



Tracking
Derechohabientes
Encuesta telefónica

Noviembre 2021

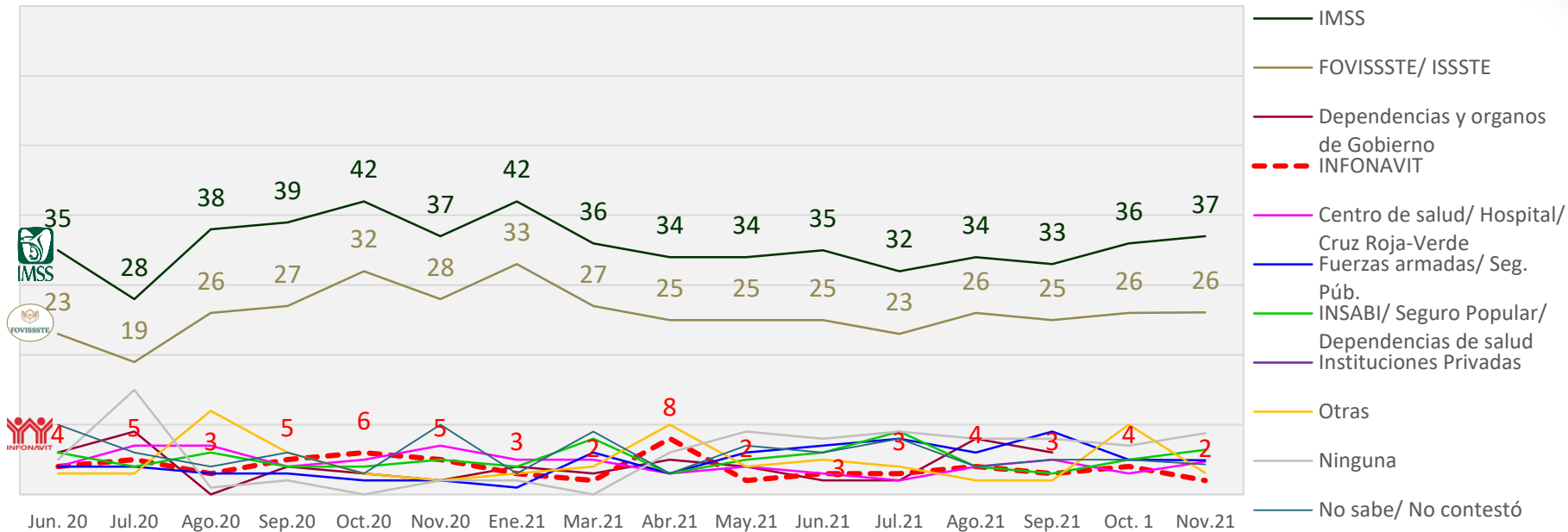
I. CONOCIMIENTO Y OPINIÓN DEL INFONAVIT

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 n=1,144 n=1,213 n=1,170

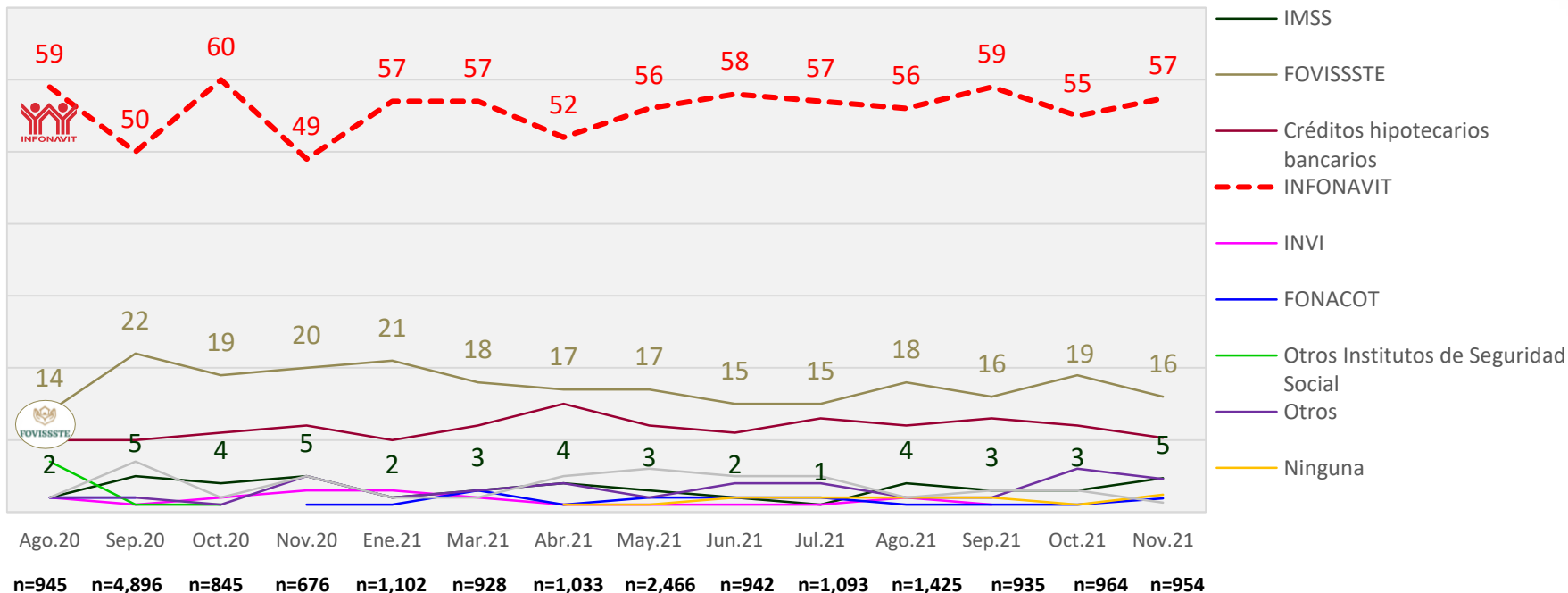
n = Número de casos

Recordación de instituciones de créditos más recordadas

Suma de tres menciones



Instituciones que dan crédito para comprar viviendas
(Porcentaje)



Casos

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

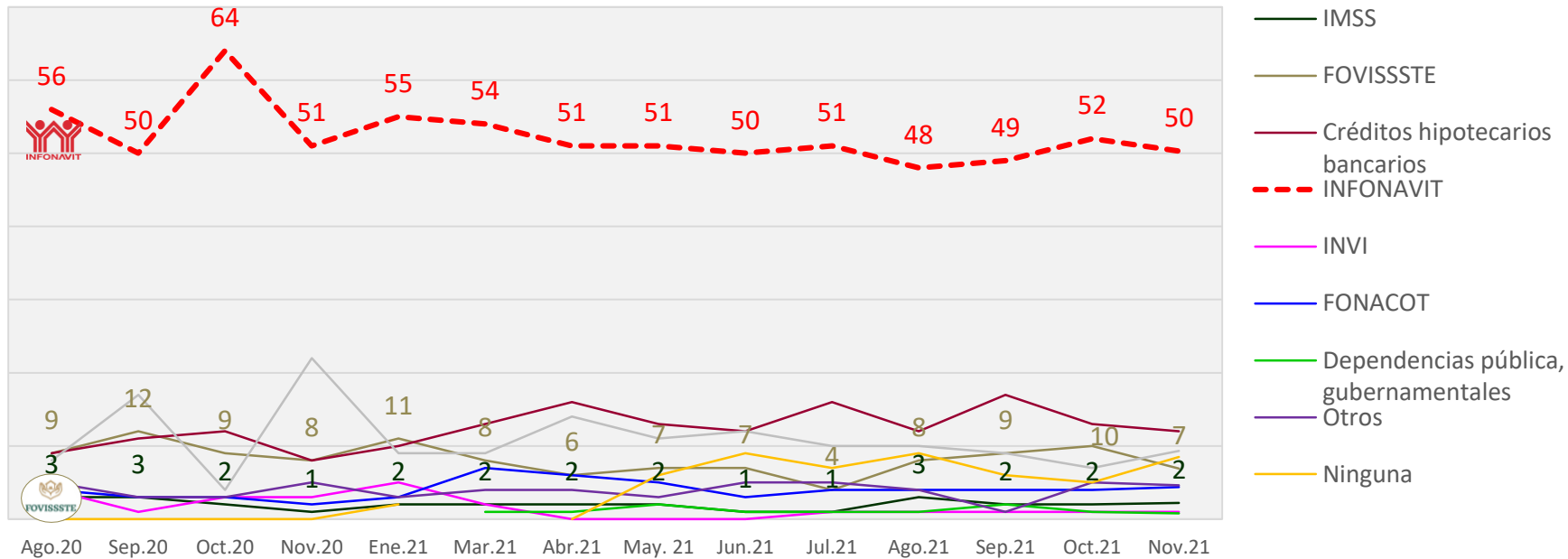
n = Número de casos

Recordación de instituciones de créditos más recordadas

Suma de tres menciones



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



Casos n=732 n=686 n=2,075 n=862 n=930 n=777 n=918 n=2,103 n=804 n=959 n=1,245 n=976 n=866 n= 833

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

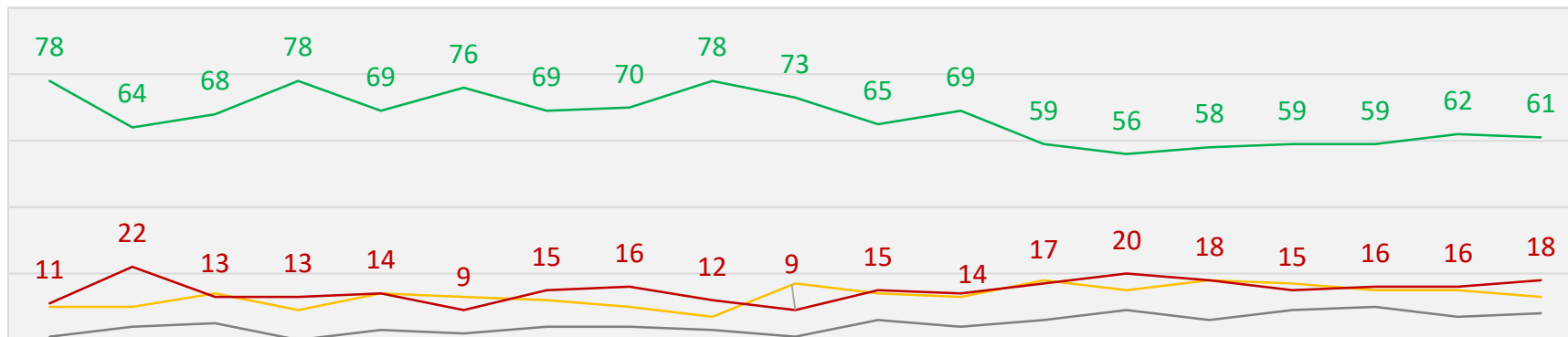


(Porcentaje)

% Sí
conoce

Casos	91	97	97	96	98	99	99	98	91	99	100	99	99	99	100	100	99	99	Esp. 91 Ayu. 8
	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	n=600	n=602	n=604

% 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 Sep. 21 Oct. 21 Nov. 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 GAP=43 GAP=46 GAP=43
 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 n=599 n=598 n=602

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

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

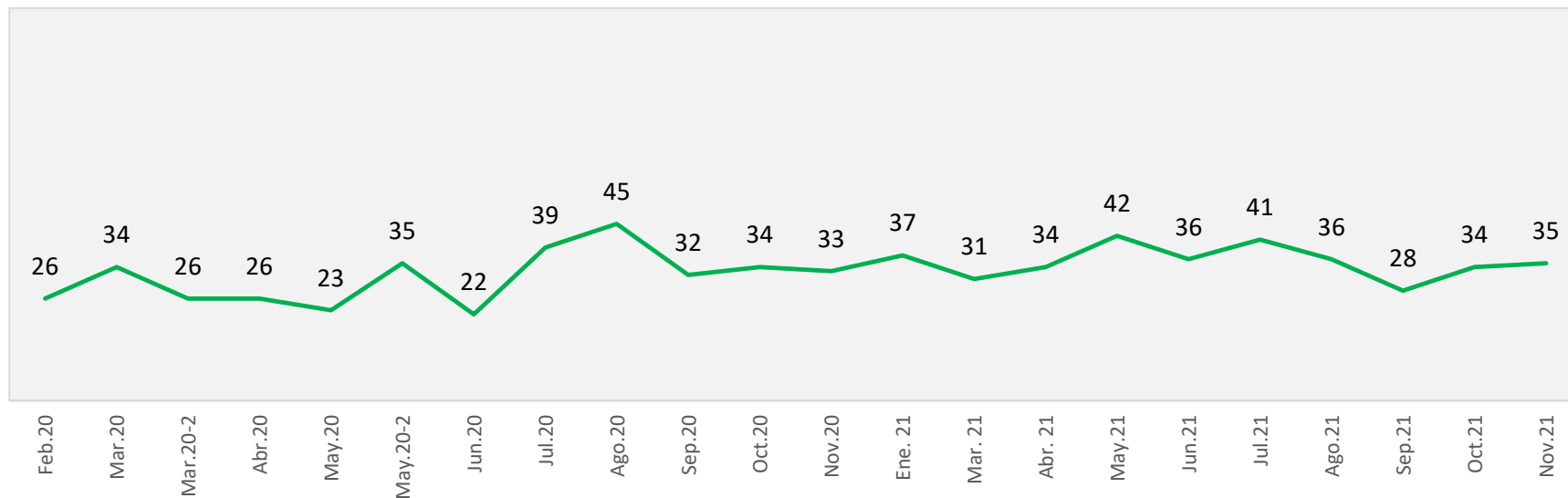
Preg. 2.5 En términos generales, ¿la opinión que usted tiene del Infonavit es muy buena, buena, mala o muy mala?

n = Número de casos

II. EVALUACIÓN DE CAMPAÑAS

Recordación espontánea de campañas del Infonavit

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



n=1,788 n=6,205 n=2,446 n=595 n=614 n=641 n=1208 n=613 n=595 n=1453 n=595 n=595 n=705 n=587 n=602 n=1,503 n=600 n=689 n=902 n=600 n=602 n=604

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 dijeron haber estado expuestos a información, suma de tres menciones

(Porcentaje)

Aspecto que más recuerda	Abr.21	May.21	Jun.21	Jul.21	Ago.21	Sep.21	Oct.21	Nov.21
Spot Recientes + Comunicados / boletines								
<i>Apoyos para los pagos (pago fijo)/prorrogas y reducciones</i>	7	9	7	11	7	14	10	11
<i>Cambios/reformas (transformación) en los créditos</i>	4	10	13	14	10	9	8	6
<i>Reducción de intereses (tasa de interés fija)</i>	6	4	11	12	9	3	3	6
Sólo Comunicados y boletines								
<i>Cambio de esquema de puntos</i>		12	6	3	3	5	5	4
<i>Se puede retirar el efectivo</i>	2	1	2					2
Otros "mensajes" recordados								
Ofrecen créditos/facilidades para obtener crédito	27	32	25	15	18	29	28	31
Crédito para adquirir o remodelar tu casa	13	16	4	16	17	4	9	11
Créditos para compra y construcción en terrenos	4	1	4	3	2	2	2	4
Información en general/anuncios	6			1				3
Unamos créditos	4	3	4	4	4	6	3	3
Préstamo directo/en efectivo	3	1		4	2			2
Aumento de montos en créditos	3		2	3	1		2	1
Acércate al Infonavit/que brindan orientación	6			3	6	3		
Venta de casas		1						
Sobre el portal del Infonavit		1						
Otra	7	4	8	3	14	13	21	9
Nada	2	1	3	1	4	4	5	3
NS/NC	6	4	11	7	3	8	4	5
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Número de casos	308	895	338	331	450	230	271	309

En negritas las que corresponden con el contenido de Spots recientes

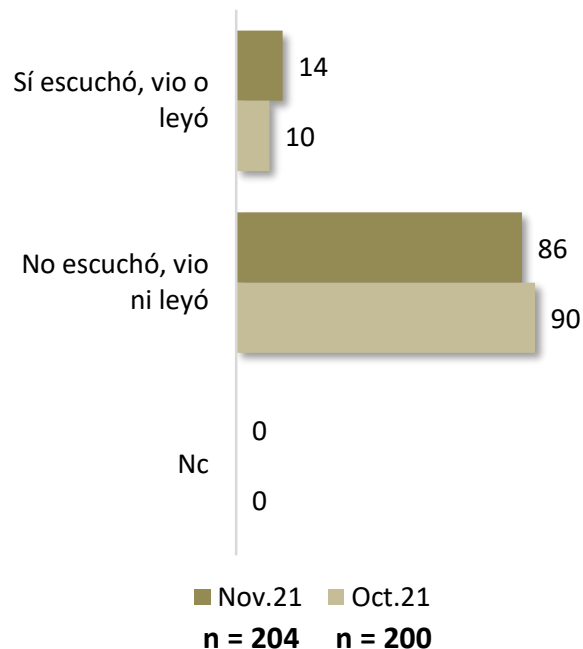
En cursivas las que corresponden con comunicados y boletines recientes del Instituto

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

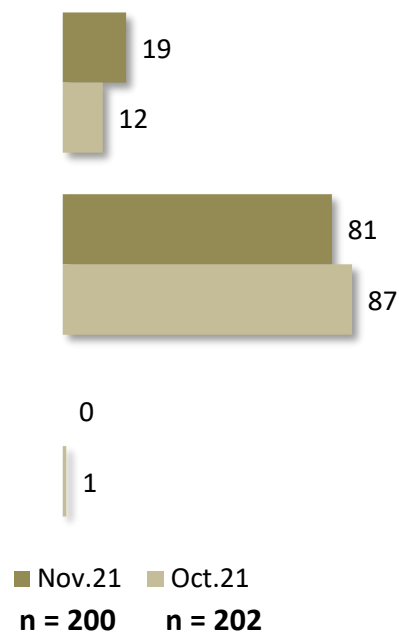
Exposición a los anuncios de campaña, con ayuda

Último mes

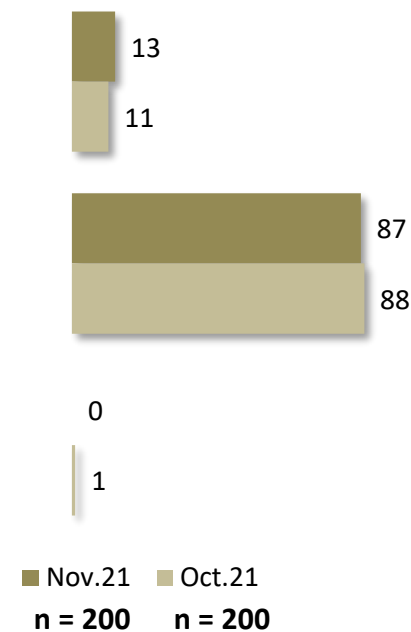
SPOT "Saldo"
(Porcentaje)



SPOT "Tasa Fija"
(Porcentaje)

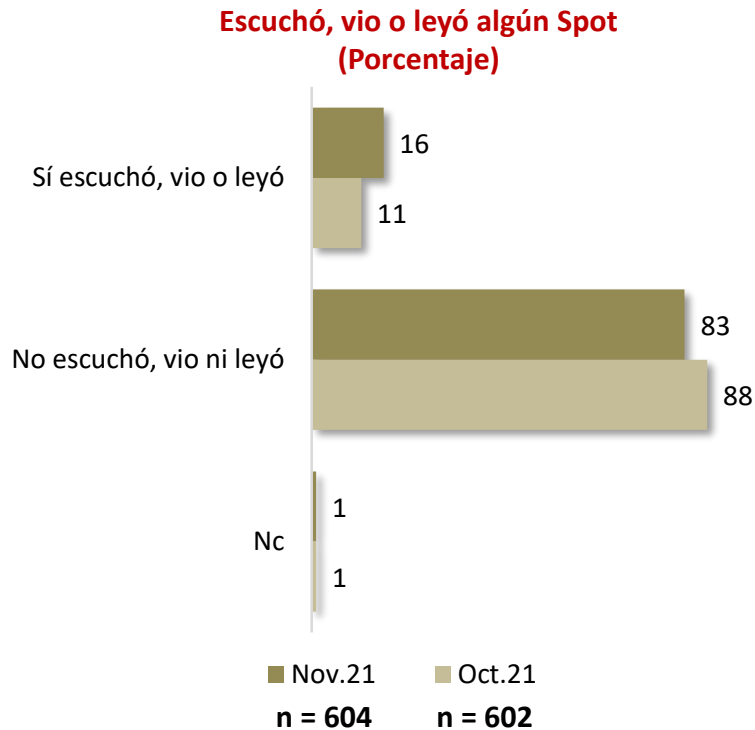


SPOT "CAT"
(Porcentaje)



Exposición a los anuncios de la campaña, con ayuda

Último mes

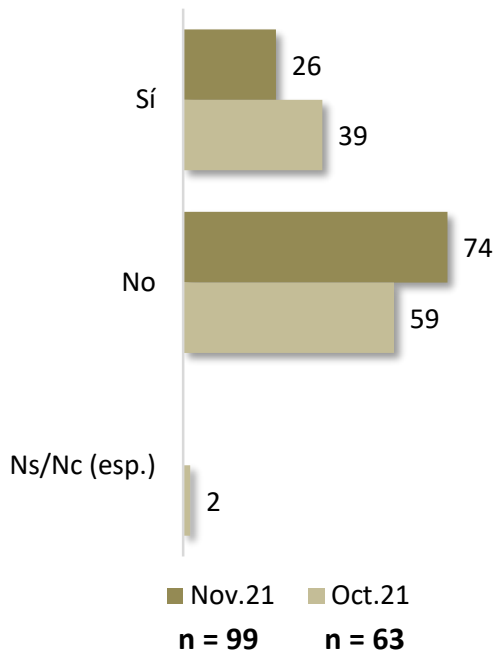


Exposición de los spots en estaciones de radio

Último mes



¿Escuchó al menos un spot en radio?
(Porcentaje)



Estaciones de radio donde escuchó algún spot
(Porcentaje)

Estaciones	Oct.21	Nov.21
La Mejor	11	7
Exa		5
Amor 89.7		5
MVS Noticias		4
Radio Fórmula		4
La Lupe		4
Milenio radio		3
La Mexicana	12	
Turquesa FM	10	
Fusión 90.1 FM	6	
Mencionó programas	4	
Otras	48	35
Ns/Nc	9	33
Total	100%	100%
Número de casos	39	36

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

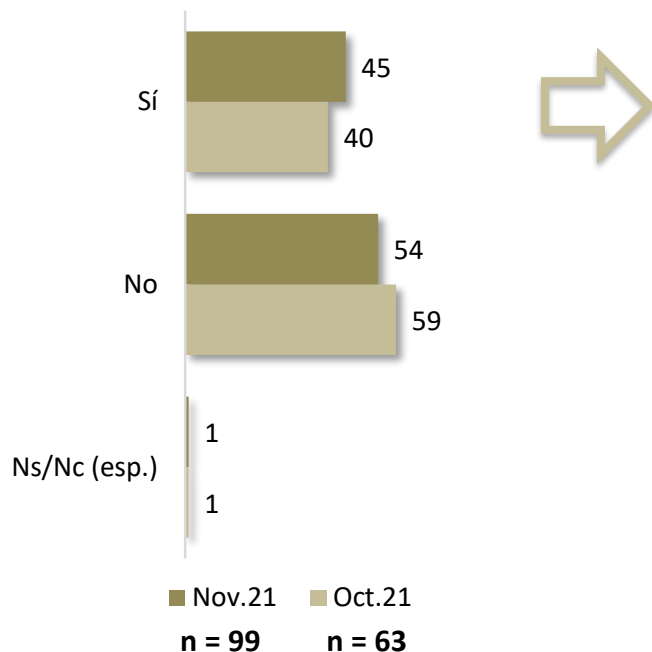
Preg. 3.5.a ¿En qué estación o estaciones de radio?

Exposición de los spots en televisión

Último mes



¿Vio al menos un spot en televisión?
(Porcentaje)



Canales de televisión donde vio algún spot
(Porcentaje)

Estaciones	Oct.21	Nov.21
Mencionó programas de Televisa	15	9
En comerciales		7
Mencionó programas de Multimedios		5
Milenio Televisión	3	4
Mencionó programas de Foro Tv		4
Mencionó programas de TV Azteca	4	2
En noticieros		2
Mencionó programas de canal 9		2
Mencionó programas de Imagen Televisión	3	1
Mencionó noticieros	11	
Mencionó programas de entretenimiento	2	
Mencionó programas de Telefórmula	2	
Otras con menos de 1%	2	2
Ns/Nc	58	62
Total	100%	100%
Número de casos	40	63

Preg. 3.4.b ¿Usted vio este anuncio en Televisión?

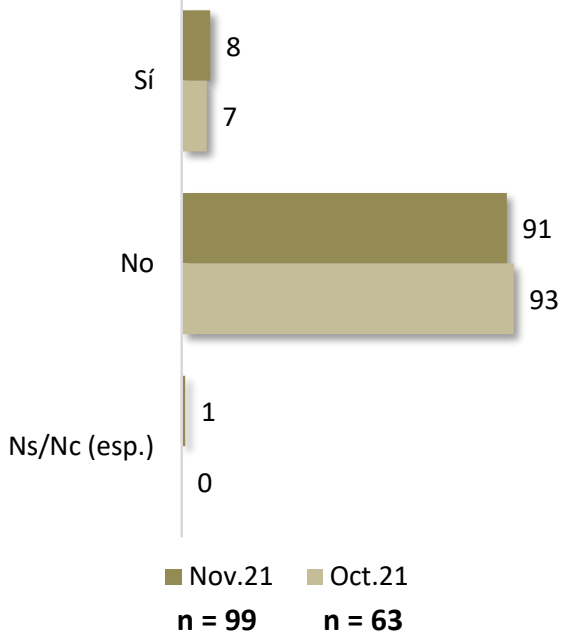
Preg. 3.5.b ¿En qué programa o canal de televisión?

n = Número de casos

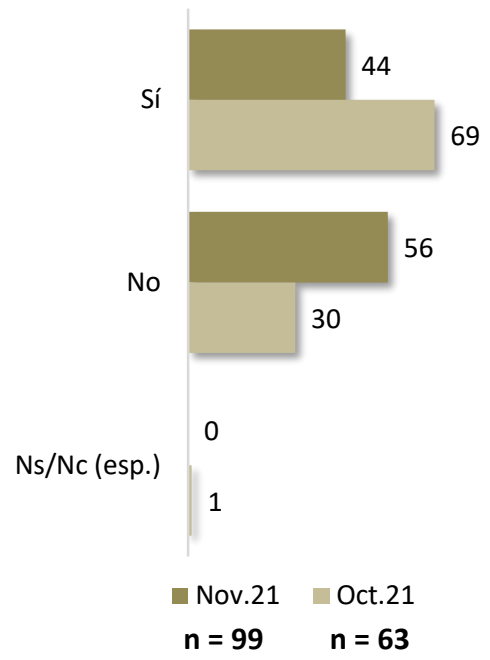
Exposición de mensajes asociados en periódicos y plataformas digitales



¿Vio algún spot en periódicos?
(Porcentaje)



¿Vio algún spot en plataformas digitales?
(Porcentaje)



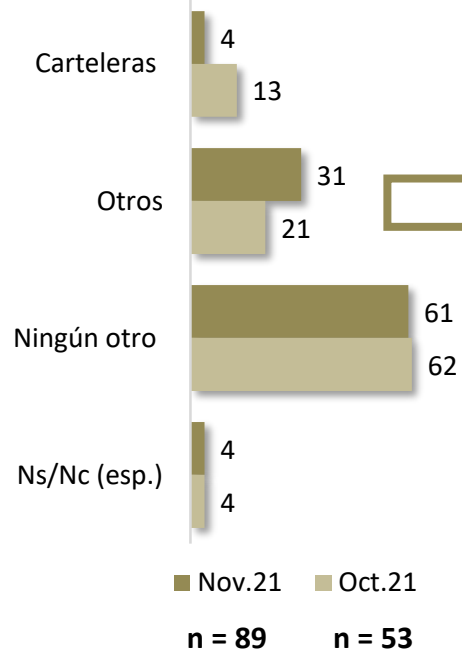
n = Número de casos

Exposición de anuncios del Infonavit en otros medios

Último mes



¿Otros medios donde vio o escucho anuncios del Infonavit? (Porcentaje)



¿Cuál otro?

- Medios
- Redes sociales
- Publicidad en la calle
- Teléfono celular
- Volantes

Sumando NS, NC y Ningún otro = 100 por ciento

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

n = Número de casos

Mensajes que tratan de comunicar spots “Saldo”



Mensaje del spot “Saldo” (Porcentaje de suma de tres menciones)

Mensajes	Oct.21	Nov.21
Visitar una plataforma para informarse sobre créditos, apoyos o tramites del Infonavit?	34	34
Explicar de manera fácil, los temas difíciles	30	21
Es más fácil obtener un crédito	16	12
Invitación para usar el crédito para vivienda	8	8
Otorgan crédito para comprar/remodelar una casa		7
La institución es buena/apoya al trabajador	3	5
Publicidad de la institución		3
Conocer el saldo que tiene		3
Otro	5	5
Ninguno	2	1
Ns/Nc (esp.)	2	1
Total	100%	100%
Número de casos	318	313

Donde se debe acudir si desea informarse sobre los créditos, apoyos o tramites del Infonavit (Porcentaje de suma de tres menciones)

Mensajes	Oct.21	Nov.21
Infonavitfacil.mx	48	43
Centros de atención (CESI)/oficinas	24	31
Infonatel/teléfono		7
Internet (página/plataforma)	16	2
Otro	1	1
Ns/Nc (esp.)	11	16
Total	100%	100%
Número de casos	200	204

Preg. 3.7 ¿Qué mensaje trata de comunicar este anuncio?

Preg. 3.8 De acuerdo con lo que dice el spot de radio, ¿a dónde debe acudir usted si desea informarse sobre los créditos, apoyos o tramites del Infonavit?

Mensajes que tratan de comunicar spots “Tasa Fija”



Mensaje del spot “Tasa Fija” (Porcentaje de suma de tres menciones)

Mensajes	Oct.21	Nov.21
Visitar una plataforma para informarse sobre créditos, apoyos o tramites del Infonavit?	25	31
Explicar de manera fácil, los temas difíciles	24	24
Es más fácil obtener un crédito	25	10
Reducción de intereses/tasa fija	10	9
Invitación para usar el crédito para vivienda	5	7
La institución es buena/apoya al trabajador		5
Ofrece beneficios el Infonavit		5
Otorgan crédito para comprar/remodelar una casa		4
Ofrece beneficios el Infonavit	2	
Otros	7	3
Ns/Nc	2	2
Total	100%	100%
Número de casos	351	314

Donde se debe acudir si desea informarse sobre los créditos, apoyos o tramites del Infonavit (Porcentaje de suma de tres menciones)

Mensajes	Oct.21	Nov.21
Infonavitfacil.mx	57	60
Centros de atención (CESI)/oficinas	21	29
Internet (página/plataforma)	11	3
Infonatel/teléfono	2	
Otro	2	2
Ns/Nc	7	6
Total	100%	100%
Número de casos	202	200

Preg. 3.7 ¿Qué mensaje trata de comunicar este anuncio?

Preg. 3.8 De acuerdo con lo que dice el spot de radio, ¿a dónde debe acudir usted si desea informarse sobre los créditos, apoyos o tramites del Infonavit?

Mensajes que tratan de comunicar spots “CAT”



Mensaje del spot “CAT” (Porcentaje se suma de tres menciones)

Mensajes	Oct.21	Nov.21
Visitar una plataforma para informarse sobre créditos, apoyos o tramites del Infonavit?	33	39
Explicar de manera fácil, los temas difíciles	31	19
Es más fácil obtener un crédito	14	9
Invitación para usar el crédito para vivienda	9	5
Otorgan crédito para comprar/remodelar una casa		5
La renovación del instituto		3
Apoyos para los pagos		2
Información del CAT		2
Explicar temas relacionados con los créditos	2	
Otro	8	10
Ns/Nc	3	6
Total	100%	100%
Número de casos	319	316

Infonavit fácil como medio de consulta (Porcentaje se suma de tres menciones)

Mensajes	Oct.21	Nov.21
Infonavitfacil.mx	61	52
Centros de atención (CESI)/oficinas	19	23
Internet (página/plataforma)	9	5
Infonatel/teléfono	1	5
Ns/Nc	10	11
Total	100%	100%
Número de casos	200	200

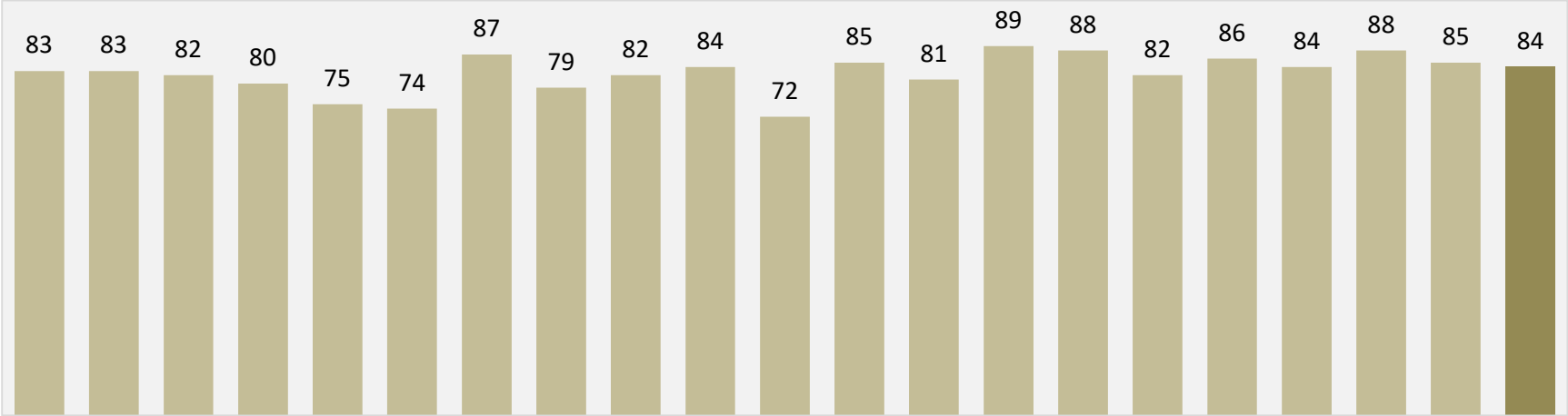
n = Número de casos

Preg. 3.7 ¿Qué mensaje trata de comunicar este anuncio?
 Preg. 3.8 De acuerdo con lo que dice el spot de radio, ¿a dónde debe acudir usted si desea informarse sobre los créditos, apoyos o tramites del Infonavit?

Identificación con las diferentes campañas del Infonavit



Identificación con el anuncio recordado (Porcentaje)

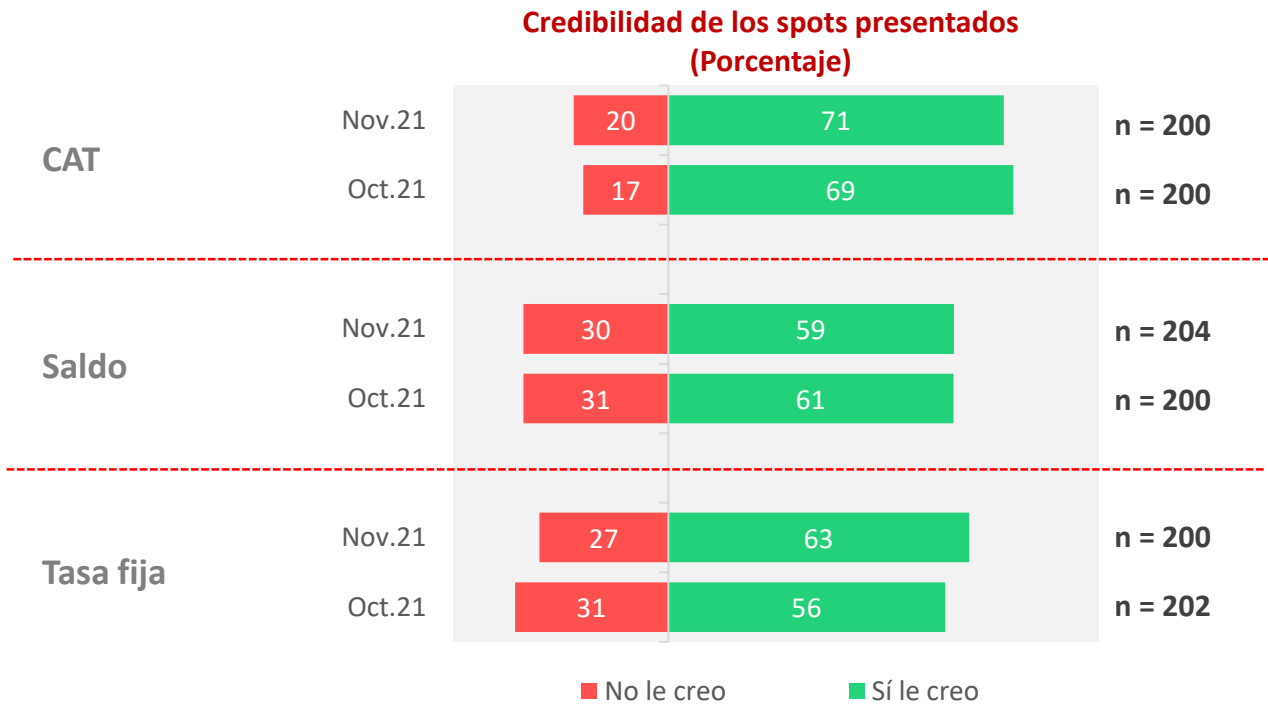


Feb.20 Feb.20 Mar.20 Mar.20 Jun.20 Jul.20 Ago.20 Sep.20 Sep.20 Oct.20 Nov.20 Ene.21 Mar.21 Abr.21 May.21 Jun.21 Jul.21 Ago.21 Sep.21 Oct.21 Nov.21

Aplausos	Un nuevo comienzo	Aplausos	Unamos créditos	Cobranza social 1.5	Unamos créditos	Crédito 2020	Crédito tradicional	Unamos créditos	Crédito tradicional	Medidas extraord.	Medidas extraord.	Campaña en general	El Crédito es tuyo	El Crédito es tuyo	Así de claro	Constr.	Así de claro	Campaña en general	Infonavit fácil	Infonavit fácil
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=902	n=175	n=602	n=604

n = Número de casos

Preg. 3.9 ¿Usted cree que este anuncio se dirige o no a personas como usted?

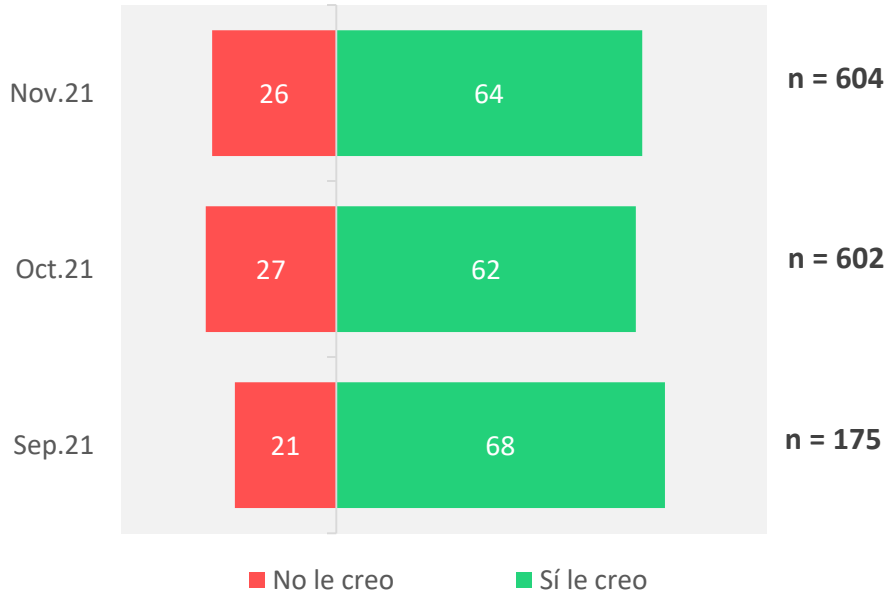


Sumando Ns/Nc = 100 por ciento
n = Número de casos

Credibilidad de las diferentes campañas del Infonavit



Credibilidad promedio de los spots presentados
(Porcentaje)

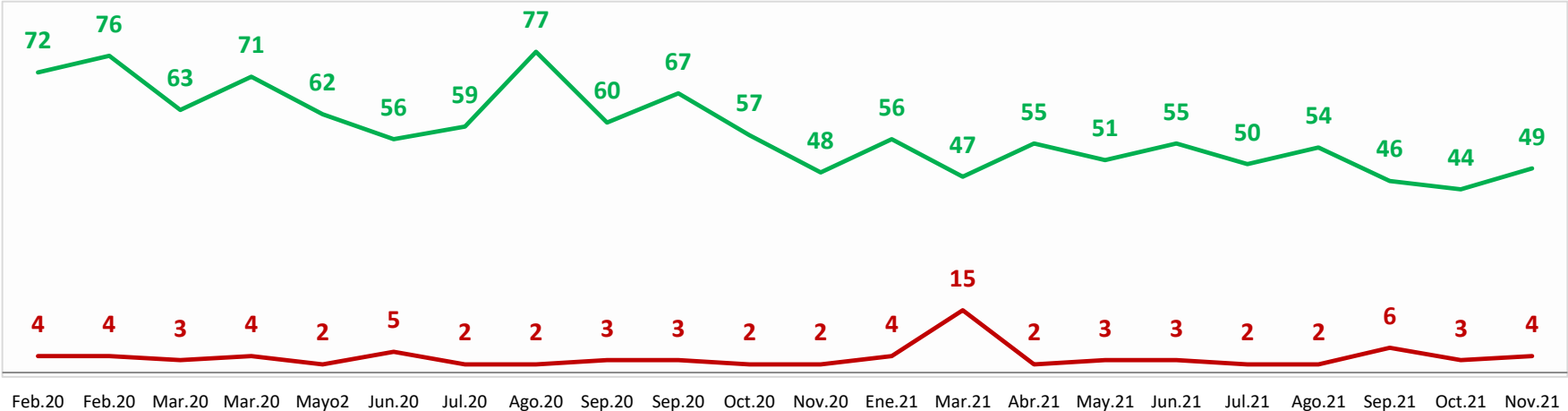


Sumando Ns/Nc = 100 por ciento
n = Número de casos

Efecto de la campaña en la opinión del Infonavit



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



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.	Campaña en general	El Crédito es tuyo	El Crédito es tuyo	Así de claro	Constr.	Así de claro	Campaña en general	Infonavit Fácil	Infonavit Fácil
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	GAP=40	GAP=41	GAP=45
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	n=902	n=600	n=602	n=604

Mejóror mucho/poco

Empeoró mucho/poco

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

n = Número de casos

Preg. 3.11 ¿Después de escuchar este anuncio su opinión del Infonavit mejoró o empeoró?