Seguridad Económica

Pago Puntual.  
Soporte para la Familia:  
agilidad y cobertura en  
educación y salud.



## Beneficios económicos

Subsidios Vivienda,  
educativos, acceso a  
créditos.



## Salud y Bienestar

Acceso, atención  
personalizada, agilidad  
citas, psicología (retiro),  
cobertura dependientes,  
consultas virtuales.



## Infraestructura y Accesibilidad

Apertura de oficinas y  
adecuación.  
Mejorar Canales de Com.  
Mayor uso unidades móviles.  
Mejoras tecnológicas.



## Educación y Formación

Capacitaciones y Talleres,  
Apoyo empleabilidad,  
Programas de uso de  
tecnologías o digitales.



## Participación y Reconocimiento

Comunidad activa en  
sociedad. Asociaciones,  
buscan interacción entre  
ellos. (pertenecer).



## Recreación y Sentido de Comunidad

Actividades integrativas,  
programa envejecimiento  
activo, accesos a centros  
recreativos.



## Apoyo Familiar

Asistencia momentos  
críticos, protección para  
dependientes con  
condiciones medicas o con  
discapacidad.



## Participación y Representación

Visitas regulares a  
regionales buscando la  
escucha del afiliado.



## Otros Servicios

Asesoría Jurídica,  
Seguros.  
Convenios de  
descuentos.

Los afiliados desean que CASUR amplíe su oferta de servicios y beneficios, enfocándose en salud, bienestar, educación y apoyo familiar.

La implementación de estas iniciativas puede mejorar significativamente la percepción de la institución y fortalecer el vínculo con sus afiliados.

## Canales de Comunicación

Para que los canales de comunicación sean efectivos, es necesario que **sean accesibles, variados y adaptados a las necesidades de los afiliados**, con un enfoque especial en la **personalización** y la **equidad regional**.

### Canales presenciales

Fortalecer el **acceso** con:

- Apertura de oficinas regionales.
- Puntos de atención móviles.

### Canales telefónicos

Fortalecer el **acceso** con:

- Línea gratuita exclusiva Afiliados. (horario extendido, agentes bien capacitados paradas y/o tramites).
- Puntos de atención móviles.
- Asistencia por WhatsApp.

### Canales comunitarios

Fortalecer el **acceso** con:

- Grupos locales de apoyo. (asociaciones o grupos de afiliados).
- Reuniones locales con líderes de Casur. (expresar inquietudes y solicitudes).

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CASUR es valorada por su rol económico y algunas iniciativas de integración social, pero enfrenta retos significativos en cuanto a infraestructura, accesibilidad y equidad en la atención, aspectos fundamentales para mejorar la percepción de los usuarios. Por ello es importante centrar esfuerzos en:

**Infraestructura:** Crear o adecuar oficinas regionales de CASUR con espacios que permitan una atención digna y eficiente para los pensionados y sus familias.

**Aumento de Apoyo Regional:** Asegurar una mayor inversión en actividades recreativas y culturales, garantizando equidad en la oferta de estos servicios en todas las regiones del país.

**Facilitación de Acceso a Salud:** Simplificar el sistema de citas, incluyendo opciones presenciales, especialmente diseñadas para adultos mayores y personas con habilidades limitadas en el uso de tecnologías digitales.

Por otro lado, es importante generar claridad respecto a temas asociados con el alcance de Casur, respecto a salud, incremento de la mesada, transparencia, iniciativa de transformar a Casur en caja de compensación y cualquier otro que se considere crítico, afectando de forma negativa la imagen de Casur.

## FASE CUANTITATIVA

3.270 Encuestas Colombia.

**cim** CENTRO DE  
INVESTIGACIÓN  
DE MERCADOS

HABLEMOS DE SUS OBJETIVOS Y HAGAMOS HISTORIA



# FICHA TÉCNICA

## TIPO DE INVESTIGACIÓN



Cuantitativa.

## METODOLOGÍA RECOLECCIÓN



Encuesta telefónica y online a través de SMS.

## TIPO DE ENCUESTA



Cuestionario estructurado con duración de 20 minutos.

## COBERTURA



A nivel nacional. Colombia.  
Amazonas, Antioquia, Arauca, San Andrés y Providencia, Atlántico, Bogotá, D. C., Bolívar, Boyacá, Caldas, Caquetá, Casanare, Cauca, Cesar, Chocó, Córdoba, Cundinamarca, Guaviare, Huila, La Guajira, Magdalena, Meta, Nariño, Norte De Santander, Putumayo, Quindío, Risaralda, Santander, Sucre, Tolima, Valle Del Cauca.

## FECHA TRABAJO DE CAMPO



29 de enero al 15 de Febrero de 2025.

## GRUPO OBJETIVO



Afiliados de CASUR.

## MUESTRA



3.270 Encuestas efectivas.

## NIVEL CONFIANZA / MARGEN DE ERROR



Nivel de Confianza 99%.  
Margen de Error 2,22%.

# VALIDEZ ESTADÍSTICA

Tamaño de la población

119.474

Nivel de confianza

99

Tamaño de la muestra

3.270

Margen de error

2.22%

Tamaño de la población

106.763

Nivel de confianza

99

Tamaño de la muestra

3.270

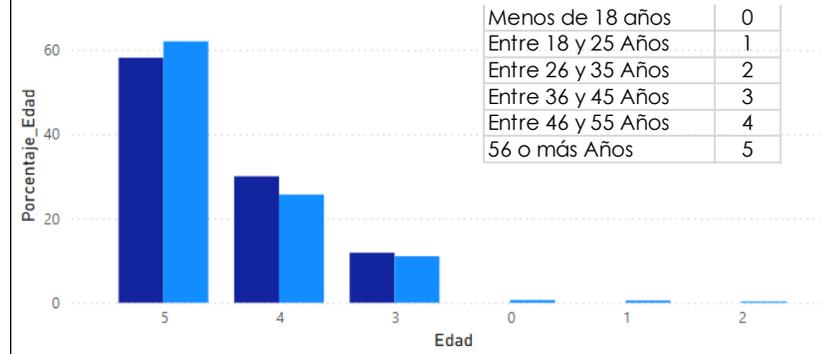
Margen de error

2.22%

Generales	1
Oficial Superior: Coronel, Teniente Coronel, Mayor	2
Oficiales Subalternos: Subteniente, Teniente, Capitán	3
Mando Ejecutivo 1: Comisario, Subcomisario, Sargentos mayor, primero, viceprimero, segundo.	4
Mandos Ejecutivos 2: Intendente Jefe, Subintendente, Intendente	5
Agentes, Patrulleros Agente, Patrullero, Carabineros	6
No uniformados	7

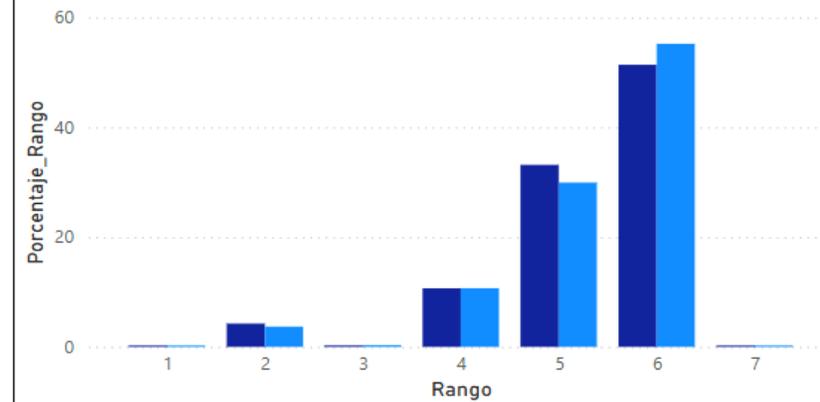
Distribución porcentual de poblaciones según el grupo etario

Fuente ● Muestra Poblacional ● Universo

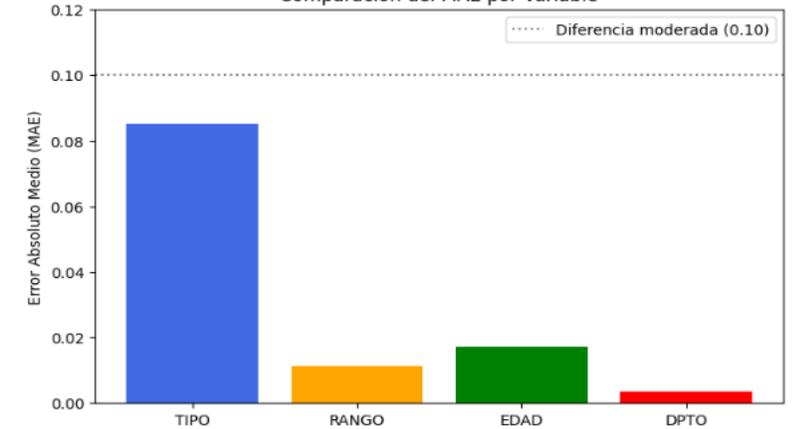


Distribución porcentual de poblaciones según el rango del afiliado.

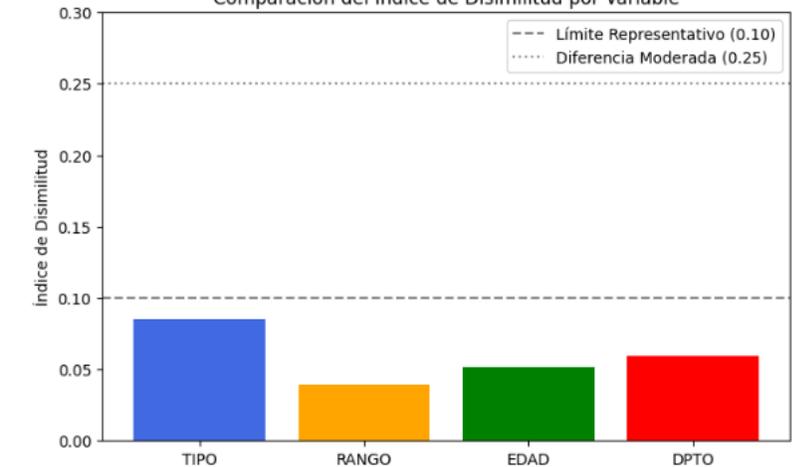
Fuente ● Muestra Poblacional ● Universo



Comparación del MAE por Variable

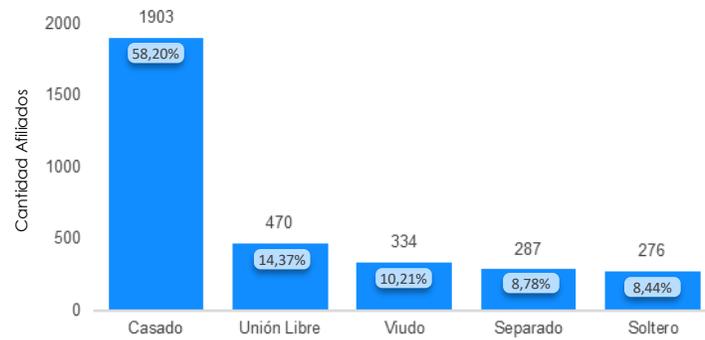


Comparación del Índice de Disimilitud por Variable

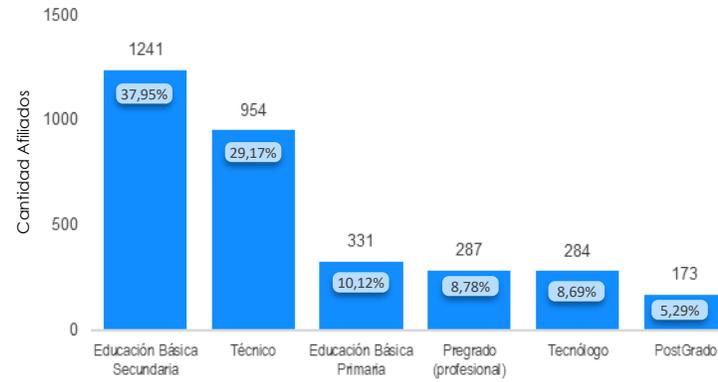


# DEMOGRÁFICOS

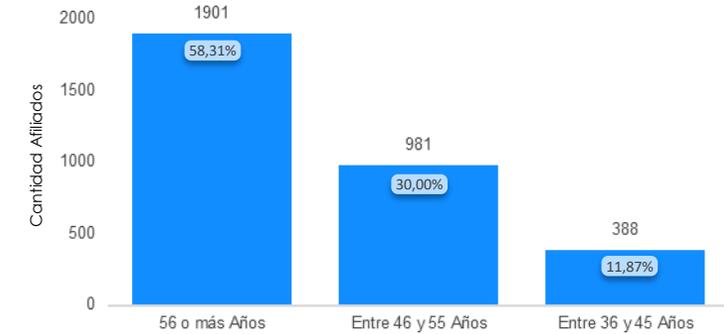
Estado Civil



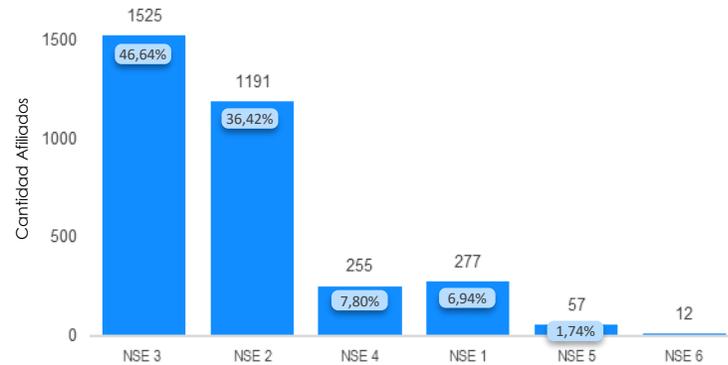
Nivel Educativo



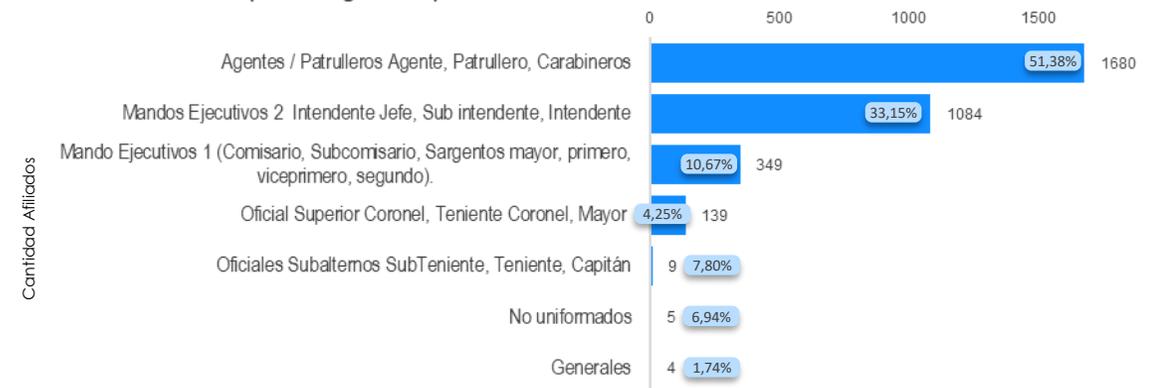
Distribución rango de Edad



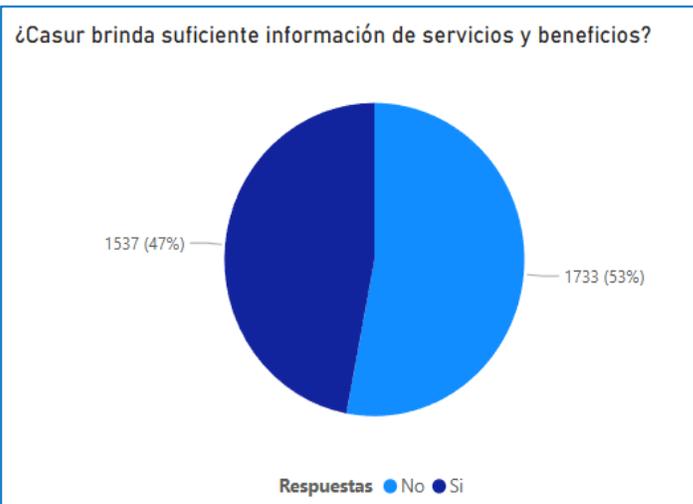
Distribución por NSE



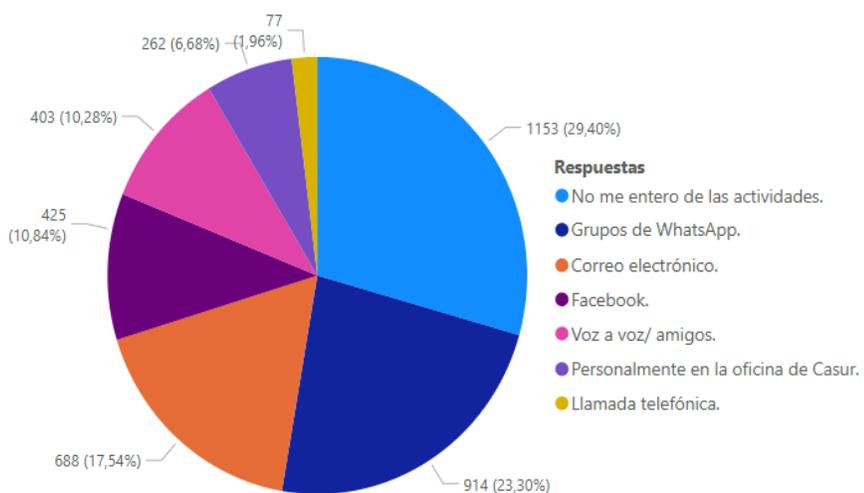
Distribución Afiliados por Rango Cumplido



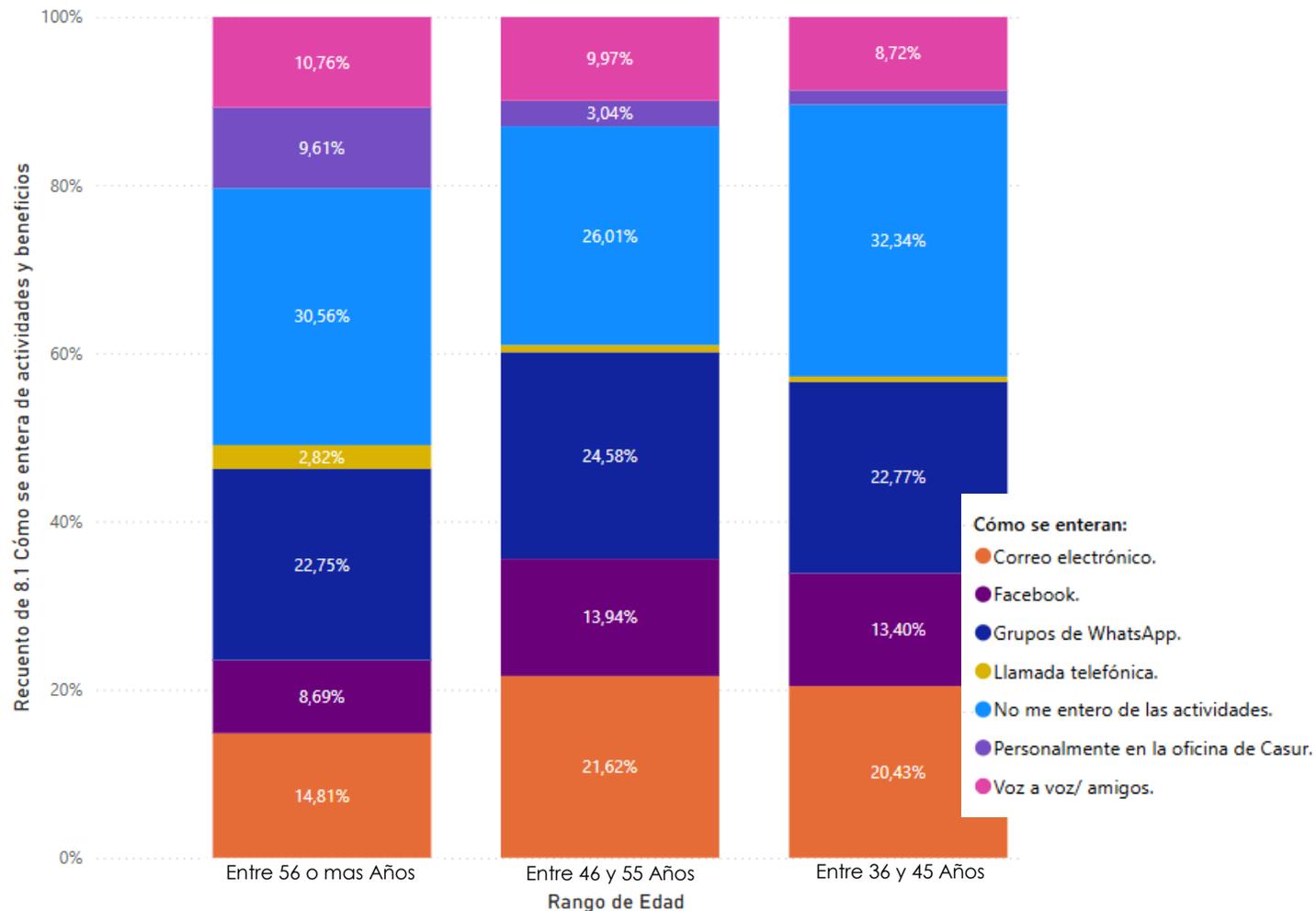
# PREGUNTAS: COMUNICACIÓN



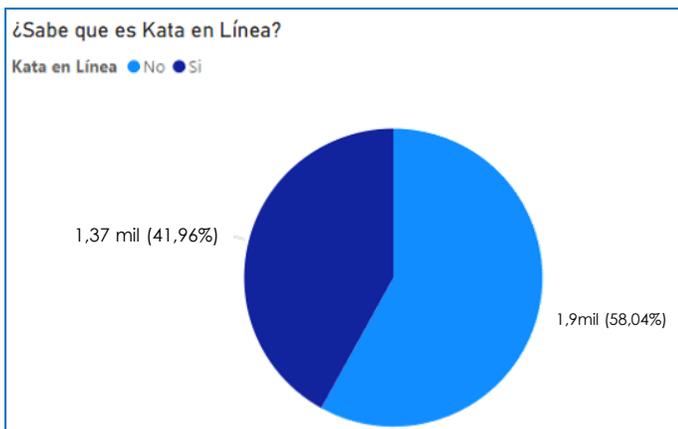
Cómo se entera de las actividades y los beneficios



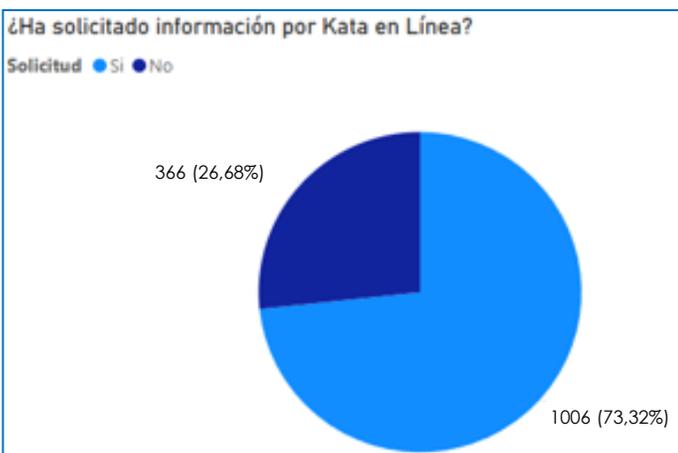
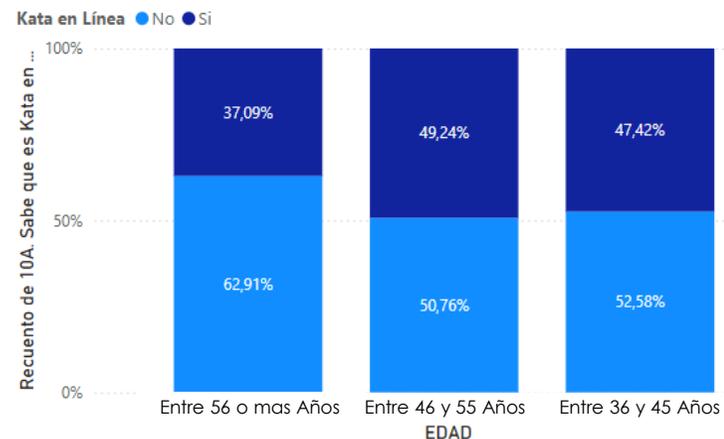
Distribución de fuentes de conocimiento por rango de edad - Valores relativos



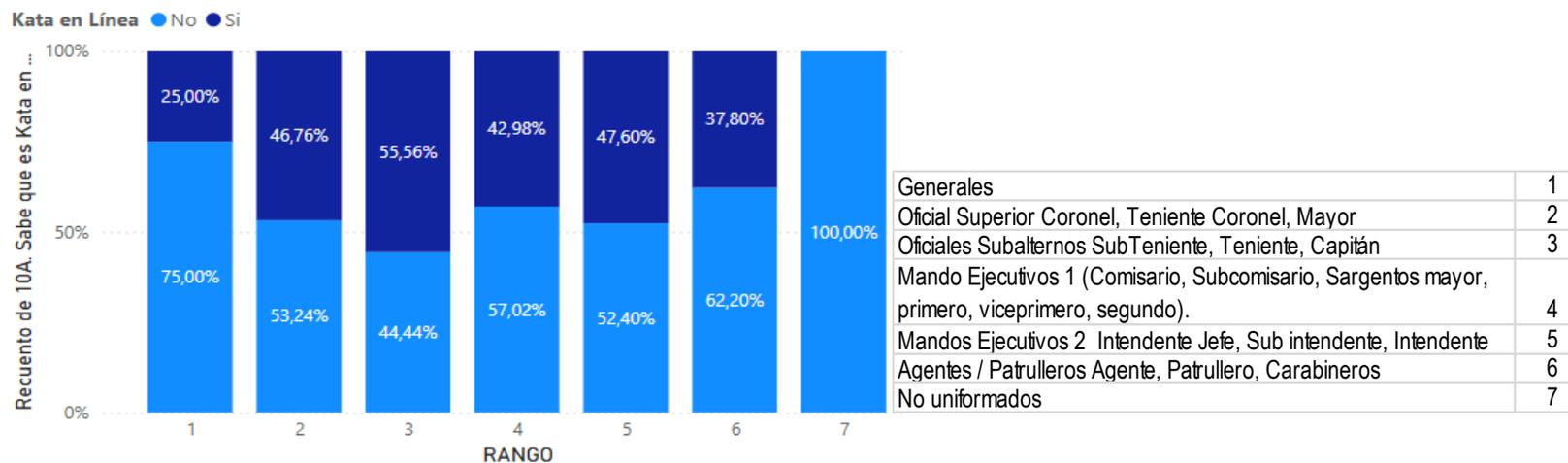
# PREGUNTAS: COMUNICACIÓN



¿Sabe que es Kata en Línea? - Grupo etario



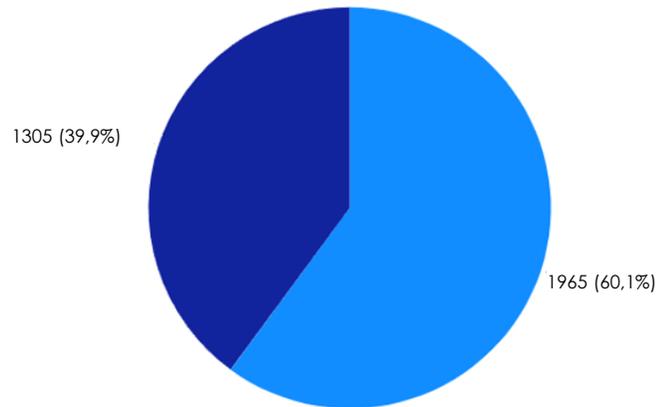
¿Sabe que es Kata en Línea? - Rango



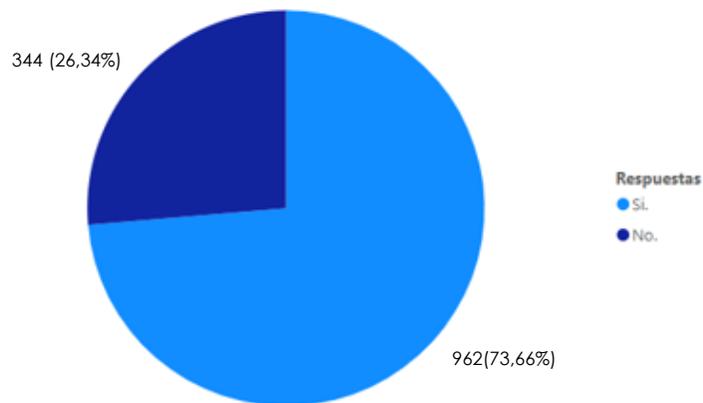
# PREGUNTAS: CRÉDITOS

¿Conoce la plataforma de préstamos?

Conoce la plataforma ● No. ● Si.

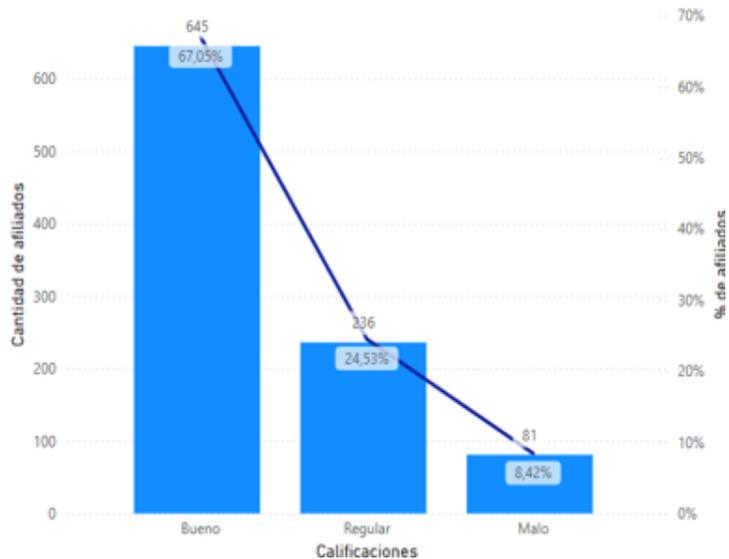


¿Ha tomado servicios con la plataforma de préstamos para realizar créditos?



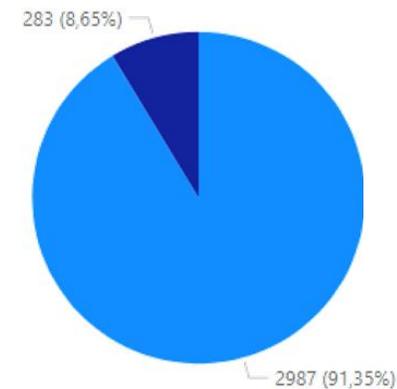
¿Cómo califica el servicio de la plataforma de préstamos?

● Cantidad de afiliados ● % de afiliados



Ha solicitado préstamos a CASUR

Respuestas ● No. ● Si.



Razones para no solicitar préstamos en Casur

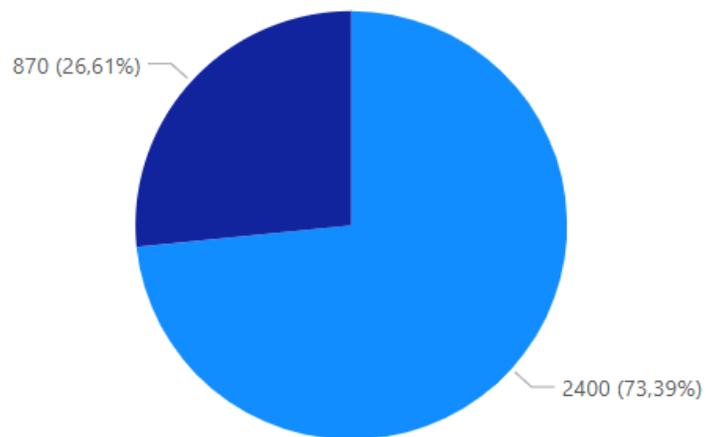
● Cantidad de afiliados ● % de afiliados



# PREGUNTAS: EVENTOS

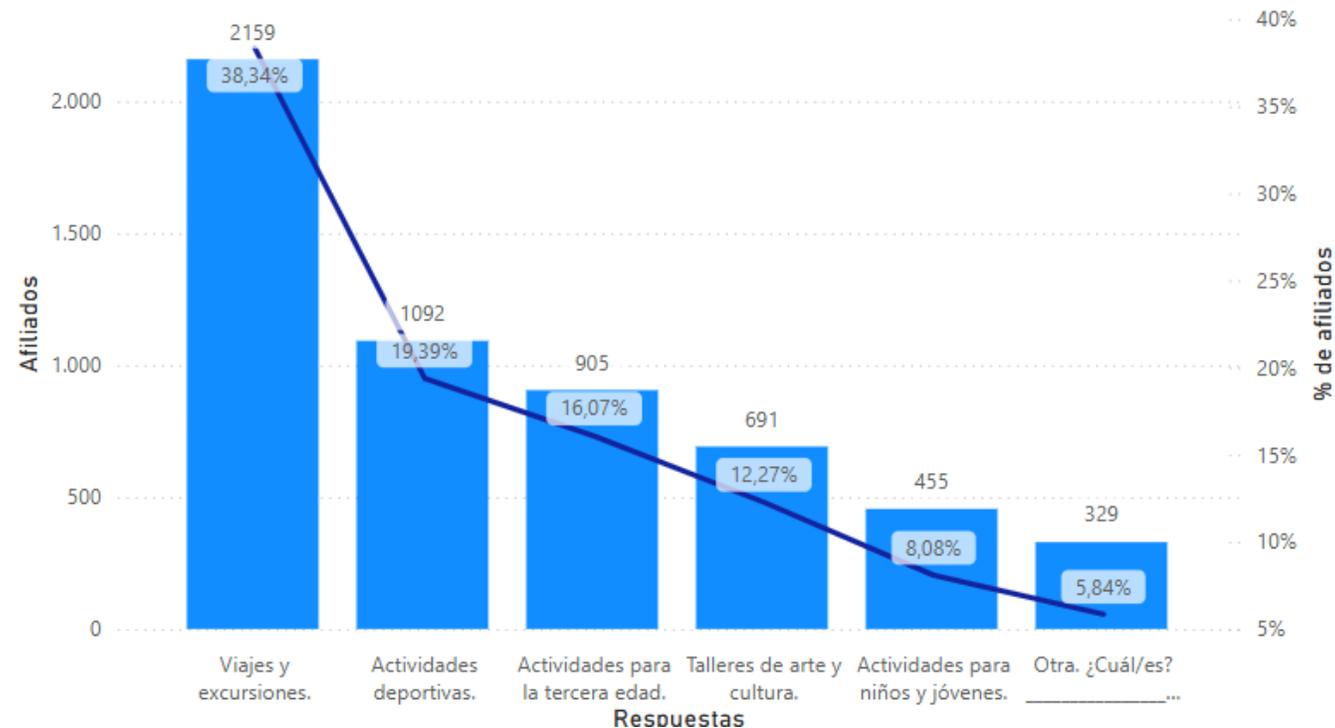
¿Considera que Casur organiza suficientes eventos y actividades recreativas?

Respuestas ● No. ● Si.



¿Qué tipo de actividades recreativas y/o deportivas le gustaría que Casur ofreciera?

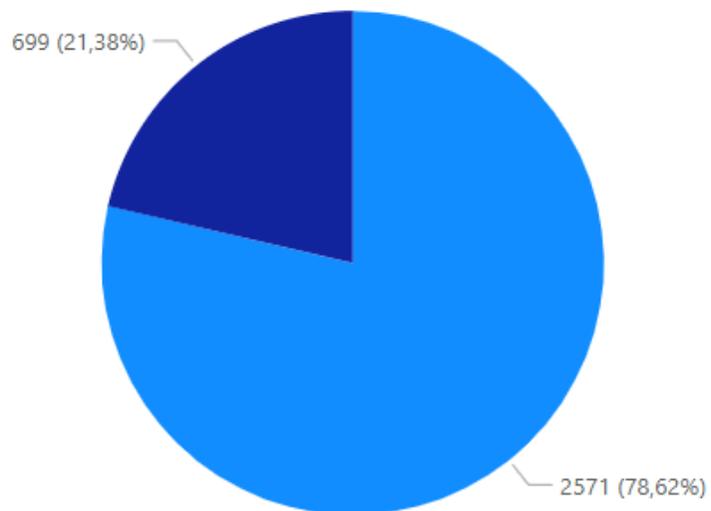
● Afiliados ● % de afiliados



# PREGUNTAS: EDUCACIÓN

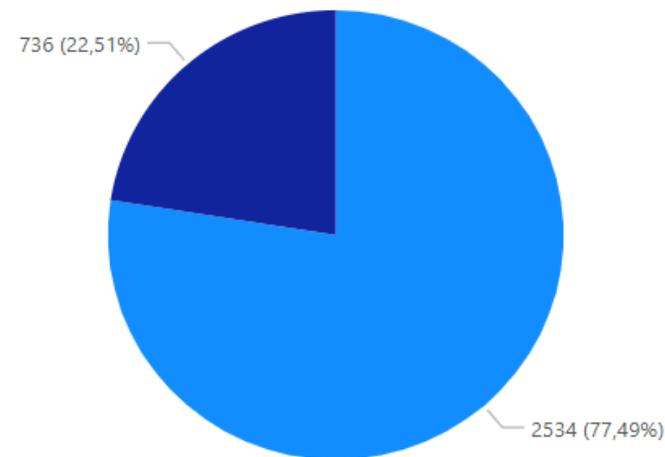
¿Estaría interesado/a en programas de educación formal para usted o sus familiares a través de Casur?

Respuestas ● Si. ● No.



¿Estaría interesado/a en programas de educación no formal para usted o sus familiares a través de Casur?

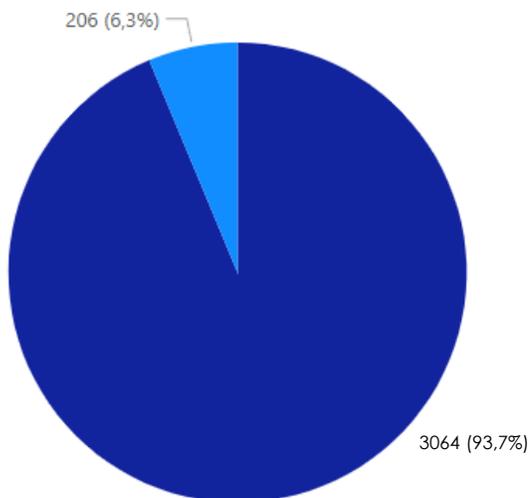
Respuestas ● Si. ● No.



## PREGUNTAS: EMPLEO

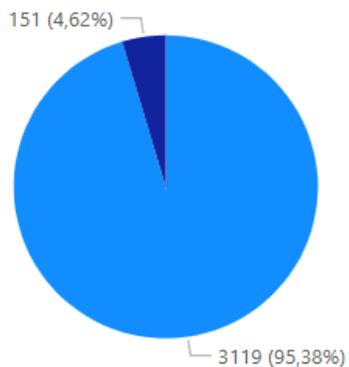
Desea apoyo en la búsqueda de empleo para afiliados

Respuestas ● Si. ● No.



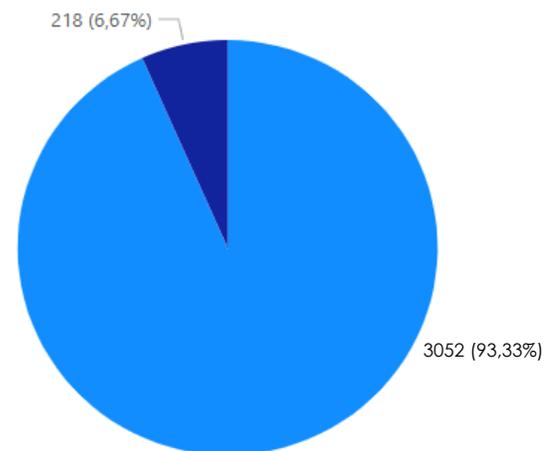
¿Le gustaría que Casur tuviera una bolsa de empleo con ofertas laborales para los afiliados?

Respuestas ● Si. ● No.



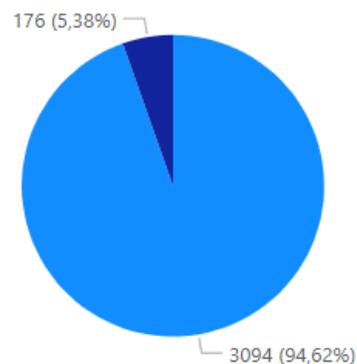
¿Considera que Casur debería ofrecer servicios de apoyo para la búsqueda de empleo para sus familiares?

Respuestas ● Si. ● No.



¿Le gustaría que Casur tuviera una bolsa de empleo con ofertas laborales para sus familiares?

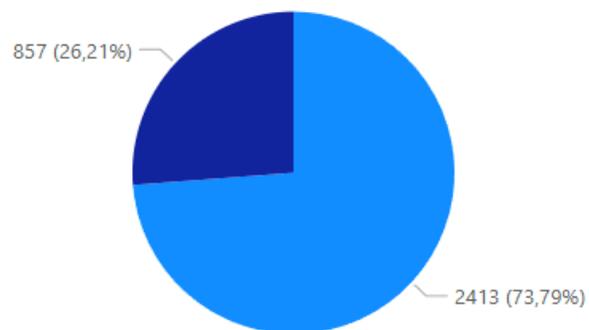
Respuestas ● Si ● No



## PREGUNTAS: SALUD Y VIVIENDA

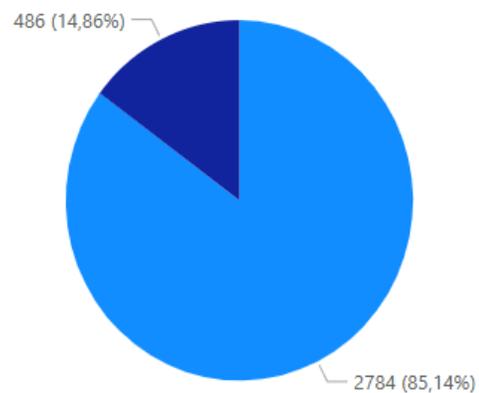
¿Usted sabe que el servicio de salud que tiene como afiliado es prestado por la Dirección de Sanidad de la Policía Nacional y es independiente a Casur?

Respuestas ● Si. ● No.



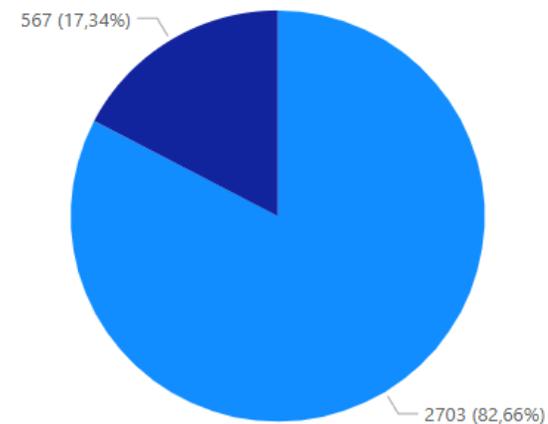
¿Paga usted actualmente por algún plan complementario de salud?

Respuestas ● No. ● Si.



Si Casur desarrollara programas de vivienda en el futuro: ¿estaría interesado en acceder a ellos?

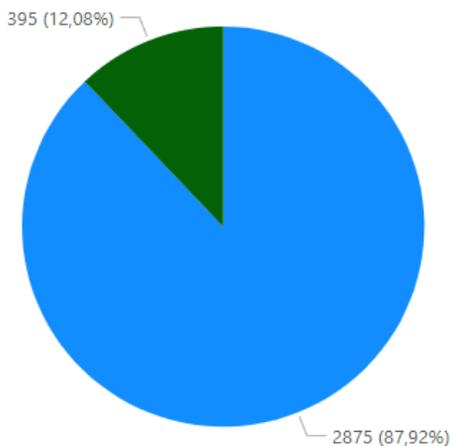
Respuestas ● Si. ● No.



# PREGUNTAS: CONVENIOS

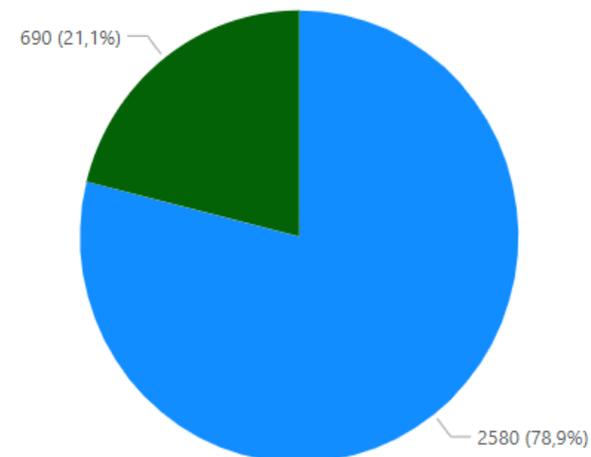
Conoce los convenios y alianzas que Casur tiene con entidades de Actividades Lúdicas

Respuestas ● No ● Si



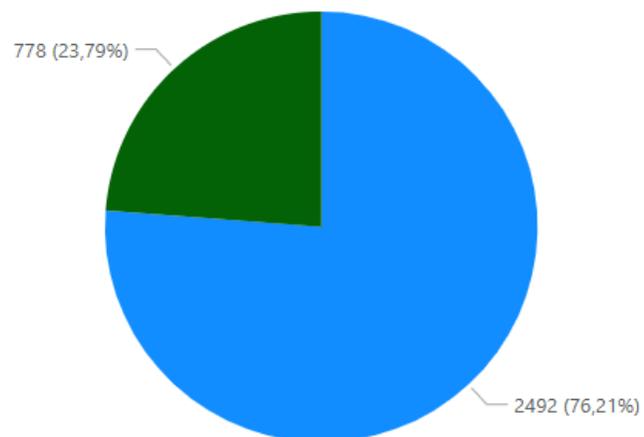
Conoce los convenios y alianzas que Casur tiene con entidades de Educación

Respuestas ● No ● Si



Conoce los convenios y alianzas que Casur tiene con entidades de Supermercados

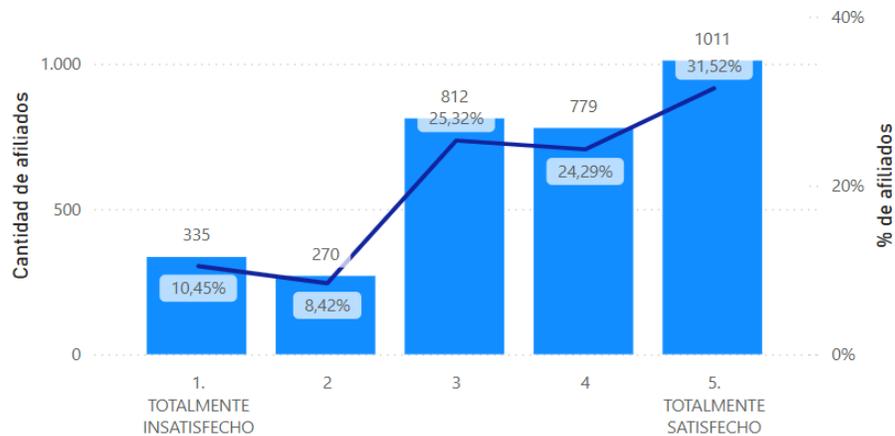
Respuestas ● No ● Si



# PREGUNTAS: SATISFACCIÓN

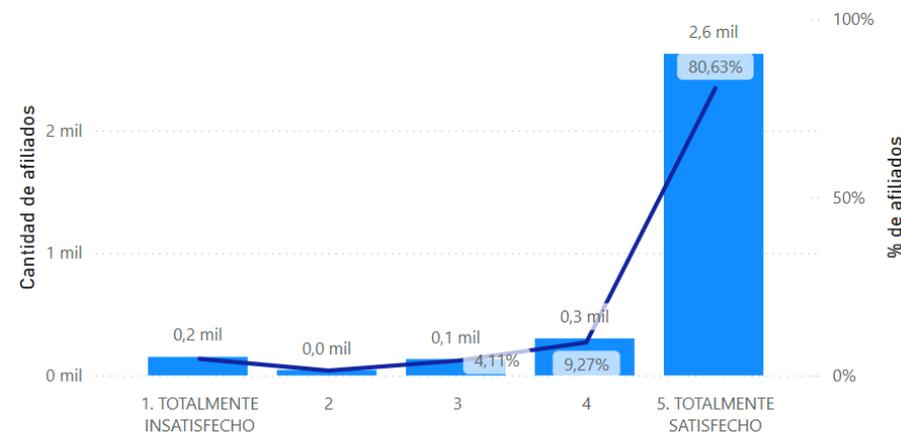
¿Qué tan satisfecho se encuentra con los servicios prestados por Casur en el último año?

● Cantidad de afiliados ● % de afiliados



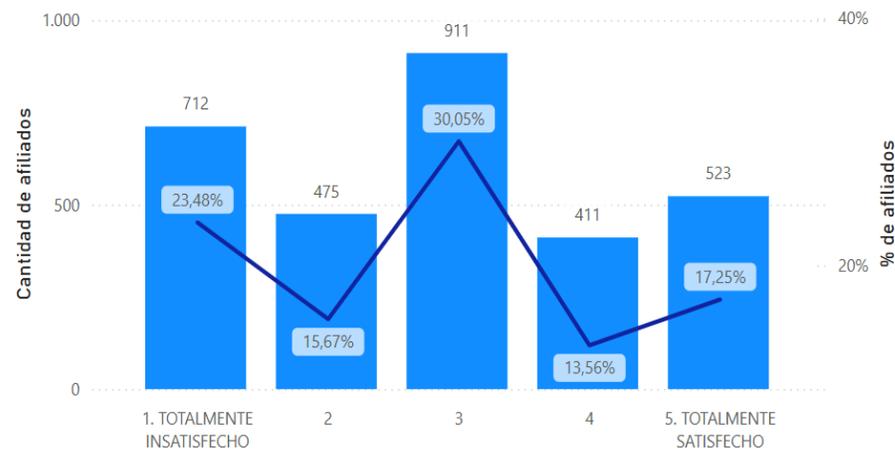
¿Qué tan satisfecho se encuentra con los procesos de pago las de asignaciones de retiro por parte de Casur?

● Cantidad de afiliados ● % de afiliados



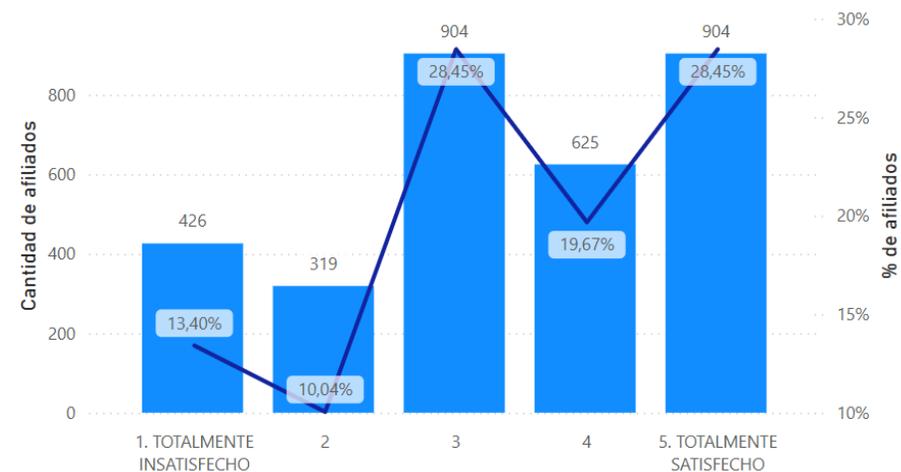
¿Qué tan satisfecho se encuentra con los programas de bienestar recibidos por parte Casur?

● Recuento de 35. Satisfacción con los programas de bienestar. ● %TG Recuento de 35. Satisfacción con los pr...



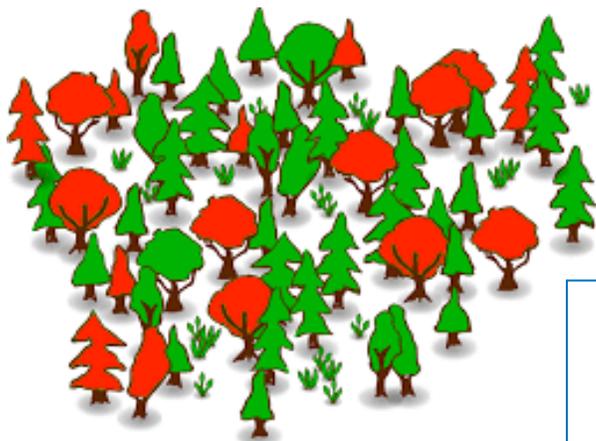
Satisfacción con atención recibida en distintos canales

● Cantidad de afiliados ● % de afiliados



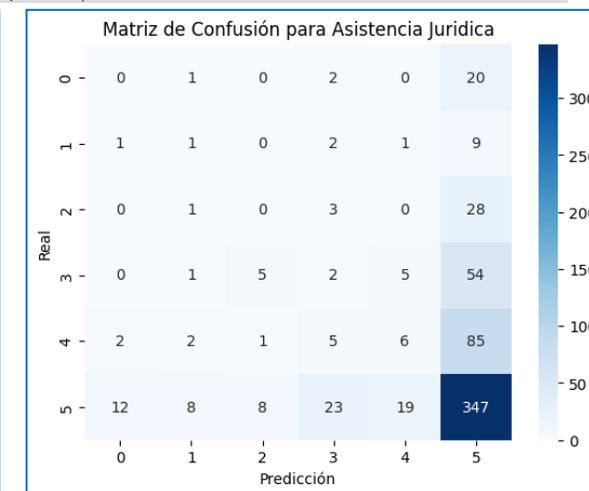
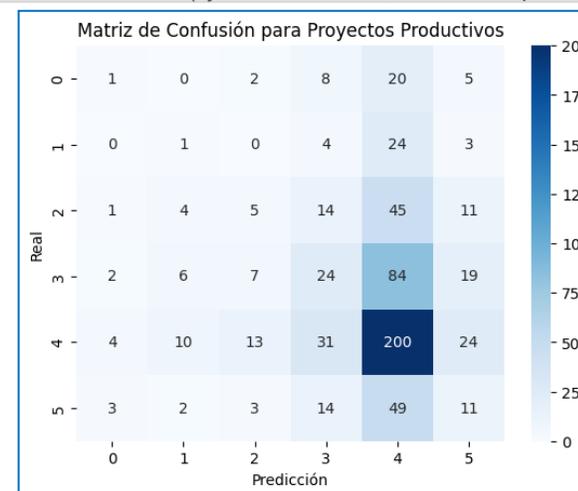
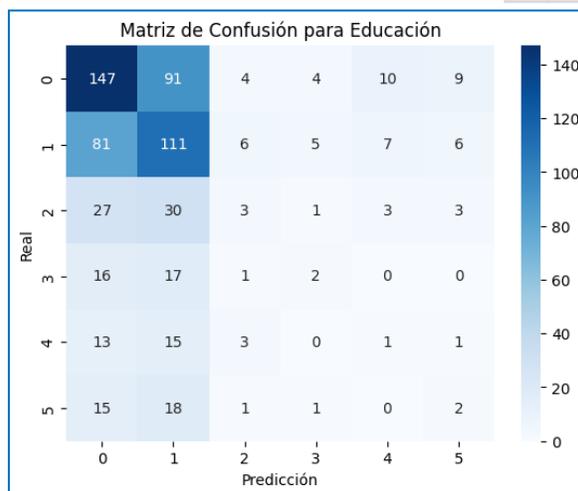
# PROBABILIDADES: Machine Learning – IA

31. Pensando es que Casur ofreciera servicios adicionales y teniendo en cuenta una escala de 1 a 6 donde 1 es el servicio adicional más importante y 6 el menos importante para usted y su familia, organice de acuerdo a sus necesidades los siguientes servicios que podría ofrecer Casur.

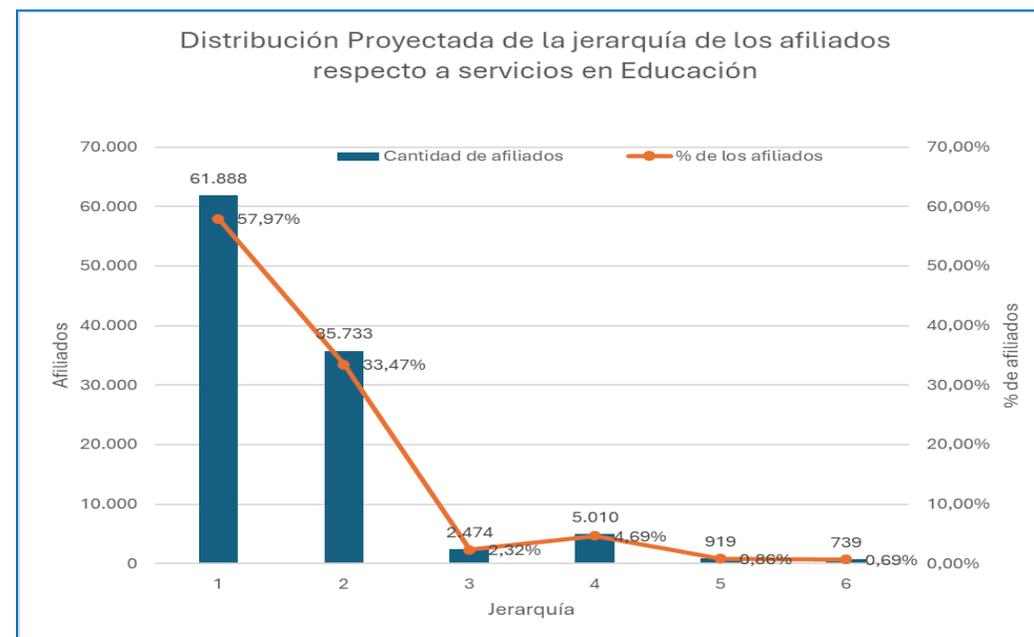
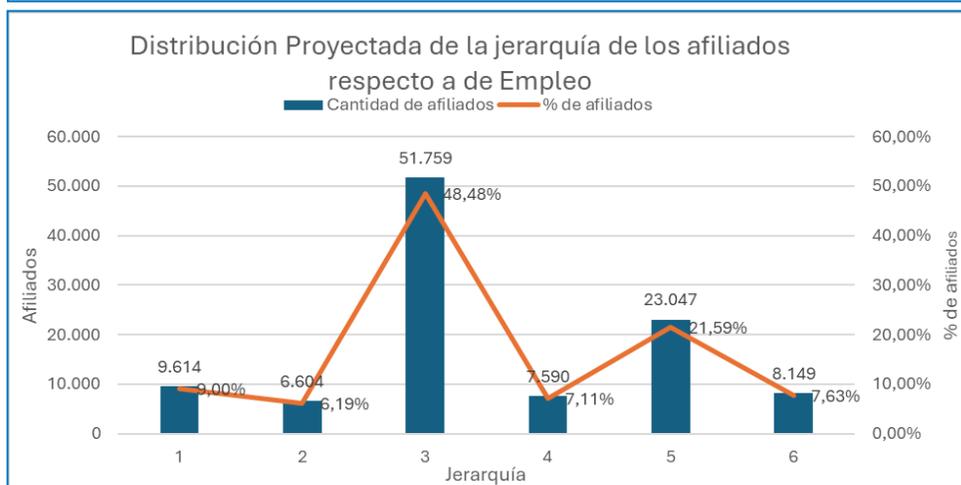
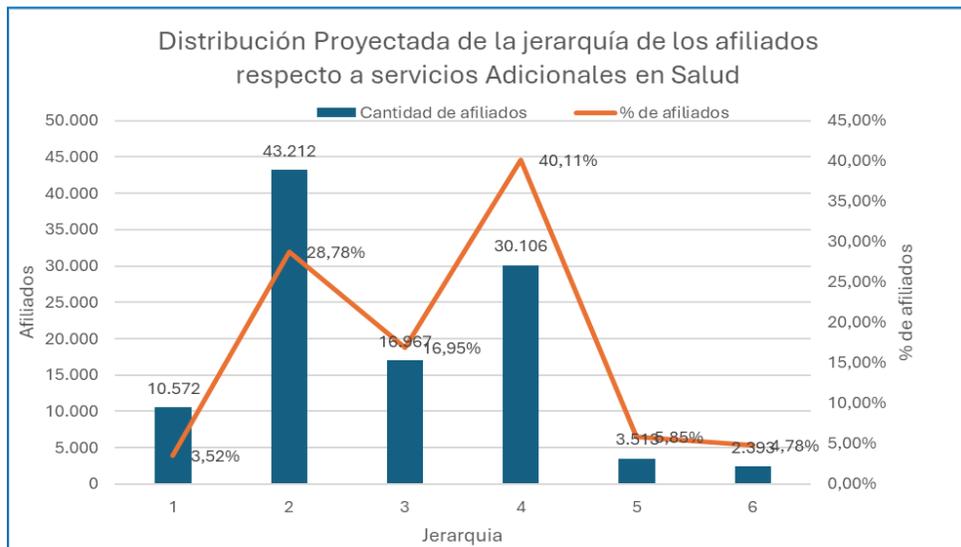


## Random Forest

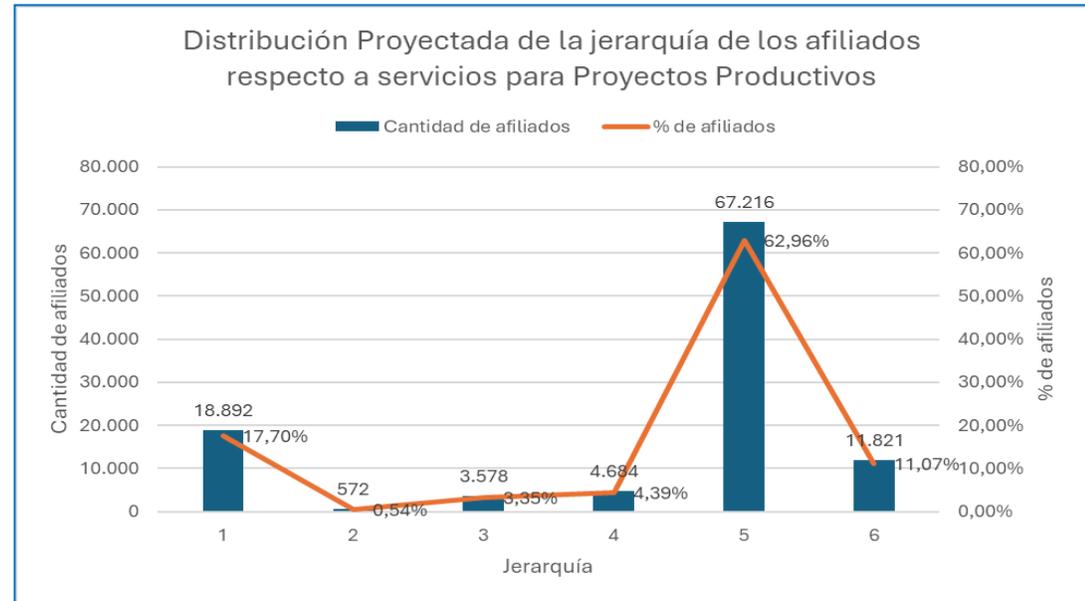
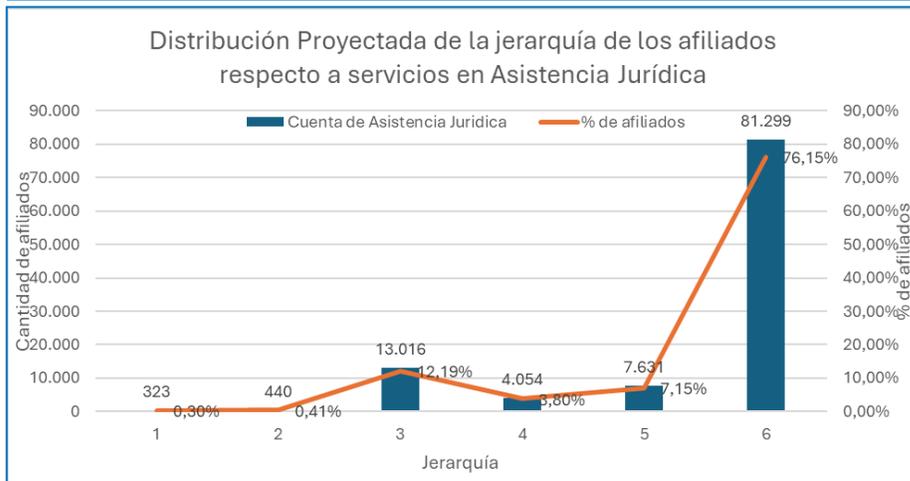
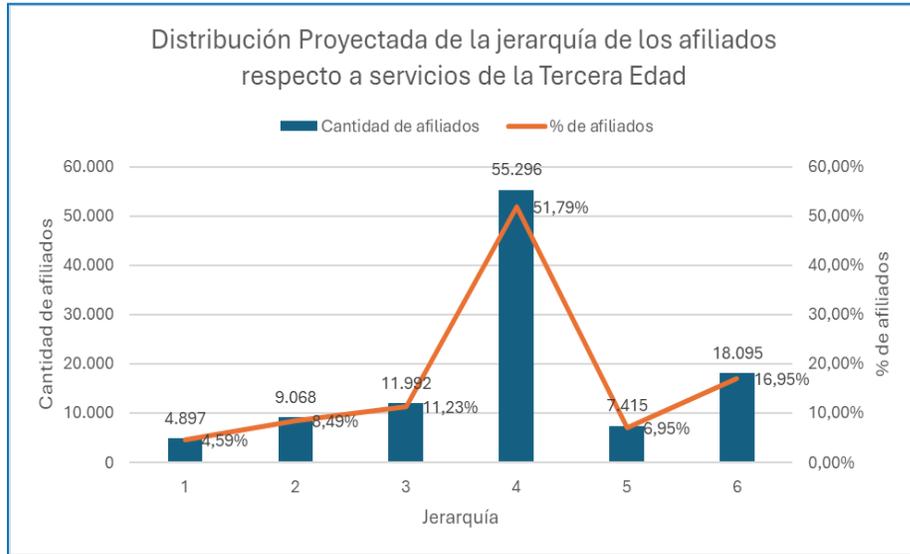
N	ASPECTOS JERARQUIZADOS
1	Educación para afiliados y familiares (ej. becas, cursos, convenios con universidades)
2	Servicios de salud adicionales (ej. odontología, psicología, fisioterapia, planes complementarios)
3	Apoyo para la reintegración laboral para afiliados y familiares (ej. capacitación, asesoría para la búsqueda de empleo)
4	Servicios para la tercera edad (ej. acompañamiento, cuidado domiciliario, actividades adaptadas)
5	Apoyo a proyectos productivos (ej. préstamos para emprendimientos)
6	Asesoría jurídica (ej. temas relacionados con pensiones, jubilación, trámites legales)
7	Servicios financieros (ej. Billetera Virtual, Prestamos para empresas)



# PROBABILIDADES: PROYECCIÓN DE JERARQUÍAS



# PROBABILIDADES: PROYECCIÓN DE JERARQUIAS



# CONCLUSIONES

- ❖ Priorización crítica de servicios en regiones con insatisfacción elevada: El Departamento de Córdoba (Código 15) presenta una probabilidad 1.93 veces mayor de insatisfacción total con los servicios de Casur. Esto exige planes de acción focalizados que incluyan diagnósticos participativos, mejora de infraestructura y asignación de recursos técnicos especializados para revertir la percepción negativa.
- ❖ Fortalecimiento de procesos de pago como ventaja competitiva: Con un promedio de satisfacción de 4.45/5 en procesos de pago, Casur debe consolidar esta área como un pilar de confianza institucional. Sin embargo, es vital transparentar criterios de asignación de montos y reforzar canales de comunicación para mitigar expectativas desalineadas.
- ❖ Segmentación demográfica para programas de bienestar: La baja satisfacción en programas de bienestar (3.21/5) requiere estrategias adaptadas a perfiles críticos: afiliados titulares, hombres con posgrado y residentes en Nariño o Tolima. Diseñar iniciativas regionales y vinculadas a necesidades concretas (ej.: apoyo a emprendimientos) podría incrementar la adopción.
- ❖ Enfoque en educación formal y no formal como servicio prioritario: El 78.62% de los afiliados muestra interés en programas educativos. Casur debe priorizar alianzas con instituciones académicas, ofrecer becas o descuentos, y desarrollar plataformas digitales para cursos accesibles, especialmente en departamentos con baja cobertura educativa.
- ❖ Optimización de canales de comunicación para grupos vulnerables: La insatisfacción en canales de atención (3.40/5) destaca brechas en adaptabilidad. Para afiliados mayores de 55 años, reforzar atención presencial y telefónica; para grupos con formación avanzada, modernizar plataformas digitales con asistentes virtuales y tutoriales interactivos.
- ❖ Expansión de servicios de salud complementaria: Aunque el 85% de los afiliados no paga planes complementarios, existe demanda latente. Casur podría diseñar alianzas con EPS o clínicas para ofrecer coberturas accesibles, priorizando zonas con alta concentración de adultos mayores (ej.: Bogotá y departamentos con rango etario 5).
- ❖ Estrategias de empleabilidad para mitigar necesidades críticas: El 93% de los afiliados requiere apoyo en búsqueda de empleo. Implementar una bolsa de empleo nacional, capacitaciones en habilidades técnicas y vinculación con empresas del sector privado sería clave para mejorar su calidad de vida y reducir dependencia de asignaciones.
- ❖ Reestructuración de programas de vivienda: El 80% de los encuestados muestra interés en programas de vivienda. Casur debe explorar subsidios, créditos con tasas preferenciales y alianzas con constructoras para proyectos en regiones con alta demanda (ej.: departamentos con ciudades intermedias como Santander o Valle del Cauca).
- ❖ Socialización activa de convenios existentes: El desconocimiento de alianzas (76% en educación, 87% en actividades lúdicas) evidencia fallas en comunicación. Campañas masivas mediante WhatsApp, correo y redes sociales, segmentadas por departamento y edad, mejorarían la apropiación de beneficios.

## CONCLUSIONES

- ❖ Descentralización de servicios para equidad regional: La concentración de convenios en Bogotá genera descontento en regiones. Casur debe ampliar su red de aliados en departamentos como Huila, Caldas o Quindío, asegurando accesibilidad geográfica y promoción localizada.
- ❖ Atención a necesidades de género en diseño de servicios: Las mujeres muestran mayor satisfacción en servicios generales (1.39 veces más probabilidad de calificación máxima). Incorporar enfoques de género en programas de bienestar (ej.: apoyo a emprendimientos femeninos) reforzaría su engagement.
- ❖ Modernización tecnológica para inclusión digital: El bajo uso de herramientas como **Kata en Línea** (63% de desconocimiento en mayores de 56 años) exige capacitaciones prácticas y soporte técnico multicanal. Simplificar interfaces y ofrecer tutorías presenciales reduciría brechas.
- ❖ Diversificación de fuentes de ingresos para sostenibilidad: Las entrevistas con directivos destacan la necesidad de reducir dependencia estatal (95% de recursos actuales). Explorar modelos de economía mixta y alianzas público-privadas en turismo, recreación o servicios financieros diversificaría ingresos.
- ❖ Revisión de políticas de comunicación institucional: El 53% de los afiliados percibe falta de información sobre beneficios. Establecer un boletín quincenal, fortalecer redes sociales y crear una línea telefónica exclusiva para consultas mejoraría la transparencia y reduciría rumores infundados.
- ❖ Priorización de proyectos productivos con enfoque regional: El 23% de los afiliados tiene emprendimientos, pero solo el 51% recibe apoyo. Casur podría ofrecer capital semilla en zonas con vocación productiva (ej.: agricultura en Nariño) y capacitación en gestión empresarial para impulsar la autonomía económica.
- ❖ Análisis predictivo para asignación eficiente de recursos: Los modelos de Machine Learning identifican educación y salud como servicios más priorizados. Asignar recursos a estos ejes maximizaría el impacto en satisfacción, mientras que servicios como asistencia jurídica (prioridad 6/6) podrían postergarse.
- ❖ Fortalecimiento de la identidad institucional: El 69% de los afiliados asocia Casur con "asignaciones de retiro". Campañas que resalten su evolución hacia bienestar integral (ej.: testimonios de beneficiarios de programas educativos) reforzarían su valor como entidad multifuncional.
- ❖ Enfoque intergeneracional en servicios de turismo: El 80% de interés en paquetes turísticos debe traducirse en ofertas para familias (ej.: descuentos para hijos entre 13-30 años) y adultos mayores (ej.: viajes con accesibilidad). Esto aprovecharía la estructura demográfica de los afiliados.
- ❖ Revisión de estructuras tarifarias en servicios financieros: Aunque el 67% califica positivamente la plataforma de créditos, solo el 26% la usa. Simplificar trámites, reducir requisitos y ofrecer microcréditos con garantías flexibles aumentaría la penetración.
- ❖ Monitoreo continuo de satisfacción con enfoque territorial: Los índices de disimilitud ( $<0.1$ ) validan la muestra, pero se requieren encuestas semestrales para ajustar estrategias. Priorizar departamentos con alta volatilidad en percepción (ej.: Atlántico y Tolima) aseguraría respuestas ágiles a cambios en expectativas.

# CONCLUSIONES

## Conclusiones estratégicas basadas en el análisis de Machine Learning

1. El modelo de predicción Random Forest resultó ser el más efectivo para asignar probabilidades de compra, destacando su capacidad de generalización y precisión.
2. La jerarquización de servicios revela preferencias claras de los afiliados, siendo la educación el servicio más priorizado, con más de 60,000 afiliados ubicándolo en el nivel más alto de importancia.
3. El servicio de salud adicional ocupa un lugar intermedio en las prioridades, lo que sugiere una buena aceptación, aunque inferior a la de la educación.
4. La priorización del servicio de empleo evidencia interés moderado, siendo relevante para cerca de 9,600 afiliados como su necesidad más urgente frente a otras opciones.
5. Los servicios dirigidos a la tercera edad no figuran entre las principales prioridades generales, aunque son críticos para aproximadamente 4,900 afiliados.
6. El modelo muestra que los proyectos productivos no son ampliamente priorizados, pero tienen un impacto destacado para cerca de 18,892 afiliados como su necesidad principal.
7. La asistencia jurídica es el servicio con menor relevancia, con más de 81,000 afiliados colocándolo en la categoría más baja de importancia, indicando su poca demanda.
8. Las matrices de confusión validan la eficacia predictiva del modelo, mostrando un rendimiento particularmente alto en las categorías de educación y empleo.
9. La predicción de preferencias jerarquizadas permite segmentar a los afiliados de manera precisa, ofreciendo la oportunidad de dirigir estrategias diferenciadas según las necesidades individuales.
10. El diseño del modelo evita el sobreajuste, asegurando que las predicciones sean aplicables a nuevos datos y proporcionando confiabilidad en los resultados.
11. Los afiliados con niveles educativos básicos presentan mayor receptividad hacia los servicios priorizados, un hallazgo clave para diseñar estrategias de inclusión.
12. Los servicios educativos muestran una correlación significativa con las necesidades fundamentales de los afiliados, consolidándose como una prioridad estratégica.
13. La integración de múltiples variables jerarquizadas mejora la precisión del análisis, evidenciando patrones de interrelación entre preferencias.
14. El modelo confirma la importancia de utilizar Machine Learning para la asignación estratégica de recursos, maximizando la efectividad de los servicios ofertados



**Ci:m** CENTRO DE  
**INVESTIGACIÓN**  
DE MERCADOS

HABLEMOS DE SUS OBJETIVOS Y HAGAMOS HISTORIA

