



Naming
Mejora tu hogar
GIC-006-23

Estudio 26 - Enero 2023

Índice

4

Objetivos

5

Metodología

6

Evaluación del
concepto

13

Evaluación del
nombre

26

Conclusiones y
recomendaciones

Objetivos y Metodología

Objetivos

GENERAL

Evaluar la aceptación o rechazo del concepto o marca paraguas **Mejora tu hogar** y, en dado caso, identificar nombres alternos o sugerencias para mejorar la propuesta de nombre inicial.

ESPECÍFICOS

- Explorar el gusto y anclaje emocional de Mejora tu hogar.
- Explorar la aceptación o rechazo, a partir de los elementos expuestos.
- Estructurar el campo semántico del producto.
- Evaluar el nombre Mejora tu hogar y proporcionar sugerencias de mejoras al mismo.

Metodología

La investigación se desarrolló en dos etapas:

ETAPA 1:

- Se presentaron las características de las cuatro modalidades crediticias bajo la marca paraguas “Mejora tu hogar” para explorar de manera espontánea su aceptación y fortalezas.
- Se evaluó el nombre “Mejora tu hogar” en términos de su nivel de entendimiento, agrado, gusto y disgusto, así como alternativas al nombre que describieran el conjunto de las cuatro modalidades.

ETAPA 2:

- Se evaluó a mayor profundidad el nombre “Mejora tu hogar” utilizando diferentes atributos funcionales y de imagen.
- Se solicitó retroalimentación al nombre con el fin de mejorar su entendimiento y conexión.
- Se evaluó la incorporación del sufijo “vit” que proviene de Infonavit para conocer la relevancia de incluir este elemento en el nombre.

Evaluación del concepto

Evaluación espontánea

Las primeras impresiones que genera el crédito son positivas en su totalidad:

Es un
producto
incluyente

Apoya a un sector
vulnerable y con
menos recursos

Es mejor que
otros créditos
de instituciones
particulares

Se ajusta a las
necesidades de
las y los
derechohabientes

*“Es una buena oportunidad para que las personas puedan hacer cambios en su hogar que tal vez **no podrían por no tener suficiente efectivo**, es una muy buena opción de crédito.”*
(Hombre, Occidente, Acreditado)

*“Son muy interesantes y amplios, van **dirigidos a las personas que tienen la necesidad de realizar alguna mejora**, más después de pandemia las circunstancias de muchos han cambiado.”*
(Mujer, Sureste, Acreditada)

Evaluación espontánea

Es un producto
incluyente

La percepción que genera es de **inclusión al ofrecer modalidades** tanto para trabajadores actuales como derechohabientes sin una relación laboral formal actual.

Apoya a un sector
vulnerable

Se valora que da la oportunidad a que las y los derechohabientes que **no cuentan con recursos económicos ni acceso a otros créditos** puedan mejorar su calidad de vida.

Es mejor que otros
créditos

Al incluir la garantía del SSV se vuelve una **oferta única** en el mercado.

Se ajusta a las
necesidades

Al ofrecer la paleta de opciones de reparaciones de las distintas modalidades, construye la **percepción de adaptabilidad** a las necesidades individuales.

Anclaje emocional

El crédito genera una valoración altamente emotiva que detona sentimientos como:

Tranquilidad

Genera **tranquilidad** por contar con el respaldo de acceder a las reparaciones necesarias para mantener la vivienda en condiciones óptimas.

*“Siento tranquilidad porque es bueno saber que **tenemos el respaldo de poder realizar alguna modificación a nuestra vivienda**, ya sea menor hasta una modificación mayor con el respaldo del Infonavit.” (Hombre, Centro Norte, Derechohabiente)*

Agradecimiento

Produce un **sentimiento de gratitud** hacia el Infonavit al ofrecer la oportunidad de mejorar la vivienda.

*“Siento total agradecimiento hacia la institución **por la oportunidad** que nos brinda el poder mejorar nuestra vivienda.”
(Mujer, Sureste, Acreditada)*

Alegría

Genera sentimientos de **alegría** pues despierta la **ilusión de mejorar la calidad de vida** a partir de tener una vivienda digna.

*“Se siente alegría porque **todos tenemos el sueño de mejorar nuestra casa**, de ampliarla y darle una **mejor calidad de vida a nuestros hijos**, de vivir bien y cómodamente en una casa bonita.” (Mujer, Centro Norte, Acreditada)*

Beneficios funcionales

En el territorio funcional, el crédito se percibe como una opción que **permite mantener la plusvalía** de la vivienda, además proporciona la idea de mejorar la calidad de vida para toda la familia.

Un aspecto favorable es que da la opción de que las y los derechohabientes que no tenían posibilidades de solucionar problemas de arreglos de sus viviendas por falta de recursos económicos ahora **podrán acceder a este beneficio**.

Otro aspecto que genera **vinculación es la adaptabilidad de las modalidades a las necesidades de reparación de cada persona**, lo que favorece en términos de inclusión.


*“Son una excelente idea para **conservar y mejorar tu patrimonio** .”*
(Hombre, Occidente, Acreditado)

*“Me parece que son de mucha ayuda para un **sector muy grande de la población**, me parece una idea excelente esta apertura a nuevos servicios.”*
(Mujer, Centro Norte, Acreditada)


*“Me parecen bien ya que están bien proporcionado **opciones de acuerdo a las necesidades** de cada quien.”*
(Mujer, Noreste, Acreditada)

Vinculación con Infonavit


Al visualizar todas las modalidades y bajo el entendimiento de que se trata de una marca paraguas abre la percepción de que el Infonavit se preocupa por diseñar y ofrecer soluciones para todo tipo de necesidades, en este sentido se favorece la imagen de que es una **institución comprometida con el bienestar** y el desarrollo de las y los derechohabientes.



*“Es bueno saber que tenemos el respaldo de poder realizar alguna modificación a nuestra vivienda, ya sea menor hasta una modificación mayor con **el respaldo del Infonavit.**”*
(Hombre, Centro Norte, Derechohabiente)



*“Me alegra ver que **el Infonavit se preocupa por las diferentes necesidades** de las personas en sus viviendas.”* *(Mujer, Este, Derechohabiente)*



*“Está bien que **el Infonavit abra más opciones** para sus derechohabientes.”*
(Mujer, Suroeste, Derechohabiente)

Valoraciones negativas

De manera aislada el concepto se vínculo con una **supuesta noticia relacionada a manejos fraudulentos** de los programas lo que generó desconfianza, sin embargo, no se recomienda tomar especial atención pues solo hubo una sola mención referenciada a esta noticia.



*“Vi una nota en las noticias que el **Infonavit estaba haciendo fraudes** con uno de los programas que acaba de sacar por lo que me genera duda.”
(Hombre, Noreste, Derechohabiente)*

Evaluación del nombre

Evaluación espontánea

El nombre “Mejora tu hogar” **generó aceptación de manera unánime** siendo que se percibe como una opción que se entiende claramente.

- **Hogar.** Es un elemento que tiene una **connotación emocional** vinculada a un espacio íntimo que ocupa la familia y que requiere mantenerse en óptimas condiciones.
- **Mejora.** Conecta con la idea de **crecimiento y bienestar**, en este caso se alude a la calidad de vida y desarrollo familiar.

*“Opino que utilizar la palabra **hogar** es muy inteligente, porque al escucharla no pienso en cualquier casa, pienso en aquella que me hace sentir cómodo, y la frase completa de **mejora tu hogar** me dice que voy a lograr que ese espacio tan importante ahora sea mejor.”*
(Hombre, Noroeste, Derechohabiente)

*“Opino que la palabra **mejora** tiene una connotación muy positiva y abre la mente a las posibilidades, cuando lees **hogar** definitivamente suena a **familia** y te da una sensación de ser algo bueno para la familia, de mejorar como el nombre lo indica.”*
(Mujer, Centro Norte, Acreditada)

Emocionalidad vinculada al nombre

“Mejora tu hogar” se vincula principalmente a una **emocionalidad positiva**, siendo los principales detonantes:

- **Felicidad.** Al saber que existe la posibilidad de acceder al beneficio como un **derecho que todos los derechohabientes** tienen.
- **Esperanza.** Por la posibilidad inesperada de acceder a una **mejora sustancial en la calidad de vida**, independientemente de la situación económica.
- **Entusiasmo.** Al motivar a **acceder a una posibilidad de mejora** no vislumbrada y a la que no se creía que se tenía acceso.

*“La frase **Mejora tu hogar** me genera **felicidad** porque me sentiría muy feliz de poder hacer alguna remodelación que fuera de mi gusto.”*

(Mujer, Occidente, Acreditada)

*“La frase **Mejora tu hogar** me genera **esperanza** porque al no tener mucho dinero es complicado imaginar mejorar mi hogar, me da la esperanza que con este tipo de crédito tendré un hogar mas cómodo y agradable.”*

(Mujer, Este, Derechohabiente)

*“La frase **Mejora tu hogar** me genera **entusiasmo** pues motiva a querer tener un mejor estilo de vida y un mayor crecimiento.”*

(Mujer, Centro Sur, Derechohabiente)

Gustos asociados al nombre

El nombre “Mejora tu hogar” agrada principalmente por su componente de **simplicidad y fácil entendimiento**, describe perfectamente la esencia de todas las modalidades y la marca sombrilla que los sustenta.

Adicionalmente, se valora la inclusión del término hogar que acerca a una **vinculación familiar**.

*“Me gusta la palabra hogar pues conlleva a un contexto de **armonía y felicidad** donde una **familia pasa buenos momentos.**”
(Mujer, Centro Norte, Acreditada)*

*“Me gusta que es bastante original y corto lo que lo hace **fácil de recordar.**”
(Mujer, Este, Derechohabiente)*

*“Me gusta que utilizan **palabras simples**, que todos pueden entender, y que lo que comunican coincide con lo que los créditos son.”
(Hombre, Centro Norte, Derechohabiente)*

Disgustos asociados al nombre

El principal desagrado hacia “Mejora tu hogar” es la **falta de la institución dentro del nombre**, lo que puede generar desvinculación con el Infonavit.

Otro aspecto mencionado en menor medida es que puede generar un sentimiento de ofensa al asumir que la **vivienda se encuentra en mal estado por lo que requiere mejora**.

“Algunas personas se pueden sentir **ofendidas** al pensar que el crédito va para ellos porque tienen su **casa en mal estado**.”
(Mujer, Noreste, Derechohabiente)

“Quizá falte algo que haga **mención al Infonavit**.”
(Hombre, Este, Acreditado)

“Debería **hacer alusión a la dependencia** a la que pertenece.”
(Mujer, Centro Sur, Derechohabiente)

“Tal vez le falta decir **algo de Infonavit**.”
(Mujer, Suroeste, Acreditada)

Asociación del nombre con los programas

De manera unánime “Mejora tu hogar” se **vincula correctamente con todas las modalidades**, siendo que resulta entendible que se trata de una serie de mejoras para el hogar que van en **distintos niveles de uso y necesidades**. El término hogar proyecta apropiación del producto lo que lo vuelve **cercano y personal**.

En ningún caso genera desvinculación con los programas.

*“Considero que el nombre representa al conjunto de programas porque **engloba toda la capacidad de mejoras** que se pueden realizar a tu hogar.”
(Hombre, Centro Sur, Acreditado)*

*“Considero que el nombre representa al conjunto de programas porque cuando **mejoras tu casa no solo mejoras el lugar donde vives, sino la vida de tu familia**, tienes que esforzarte en el trabajo e invertirlo para vivir mejor.”
(Mujer, Centro Norte, Acreditada)*

Otras opciones de nombres

Al realizar un ejercicio donde se pidió proponer otras opciones de nombres para el conjunto de modalidades surgieron dos vertientes principales:

Juegos de palabras que incluyen el término “vit”:

- ***“Mejoravit”***
- ***“Crédito Mejoravit”***
- ***“Renuevavit”***
- ***“Reparavit”***

Conceptos que utilizan el nombre completo de la institución:

- ***“Mejora tu hogar con Infonavit”***
- ***“Vive mejor con Infonavit”***
- ***“Mejora continua Infonavit”***
- ***“Todos mejoramos con el Infonavit”***
- ***“Repara con Infonavit”***

Evaluación de atributos de imagen

“Mejora tu hogar” es **bien evaluado en todos los atributos de imagen**, sin embargo, las áreas donde presenta mayor oportunidad son en el fit con la institución y en la diferenciación.



Profundización de Legibilidad

De manera general, “Mejora tu hogar” se percibe fácil de leer dado que las tres palabras que lo componen son de **uso común y sencillas**, en este sentido, la **simplicidad del nombre favorece su legibilidad**.

*“Mejora tu hogar es fácil de leer porque **son solo tres palabras** no muy difíciles de entender.”*
(Mujer, Noroeste, Acreditada)

*“Mejora tu hogar es fácil de leer porque son palabras **muy comunes**, fáciles de entender, que todo mundo conoce y utiliza.”*
(Mujer, Centro Norte, Derechohabiente)

*“Mejora tu hogar es fácil de leer porque es **sencillo**, no hay que analizar el sentido que se busca con esa frase, es bastante **simple y corta**.”*
(Mujer, Noroeste, Derechohabiente)

Profundización de Conexión

De igual manera, el nombre lleva en su contenido un **valor emocional** que conecta con la ilusión de ofrecer una **mejor calidad de vida a la familia** manteniendo en condiciones óptimas la vivienda.

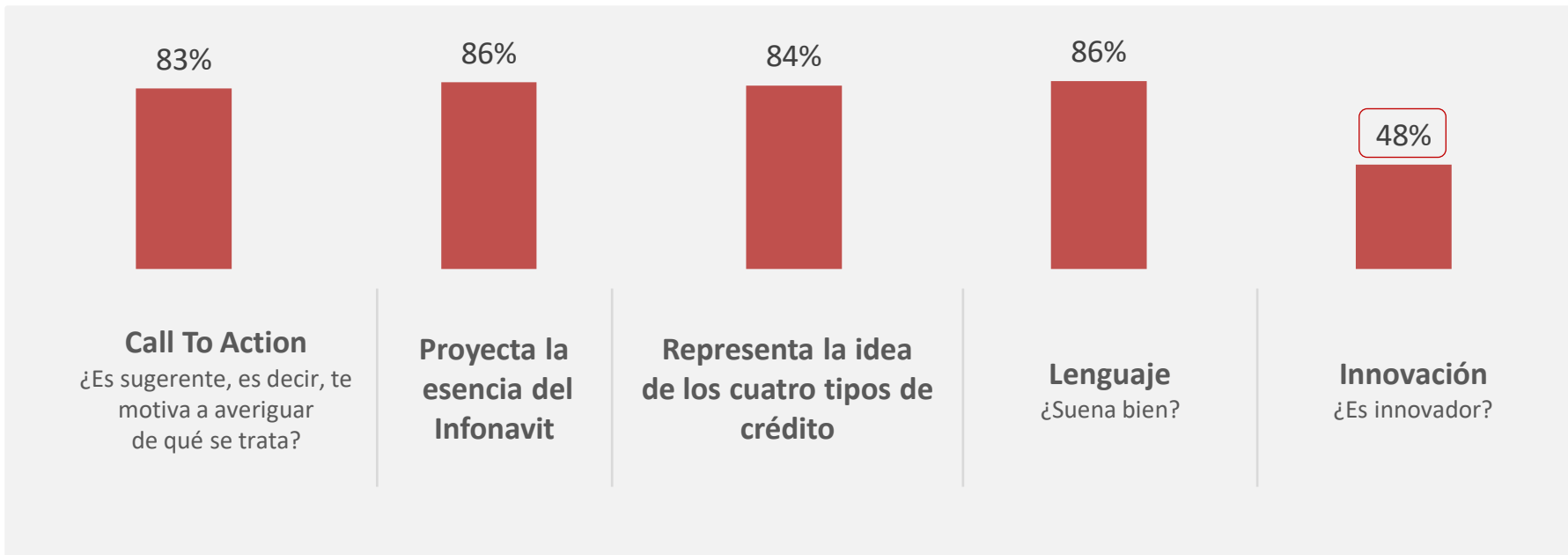
*“Mejora tu hogar conecta con el público porque **apela a nuestras emociones e ilusiones** de querer mejorar, remodelar nuestras casas.”*
(Hombre, Sureste, Derechohabiente)

*“Mejora tu hogar conecta con el público porque es **coloquial**, es decir cualquiera lo entiende y es **aspiracional** cubrir una necesidad que por otro medio no se ha cubierto.”*
(Hombre, Este, Acreditado)

*“Mejora tu hogar conecta con el público porque todos queremos **darle a nuestra familia un mejor hogar**, mejores condiciones de vida y oportunidades.”*
(Mujer, Centro Sur, Derechohabiente)

Evaluación de atributos funcionales

El nombre es **bien valorado en todos los atributos funcionales** evaluados con excepción de innovación donde presenta un área de mejora.



El atributo de asociaciones negativas no tiene base suficiente para análisis.

Profundización de Call to Action

El nombre genera un gran interés a partir de su conexión emocional, en ese sentido, el gran valor que aporta como una **oportunidad de mejorar la vivienda y con ello la calidad de vida** detona que se quiera saber más del crédito así como los requisitos para poder acceder al beneficio.

*“Mejora tu hogar es sugerente porque **todo el mundo sueña** con mejorar su casa, al ver una oportunidad al menos **se tomarán el tiempo de investigar** para ver si son capaces o aptos para el crédito y si les conviene.”*
(Hombre, Sureste, Derechohabiente)

*“Mejora tu hogar es sugerente porque al englobar este grupo de créditos con esa frase te da el interés de **revisar qué características necesita** tu hogar para poder aplicar este crédito y **qué requisitos necesitas tú** para poder ser acreedor al mismo.”*
(Mujer, Centro Sur, Acreditada)

Uso del término “vit”

La posibilidad de utilizar el término “vit” dentro del nombre polariza ligeramente la opinión:

- La idea que **más se favorece es la de sí incluir “vit”** pues se acerca a la institución y no quedan dudas de a quién se tiene que recurrir para solicitar el crédito.
- En menor medida el nombre “Mejora tu hogar” suena bien como está y la idea de incluir “vit” parece redundante. Sin embargo, si **se desea utilizar el término dentro de los nombres de las modalidades individuales.**

*“Me gustaría agregar el término **vit** porque de esta forma se **sabr** que es a través del Infonavit y ya se sabrá en **dónde indagar más**, de otra forma se pensará que es un programa más del gobierno y no sabrán dónde buscar.”*

(Hombre, Noreste, Derechohabiente)

*“No me gustaría agregar el término **vit** para que no se **escuche tan trillado**, para que siga siendo claro a qué se refiere, además **cada uno de los sub productos si pueden manejarlo**, cómo reparavit o crecevit, construvit y para que entonces no sea tan repetitivo.”*

(Mujer, Centro Norte, Acreditada)

Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

- El producto cuenta con una aceptación que se ancla emocionalmente a la posibilidad de mejorar la calidad de vida. En el territorio funcional se entiende que la marca paraguas contiene un matiz de productos crediticios que atienden a las diferentes necesidades de construcción y reparación que tienen las y los derechohabientes.
- Semánticamente el producto se vincula con los siguientes ejes:
 - **Inclusión.** Se entienden y valoran la paleta de modalidades dirigidas tanto para trabajadores con relación formal como aquellos que no la tienen así como reparaciones menores hasta de gran envergadura.
 - **Tranquilidad.** Principalmente porque existe un alto desconocimiento de los beneficios que ofrece el Infonavit, por lo que, al conocer estas modalidades, se genera un sentimiento de tranquilidad y paz al saber que se tiene la posibilidad de mejorar el patrimonio y con ello la calidad de vida.
 - **Agradecimiento** hacia la institución por pensar en las necesidades de todos y todas las y los derechohabientes. En este aspecto el producto ayuda a construir la confianza y buena imagen que ya cuenta la institución.
 - **Alegría** ante la posibilidad de trabajar en un proyecto de mejora de la vivienda altamente personal que además vislumbra un mejor futuro para todo el núcleo familiar.

Conclusiones

- El nombre “Mejora tu hogar” es bien valorado y refleja las cualidades del crédito es sus beneficios más esenciales. También conlleva a dos territorios de pensamiento:
 - **Mejora.** Este término se asocia más al territorio funcional, siendo vislumbrado como un aspecto de incremento en la calidad de vida y desarrollo a largo plazo a partir de una planificación bien estructurada de uso del crédito.
 - **Hogar.** Este término arroja valoraciones altamente emocionales pues se vincula a un contexto familiar, un espacio íntimo que requiere de atención y cuidado para mantener una vida feliz y plena.
- En un contexto semántico ayuda la simplicidad del contenido pues todos los términos referencian de manera correcta de lo que se trata el producto y además son de uso muy coloquial lo que lleva a un entendimiento pleno del concepto en un solo vistazo.
- El único aspecto que se puede mejorar es la inclusión de la institución, sin embargo, este aspecto se debe valorar en función del tipo de comunicación que se utilizará para el producto y las modalidades.

Recomendaciones

- Se recomienda evaluar dos posibles vías de acción:
 1. Avanzar con “Mejora tu hogar” tal cual está en caso de que se planee vincular el logo de la institución con el crédito.
 2. Avanzar con la opción “Mejora tu hogar con Infonavit” o incluir de alguna manera el nombre de la institución, esto con el propósito de que no se caiga en obviedades que puedan generar confusiones sobre las condiciones del crédito.
- En ambos casos es recomendable utilizar nombres independientes para las modalidades, mismas que pueden incluir el término “vit” y la idea de upgrading que corresponden a cada una.



Gracias.