



***Tracking***  
**Derechohabientes**  
**Encuesta telefónica**

Agosto 2021

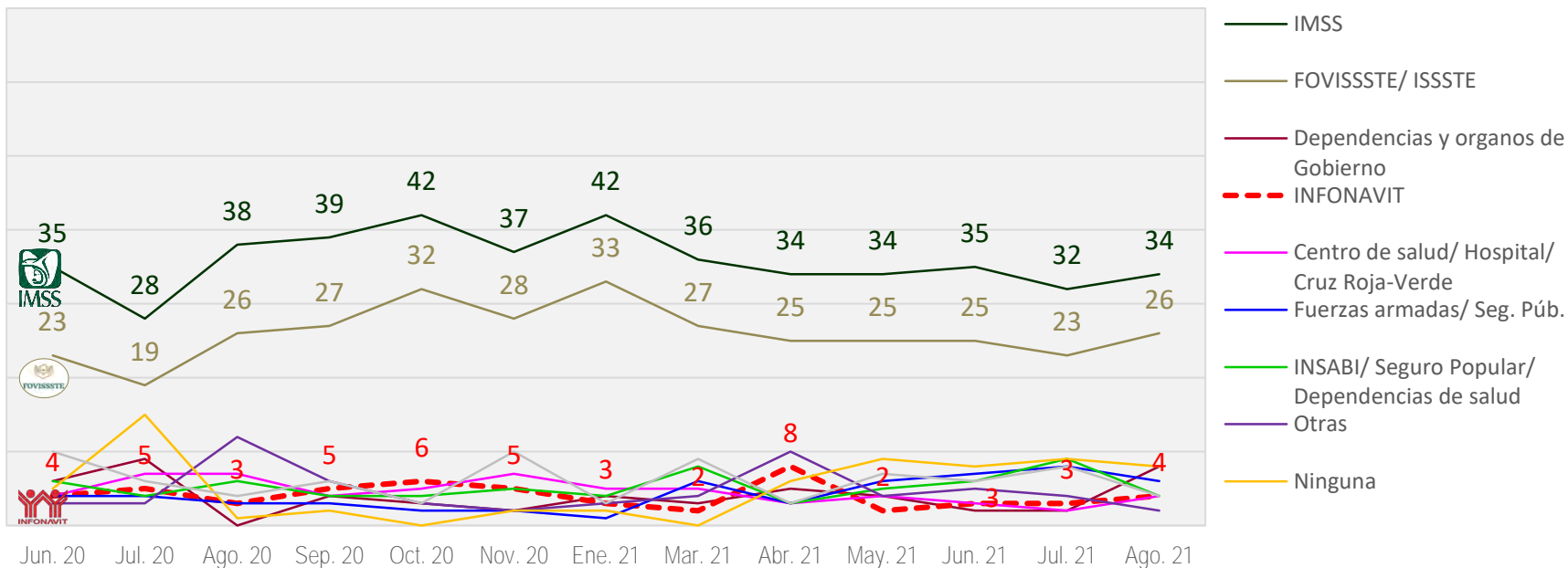
# I. CONOCIMIENTO Y OPINIÓN DEL INFONAVIT

# Recordación de instituciones públicas de seguridad social

## Suma de tres menciones



Instituciones públicas de seguridad social  
(Porcentaje)



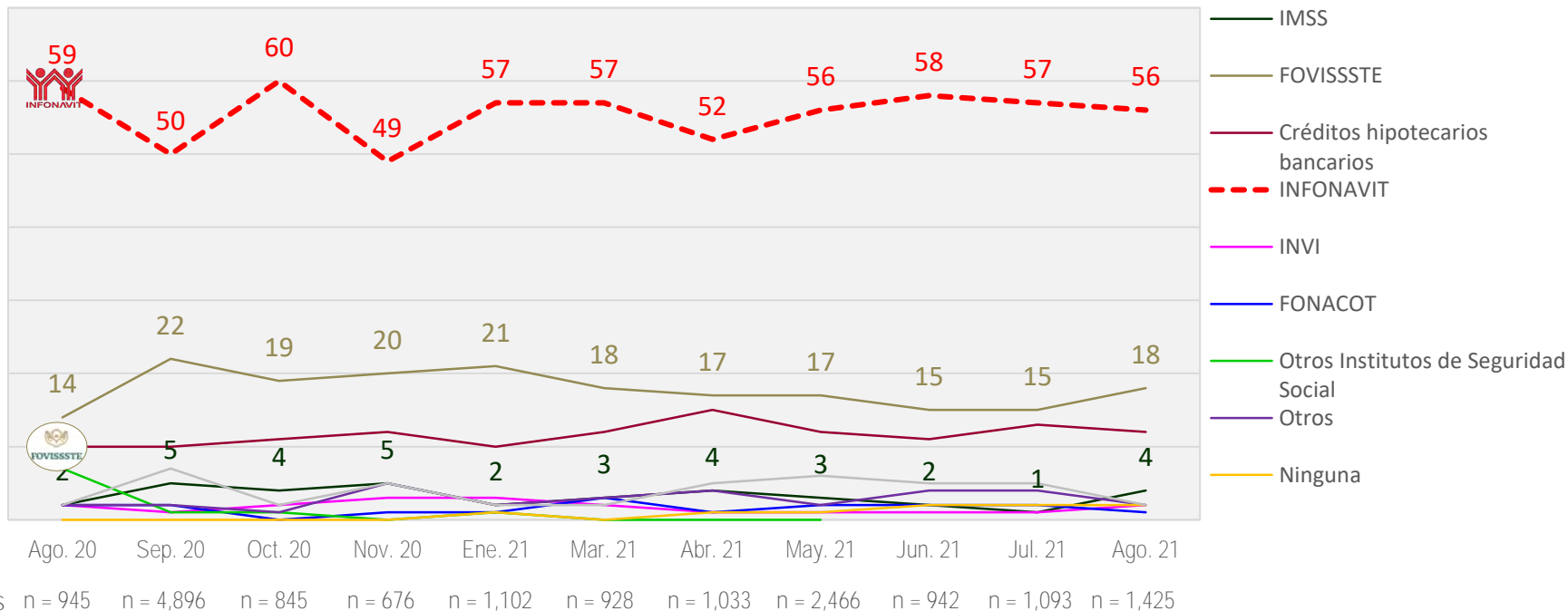
Casos n = 2,212 n = 1,582 n = 1,162 n = 2,699 n = 896 n = 1,046 n = 1,414 n = 1,014 n = 1,208 n = 1,146 n = 1,271 n = 1,765

# Recordación de instituciones de créditos más recordadas

## Suma de tres menciones



Instituciones que dan crédito para comprar viviendas  
(Porcentaje)



n = Número de casos

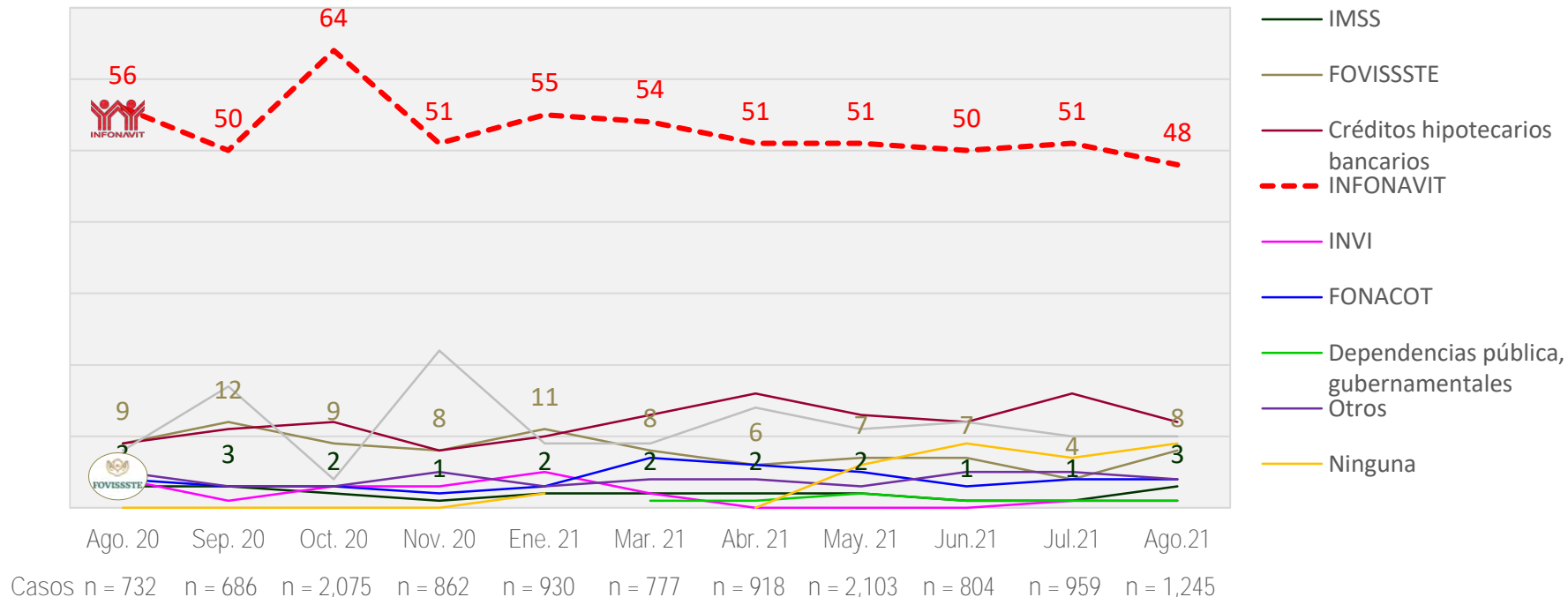
Preg. 2.2 ¿Cuáles son las instituciones que otorgan créditos para adquirir una vivienda que le vienen primero a la mente?

# Recordación de instituciones de créditos más recordadas

## Suma de tres menciones



Instituciones que dan crédito para ampliar o remodelar la vivienda  
(Porcentaje)



n = Número de casos

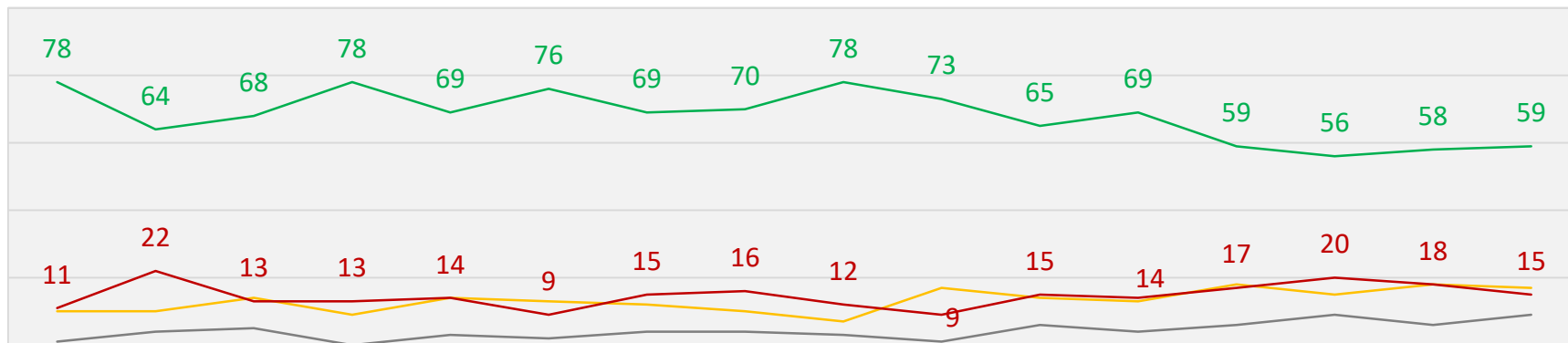
Preg. 2.3 ¿Y cuáles son las instituciones que otorgan créditos para ampliar o remodelar una vivienda que le vienen primero a la mente?

# Conocimiento y opinión del Infonavit

(Porcentaje)

% Sí conoce	91	97	97	96	98	99	99	98	91	99	100	99	99	99	Esp. 92 Ayu. 8	Esp. 85 Ayu. 15
Casos	n = 2,506	n = 607	n = 663	n = 1,264	n = 613	n = 600	n = 1,460	n = 600	n = 600	n = 705	n = 587	n = 602	n = 1,503	n = 600	n = 689	n = 900

% Opinión



Feb. 20   Abr. 20   May. 20   Jun. 20   Jul. 20   Ago. 20   Sep. 20   Oct. 20   Nov. 20   Ene. 21   Mar. 21   Abr. 21   May. 21   Jun. 21   Jul. 21   Ago. 21

GAP = 67   GAP = 42   GAP = 55   GAP = 65   GAP = 55   GAP = 67   GAP = 54   GAP = 54   GAP = 66   GAP = 64   GAP = 50   GAP = 55   GAP = 42   GAP = 36   GAP = 40   GAP = 44  
n = 2,257   n = 595   n = 641   n = 1,208   n = 547   n = 595   n = 1,453   n = 595   n = 595   n = 703   n = 587   n = 597   n = 1,497   n = 598   n = 689   n = 900

— Muy buena/Buena   — Ni buena ni mala   — Muy mala/Mala   — Ns/Nc

Preg. 2.4 ¿Usted conoce o ha oído hablar del Infonavit?

n = Número de casos

Preg. 2.6 En términos generales, ¿la opinión que usted tiene del Infonavit es muy buena, buena, mala o muy mala?

# Conocimiento y opinión del Infonavit



## Opinión del Infonavit según la sub muestra

Opinión	Tratamiento	Control
Muy buena/Buena	60	57
Ni buena ni mala	18	16
Muy mala/Mala	15	15
Ns/Nc	7	12
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>Núm. de casos</b>	<b>599</b>	<b>301</b>

La sub muestra de tratamiento es a la que se le preguntó/informó sobre siete acciones del Infonavit en favor de sus derechohabientes y acreditados. A la sub muestra de control no se le preguntó/informó por esas siete acciones.

Preg.2.6 En términos generales, ¿la opinión que usted tiene del Infonavit es muy buena, buena, mala o muy mala?

# Asociaciones que se tienen del Infonavit

(Porcentaje)

	Comentarios respecto a Infonavit	Ago.21
<b>Comentarios positivos y neutros</b> 84%	Créditos/préstamos para viviendas	36
	Casas/viviendas	30
	Ayuda a sacar o comprar casas/vende casas	13
	Prestación de los trabajadores para adquirir vivienda	3
	Instituto del Fondo Nacional de Vivienda	1
	Fondo de ahorro	1
<b>Comentarios negativos</b> 11%	Créditos impagables/deuda/tasas de interés altas	8
	Casas pequeñas	2
	Opiniones negativas	1
	Otros comentarios	2
	Nada	1
	Ns/Nc	2
	<b>Total</b>	<b>100%</b>
	<b>Número de casos</b>	<b>900</b>



# Asociaciones que se tienen del Infonavit

(Porcentaje)

Comentarios respecto a Infonavit	Muy buena/ Buena	Ni buena ni mala	Muy mala/Mala	Total
Créditos/préstamos para viviendas	41	30	22	36
Casas/viviendas	31	35	23	31
Ayuda a sacar o comprar casas/vende casas	13	14	12	13
Créditos impagables/deuda/tasas de interés altas	4	10	27	8
Prestación de los trabajadores para adquirir vivienda	4	1		3
Casas pequeñas	1	3	6	2
Instituto del Fondo Nacional de Vivienda	1	1	2	1
Fondo de ahorro	1	1	0	1
Opiniones negativas	0	1	4	1
Créditos para remodelar/construir	0	2	1	1
Otra	2		1	1
Ns/Nc	2	2	2	2
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>Número de casos</b>	<b>530</b>	<b>146</b>	<b>155</b>	<b>900</b>

Preg. 2.5 ¿Qué es lo primero que le viene a la mente cuando escucha la palabra Infonavit?

# Lo mejor y lo peor del Infonavit



(Porcentaje)

Lo mejor del Infonavit	Ago.21
Los créditos para viviendas que otorgan	29
Otorgan vivienda a la gente	18
Facilidades para otorgar créditos/accesibilidad y rapidez	9
El sistema de pagos	5
Créditos para ampliar/remodelar	3
El apoyo a los trabajadores	3
El buen trato del personal	2
Cambios en sistema de puntos/reformas	2
Descuentos/prorrogas de pago	2
Es una prestación	2
Tasas de interés bajas	1
Permiten retirar el dinero ahorrado	1
Poder utilizar el dinero de la forma que quieras	-
Otra	2
Nada	4
Ns / Nc	18
<b>Total</b>	<b>100%</b>
<b>Número de casos</b>	<b>900</b>

(Porcentaje)

Lo peor del Infonavit	Ago.21
Las tasas intereses altas	20
Los plazos del crédito son muy largos	12
La calidad de las viviendas	11
La burocracia/trámites complicados	11
Los costos y cantidades que hay que pagar	10
Mala atención del personal	4
No hay apoyos/prorrogas o descuentos	2
Corrupción en el Instituto	1
Otra	1
Nada	5
Ns / Nc	24
<b>Total</b>	<b>100%</b>
<b>Número de casos</b>	<b>900</b>

Preg. 2.7 ¿Qué es lo mejor que tiene Infonavit?

Preg. 2.8 ¿Y qué es lo peor que tiene Infonavit?

# Lo mejor del Infonavit según la primera opinión



## Atributos positivos de Infonavit (Porcentaje)

Lo mejor del Infonavit	Muy buena/Buena	Ni buena ni mala	Muy mala/Mala	Total
Los créditos para viviendas que otorgan	34	29	18	29
Otorgan vivienda a la gente	16	20	19	18
Facilidades para otorgar créditos/accesibilidad y rapidez	10	6	7	9
El sistema de pagos	6	3	2	5
Créditos para ampliar/remodelar	3	1	2	3
El apoyo a los trabajadores	3	3	2	3
El buen trato del personal	3		1	2
Cambios en sistema de puntos/reformas	2	4	1	2
Descuentos/prorrogas de pago	1	2	5	2
Es una prestación	2	1	1	2
Tasas de interés bajas	2	1	2	1
Permiten retirar el dinero ahorrado	1	0	1	1
Poder utilizar el dinero de la forma que quieras	1			
Otra	3	2	3	2
Nada	1	2	23	4
Ns / Nc	12	26	13	17
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>Número de casos</b>	<b>530</b>	<b>146</b>	<b>155</b>	<b>900</b>

Preg. 2.7 ¿Qué es lo mejor que tiene Infonavit?

Preg. 2.8 ¿Y qué es lo peor que tiene Infonavit?

# Lo peor del Infonavit según la primera opinión



## Atributos positivos de Infonavit (Porcentaje)

Lo peor del Infonavit	Muy buena/Buena	Ni buena ni mala	Muy mala/Mala	Total
Las tasas intereses altas	18	28	27	20
Los plazos del crédito son muy largos	13	9	13	12
La calidad de las viviendas	10	11	15	11
La burocracia/trámites complicados	10	14	15	11
Los costos y cantidades que hay que pagar	8	8	15	10
Mala atención del personal	5	3	3	4
No hay apoyos/prorrogas o descuentos	2	4	1	2
Corrupción en el Instituto	1	1	5	1
Otra	2	0	2	1
Nada	6	1	0	5
Ns / Nc	25	21	4	23
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>Número de casos</b>	<b>530</b>	<b>146</b>	<b>155</b>	<b>900</b>

Preg. 2.7 ¿Qué es lo mejor que tiene Infonavit?

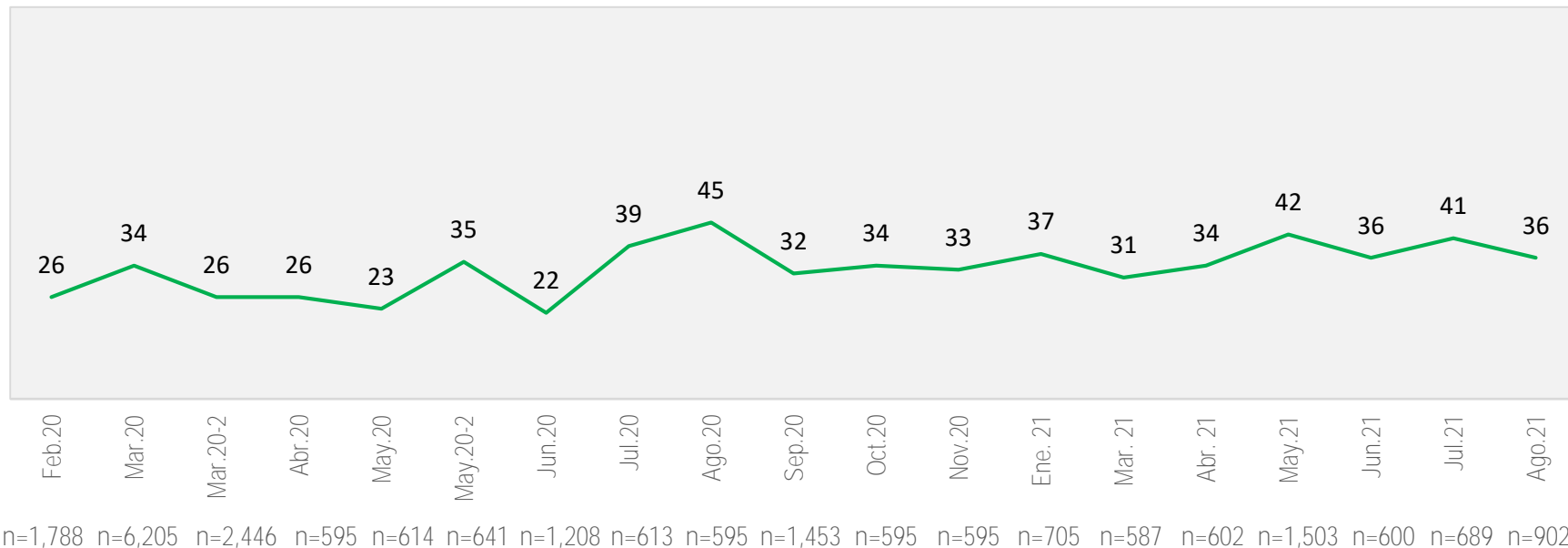
Preg. 2.8 ¿Y qué es lo peor que tiene Infonavit?

## II. EVALUACIÓN DE CAMPAÑAS

# Recordación espontánea de campañas del Infonavit



**% Sí han visto, escuchado o leído algún anuncio publicitario  
(Porcentaje)**



En junio se preguntó por alguna campaña publicitaria del Infonavit que escuchó, vio o leyó las últimas dos semanas; en mayo, agosto y septiembre se preguntó por el último mes, y en los meses restantes se preguntó por los últimos tres meses.

*\*Sumando No y Ns/Nc = 100 por ciento*

*n = Número de casos*

Preg. 3.1 ¿En el último mes usted escuchó, vio o leyó algún anuncio publicitario del Infonavit?

# Mensaje del Infonavit más recordado (espontáneo)

Sólo quienes escucharon o vieron algún anuncio, suma de tres menciones



(Porcentaje)

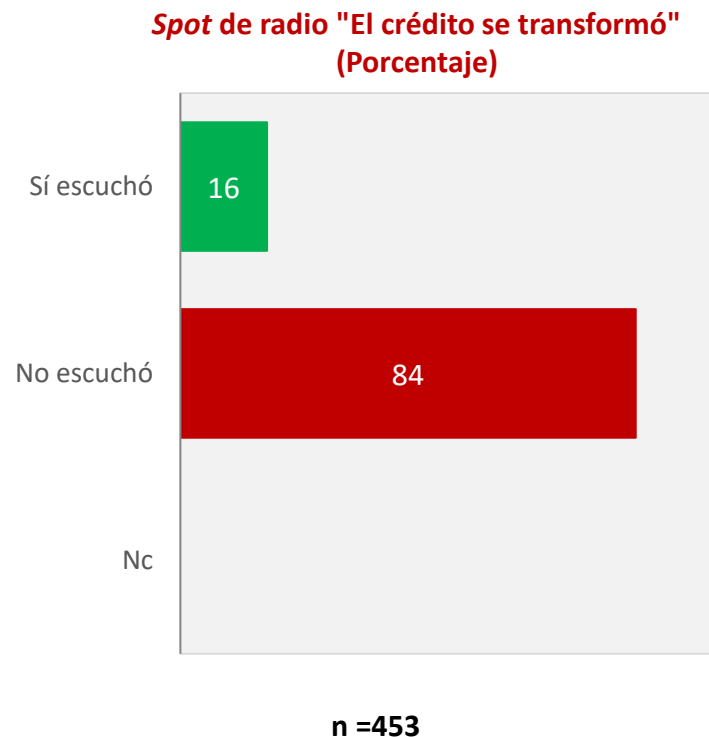
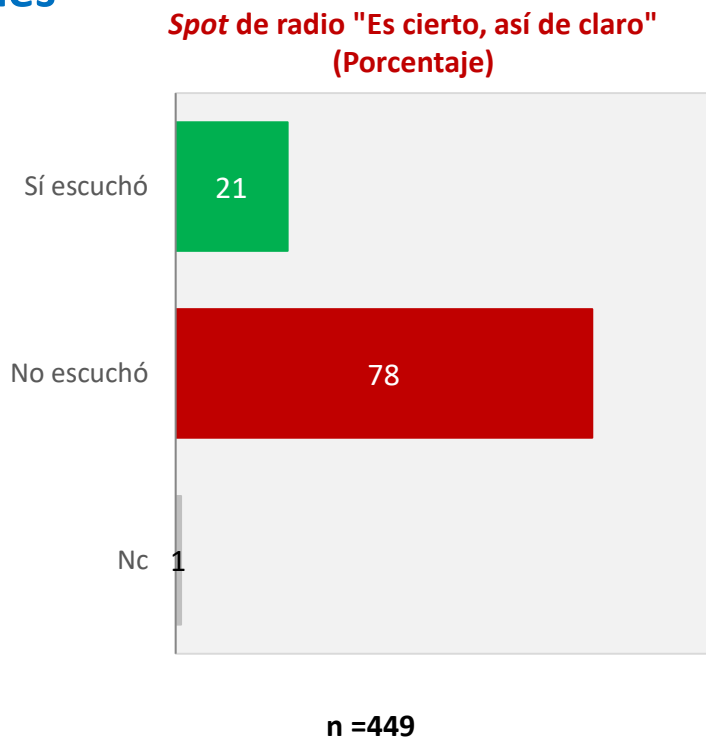
Aspecto que más recuerda	Abr. 21	May.21	Jun.21	Jul.21	Ago.21
Ofrecen créditos/facilidades para obtener crédito	27	32	25	15	18
Crédito para adquirir o remodelar tu casa	13	16	4	16	17
<b><i>Cambios/reformas (transformación) en los créditos</i></b>	<b>4</b>	<b>10</b>	<b>13</b>	<b>14</b>	<b>10</b>
<b><i>Reducción de intereses (tasa de interés fija)</i></b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>9</b>
<b><i>Apoyos para los pagos (pago fijo)/prorrogas y reducciones</i></b>	<b>7</b>	<b>9</b>	<b>7</b>	<b>11</b>	<b>7</b>
Acércate al Infonavit/que brindan orientación	6			3	6
Unamos créditos	4	3	4	4	4
Cambio de esquema de puntos		12	6	3	3
Préstamo directo/en efectivo	3	1		4	2
Créditos para compra y construcción en terrenos	4	1	4	3	2
Aumento de montos en créditos	3		2	3	1
Información en general/anuncios	6			1	
Se puede retirar el efectivo	2	1	2		
Venta de casas		1			
Sobre el portal del Infonavit		1			
Otra	7	4	8	3	14
Nada	2	1	3	1	4
NS/NC	6	4	11	7	3
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>Número de casos</b>	<b>308</b>	<b>895</b>	<b>338</b>	<b>331</b>	<b>450</b>

*En negritas y cursivas las que corresponden con el contenido del Spot*

Preg. 3.2 ¿Qué es lo que más recuerda de ese anuncio? ¿Qué más?

# Recordación con ayuda de spot "Es cierto, así de claro" y "El crédito se transformó"

Último mes



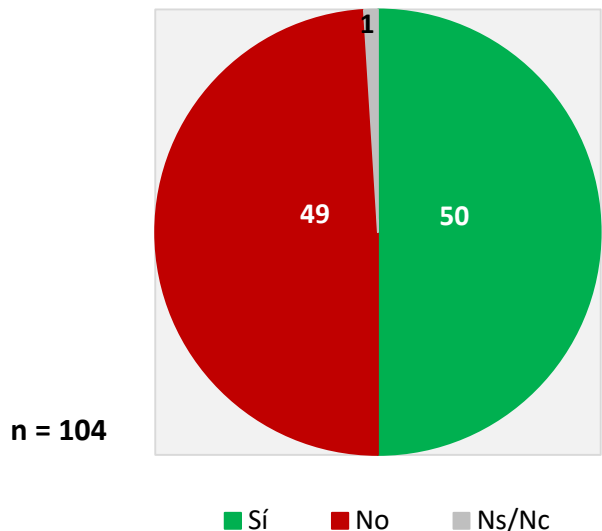


# Exposición al spot "Es cierto, así de claro" en radio

## Último mes



¿Escuchó el anuncio "Es cierto, así de claro" en radio?  
(Porcentaje)



Estaciones de radio donde escuchó el anuncio  
(Porcentaje)

Estaciones	%
La Mexicana	8
Estaciones locales	7
La Mejor	4
La Invasora	4
La Poderosa	4
Radio BI (88.7 FM)	4
Súper (89.9 FM)	4
Radio Universidad	3
Mix	3
La Sabrosita	3
Otras con menos de 2%	23
Otras	5
Ns/Nc	28
<b>Total</b>	<b>100%</b>
<b>Número de casos</b>	<b>72</b>

\*Sumando No y Ns/Nc = 100 por ciento

n = Número de casos

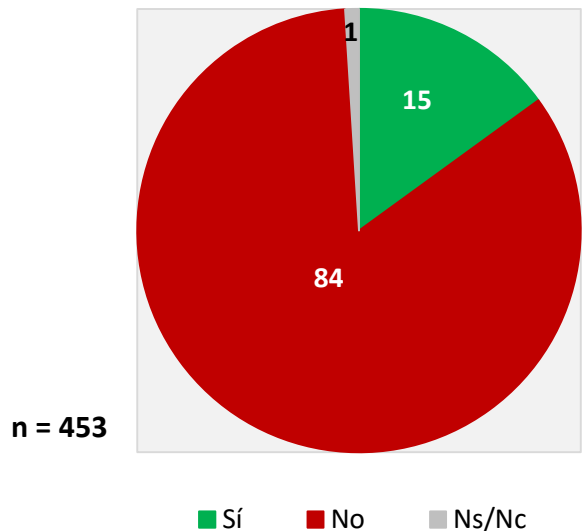
Preg. 3.4 ¿Usted escuchó este anuncio en...?

# Exposición al spot "El crédito se transformó" en radio

## Último mes



¿Escuchó el anuncio "El crédito se transformó" en radio?  
(Porcentaje)



Estaciones de radio donde escuchó el anuncio  
(Porcentaje)

Estaciones	%
Los 40 Principales	8
La Invasora	5
Universal Estéreo	4
Radio Juventud (101.9 FM)	3
Radio Fórmula	3
Oye	3
Éxtasis Digital (105.9 FM)	3
Exa	3
Otras con menos de 2%	21
Otra	29
Ns/Nc	18
<b>Total</b>	<b>100%</b>
<b>Número de casos</b>	<b>42</b>

\*Sumando No y Ns/Nc = 100 por ciento

n = Número de casos

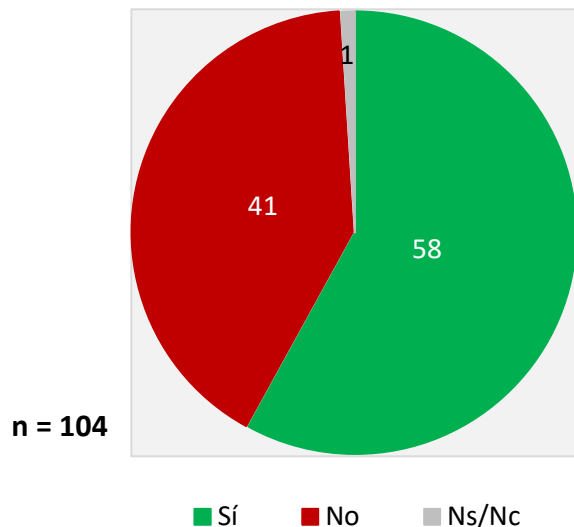
Preg. 3.4 ¿Usted escuchó este anuncio en...?

# Exposición al spot "Es cierto, así de claro" en televisión

## Último mes



¿Vio el anuncio "Es cierto, así de claro" en televisión?  
(Porcentaje)



Canales de televisión donde vio el anuncio  
(Porcentaje)

Programas	%
Mencionó programas de Televisa	9
Mencionó noticieros	8
Mencionó programas de canal 7	7
Mencionó programas de TV Azteca	6
Mencionó medios digitales	6
Mencionó programas de TV de paga	5
Hechos	4
Mencionó programas de entretenimiento	4
En las conferencias del Presidente	3
Mencionó programas de Multimedia	3
Mencionó programas de canal 5	3
Otros con menos de 2%	8
Ns/Nc	34
<b>Total</b>	<b>100%</b>
<b>Número de casos</b>	<b>83</b>

\*Sumando No y Ns/Nc = 100 por ciento

n = Número de casos

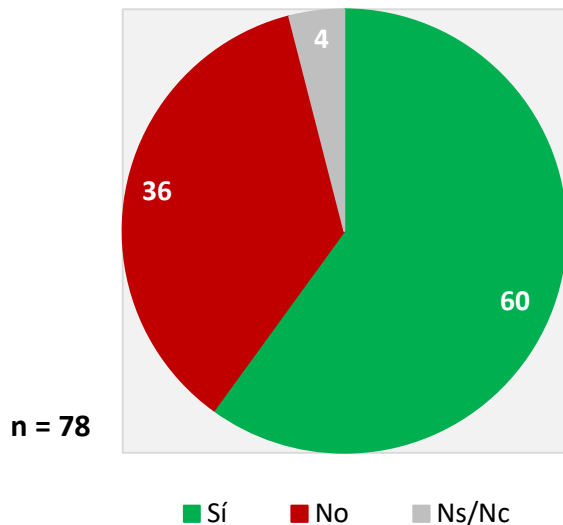
Preg. 3.4 ¿Usted escuchó este anuncio en...?

# Exposición al spot "El crédito se transformó" en televisión

Último mes



¿Vio el anuncio "El crédito se transformó" en televisión?  
(Porcentaje)



Canales de televisión donde vio el anuncio  
(Porcentaje)

Programas	%
Mencionó programas de deportes	15
Mencionó programas de Televisa	11
En comerciales	7
En las conferencias del Presidente	7
Mencionó programas de TV Azteca	7
Mencionó noticieros	6
Mencionó programas de entretenimiento	3
Mencionó programas de Imagen Televisión	2
Mencionó programas de Multimedia	1
Mencionó programas de canal 7	1
Otros	12
Ns/Nc	28
<b>Total</b>	<b>100%</b>
<b>Número de casos</b>	<b>50</b>

\*Sumando No y Ns/Nc = 100 por ciento

n = Número de casos

Preg. 3.4 ¿Usted escuchó este anuncio en...?

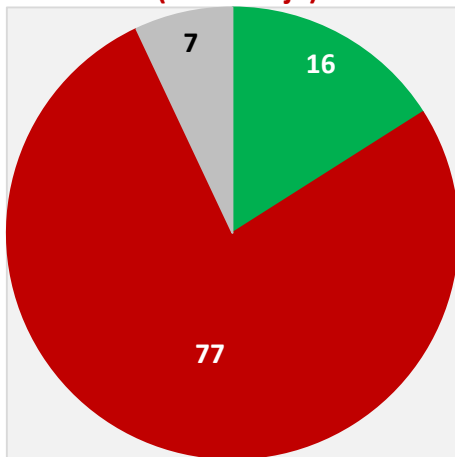
# Exposición a los spots "Es cierto, así de claro" y "El crédito se transformó" en periódicos



## Último mes

¿Leyó el anuncio "Es cierto, así de claro" en periódicos?

(Porcentaje)

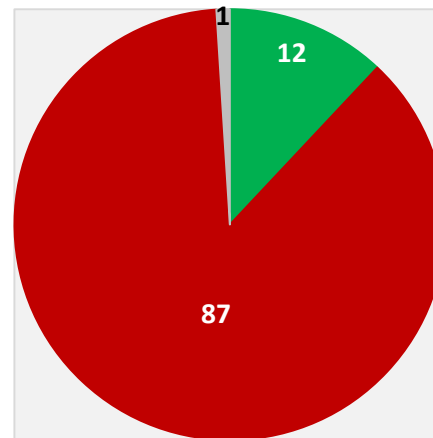


n = 104

■ Sí ■ No ■ Ns/Nc

¿Leyó el anuncio "El crédito se transformó" en periódicos?

(Porcentaje)



n = 78

■ Sí ■ No ■ Ns/Nc

\*Sumando No y Ns/Nc = 100 por ciento

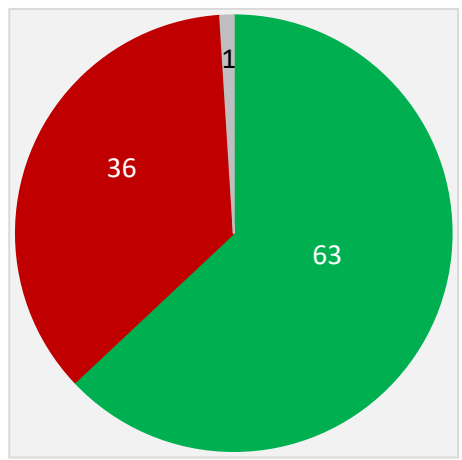
n = Número de casos

Preg. 3.4 ¿Usted escuchó este anuncio en...?

# Exposición a los spots "Es cierto, así de claro" y "El crédito se transformó" en plataformas digitales

Último mes

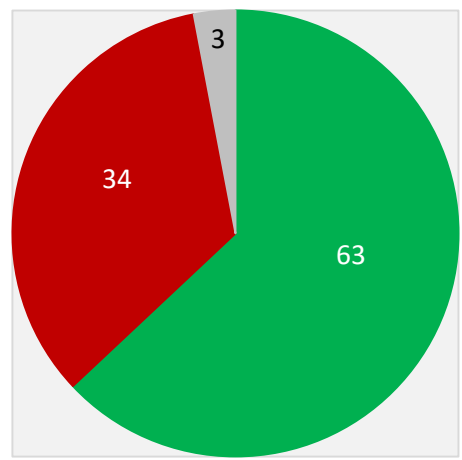
¿Vio el anuncio "Es cierto, así de claro" en plataformas digitales?  
(Porcentaje)



n = 104

■ Sí ■ No ■ Ns/Nc

¿Vio el anuncio "El crédito se transformó" en plataformas digitales?  
(Porcentaje)



n = 78

■ Sí ■ No ■ Ns/Nc

\*Sumando No y Ns/Nc = 100 por ciento

n = Número de casos

# Exposición a los spots "'Es cierto, así de claro" y "El crédito se transformó" en otros lugares

## Último mes



Otros lugares donde vio, escuchó o leyó el anuncio "Es cierto, así de claro" (Porcentaje)

Medios	%
Redes sociales	13
Facebook	10
Internet	10
YouTube	5
Por comentarios de la gente	3
Camiones	2
Teléfono/celular	1
En su trabajo	1
Noticieros	1
Publicidad en la calle	1
Otros	3
Ninguno	43
Ns/Nc	7
<b>Total</b>	<b>100%</b>
<b>Número de casos</b>	<b>104</b>

Otros lugares donde vio, escuchó o leyó el anuncio "El crédito se transformó" (Porcentaje)

Medios	%
Facebook	12
Internet	12
YouTube	5
Redes sociales	5
Publicidad en la calle	2
Camiones	1
En su trabajo	1
Revistas	1
Ninguno	58
Ns/Nc	3
<b>Total</b>	<b>100%</b>
<b>Número de casos</b>	<b>80</b>

Preg. 3.6 ¿En qué otros medios de difusión o lugares usted escuchó, vio o leyó otros anuncios de este mismo tipo?

# Mensajes que tratan de comunicar los anuncios

## Sólo quienes escucharon los anuncios



### Anuncio "Es cierto, así de claro" (Porcentaje se suma de tres menciones)

Mensajes	%
<i>El crédito Infonavit se transformó</i>	<b>17</b>
<i>Tasa de interés fija y de acuerdo con el salario</i>	<b>16</b>
Es más fácil de obtener un crédito del Infonavit	12
<i>Pagos son fijos desde el inicio hasta el final del crédito</i>	<b>12</b>
<i>Ofrece seguro por desempleo</i>	<b>11</b>
Invitación para usar el crédito para vivienda	8
<i>Ofrecen mayores beneficios</i>	<b>7</b>
<i>Hay mayor claridad en los contratos/sin letras pequeñas</i>	<b>4</b>
Ofrece confianza/seguridad la institución	3
Más y mejores créditos	2
Mejores plazos de financiamiento	1
Se apoya a los trabajadores	1
Otro	2
Ns/Nc	4
<b>Total</b>	<b>100%</b>
<b>Número de casos</b>	<b>815</b>

### Anuncio "El crédito se transformó" (Porcentaje se suma de tres menciones)

Mensajes	%
Es más fácil de obtener un crédito del Infonavit	19
<i>Tasa de interés fija y de acuerdo con el salario</i>	<b>14</b>
<i>Hay mayor claridad en los contratos/sin letras pequeñas</i>	<b>13</b>
<i>El crédito Infonavit se transformó</i>	<b>10</b>
Invitación para usar el crédito para vivienda	9
<i>Ofrece seguro por desempleo</i>	<b>7</b>
<i>Pagos son fijos desde el inicio hasta el final del crédito</i>	<b>7</b>
<i>Ofrecen mayores beneficios</i>	<b>6</b>
Ofrece confianza/seguridad la institución	5
Más y mejores créditos	2
<i>Infonavit proporciona información más clara</i>	<b>2</b>
Se apoya a los trabajadores	1
Facilidad en los pagos	1
Ninguno	1
Ns/Nc	2
<b>Total</b>	<b>100%</b>
<b>Número de casos</b>	<b>864</b>

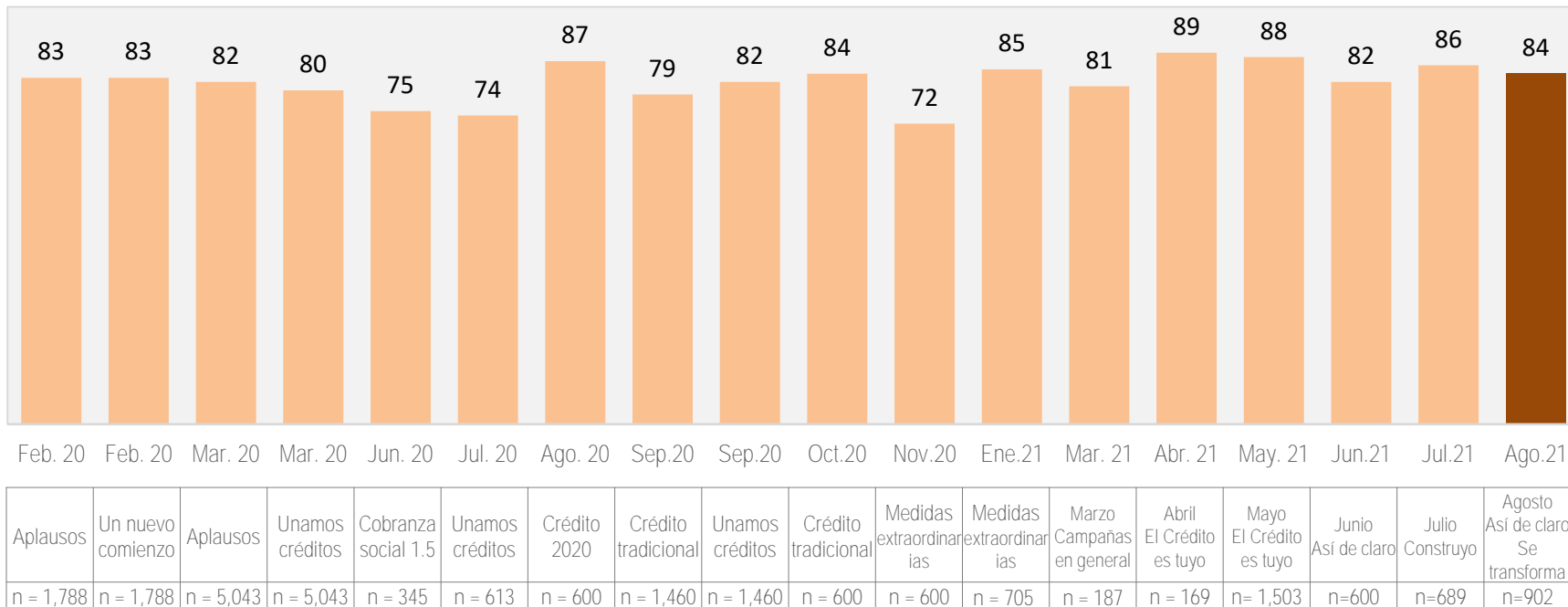
*En negritas y cursivas las que corresponden con el contenido del Spot*



# Identificación con las diferentes campañas del Infonavit



## Identificación con el anuncio recordado (Porcentaje)



*n = Número de casos*

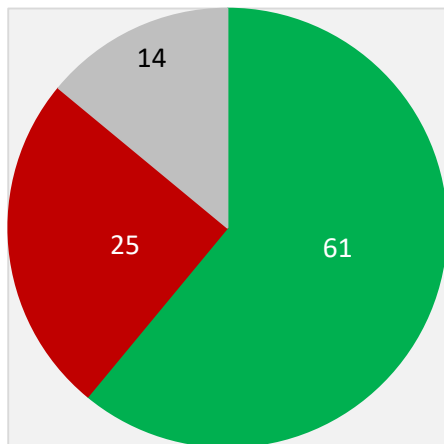
Preg. 3.8 ¿Usted cree que este anuncio se dirige o no a personas como usted?

# Credibilidad de las diferentes campañas del Infonavit

## Sólo quienes escucharon o vieron algún anuncio



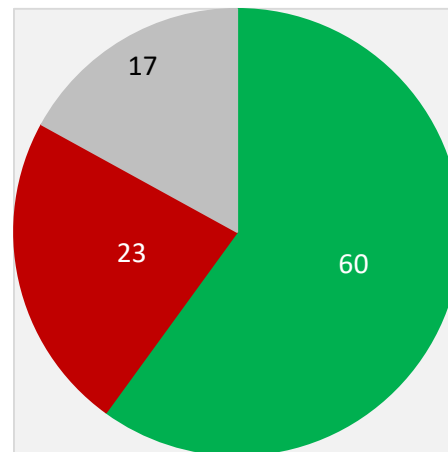
¿Le cree o no le cree al anuncio "Es cierto, así de claro"?  
(Porcentaje)



n = 449

■ Sí ■ No ■ Ns/Nc

¿Le cree o no le cree al anuncio "El crédito se transformó"?  
(Porcentaje)



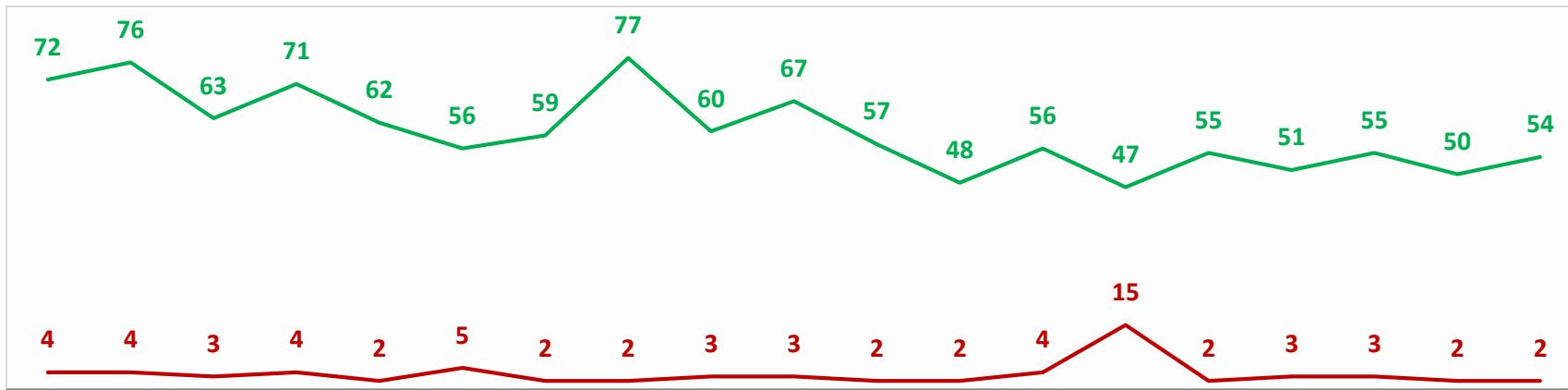
n = 453

■ Sí ■ No ■ Ns/Nc

# Efecto de la campaña en la opinión del Infonavit



Efecto de la campaña en la opinión del Infonavit  
(Porcentaje)



Feb.20 Feb.20 Mar.20 Mar.20 Mayo2 Jun.20 Jul.20 Ago. 20 Sep.20 Sep.20 Oct.20 Nov.20 Ene.21 Mar. 21 Abr. 21 May. 21 Jun. 21 Jul. 21 Ago.21

Aplausos	Un nuevo comienzo	Aplausos	Unamos créditos	Cobranza social 1.5	Cobranza social 1.5	Unamos créditos	Crédito 2020	Crédito tradicional	Unamos créditos	Crédito tradicional	Medidas extraord.	Medidas extraord.	Campañas en general	El Crédito es tuyo	El Crédito es tuyo	Así de claro	Const.	Así de claro se transformó
GAP = 68	GAP = 72	GAP = 60	GAP = 67	GAP = 60	GAP = 51	GAP = 57	GAP = 75	GAP = 57	GAP = 64	GAP = 55	GAP = 46	GAP = 52	GAP = 32	GAP = 53	GAP = 48	GAP = 52	GAP = 48	GAP = 52
n = 1,788	n = 1,788	n = 5,043	n = 5,043	n = 663	n = 1,207	n = 613	n = 600	n = 1460	n = 1460	n = 600	n = 600	n = 705	n = 187	n = 169	n = 1,503	n = 600	n = 689	n = 902

— Mejoró mucho/poco

— Empeoró mucho/poco

Sumando Ni mejoró ni empeoró y Ns/Nc = 100 por ciento

n = Número de casos

Preg. 3.10 ¿Después de escuchar este anuncio su opinión del Infonavit mejoró o empeoró?