



Tracking
Derechohabientes
Encuesta telefónica

Junio 2021

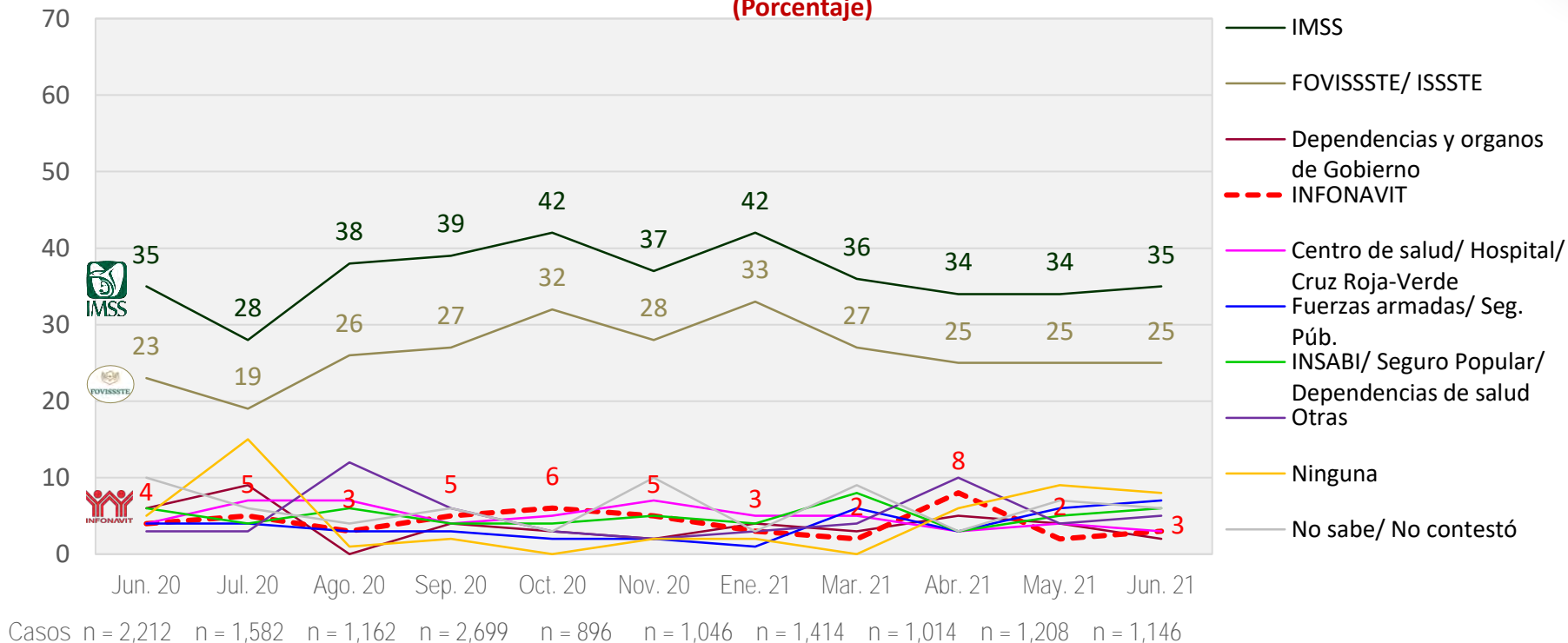
I. CONOCIMIENTO Y OPINIÓN DEL INFONAVIT

Recordación de instituciones públicas de seguridad social

Suma de tres menciones



Instituciones públicas de seguridad social
(Porcentaje)

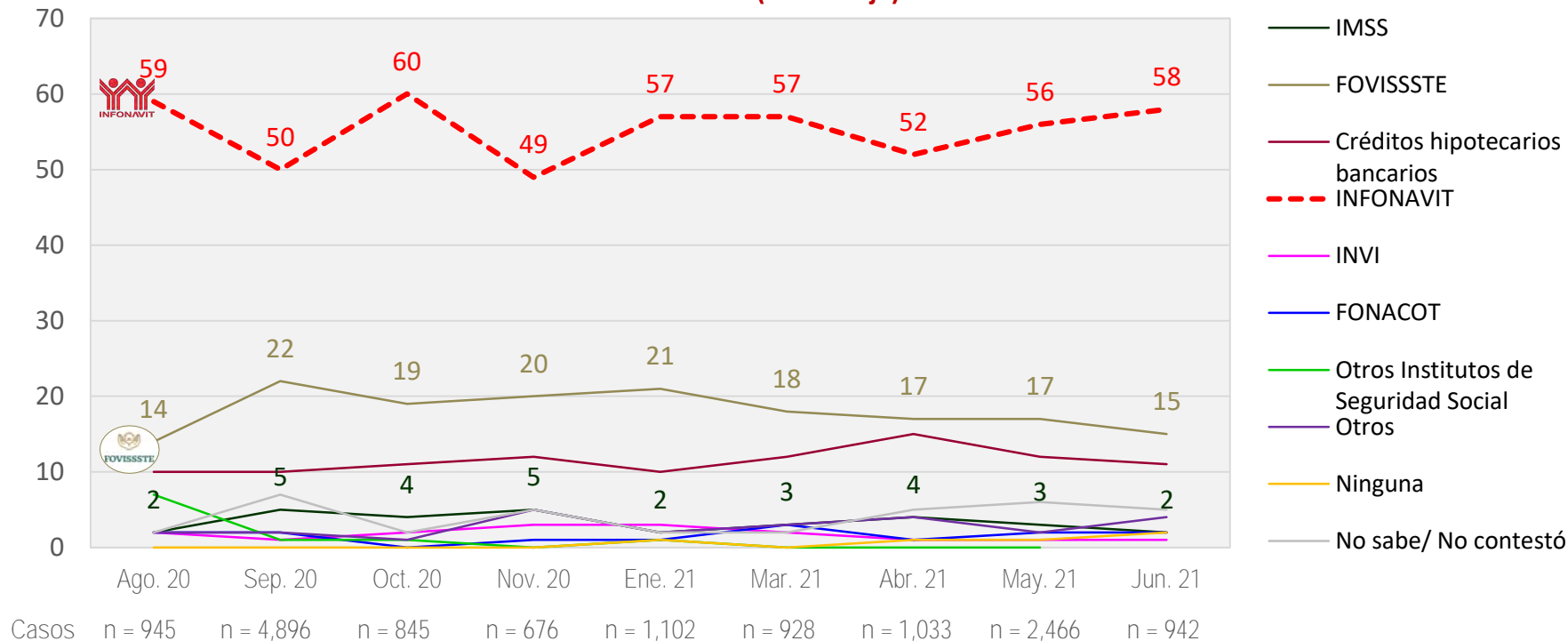


Casos n = 2,212 n = 1,582 n = 1,162 n = 2,699 n = 896 n = 1,046 n = 1,414 n = 1,014 n = 1,208 n = 1,146

Recordación de instituciones de créditos más recordadas

Suma de tres menciones

Instituciones que dan crédito para comprar viviendas
(Porcentaje)



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

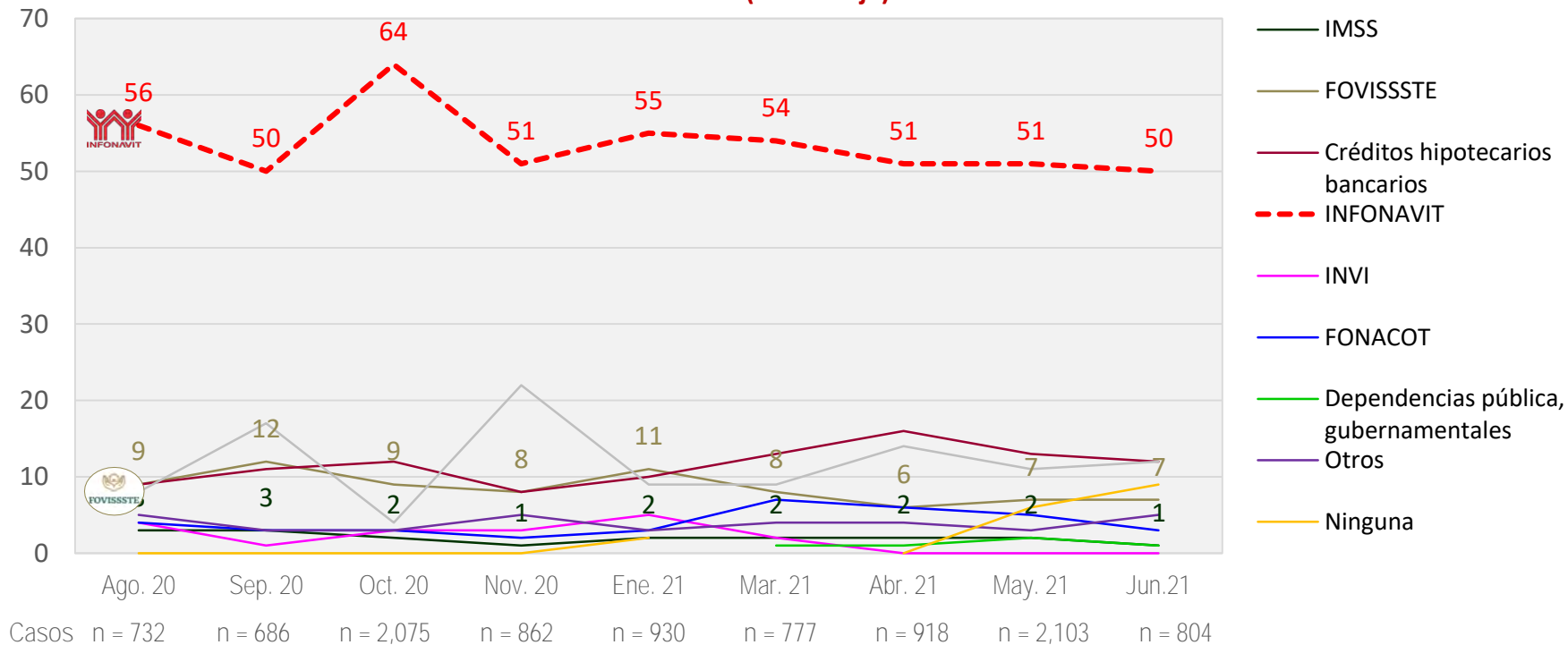
n = Número de casos

Recordación de instituciones de créditos más recordadas

Suma de tres menciones



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



n = Número de casos

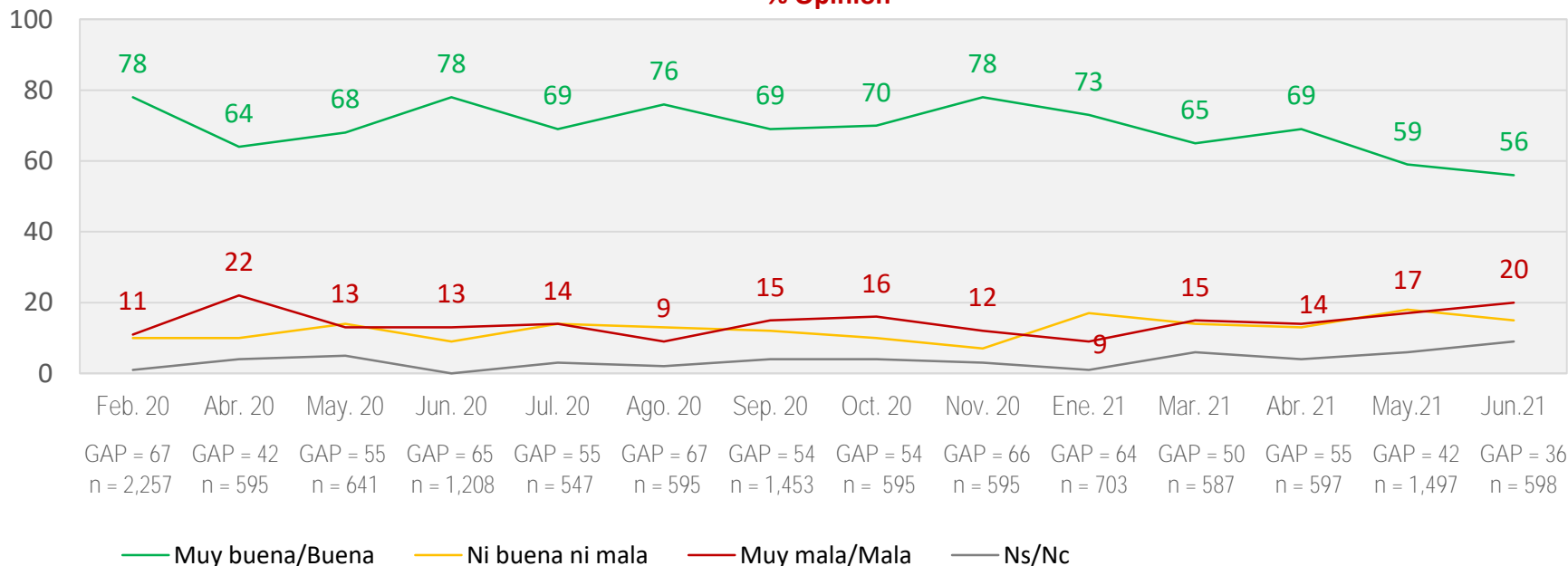
Preg. 2.3 ¿Y cuáles son las instituciones que otorgan créditos para ampliar o remodelar una vivienda que le vienen primero a la mente?

Conocimiento y opinión del Infonavit

(Porcentaje)

% Sí conoce	91	97	97	96	98	99	99	98	91	99	100	99	Esp. 91 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

% Opinión



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



Opinión del Infonavit

Razones para tener una opinión positiva del Infonavit (Porcentaje)

Menciones	%
Por comentarios de familiares/conocido que han sacado su casa	25
Puedes obtener una casa con ellos	20
Los créditos son buenos/ya tuvo un crédito sin problemas	19
Las facilidades que ofrece/plazos y costos accesibles	10
Ayudan a la gente/trabajan bien y es una buena institución	9
Han cambiado sus políticas para mejorar	2
Las casas son de buena calidad	2
No tiene crédito, desconoce el funcionamiento	2
Comentarios negativos	7
Otra	1
NS/NC	4
Total	100%
Número de casos	328

Razones para tener una opinión negativa del Infonavit (Porcentaje)

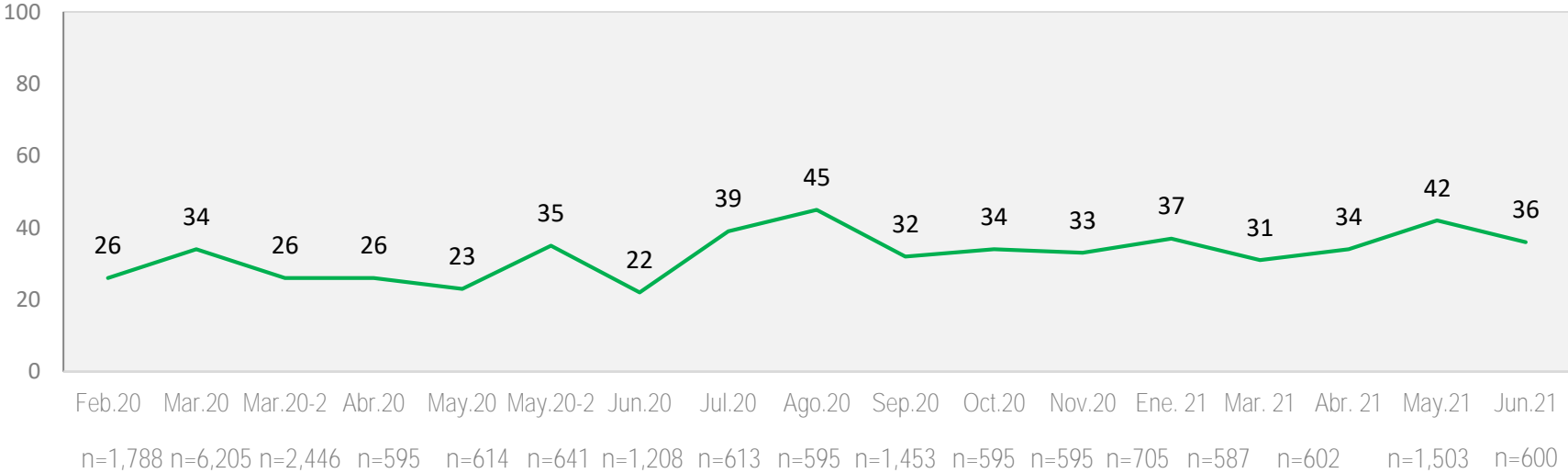
Menciones	%
Los intereses/pagos son muy altos y a muchos años	46
Dificultades en los trámites/no dan solución a los problemas	19
Las viviendas son de mala calidad/alejadas	12
El crédito es insuficiente y de largo plazo	9
Por malos comentarios que ha escuchado	5
No tiene crédito, desconoce el funcionamiento	2
Otra	5
NS/NC	2
Total	100%
Número de casos	123

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



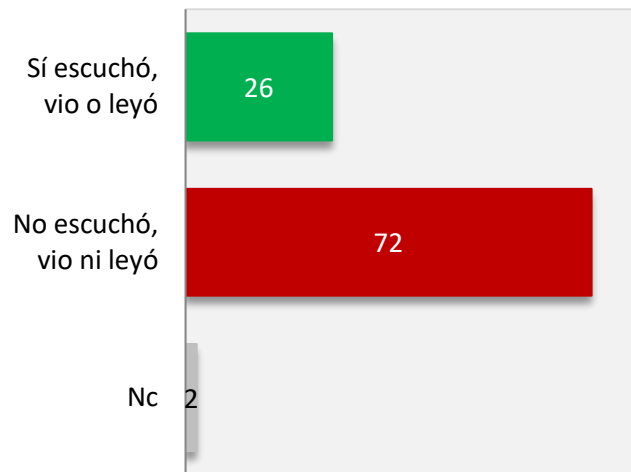
Aspecto que más recuerda	Abr. 21	May.21	Jun.21
Ofrecen créditos/facilidades para obtener crédito	27	32	25
Cambios/reformas en los créditos	4	10	13
Reducción de intereses	6	4	11
Apoyos para los pagos/prorrogas y reducciones	7	9	7
Cambio de esquema de puntos		12	6
Crédito para adquirir o remodelar tu casa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

Recordación con ayuda de *spots* de la campaña

Último mes

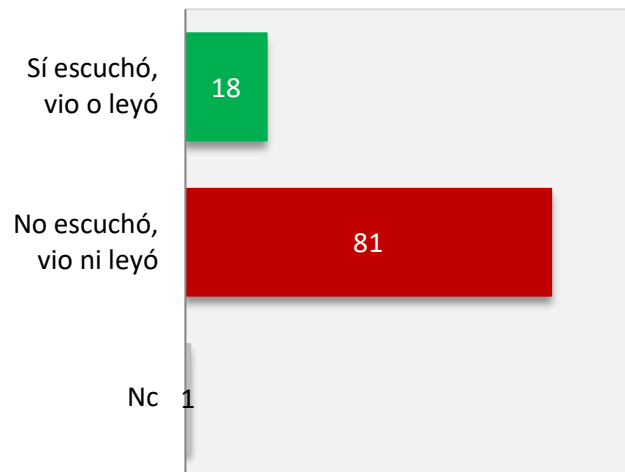


Radio “Es cierto, así de claro”
(Porcentaje)



n = 302

Radio “El crédito se transformó”
(Porcentaje)

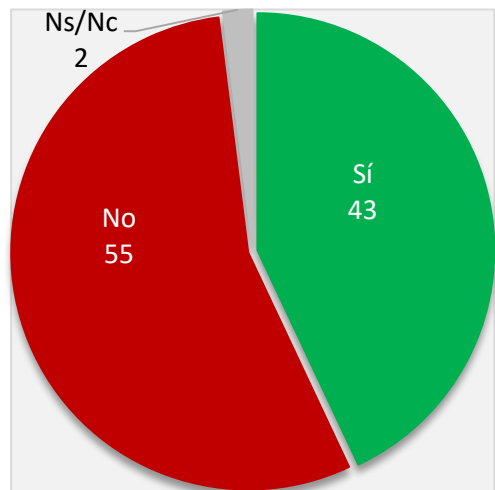


n = 298

Exposición del spot “Es cierto, así de claro” en estaciones de radio

Último mes

Exposición al spot en radio
(Porcentaje)



n = 87

Estaciones de radio donde escuchó el anuncio
(Porcentaje)

Frecuencias	%
W Radio	8
Amor 93.1FM	7
La Z 107.3 FM	5
Radio Formula	5
Exa 104.9 FM	5
La Comadre	4
Imagen Radio	4
La Mejor 97.7	4
Stereo Cien 100.1 FM	4
Digital 101.5 FM	3
Alfa 91.3 FM	2
Otros con 1% o menos	15
NS/NC	34
Total	100%
Número de casos	58

Multirrespuesta

*Sumando No y Ns/Nc = 100 por ciento

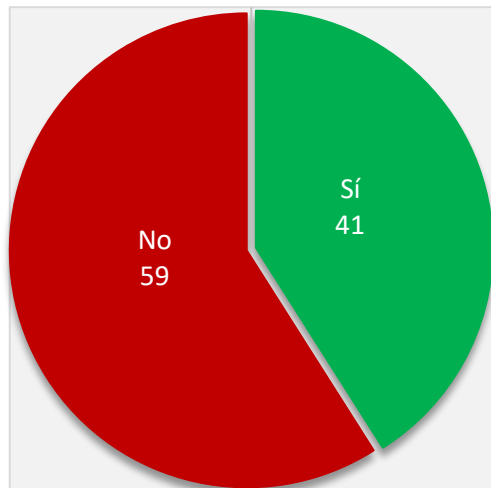
n = Número de casos

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

Exposición del spots “El crédito se transformó” en estaciones de radio

Último mes

Exposición al spot "El crédito se transformó" en radio
(Porcentaje)



n = 62

Estaciones de radio donde escuchó el anuncio
(Porcentaje)

Frecuencias	%
Los 40 Principales	10
Digital 101.5 FM	7
W Radio	6
Felicidad 95.5 FM	5
La Z 107.3 FM	4
K Buena 92.9 FM	4
La Caliente 97.7 FM	3
Radio Lobo 1040 AM	3
Los Número 1 97.1 FM	3
Joya 93.7 FM	3
Exa 104.9 FM	2
Alfa 91.3 FM	2
Otros con 1% o menos	11
NS	37
Total	100%
Número de casos	34

Multirrespuesta

*Sumando No y Ns/Nc = 100 por ciento

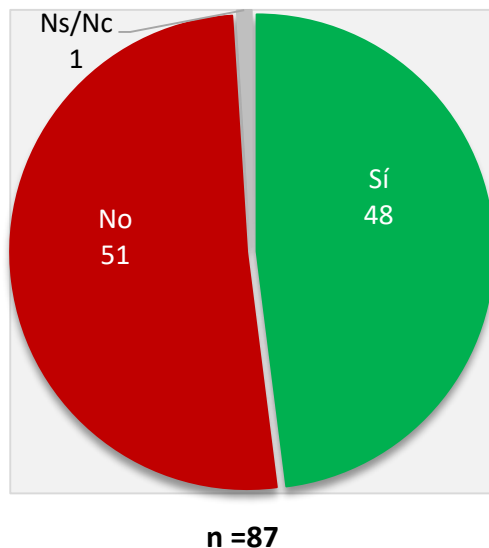
n = Número de casos

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

Exposición del spot "Es cierto, así de claro" en canales de televisión

Último mes

Exposición al spot "Es cierto, así de claro" en televisión
(Porcentaje)



Canales de televisión donde vio el anuncio
(Porcentaje)

Frecuencias	%
Canal 2 (Las Estrellas)	21
Canal 1 (Azteca 1)	10
Canal 7	6
Canal 5	5
Canal 3 (Imagen)	4
Mencionó canales de TV de paga	4
Mencionó canales locales	4
Canal 6 (Multimedios)	3
Canal 11	3
Canal 40 (ADN40)	3
Canal 34 (Mexiquense TV)	2
Canal 22	1
NS/NC	34
Total	100%
Número de casos	83

Multirresposta

*Sumando No y Ns/Nc = 100 por ciento

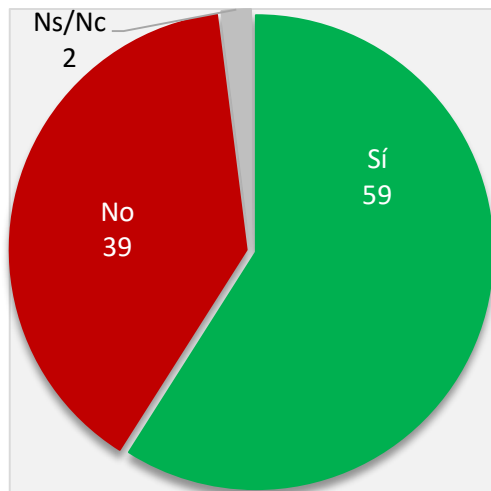
n = Número de casos

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

Exposición del spots "El crédito se transformó" en canales de televisión

Último mes

Exposición al spot "El crédito se transformó" en televisión
(Porcentaje)



n = 62

Canales de televisión donde vio el anuncio
(Porcentaje)

Frecuencias	%
Canal 2 (Las Estrellas)	16
Canal 3 (Imagen)	7
Canal 5	6
Canal 7	7
Canal 1 (Azteca 1)	5
Canal 4 (Foro TV)	5
Canal 6 (Multimedios)	3
Canal 11	2
Mencionó canales locales	2
Canal 9 (Galavisión)	3
Canal 40 (ADN40)	2
NS	42
Total	100%
Número de casos	66

Multirrespuesta

*Sumando No y Ns/Nc = 100 por ciento

n = Número de casos

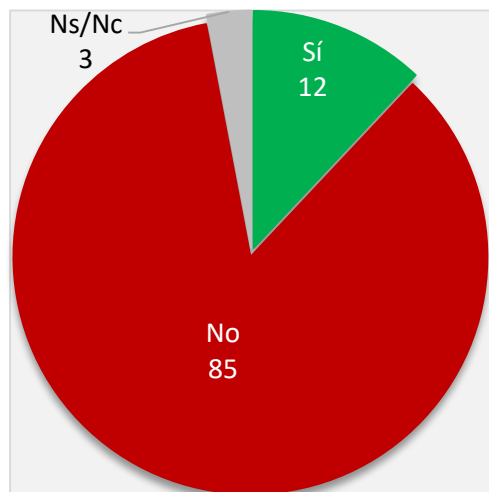
Preg. 3.4 ¿Usted escuchó este anuncio en...?

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

Último me

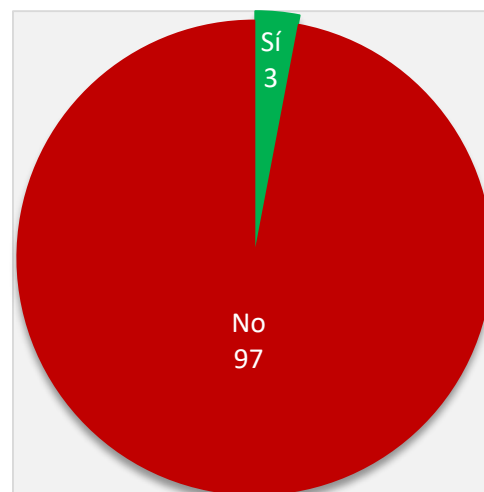


¿Escuchó el anuncio "Así de claro" en periódico?
(Porcentaje)



n = 87

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



n = 62

*Sumando No y Ns/Nc = 100 por ciento

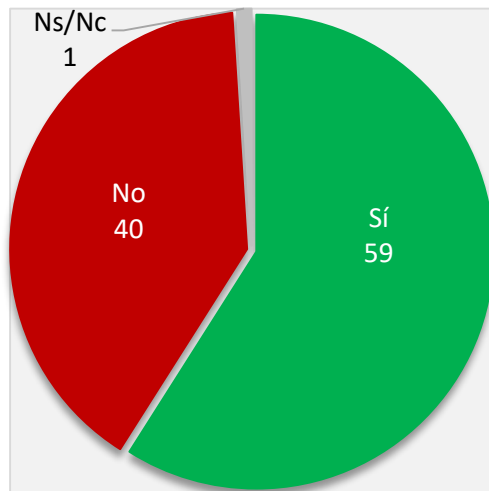
n = Número de casos

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

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

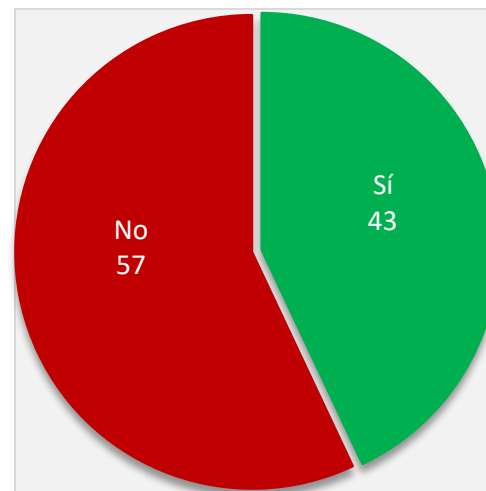
Último mes

Exposición al spot "Así de claro" en plataformas digitales
(Porcentaje)



n = 87

Exposición al spot "El crédito se transformó" en plataformas digitales
(Porcentaje)



n = 62

*Sumando No y Ns/Nc = 100 por ciento

n = Número de casos

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

Exposición a la campaña en otros lugares

Último mes



Otros lugares donde vio, escuchó o leyó el anuncio

Menciones	Porcentaje
Redes sociales	23
Internet	17
Facebook	16
Teléfono/celular	8
Radio	5
En su trabajo	3
Volantes	2
Publicidad en la calle	2
Noticieros	2
Periódico	1
Televisión	1
Otros menosres a 1%	5
NS-NC	16
Total	100%
Número de casos	96

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)

Menciones	%
Ofrecen mayores beneficios	13
El credito /Infonavit se transformó	13
Pagos fijos desde el inicio hasta el final del crédito	13
Ofrece seguro por desempleo	12
Tasa de interés de acuerdo al salario/tasa fija	11
Es más fácil de obtener un crédito del Infonavit	10
Invitación para usar el crédito para vivienda	6
Información sobre créditos/las opciones de cómo lo puedes usar	5
Brindan apoyos para tener tu casa	3
Facilidad en los pagos	3
Hay mayor claridad en los contratos/sin letras pequeñas	2
Es pura publicidad/no habrá cambios	2
No sabe/No contestó	7
Total	100%
Número de casos	646

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

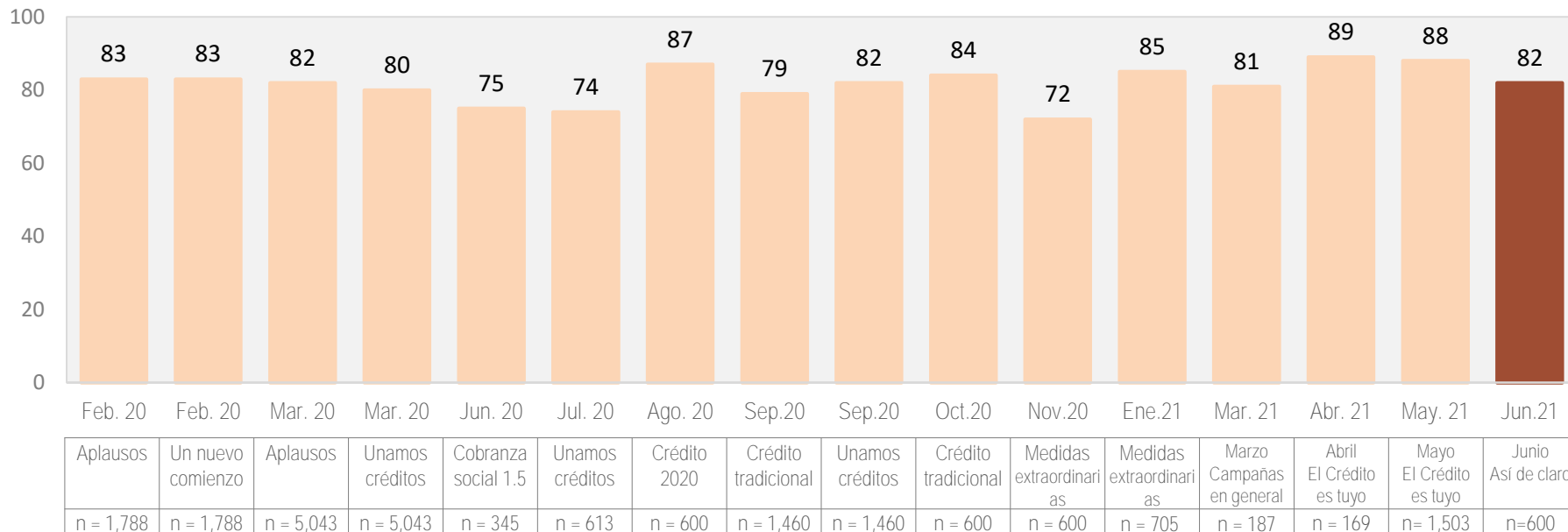
Menciones	%
Hay mayor claridad en los contratos/sin letras pequeñas	18
Es más fácil de obtener un crédito del Infonavit	14
Invitación para usar el crédito para vivienda	14
El credito /Infonavit se transformó	11
Tasa de interés de acuerdo al salario/tasa fija	7
Ofrecen mayores beneficios	6
Pagos fijos desde el inicio hasta el final del crédito	5
Facilidad en los pagos	5
Información sobre créditos/las opciones de cómo lo puedes usar	5
Ofrece seguro por desempleo	4
Brindan apoyos para tener tu casa	2
Otro	2
No sabe/No contestó	7
Total	100%
Número de casos	710

Identificación con las diferentes campañas del Infonavit

Sólo quienes escucharon o vieron algún anuncio



Identificación con el anuncio recordado
(Porcentaje)



n = Número de casos

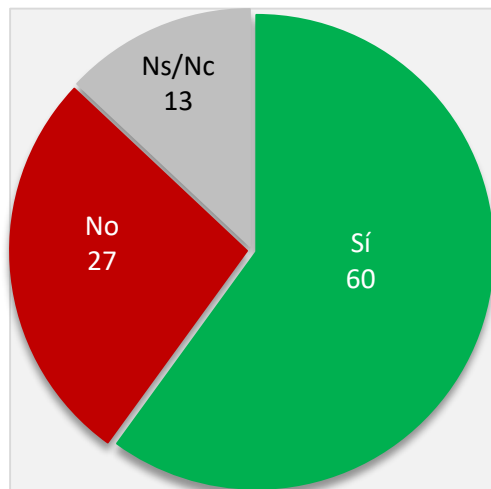
Preg. 3.8 ¿Usted cree que este anuncio se dirige o no a personas como usted?

Credibilidad de las diferentes campañas del Infonavit

Sólo quienes escucharon o vieron algún anuncio

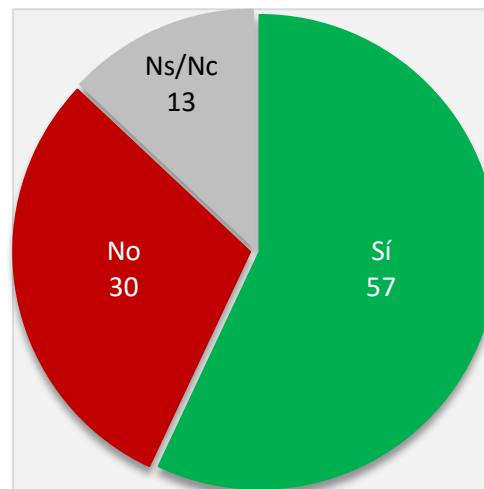


Credibilidad del spot "Es cierto, así de claro"
(Porcentaje)



n = 302

Credibilidad del spot "El crédito se transformó"
(Porcentaje)



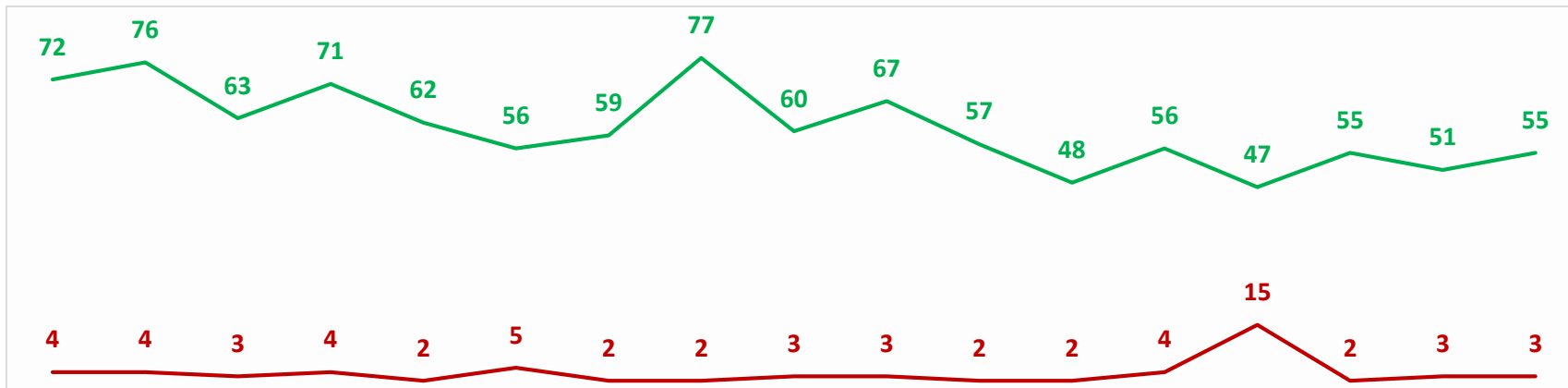
n = 298

Efecto de la campaña en la opinión del Infonavit

Sólo quienes escucharon o vieron alguna campaña



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



Fecha	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
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	
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	
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	

Mejóror mucho/poco

Empeoró mucho/poco

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

n = Número de casos

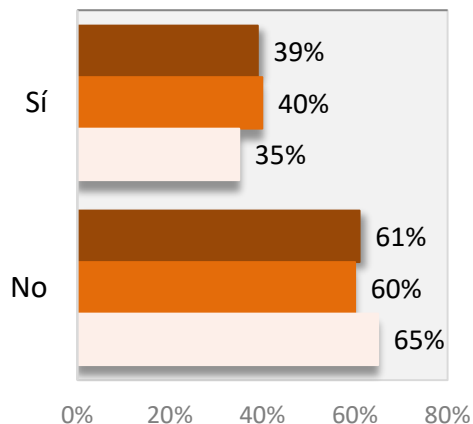
Preg. 3.10 ¿Después de escuchar este anuncio su opinión del Infonavit mejoró o empeoró?

III. MI CUENTA INFONAVIT

Conocimiento y uso de “Mi Cuenta Infonavit”

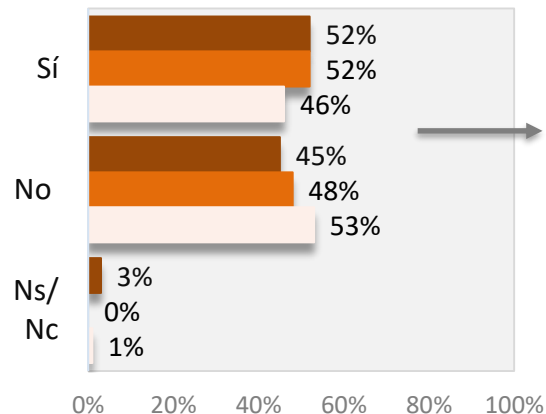


¿Conoce
“Mi Cuenta Infonavit”
(Porcentaje)



Junio 21 **n = 600**
 Mayo 21 **n = 614**
 Abril 21 **n = 607**

¿Tiene una cuenta en
“Mi Cuenta Infonavit”?
(Porcentaje)



Junio 21 **n = 236**
 Mayo 21 **n = 262**
 Abril 21 **n = 246**

Junio	¿Usted tiene o no tienen un crédito de vivienda?	
	Sí	No
¿Usted conoce el portal “Mi cuenta Infonavit”?	Sí 70	No 31
	No 30	No 69

n = 600

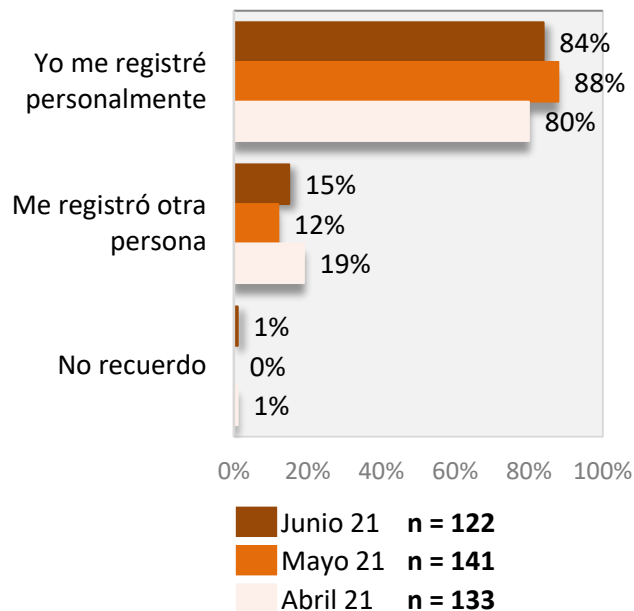
Preg. 5.1 ¿Usted conoce o no conoce el portal “Mi cuenta Infonavit”?
 Preg. 5.2 ¿Usted tiene una cuenta en el portal “Mi Cuenta Infonavit”?

Método y fecha de registro en “Mi Cuenta Infonavit”

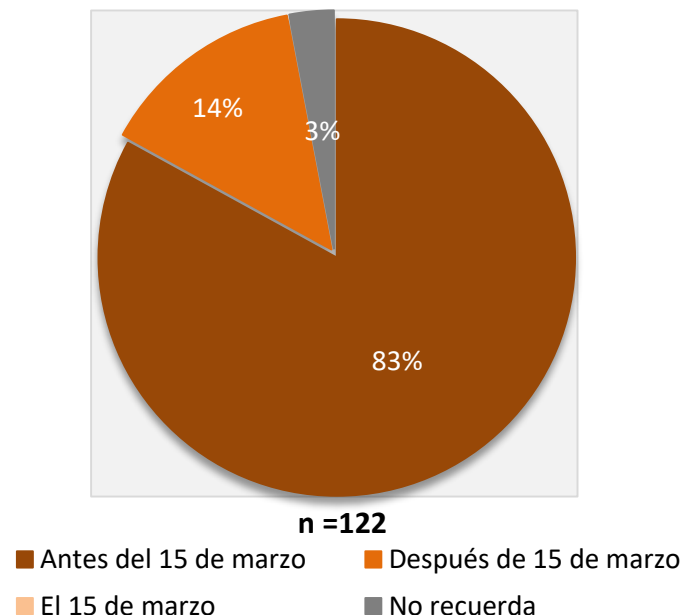
Sólo quienes tienen MCI



¿Quién lo registró en
“Mi cuenta Infonavit”?
(Porcentaje)



Periodo de registro en
“Mi cuenta Infonavit” en 2020



n = número de casos

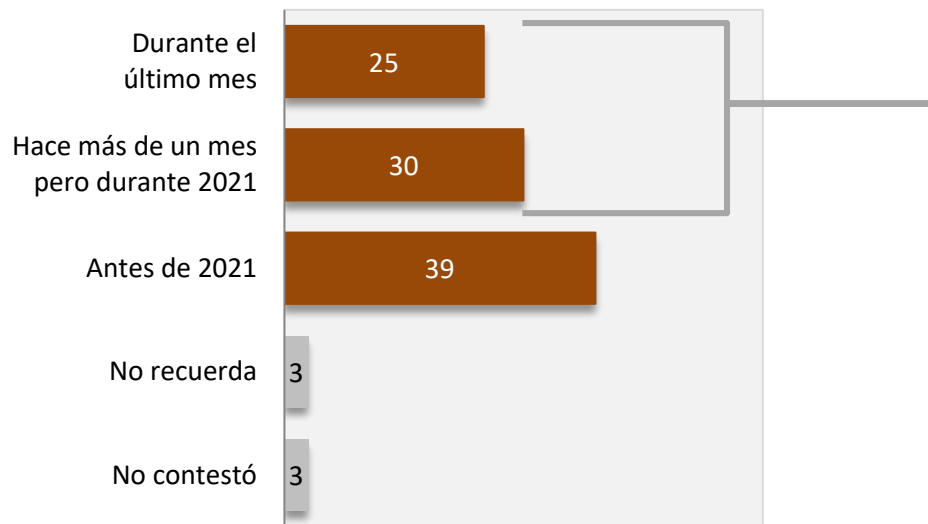
Preg. 5.3 ¿Usted se registró personalmente a “Mi Cuenta Infonavit” o lo hizo a través de otra persona?
Preg. 5.4 ¿Usted se registró en el portal “Mi cuenta Infonavit” antes o después del 15 de marzo de este año?

Fecha de ingreso y razón de acceso a “Mi Cuenta Infonavit”

Sólo quienes tienen MCI

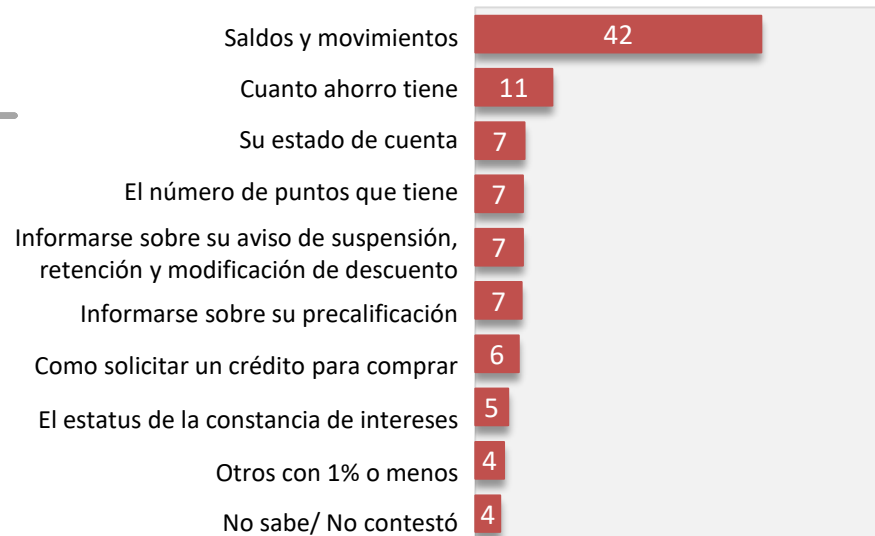


Fecha en la que ingresó a
“Mi cuenta Infonavit”
(Porcentaje)



n = 122

Tema de la consulta realizada
en “Mi cuenta Infonavit”
(Porcentaje)



n = 63

Preg. 5.5 Usted ingresó a Mi Cuenta Infonavit durante el último mes, hace más de un mes pero durante 2021, o antes de 2021?

Preg. 5.6 ¿Qué solicitud de información o trámite hizo en su visita más reciente?

n = número de casos

Conocimiento de servicios que es posible realizar en MCI

Sólo quienes tienen MCI



% Sí saben que en MCI pueden consultar o asesorarse sobre...
(Según edad y Escolaridad)

	Salos y movimiento			Cuánto ahorro tiene			Suspensión, retención y modificación de descuento			Estatus de su constancia de intereses para su declaración anual			Precalificación			Número de casos		
	Abril	Mayo	Junio	Abril	Mayo	Junio	Abril	Mayo	Junio	Abril	Mayo	Junio	Abril	Mayo	Junio	Abril	Mayo	Junio
30 a 39 años	85	78	76	88	79	78	69	52	49	56	50	49	86	72	67	57	63	66
40 a 54 años	83	87	77	84	82	81	61	70	59	59	64	47	80	83	72	109	146	94
Bachillerato	81	77	75	81	79	80	58	60	49	45	52	45	80	77	67	56	118	117
Superior	85	89	78	85	86	74	67	66	54	60	58	51	78	73	69	163	116	119
General	82	84	76	79	82	79	63	65	53	56	56	48	79	74	69	246	262	236