



PRESENTACIÓN DE RESULTADOS ESTUDIOS DE MERCADO



INSTITUTO FONACOT

Estudio 1 Centros de Trabajo y Trabajadores No Usuarios

OBJETIVO Y MÉTODOLÓGÍA

Objetivo General: Identificar las principales barreras en los Centros de Trabajo afiliados y en los trabajadores NO usuarios que impiden la poca o nula colocación de créditos

Método Utilizado

Centros de Trabajo - Metodología Cualitativa

- 240 entrevistas a profundidad a Titulares de R.H. o Relaciones Laborales

Trabajadores NO Usuarios - Metodología Cualitativa y Cuantitativa

- 40 sesiones de grupo con trabajadores NO Usuarios de los Centros de Trabajo seleccionados

- 250 encuestas cara a cara a trabajadores de Centros de Trabajo seleccionados

Plazas Seleccionadas



La ejecución del estudio se llevó a cabo de
junio a agosto 2016.

Nula información sobre las ventajas o beneficios tangibles. Desconocen los procedimientos para los empleados

El crédito Fonacot no se adopta como un proceso orgánico dentro del Centro de Trabajo

**PRINCIPALES HALLAZGOS
CENTROS DE TRABAJO**

Falta seguimiento y relación con los ejecutivos Fonacot dentro de los Centros de Trabajo, ya que el seguimiento es limitado

Al no encontrar motivos de beneficios a los Centros de Trabajo en función al otorgamiento de créditos, no se crean lazos de apoyo

**DESCONOCEN CÓMO FUNCIONA EL CRÉDITO FONACOT
POR LO TANTO, NO LO COMUNICAN**

ACERCAMIENTO

No existe vínculo emocional con el Instituto FONACOT

En sucursales de la Región Norte se remite a una marca antigua y pasada de moda

COMUNICACIÓN

Baja presencia de marca y difusión en las plazas, vinculan la marca con el Gobierno.

La publicidad de referencia es la de mueblerías.

CONOCIMIENTO

La marca con mayor conocimiento es BANAMEX, seguida por Bancomer (estrategia de masificación y presupuesto en marketing).

Banco Azteca y Coppel son marcas que se integran a las más conocidas.

CENTROS DE TRABAJO



Se identifican varios actores en el proceso FONACOT ya que la persona que afilia al Centro de Trabajo, no es el mismo que opera los descuentos o quien brinda información.

Percepción del Instituto FONACOT

- Beneficio exclusivo para trabajadores
- Imposición de Gobierno
- Es considerado una carga extra a su trabajo.

Percepción del Proceso

- Desconocimiento total sobre el proceso de requisitos y cómo solicitar el crédito, sólo ejecutan los descuentos, no realizan promoción.

TRABAJADORES NO USUARIOS



Percepción del Instituto FONACOT

- Conocen la marca, pero su imagen es antigua.
- Dado a lo anterior, no es una opción de créditos vigentes.
- Antes de FONACOT existen opciones personales para solicitar préstamos de efectivo, por ejemplo: familiares y amigos, casas de préstamo, Instituciones Financieras entre otros

Percepción del Proceso

- Los trabajadores buscan solos la información ya que su Centro de Trabajo no les comunica cómo funciona.

**Propuestas de Acción
en Centros de Trabajo**

- 1.- Incluir un programa de "Implants" en Centros de Trabajo.
- 2.- Implementación programa de visitas con métricas y objetivos por CT.
- 3.- Estandarización de la capacitación de procesos a través de videos tutoriales.
- 4.- Regionalización de la comunicación para estandarizar, pero con las líneas más importantes de cada Región.

PRINCIPALES RECOMENDACIONES

**Propuestas de Acción
para Trabajadores
NO Usuarios**

- 1.- Creación de talleres informativos para Trabajadores en CT's.
- 2.- Difusión en medios digitales (interactividad).
- 3.- Fortalecer a nivel terrestre la imagen de actualización de FONACOT.
- 4.- Identificación de nuevos segmentos alternos como: solteros, madres solteras, segmentos socioeconómicos medios altos (creando nuevas ncesedidsades.)

Objetivo General: Identificar las fortalezas y debilidades del crédito Fonacot - Percepción y Servicio.

Método Utilizado

Trabajadores Usuarios y Recurrentes- Metodología Cualitativa y Cuantitativa

- 240 entrevistas a profundidad
- 2,500 encuestas telefónicas

Plazas Seleccionadas



La ejecución del estudio se llevó a cabo de junio a agosto 2016.

FONACOT como Marca

- No está relacionada con el Centro de Trabajo, son actores independientes donde uno otorga crédito y se descuenta como facilidad vía nómina
- Es reconocida como una Institución Financiera de Gobierno
- Es la mejor alternativa para el trabajador (usuarios)
- Alto conocimiento sobre el producto de crédito en efectivo
- La recompra es automática por la experiencia de la disponibilidad del efectivo (se convierte en un hábito)

FONACOT como Trámite

- Es un hallazgo para el trabajador descubrir la facilidad de obtener el crédito FONACOT (vs otras opciones de financiamiento)
- El trabajador crea lazos a largo plazo, por ser la fuente principal de financiamiento
- Toda la información obtenida es de forma personal, no hay estrategias de empuje por parte de su centro de trabajo
- La fuente importante de información es en sucursal (no buscan medios alternos)

De las 2,500 encuestas telefónicas se obtuvieron los siguientes resultados:

Generales

- **20%** de clientes entrevistados son SOLTEROS - nuevo segmento identificado
- El **38%** del crédito es para gasto directo a familia
- Alta recordación sobre plazo y monto de crédito

El **61%** de los entrevistados de la Región norte evaluó a FONACOT como la mejor Institución.

En términos generales la percepción del servicio es "buena"

*Generales
por Región*

La búsqueda de opciones financieras sucede principalmente a que los montos que pueden obtener en crédito personal es menor

El crédito es solicitado en tiempos de emergencia, por lo que la rapidez de tener el efectivo es un tema importante

La empatía se convierte en un elemento importante como clave en el servicio

Desconocimiento sobre los costos de ejecución del crédito (seguros)

USUARIOS



El Tiempo se vuelve el principal factor en la toma de decisión para la contratación de créditos

NUEVOS MERCADOS

Enfoque en atacar mercado joven, madres solteras ejemplificando sus necesidades y con su lenguaje (crear empatía).

La comunicación actual es genérica.

EL CRÉDITO

Reforzar de mejor forma la sencillez del pago, los descuentos fijos vía nómina, y la credibilidad del crédito, más que la tasa.

ANALISTAS

Crear una protocolización del servicio a través de un manual, así como: incentivos para motivar la mejor atención.

MATERIALES

Crear una protocolización del servicio a través de un manual, así como: incentivos para motivar la mejor atención.

CONTINUIDAD RECOMPENSA

Implementar un programa para premiar / reconocer la lealtad y recomendación de los usuarios recurrentes



Objetivo General: Evaluar la eficiencia y calidad del servicio recibido por los Trabajadores al realiza su trámite para el otorgamiento de crédito y así detectar áreas de oportunidad.

Método Utilizado

Sucursales Fonacot - Cuantitativa

- 1, 000 encuestas cara a cara

Plazas Seleccionadas



La ejecución del estudio se llevó a cabo de junio a agosto 2016.

- 1.- Se ratifica la importancia del Instuto FONACOT como principal opción para la obtención de crédito.
- 2.- Bajo conocimiento sobre los costos del crédito (en todos sus niveles)
- 3.- A pesar de la buena percepción, el trámite es lento y en consecuencia excede el tiempo de los usuarios en las sucursales

PRINCIPALES HALLAZGOS

Más del **80%**
elige FONACOT
vs otras opciones

El **86%**
recomendaría
FONACOT

El **52%** de los
encuestados acuden
más de 2 veces a las
sucursales por el
mismo trámite

El **44%** tardan
más de media
hora en sucursal
(tiempo mínimo de
espera)

Sólo el **50%**
conoce otras fuentes
de información del
Instituto FONACOT

Los dos puntos
importantes que se
conocen del crédito
son los montos,
plazos y descuentos.

- 1.- Con base en el análisis de perfil del trabajador, se detecta que por su condición socio-cultural sus expectativas del servicio son muy bajas, por lo tanto, está acostumbrado a esperar tiempos prolongados para recibir atención, cuenta con recursos limitados de servicio.
- 2.- La experiencia del servicio de este cliente no está en sus opciones o necesidades, dado lo anterior no espera excelencia en su atención por ello la evaluación Fonacor es "Buena".
- 3.- Por otro lado, las distancias de sucursales y tiempos de proceso, hacen que el cliente tome más de 3 días para el trámite, si se considera que el mercado tiene horarios base, poca flexibilidad en permisos y el acceso, limita la capacidad de asistencia de la "posible" demanda nueva, genera barrera.
- 4.- El acceso al mercado base Fonacot a la tecnología es limitado, culturalmente hablando no se sienten cómodos recibiendo servicio a través de una máquina, los diferentes puntos de servicio de la Institución se convierten en una barrera, más que un beneficio, por lo que se tienen que crear módulos de asistencia, donde se pueda tener de inicio personal que oriente y guíe a los clientes.

Revisar procesos internos en sucursal

- Los tiempos de espera son excesivos, se debe validar el proceso de originación de crédito
- Los servicios actuales como puntos de contacto no están ayudando a los trabajadores a resolver dudas, el target regresa a la sucursal porque en el Centro Telefónico, redes sociales y página de internet no resuelven dudas.
- Requieren la creación de un manual de calidad - decálogo de servicio
- Monitoreo en puntos de atención

Medios de Comunicación Alternos

- Nuevamente se presenta en el diagnóstico la importancia de contar con medios alternos para los trabajadores
- Módulos en espacios públicos sólo para brindar información
- Módulos en Centros de Trabajo

Objetivo General: Realizar contrataciones reales de créditos de nómina y créditos personales, en diferentes Instituciones Financieras para identificar: características, beneficios, comisiones y proceso en general de la originación.

Método Utilizado

Instituciones Financieras, Sofomes y Fonacot - Cuantitativa

- 60 contrataciones reales, 12 contrataciones por mes (5 meses)

Instituciones Financieras seleccionadas

- | | |
|------------------|--------------|
| 1. Banamex | 11. Sofome 1 |
| 2. Banorte | 12. Sofome 2 |
| 3. BBVA Bancomer | |
| 4. HSBC | |
| 5. Santander | |
| 6. Scotiabank | |
| 7. Banco Famsa | |
| 8. BanCoppel | |
| 9. Banco Azteca | |
| 10. Fonacot | |

La ejecución del estudio se llevó a partir del mes de junio y hasta el mes de noviembre 2016.

- 1.- En términos generales, la contratación de créditos siguen siendo un estigma de contratación por parte de los trabajadores, ya que existe mucha información que es imposible descifrar por sí mismos, principalmente las tasas reales, montos de penalizaciones, intereses y demás costos que quedan sin resolver, ni aún contratado el crédito.
- 2.- Los tiempos dedicados al servicio son nulos, no existe el tiempo suficiente para explicar productos que lleven de la mano al trabajador a entender lo que está contratando, adicional a esto la poca preparación por parte de los ejecutivos al colocar productos financieros, principalmente de nómina.

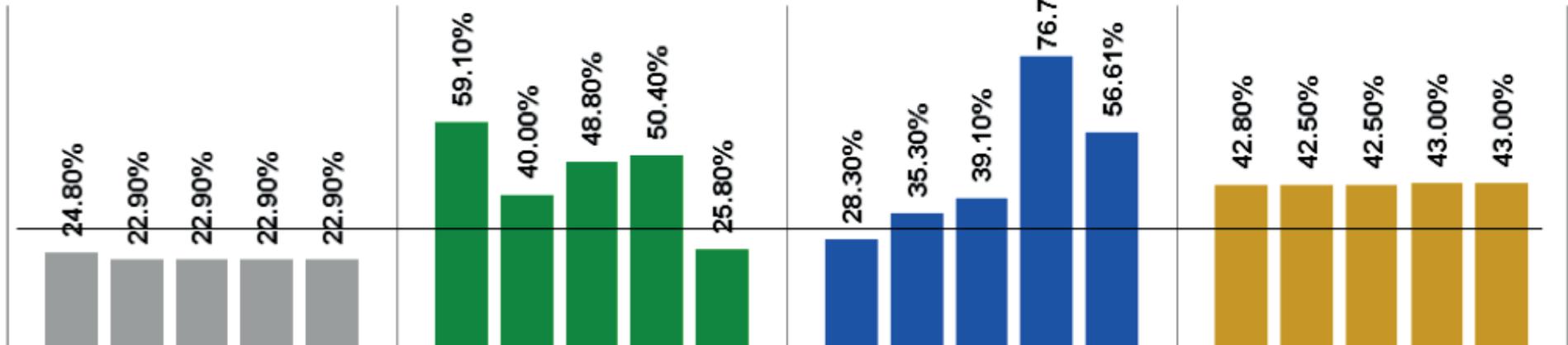
- 1.- Los créditos en cuanto a sus formas, requisitos, condiciones y beneficios son los mismos, no existen diferencias.
- 2.- De igual forma, no encontramos razones para entender el porque contratar una marca vs otra en términos racionales, es más la afinidad a la marca y la credibilidad.
- 3.- La contratación se realiza por la tasa más baja, se realiza por la tasa "publicitaria" más baja o la facilidad del trámite.

PROMEDIO
27.4%

Tasas del Período

Mínima 22.9% Todos los períodos
Máxima 76.7% Octubre

CRÉDITO PERSONAL



Primera barra :Julio

Segunda barra: Agosto

Tercera barra: Septiembre

Cuarta Barra: Octubre

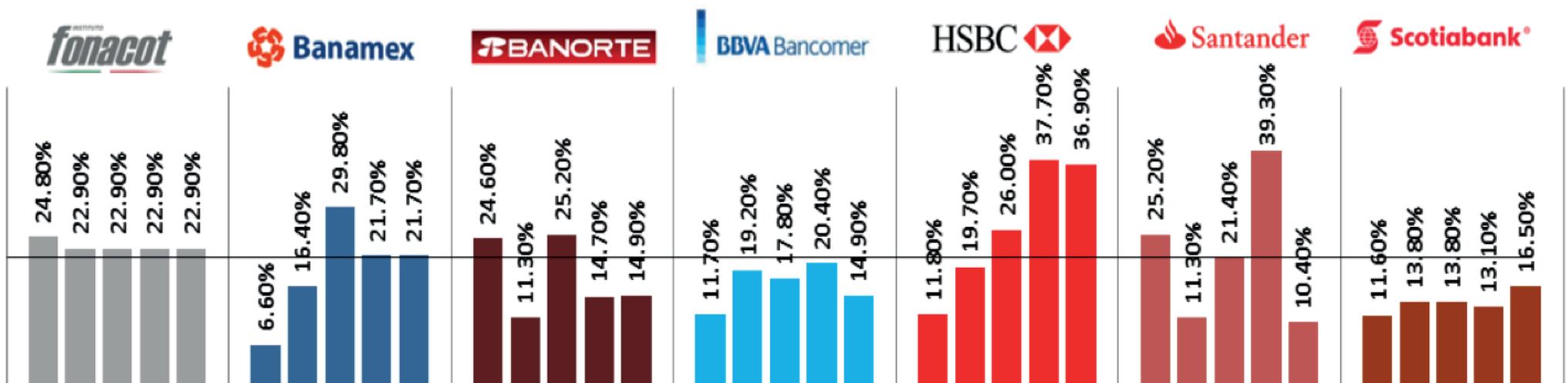
Quinta Barra: Noviembre

Tasas del Período

PROMEDIO
19.9%

Mínima 6.6% Julio Banamex
Máxima 39.3% Octubre Santander

CRÉDITO DE NÓMINA



Primera barra :Julio
Segunda barra: Agosto
Tercera barra: Septiembre

Cuarta Barra: Octubre
Quinta Barra: Noviembre

COMPARATIVO TASAS Y MONTOS DE PAGO CONTRATACIONES REALES

(Sin accesorios)
Banamex

CRÉDITO DE NÓMINA

MES	BANCO	Prestamo	Interes	Periodo en Meses	Tasa efectiva Mensual	Tasa efectiva Anual	Pagos Mensuales	Monto a Pagar del credito	% de monto final
JULIO	FONACOT	\$22,552	\$5,604	12	1.9%	24.8%	\$2,346	\$28,156	125%
AGOSTO	FONACOT	\$19,000	\$9,691	24	1.7%	22.9%	\$1,195	\$28,691	151%
SEPTIEMBRE	FONACOT	\$17,054	\$8,698	24	1.7%	22.9%	\$1,073	\$25,752	151%
OCTUBRE	FONACOT	\$29,000	\$12,292	12	1.7%	22.9%	\$3,441	\$41,292	142%
NOVIEMBRE	FONACOT	\$31,000	\$20,900	30	1.7%	22.9%	\$1,899	\$51,900	167%
JULIO	BANAMEX	\$14,000	\$926	12	0.5%	6.6%	\$1,244	\$14,926	107%
AGOSTO	BANAMEX	\$10,000	\$8,356	48	1.3%	16.4%	\$382	\$18,356	184%
SEPTIEMBRE	BANAMEX	\$26,500	\$3,696	6	2.2%	29.8%	\$5,033	\$30,196	114%
OCTUBRE	BANAMEX	\$10,000	\$11,952	48	1.7%	21.7%	\$457	\$21,952	220%
NOVIEMBRE	BANAMEX	\$25,580	\$30,574	48	1.7%	21.7%	\$1,170	\$56,154	220%

(Con accesorios)
Banamex

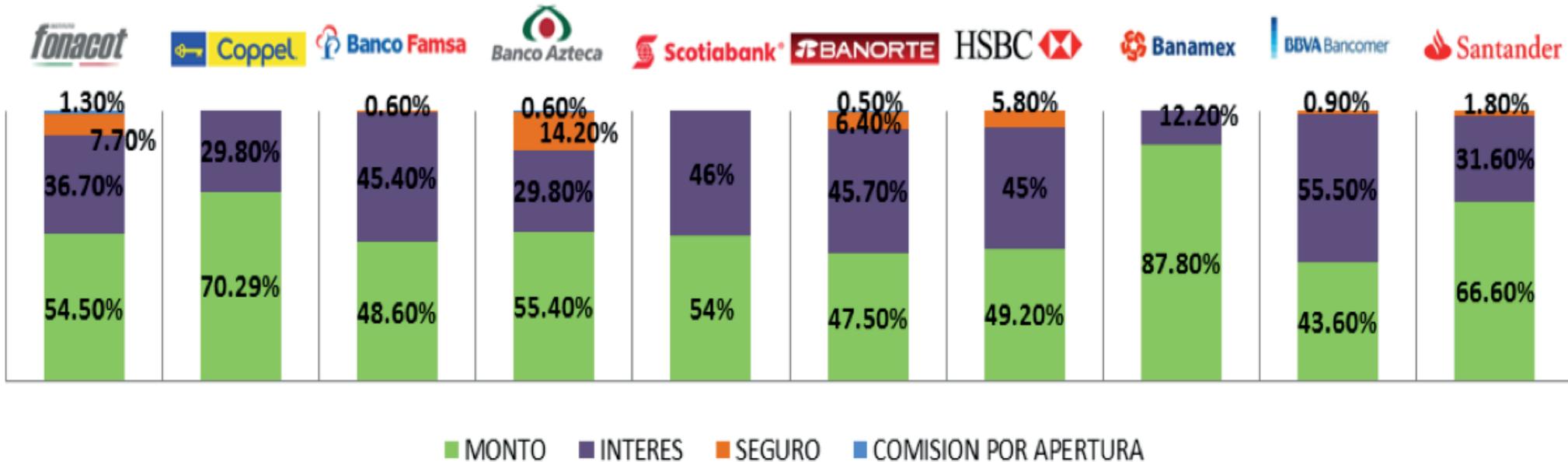
CRÉDITO DE NÓMINA

Institución	Prestamo	Interes	Periodo en meses	Tasa efectiva mensual	Tasa efectiva Anual	Pagos Mensuales	Monto a pagar del Credito	Seguro	Comision por apertura	Monto total a pagar	% final pagado vs monto real de credito
FONACOT	\$22,552	\$5,604	12	1.9%	23.6%	\$2,346	\$28,156	\$1,427	\$523	\$30,106	33%
FONACOT	\$19,000	\$9,691	24	1.7%	25.4%	\$1,195	\$28,691	\$2,181	\$441	\$31,313	65%
FONACOT	\$17,054	\$8,698	24	1.7%	25.4%	\$1,073	\$25,752	\$1,957	\$396	\$28,105	65%
FONACOT	\$24,504	\$16,521	30	1.7%	25.8%	\$3,441	\$41,025	\$3,450	\$569	\$45,044	84%
FONACOT	\$31,000	\$20,900	30	1.7%	28.0%	\$1,899	\$51,900	\$4,364	\$719	\$56,984	84%
BANAMEX	\$14,000	\$926	12	0.5%	6.6%	\$1,244	\$14,926	\$-	\$-	\$14,926	6.6%
BANAMEX	\$10,000	\$8,356	48	1.3%	16.4%	\$382	\$18,356	\$-	\$-	\$18,356	84%
BANAMEX	\$26,500	\$3,696	6	2.2%	29.8%	\$5,033	\$30,196	\$-	\$-	\$30,196	14%
BANAMEX	\$10,000	\$11,952	48	1.7%	21.7%	\$457	\$21,952	\$-	\$-	\$21,952	120%
BANAMEX	\$25,580	\$30,574	48	1.7%	21.7%	\$1,170	\$56,154		\$580	\$56,734	121.80%

Estudio 4 Benchmarking

Contrataciones Reales

COMPOSICIÓN DEL CRÉDITO



Financieras
Financiera Independencia
Apoyo Económico
Credenz
Credifiel

AMENAZAS

- Otras instituciones otorgan la primera quincena de gracia para pago a capital
- No ofrece menor tasa de interés y/o tasas preferenciales de acuerdo al historial del cliente

- Seguro de desempleo (6 meses)
- Costo más alto en seguro de vida
- Tasa de interés mayor a la publicada
- Mucho tiempo entre solicitud y autorización
- Tasa más alta de intereses moratorios y gastos de cobranza en el mercado

DEBILIDADES

FORTALEZAS

- Tiene garantizado el pago vía nómina
- Deuda cancelada por incapacidad o invalidez total y permanente

- Originación por internet
- Generar pre - autorizaciones vía internet generando un folio para continuar el proceso en sucursal
- Solicitar actualización de expediente en la recontractación de crédito
- Otorgar seguros de vida y desempleos con mejores condiciones

OPORTUNIDADES