

Estudios de Mercado 2018

Evaluación de conocimiento y servicio en oficinas

- Esta evaluación se realizó por medio de ejercicios de Mystery Shopper en las sucursales del Instituto Fonacot.
- Se evaluar la calidad de Información proporcionada a los clientes

Fortalezas	Áreas de Oportunidad
El “cliente misterioso” recibió información completa del plazo y tasa.	Falta otorgar información de tipo de crédito y alternativas para liquidar el crédito
El analista fue amable e indicó requisitos y documentos	Se solicitó estado de cuenta para hacer el depósito y no se ofrece tarjeta Transfer.

Evaluación de Imagen de Sucursales

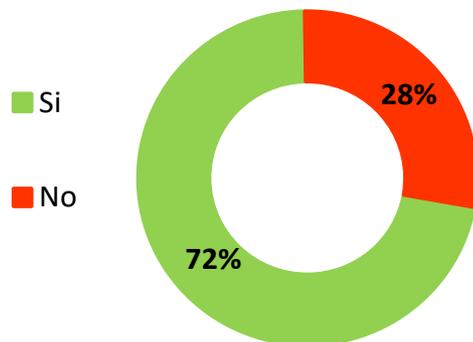
- Se realizó una evaluación general de la imagen de las sucursales, tanto de los materiales de promoción como del mantenimiento y mobiliario.

Característica a Evaluar	Evaluación
Material POP	Excelente o buena
Campañas promocionales (Carteles)	Excelente o buena
Lonas	Excelente o buena
Logos	Excelente o buena
Pisos	Excelente o buena
Muebles	Excelente o buena
Cristales	Excelente o buena
Fachada	Condiciones regulares
Plafones	Excelente o buena
Pintura	Excelente o buena

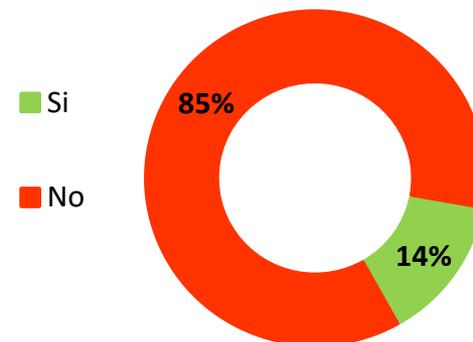
Percepción de Centros de Trabajo

- Se realizaron entrevistas a profundidad a los encargados de llevar los trámites relacionados con el Instituto en los Centros de Trabajo Afiliados.
- Dentro de los principales resultados, se encontró que 72% mencionaron que el Instituto les otorgó una capacitación del proceso de cobranza.
- Solo 14% de los encuestados dijeron que imparten información del Instituto a los Trabajadores.
- Mencionan que la principal fortaleza del Instituto es que solicita pocos requisitos.

Reciben capacitación sobre el proceso de cobranza



Imparten información interna a los trabajadores sobre el crédito FONACOT



Percepción del Trabajador

- Se realizaron entrevistas a profundidad a trabajadores que tramitaron un crédito con el Instituto.
 - 75% calificaron el **proceso de tramite** como “**nada complicado**”
 - 54% dijeron haber concluido su trámite en **menos de 60 minutos**, desde su llegada a sucursal hasta la autorización del mismo.
 - 96% mencionaron estar satisfechos o muy satisfechos con la **atención del analista**
 - 97% mencionaron estar satisfechos o muy satisfechos con la **atención general del Instituto**
 - 80% mencionaron estar satisfechos o muy satisfechos con la **tasa de interés**
 - 96% mencionaron estar satisfechos o muy satisfechos con el **monto de su crédito.**

Materiales de comunicación y Benchmarking

- Los regalos que les parecen más atractivos son memorias USB y bocinas.
- Los medios de comunicación más efectivos, según los clientes son: Correo electrónico y SMS.
- Durante la evaluación por medio de cliente misterioso en distintas Instituciones se obtuvieron los siguientes resultados:

	Infonacot	BBVA Bancomer	Santander	Citi Banamex	Multiva	Banorte	BanBajío	Afirme	Banco Azteca	Compartamos Banco	Libertad
Amabilidad en la atención	100	40	80	40	80	60	80	60	80	80	100
¿El personal dominaba el servicio que usted solicitó?	100	60	80	80	60	40	80	80	80	80	100
Le aclararon sus dudas	100	0	100	100	100	60	80	40	60	60	100
El personal se dedicó a atenderlo sin distraerse	80	40	20	20	60	60	40	60	60	80	60
Calificación de la atención, en escala del 1 al 5	4.8	1.8	3.8	3.4	4	3.2	3.8	3.4	3.8	3.8	4.6