



Tracking
Derechohabientes
Encuesta telefónica

Julio 2021

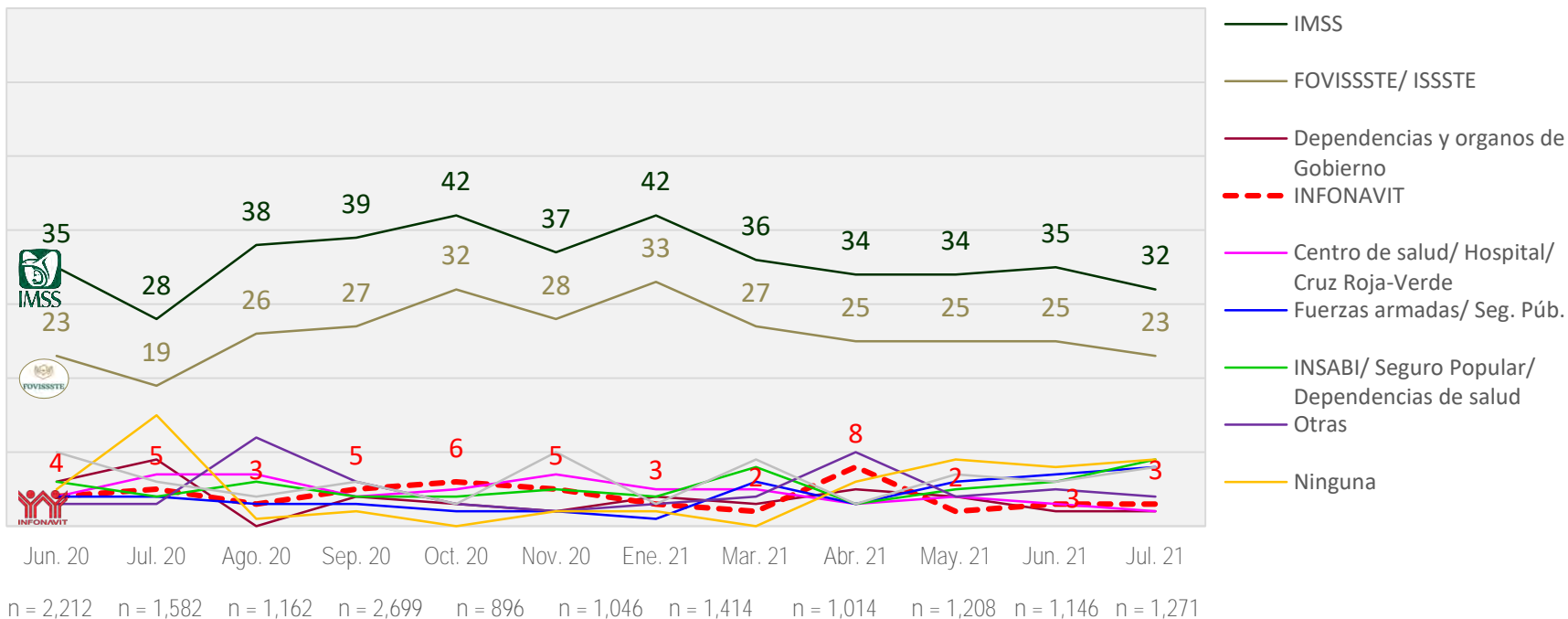
I. CONOCIMIENTO Y OPINIÓN DEL INFONAVIT

Recordación de instituciones públicas de seguridad social

Suma de tres menciones



Instituciones públicas de seguridad social
(Porcentaje)



n = Número de casos

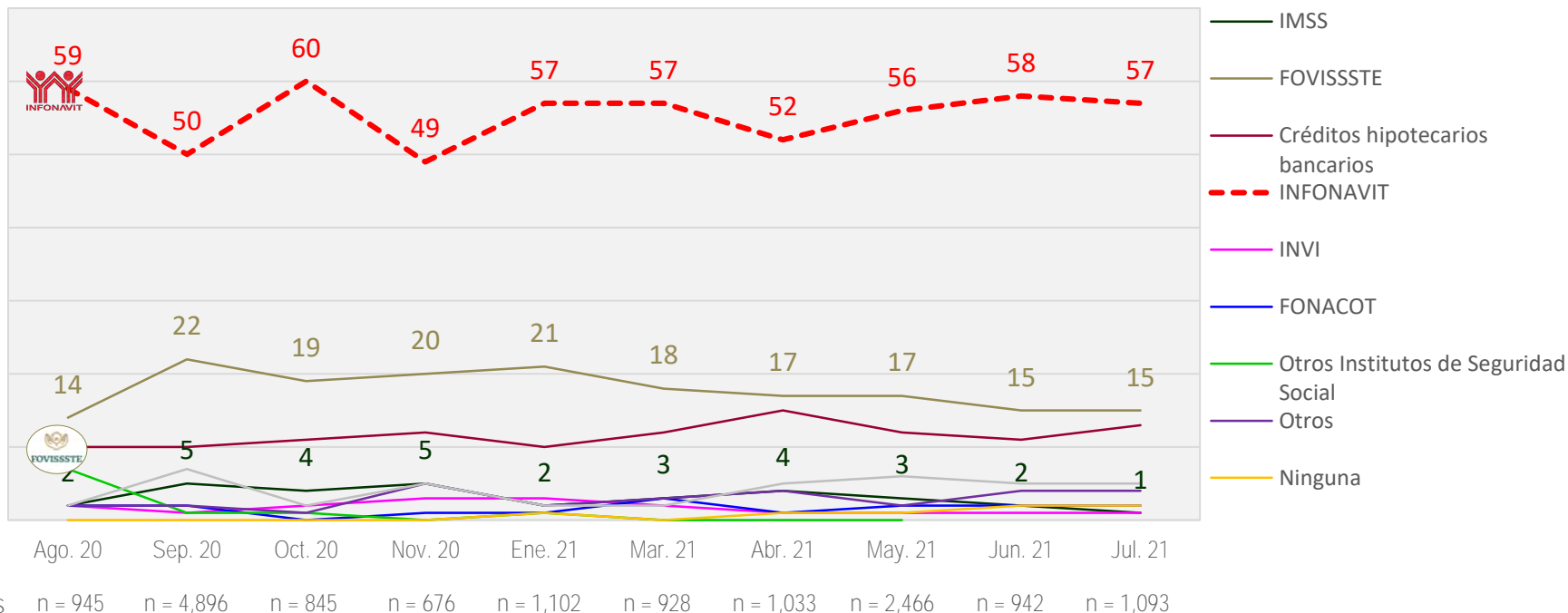
Preg. 2.1 Hablando de instituciones públicas de seguridad social, ¿cuáles le vienen a la mente?, ¿Cuál otra?

Recordación de instituciones de créditos más recordadas

Suma de tres menciones



Instituciones que dan crédito para comprar viviendas
(Porcentaje)



n = Número de casos

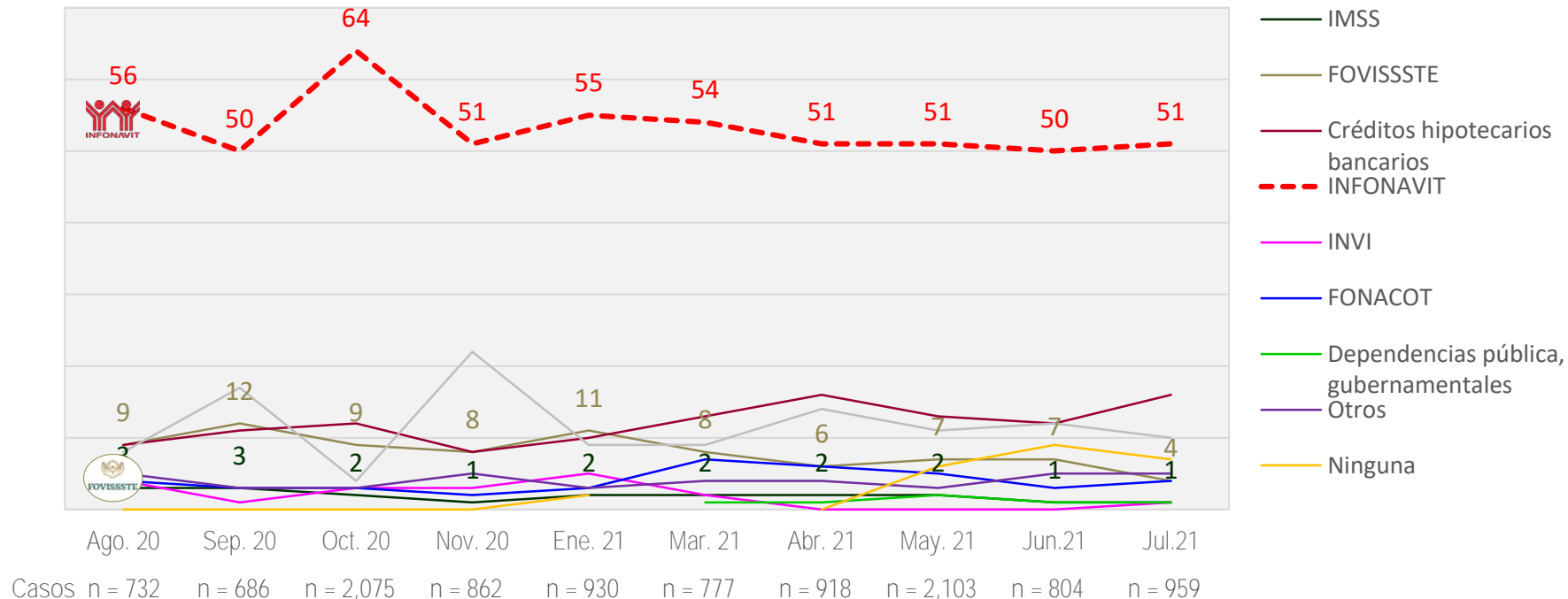
Preg. 2.2 ¿Cuáles son las instituciones que otorgan créditos para adquirir una vivienda que le vienen primero a la mente?

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

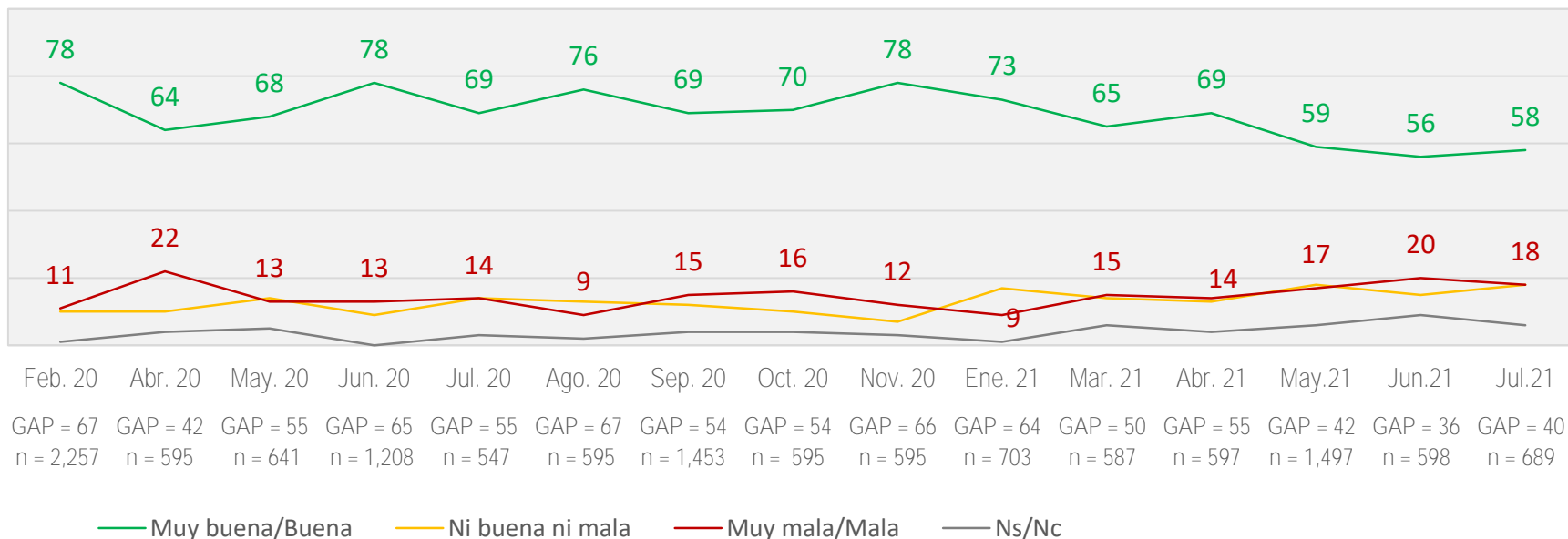
Preg. 2.3 ¿Y cuáles son las instituciones que otorgan créditos para ampliar o remodelar una vivienda que le vienen primero a la mente?

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
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

% Opinión



Feb. 20 Apr. 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
 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
 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

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

Preg. 2.5 En términos generales, ¿la opinión que usted tiene del Infonavit es muy buena, buena, mala o muy mala?

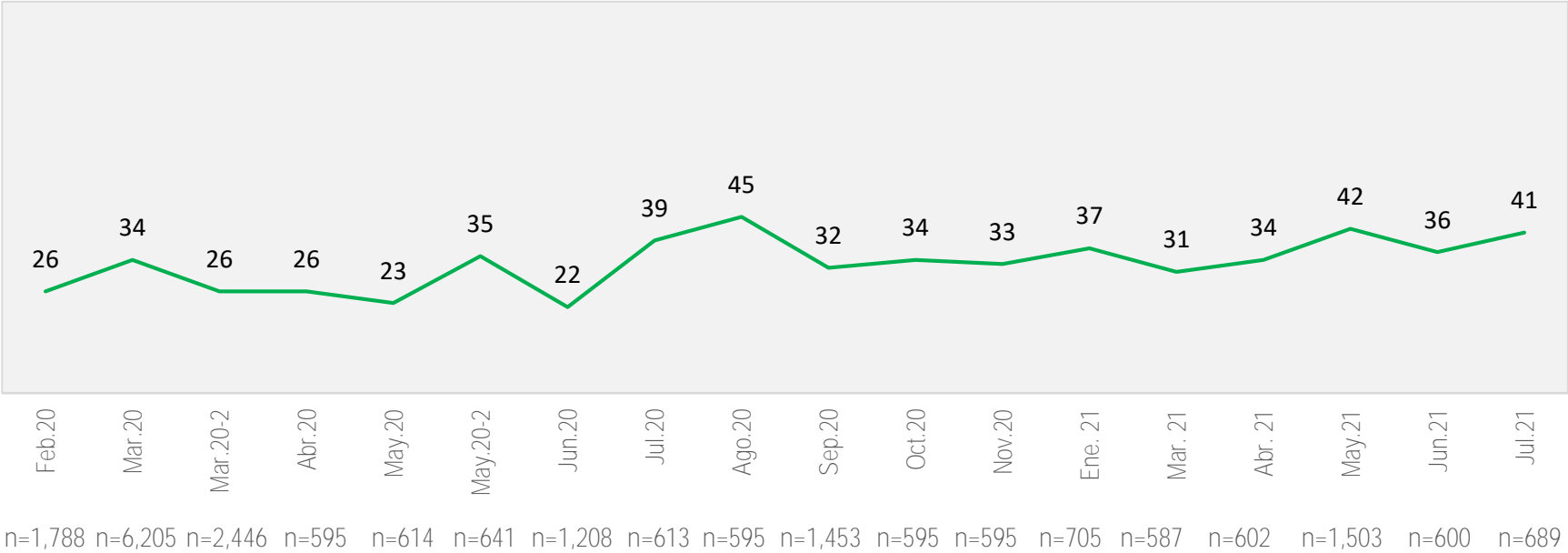
n = Número de casos

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



(Porcentaje)

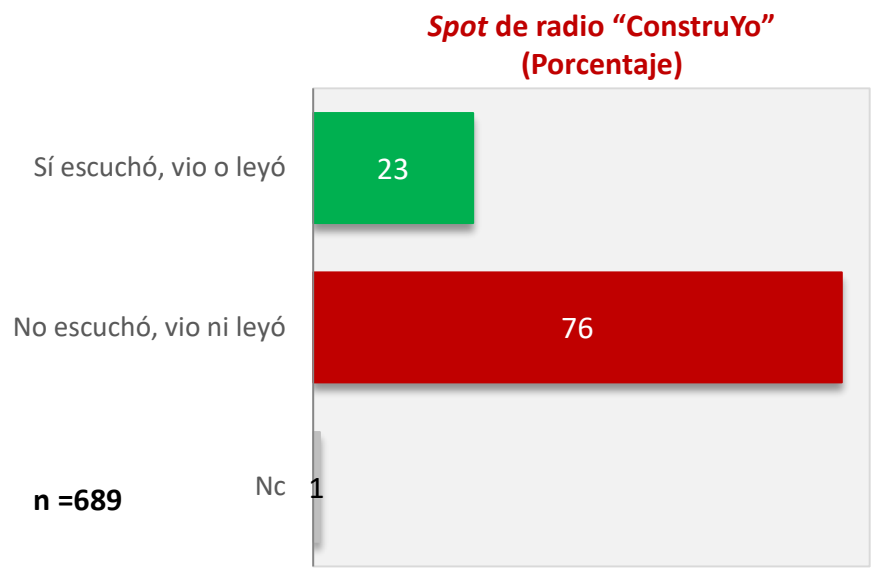
Aspecto que más recuerda	Abr. 21	May.21	Jun.21	Jul.21
Crédito para adquirir o remodelar tu casa	13	16	4	16
Ofrecen créditos/facilidades para obtener crédito	27	32	25	15
Cambios/reformas en los créditos	4	10	13	14
Reducción de intereses	6	4	11	12
Apoyos para los pagos/prorrogas y reducciones	7	9	7	11
Unamos créditos	4	3	4	4
Préstamo directo/en efectivo	3	1		4
Cambio de esquema de puntos		12	6	3
Créditos para compra y construcción en terrenos	4	1	4	3
Aumento de montos en créditos	3		2	3
Acércate al Infonavit/que brindan orientación	6			3
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
Nada	2	1	3	1
NS/NC	6	4	11	7
Total	100%	100%	100%	100%
Número de casos	308	895	338	456

% sobre tres menciones

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

Recordación con ayuda de *spot* “ConstruYo”

Último mes

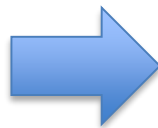
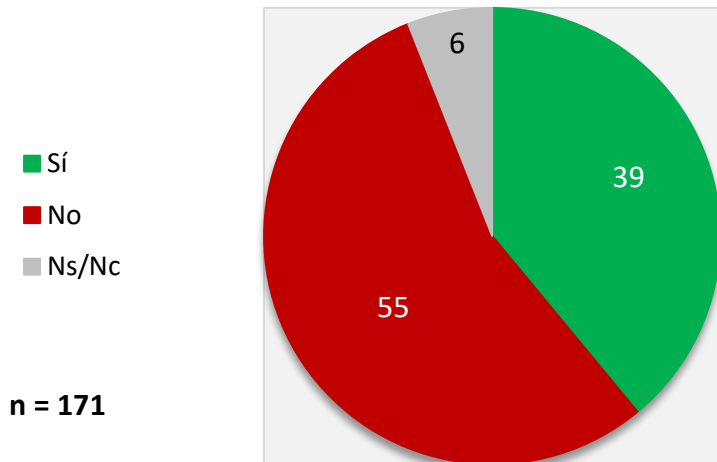


n = Número de casos

Exposición del spot “ConstruYo” en estaciones de radio

Último mes

Exposición al spot en radio
(Porcentaje)



Estaciones de radio donde escuchó el anuncio
(Porcentaje)

Frecuencias	%
La Mejor	7
Exa	5
La Poderosa	5
La Z	4
W Radio	4
Amor	3
La Kebuena	3
La caliente	3
Estaciones locales	2
Los 40 Principales	2
La Lupe	2
Stereo Joya	2
Universal Estéreo	2
Radio Nuevo León	2
Éxtasis Digital	2
Otras menores a 2 %	13
Otras	6
NS/NC	33
Total	100%
Número de casos	97

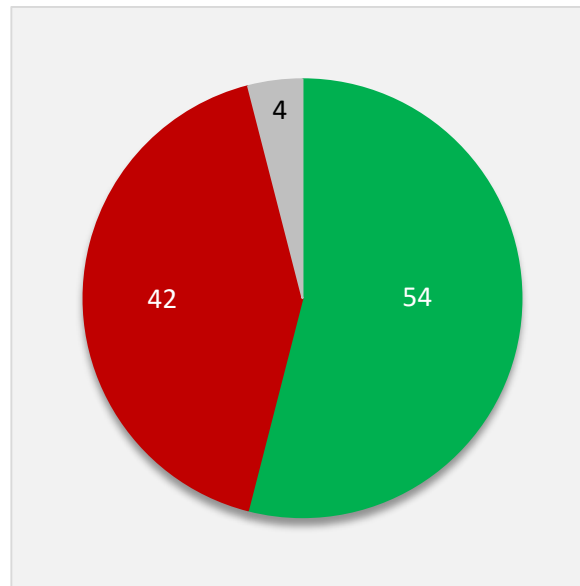
Exposición del *spot* “ConstruYo” en medios digitales

Último mes



Exposición al *spot* en medios digitales
(Porcentaje)

- Sí
- No
- Ns/Nc

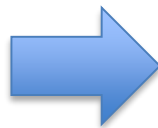
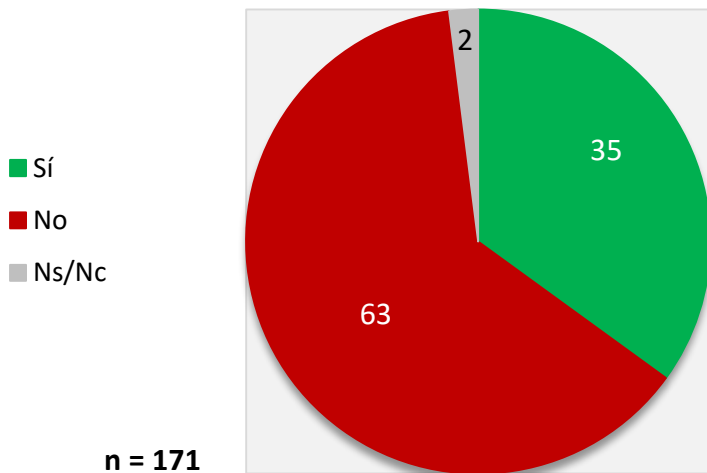


n = 171

Exposición a la campaña “ConstruYo” en otros lugares

Último mes

Exposición al spot en otros lugares
(Porcentaje)



Otros lugares donde vio, escuchó o leyó el
anuncio (Porcentaje)

Frecuencias	%
Televisión	49
Páginas de internet	17
Facebook	9
En publicidad en la calle	7
Redes sociales	7
Por comentarios de personas	4
YouTube	3
Otra	2
NS/NC	2
Total	100%
Número de casos	58

Mensajes que tratan de comunicar el *spot* “ConstruYo”



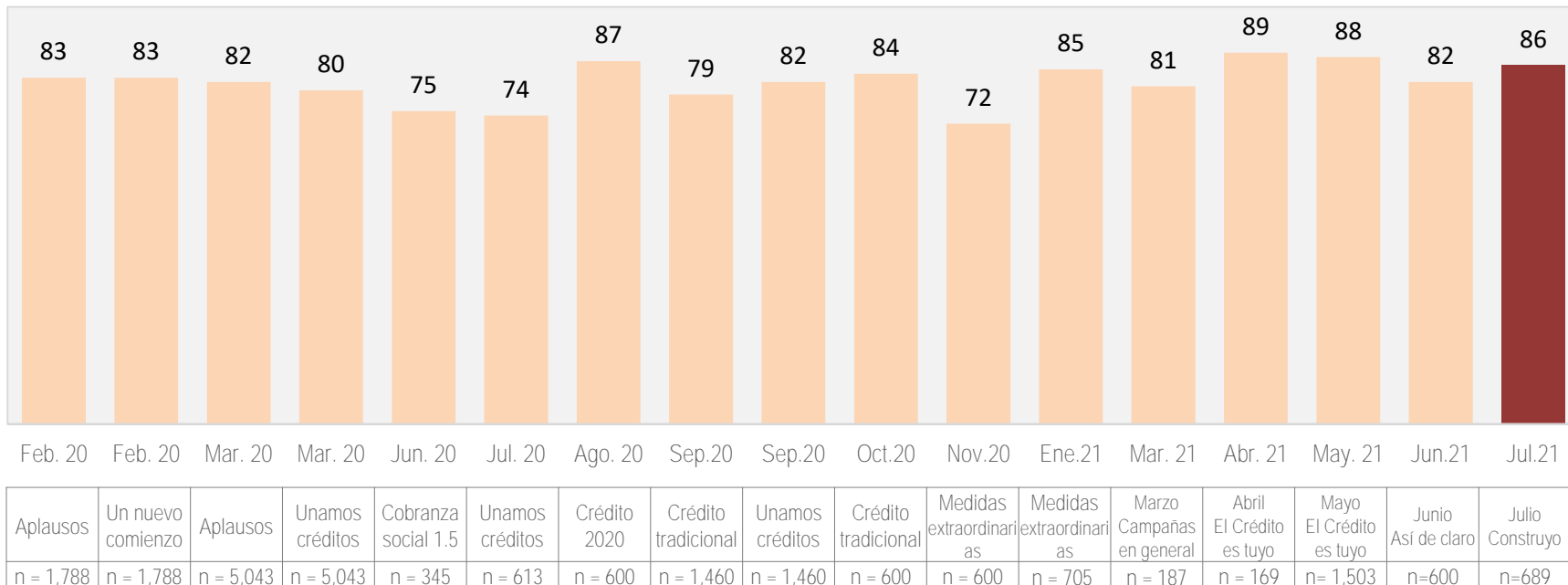
Spot “ConstruYo” (Porcentaje de suma de tres menciones)

Menciones	%
Te invita a adquirir un crédito	34
Ofrecen crédito para construir tu casa	19
Créditos para remodelar o ampliar viviendas	15
El Infonavit te ofrece vivienda/puedes sacar tu casa	12
El Infonavit está para apoyar	4
Créditos para comprar terrenos	3
Que consulten el portal del Infonavit	2
Otra	3
Ninguno	1
Ns/Nc	7
Total	100%
Número de casos	1,177

Identificación con las diferentes campañas del Infonavit



Identificación con el anuncio recordado (Porcentaje)



Aplausos	Un nuevo comienzo	Aplausos	Unamos créditos	Cobranza social 1.5	Unamos créditos	Crédito 2020	Crédito tradicional	Unamos créditos	Crédito tradicional	Medidas extraordinarias	Medidas extraordinarias	Marzo Campañas en general	Abril El Crédito es tuyo	Mayo El Crédito es tuyo	Junio Así de claro	Julio Construyo
n = 1,788	n = 1,788	n = 5,043	n = 5,043	n = 345	n = 613	n = 600	n = 1,460	n = 1,460	n = 600	n = 600	n = 705	n = 187	n = 169	n = 1,503	n=600	n=689

n = Número de casos

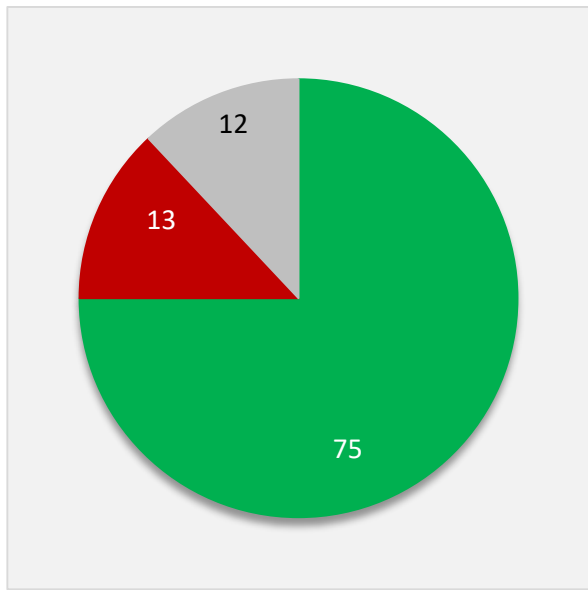
Preg. 3.7 ¿Usted cree que este anuncio se dirige o no a personas como usted?

Credibilidad de la campaña “ConstruYo”



Credibilidad del *spot* “ConstruYo”
(Porcentaje)

- Sí le creo
- No le creo
- Ns/Nc

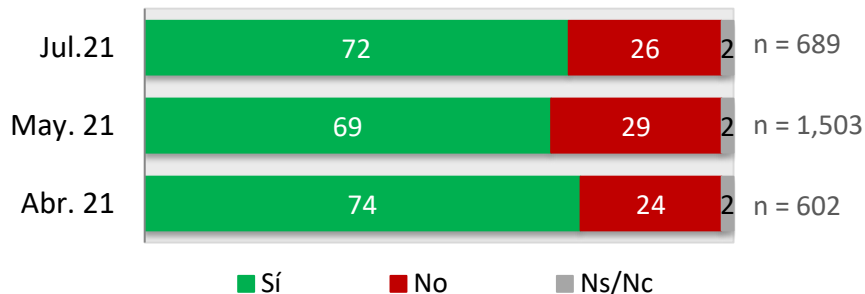


n = 689

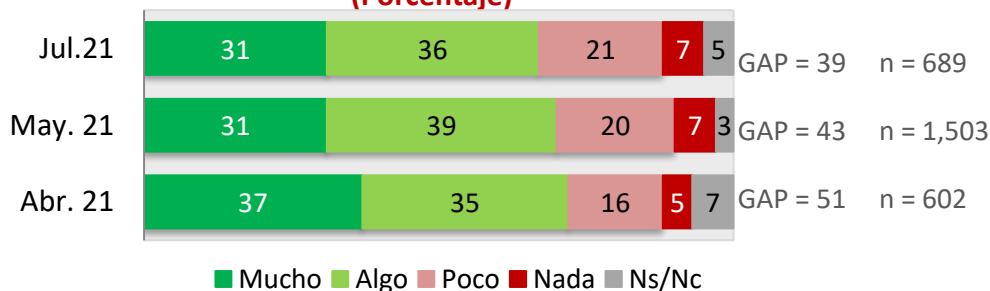
El crédito es tuyo: identificación, significado y credibilidad



Conocimiento de la frase “El crédito es tuyo” (Porcentaje)



Credibilidad (Porcentaje)



Mensaje que trata de comunicar

Frecuencias	Abr.21	May.21	Jul.21
Es una invitación para usar/tramitar el crédito, es un apoyo	7	6	34
El crédito es mío / ya se encuentra autorizado	23	20	21
Es un derecho que tienen los trabajadores	16	14	12
Es más fácil de obtener un crédito del Infonavit	13	8	9
Puede decidir la forma/el momento de usar el crédito	18	42	7
Con el crédito puedes tener tu casa			6
Otras y con 5% o menos (nada y retir)	19	6	5
Ns/Nc	4	4	6
Total	100%	100%	100%
Número de casos	602	1,503	689

Preg. 3.9 ¿Usted identificó o no la frase “El crédito es tuyo” en este spot o en otros mensajes del Infonavit?

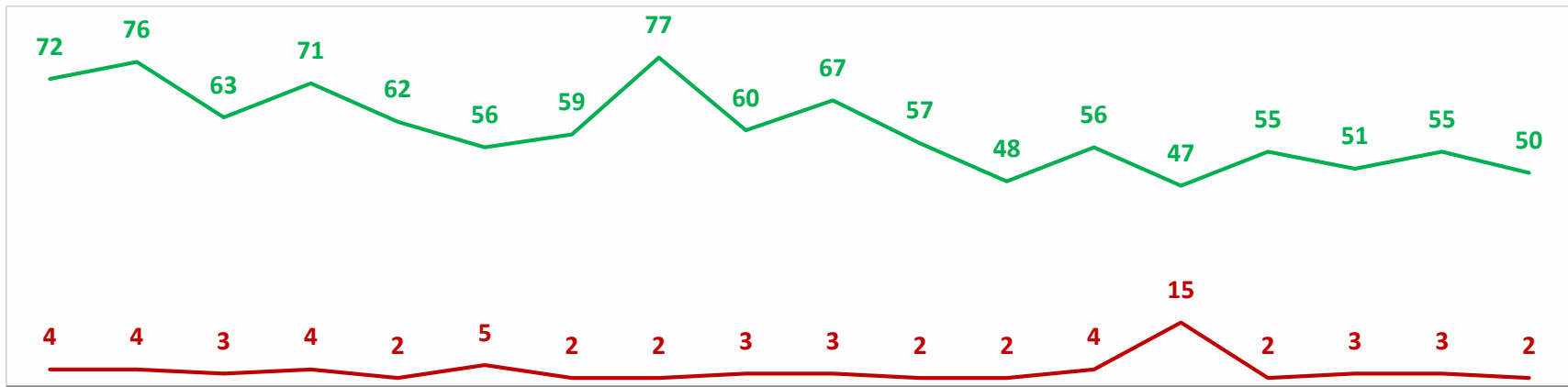
Preg. 3.10 ¿Qué quiere decir esta frase para usted?

Preg. 3.11 ¿Qué tanto cree usted en la frase?

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
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	Construyo
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
n = 1,788	n = 1,788	n = 5,043	n = 5,043	n = 663	n = 1,207	n = 613	n = 600	n = 1,460	n = 1,460	n = 600	n = 600	n = 705	n = 187	n = 169	n = 1,503	n = 600	n = 689

— Mejoró mucho/poco

— Empeoró mucho/poco

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

n = Número de casos

Preg. 3.12 ¿Después de escuchar este anuncio su opinión del Infonavit mejoró o empeoró?