



Tracking
Derechohabientes
Encuesta telefónica

Diciembre 2021

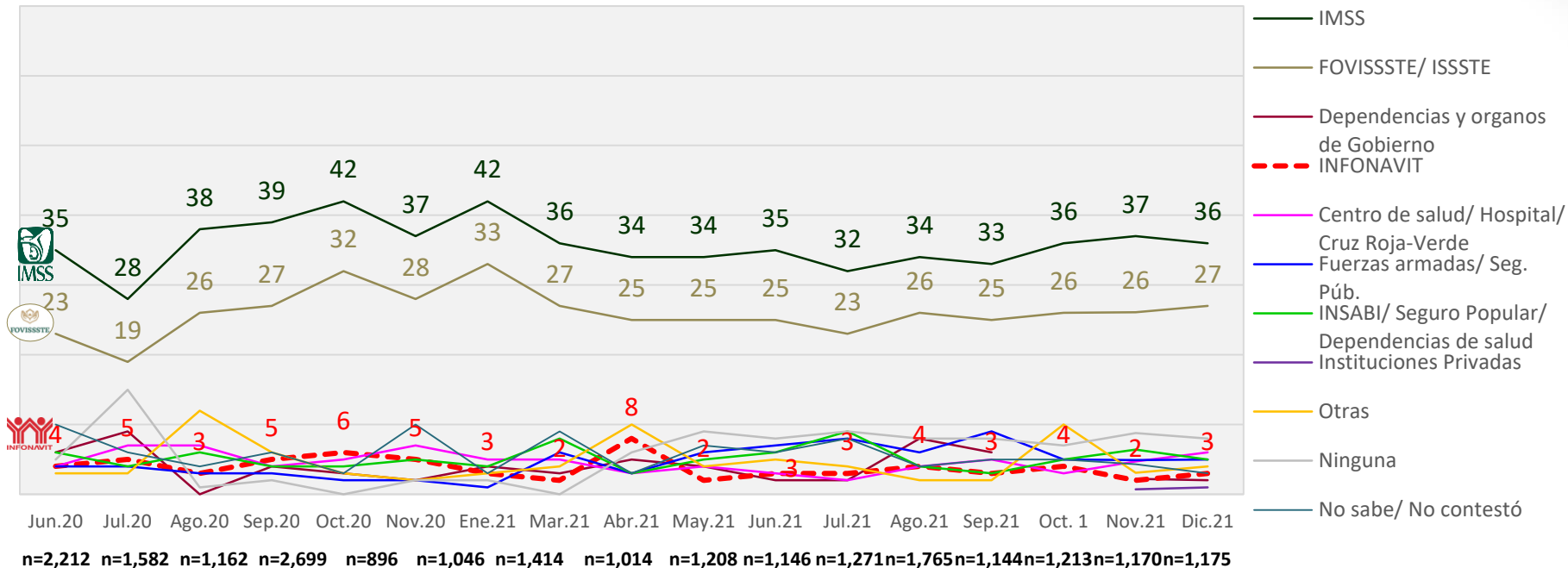
I. CONOCIMIENTO Y OPINIÓN DEL INFONAVIT

Recordación de instituciones públicas de seguridad social

Suma de tres menciones



Instituciones públicas de seguridad social
(Porcentaje)

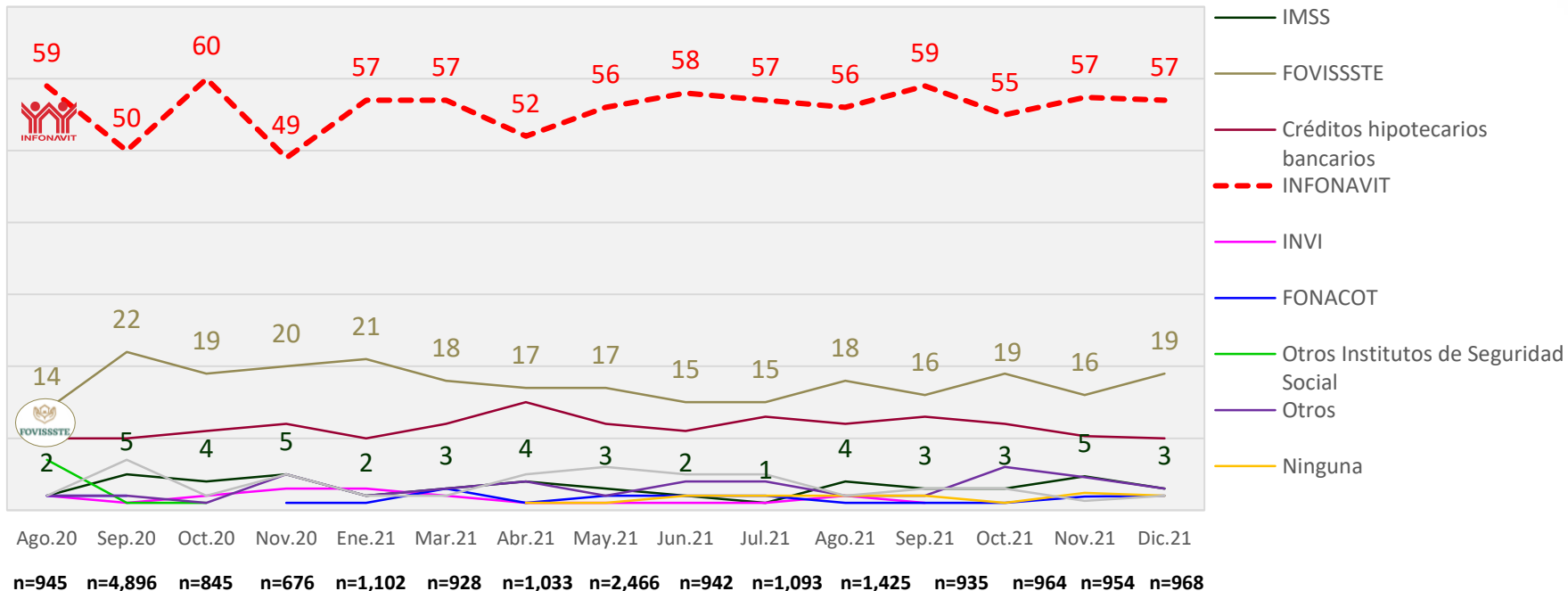


Recordación de instituciones de créditos más recordadas

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?

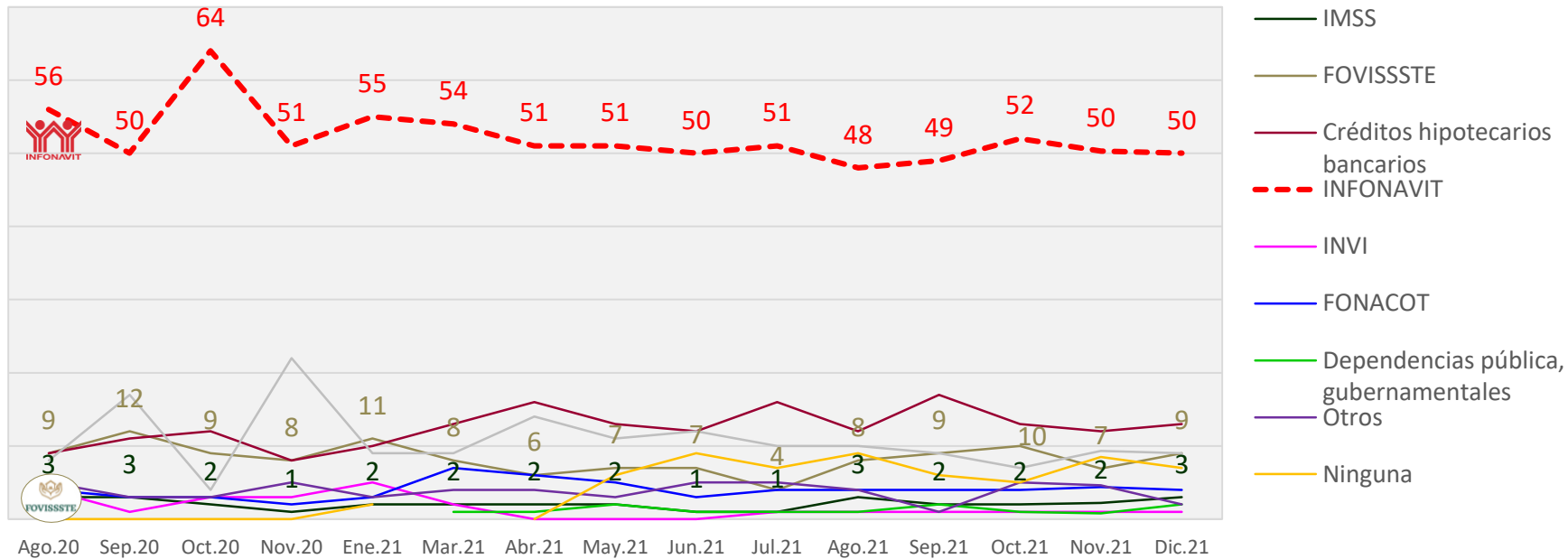
n = Número de casos

Recordación de instituciones de créditos más recordadas

Suma de tres menciones



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



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=845

n = Número de casos

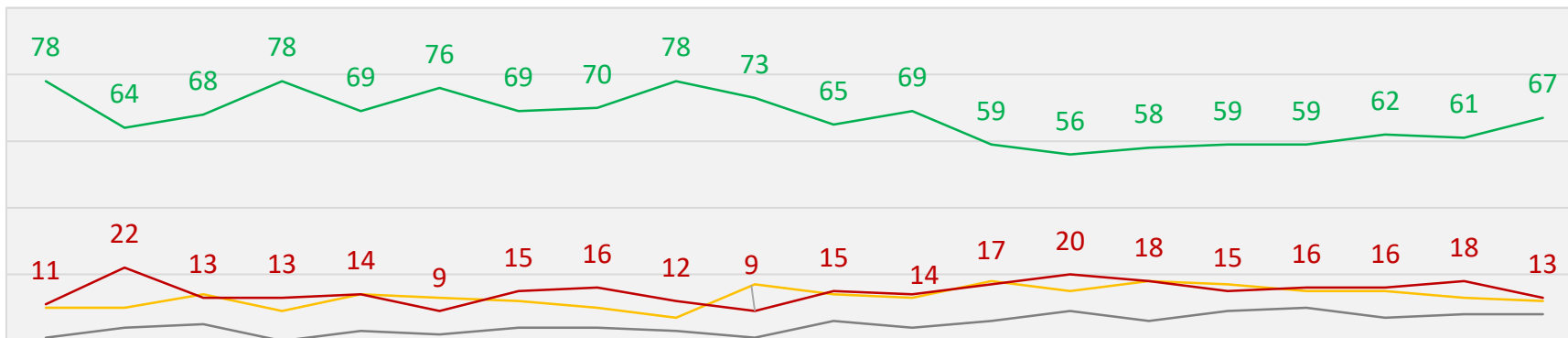
Preg. 2.3 ¿Y cuáles son las instituciones que otorgan créditos para ampliar o remodelar una vivienda que le vienen primero a la mente?

Conocimiento y opinión del Infonavit

(Porcentaje)

% Sí conoce	91	97	97	96	98	99	99	98	91	99	100	99	99	99	100	100	99	99	99	Esp. 90
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	n=600	n=602	n=604	Ayu. 9

% Opinión



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	GAP=54
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	n=301

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

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

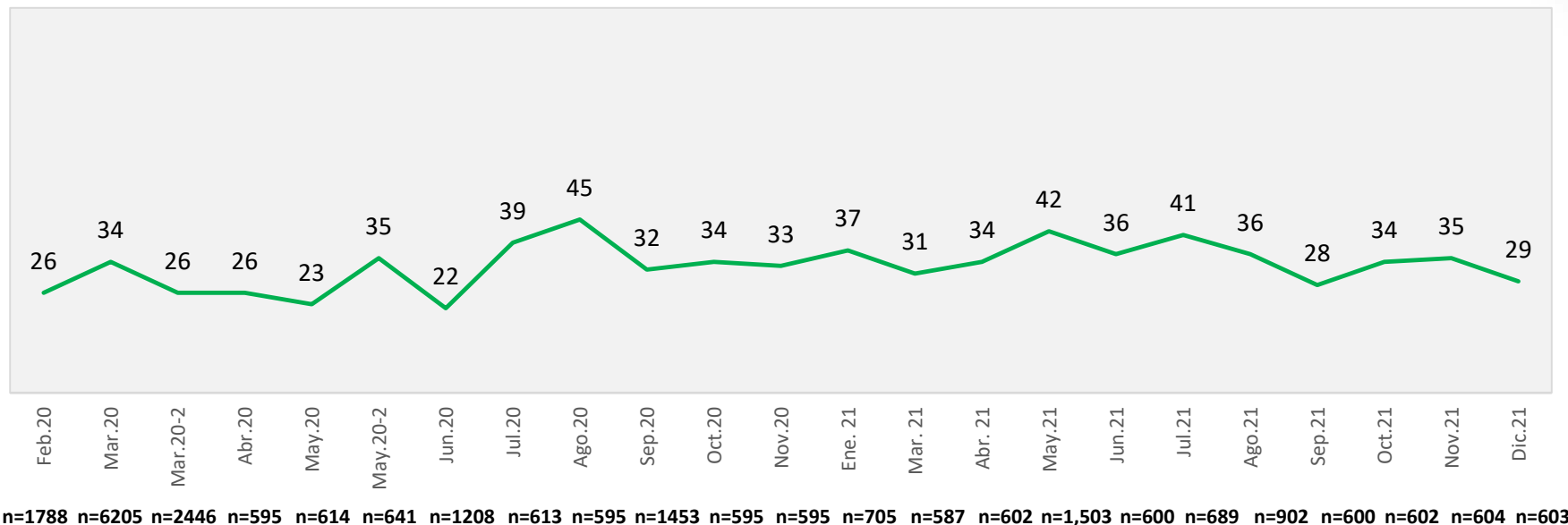
Preg.2.5 En términos generales, ¿la opinión que usted tiene del Infonavit es muy buena, buena, mala o muy mala?

n = Número de casos

II. EVALUACIÓN DE CAMPAÑAS

Recordación espontánea de campañas del Infonavit

Población que dice recordar algún anuncio de Infonavit durante el mes previo
(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 dijeron haber estado expuestos a información, suma de tres menciones

(Porcentaje)

Mensaje	Abr.21	May.21	Jun.21	Jul.21	Ago.21	Sep.21	Oct.21	Nov.21	Dic.21
Spots Recientes + Comunicados / boletines									
<i>Apoyos para los pagos (pago fijo)/prorrogas y reducciones</i>	7	9	7	11	7	14	10	11	8
<i>Reducción de intereses (tasa de interés fija)</i>	6	4	11	12	9	3	3	6	6
<i>Cambios/reformas (transformación) en los créditos</i>	4	10	13	14	10	9	8	6	5
Sólo Comunicados y boletines									
<i>Se puede retirar el efectivo</i>	2	1	2					2	3
<i>Cambio de esquema de puntos</i>		12	6	3	3	5	5	4	1
Otros "mensajes" recordados									
Ofrecen créditos/facilidades para obtener crédito	27	32	25	15	18	29	28	31	30
Crédito para adquirir o remodelar tu casa	13	16	4	16	17	4	9	11	8
Unamos créditos	4	3	4	4	4	6	3	3	5
Créditos para compra y construcción en terrenos	4	1	4	3	2	2	2	4	2
Información en general/anuncios	6			1				3	1
Préstamo directo/en efectivo	3	1		4	2			2	
Aumento de montos en créditos	3		2	3	1		2	1	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	20
Nada	2	1	3	1	4	4	5	3	2
NS/NC	6	4	11	7	3	8	4	5	8
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Número de casos	308	895	338	331	450	230	271	309	222

En negritas las que corresponden con el contenido de Spots recientes

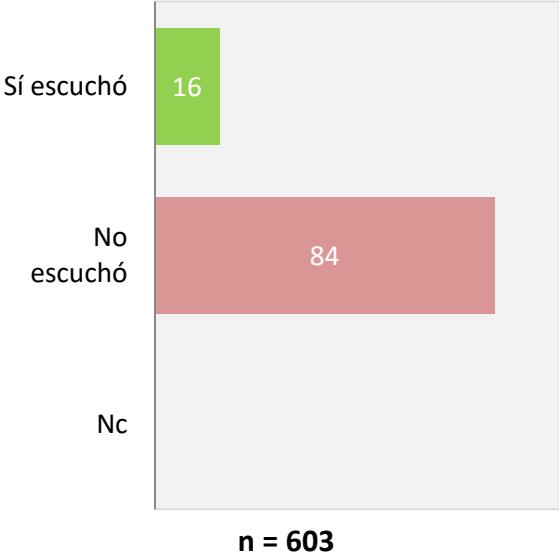
En cursivas las que corresponden con comunicados y boletines recientes del Instituto

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

Exposición al *spot* “Cuenta Infonavit + Crédito bancario”



Trabajadores y trabajadoras que escucharon el *spot*
(Porcentaje)

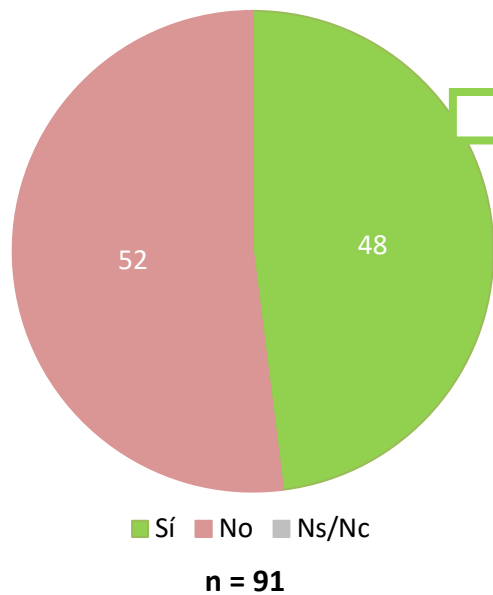


n = Número de casos

Preg. 3.5 ¿En el último mes usted escuchó este anuncio del Infonavit?

Exposición al spot “Cuenta Infonavit + Crédito bancario” en estaciones de radio: Último mes

Porcentaje de trabajadoras y trabajadores expuestos al spot a través del radio (Porcentaje)



Estaciones de radio donde escuchó el anuncio (Porcentaje se suma de tres menciones)

Menciones	%
Amor 89.7	11
La Ke Buena	10
La Z 107.3	10
Exa	6
La Caliente 97.7	6
Los 40 Principales	5
La Lupe	4
Match 97.5	3
La Gran Compañía	3
La Mejor	2
Super 92.5	2
Joya 93.7	2
Cabo Mil 96.3	2
La Buena Onda 101.9	2
Otras con menos de 1%	5
Otra	11
Ns/Nc	18
Total	100%
Número de casos	55

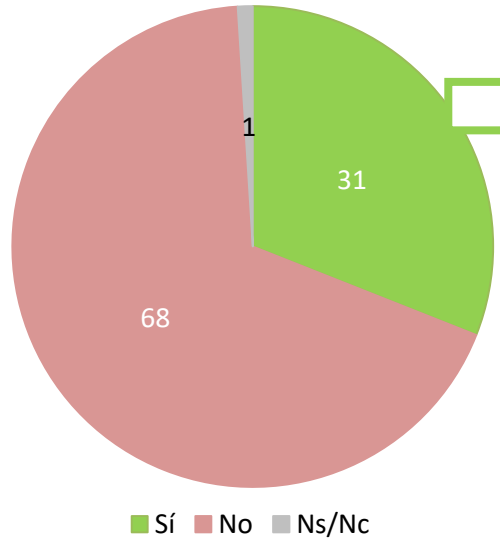
Preg. 3.6 ¿Usted escuchó este anuncio en radio?

Preg. 3.7 ¿En qué estación o estaciones de radio?

Exposición al spot “Cuenta Infonavit + Crédito bancario” en canales de televisión: Último mes



Porcentaje de trabajadoras y trabajadores expuestos al spot a través de la tv (Porcentaje)



■ Sí ■ No ■ Ns/Nc

n = 91

Canales de televisión donde vio el anuncio (Porcentaje se suma de tres menciones)

Menciones	%
Canal 1 (Azteca 1)	48
Canal 2 (Las Estrellas)	29
Canal 6 (Multimedios)	6
Canal 7	6
Canal 5	5
Canal 3 (Imagen)	1
Otro	6
Total	100%
Número de casos	41

n = Número de casos

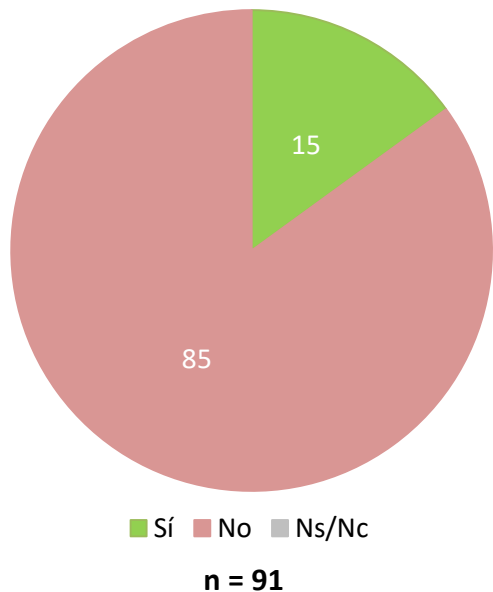
Preg. 3.6 ¿Usted escuchó este anuncio en televisión?
 Preg. 3.7 ¿En qué programas y/o canal de televisión?

Exposición al spot en periódicos y plataformas digitales

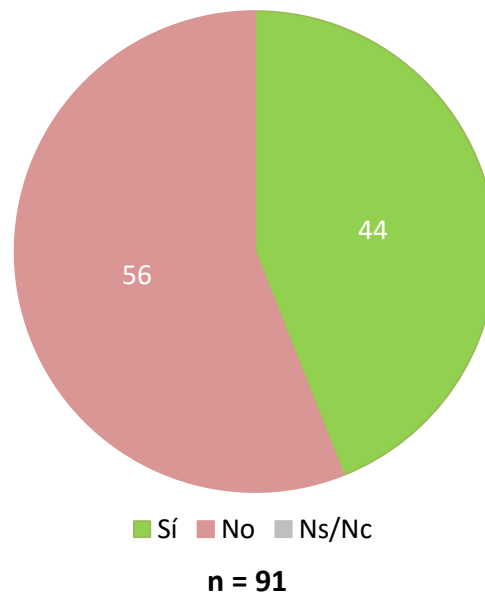
Último mes



Porcentaje de trabajadoras y trabajadores expuestos al spot a través de periódicos?
(Porcentaje)



Porcentaje de trabajadoras y trabajadores expuestos al spot a través de plataformas digitales?
(Porcentaje)

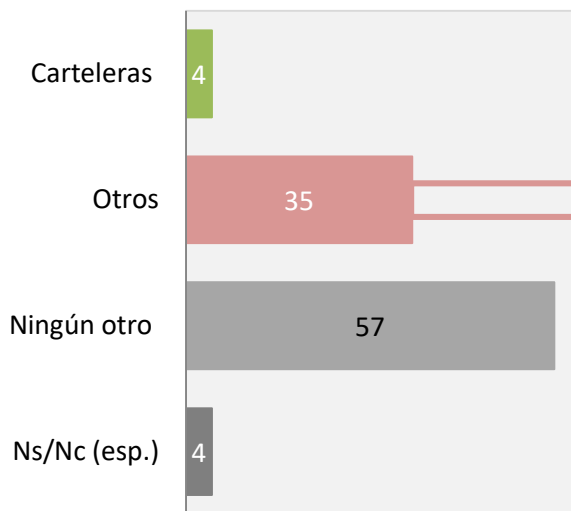


Exposición de anuncios del Infonavit en otros medios



Último mes

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



n = 91

¿Cuál otro?
(Porcentaje se suma de tres menciones)

Menciones	%
Redes sociales	40
En su trabajo	10
Carteleras	9
Publicidad en la calle	7
Por comentarios de la gente	7
Volantes	2
Teléfono/celular	1
Otra	12
Ns/Nc	12
Total	100%
Número de casos	32

Mensajes que tratan de comunicar spots “Cuenta Infonavit + Crédito bancario”

Mensaje del spots “Cuenta Infonavit + Crédito bancario” (Porcentaje se suma de tres menciones)

Menciones	%
Invitación para usar y aprovechar el crédito para comprar vivienda	31
Hay facilidades para sacar un crédito/todos pueden tramitarlo	22
Oportunidad de combinar el crédito de Infonavit con uno bancario	11
Hay oportunidades para comerciantes/trabajadores por su cuenta	10
Que uses el dinero de tu subcuenta de vivienda	8
Dar información sobre los créditos	3
El Infonavit apoya a la gente/es una institución buena	3
Se puede solicitar el crédito sin estar cotizando en el IMSS	3
Si cotizaste/hiciste aportaciones puedes sacar un crédito	2
Puedes retirar el dinero de tu subcuenta	1
Otra	4
Ninguno	1
Ns/Nc	3
Total	100%
Número de casos	963

En negritas las que corresponden con el contenido del spot evaluado

n = Número de casos

Preg. 3.9 ¿Qué mensaje trata de comunicar este anuncio?

Mensajes del spot “Cuenta Infonavit + Crédito bancario”



¿Qué se puede hacer con el ahorro de la subcuenta de vivienda?
(Porcentaje se suma de tres menciones)

Menciones	%
Para comprar/remodelar una vivienda	30
Se puede retirar/disponer de ese ahorro	9
Se puede combinar con algún crédito bancario	8
Adquirir fácilmente un crédito	8
Invitación para hacer uso de la subcuenta de vivienda	7
Construir/comprar un terreno	3
Mejorar la pensión/disponer del dinero al jubilarse	2
Para tener un negocio	2
Se puede invertir	1
Usarlo ante alguna emergencia/pagar deudas	1
Otro	1
Ns/Nc	28
Total	100%
Número de casos	603

En negritas las que corresponden con el contenido del spot evaluado

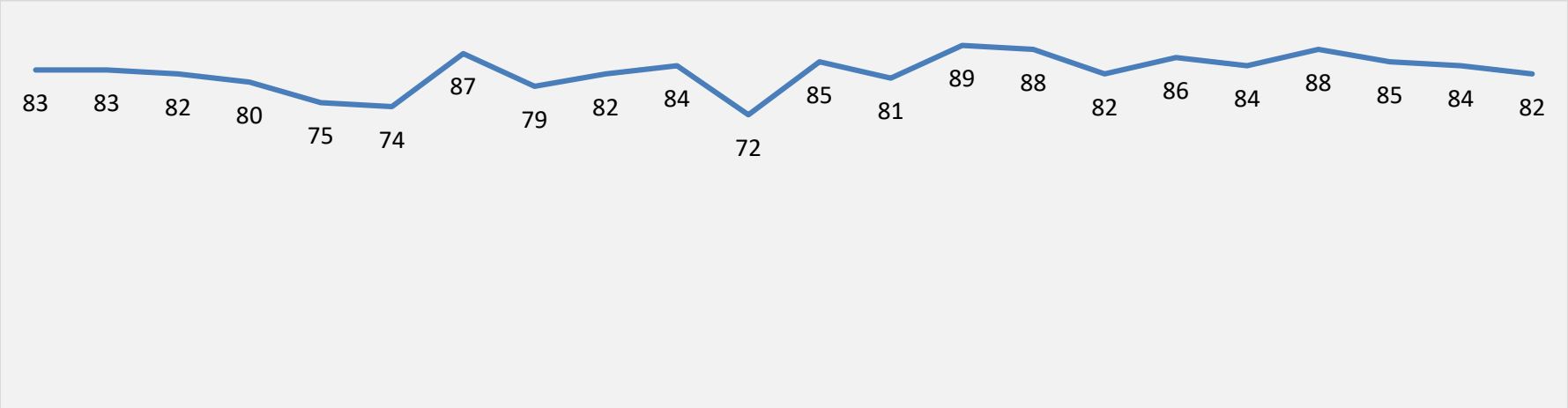
n = Número de casos

Preg. 3.10 De acuerdo con lo que dice el spot de radio, ¿qué se puede hacer con el ahorro de la subcuenta de vivienda?

Identificación con las 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 Dic.21

Aplausos	Un nuevo comienzo	Aplausos	Unamos créditos	Cobranza social 1.5	Unamos créditos	Crédito 2020	Crédito tradicional	Unamos créditos	Crédito tradicional I	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	Infonavit + Crédito bancario
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= 603

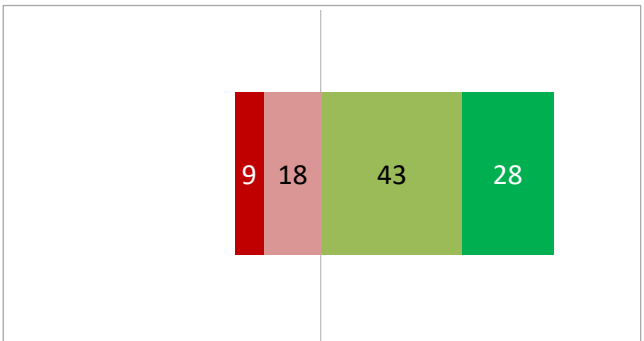
n = Número de casos

Preg. 3.11 ¿Usted cree que este anuncio se dirige o no a personas como usted?

Credibilidad de las diferentes campañas del Infonavit



Credibilidad utilizando escala mucho, algo, poco o nada (Porcentaje)

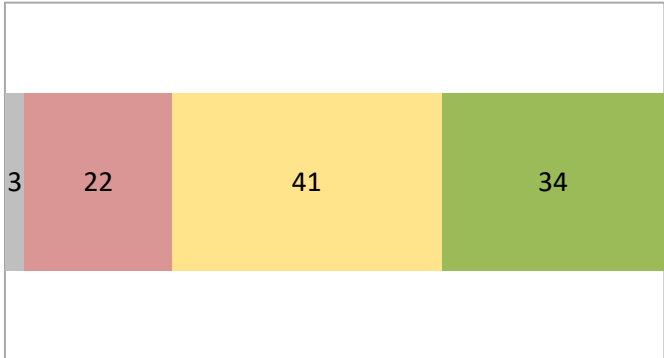


■ Poco ■ Nada ■ Algo ■ Mucho

n = 302

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

Credibilidad utilizando calificación de 1 a 10 (Porcentaje)



■ Ns/Nc (esp.) ■ De 1 a 6 ■ De 7 a 8 ■ De 9 a 10

n = 301

GAP
44

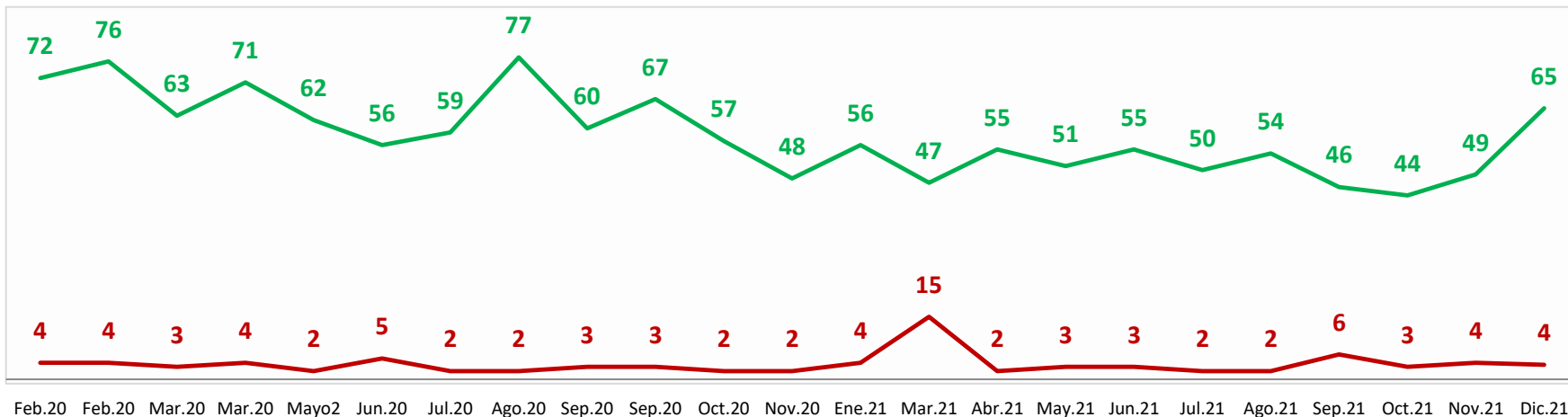
Promedio
7.6

Preg. 3.12 ¿Qué tanto le cree usted a este anuncio: mucho, algo, poco o nada?
 Preg. 3.12 En una escala de 1 a 10, donde 1 es nada creíble y 10 es completamente creíble ¿dónde ubica la credibilidad del anuncio?

Efecto reputacional de la campaña en la opinión del Infonavit



Efecto declarado de la campaña en la opinión sobre el Infonavit
(Porcentaje)



Aplausos	Un nuevo comienzo	Aplausos	Unamos créditos	Cobranza social 1.5	Cobranza social 1.5	Unamos créditos	Crédito 2020	Crédito tradicional I	Unamos créditos	Crédito tradicional I	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	Infonavit + Crédito bancario
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	GAP=61
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	n=603

Mejóror mucho/poco

Empeoró mucho/poco

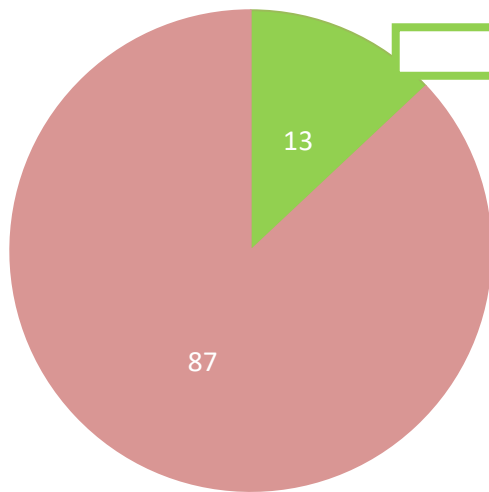
Sumando Ni mejoró ni empeoró y Ns/Nc = 100 por ciento
n = Número de casos

Preg. 3.13 ¿Después de escuchar este anuncio su opinión del Infonavit mejoró mucho, mejoró poco, empeoró poco o empeoró mucho?

Conocimiento de “Infonavit Fácil”



¿Usted conoce o ha oído hablar de Infonavit fácil?
(Porcentaje)



■ Sí ■ No ■ Ns/Nc

n = 603

Nociones de Infonavit Fácil
(Porcentaje)*

Menciones	%
Dan créditos para comprar una casa	29
Es más fácil solicitar un crédito	25
Es similar al Infonavit	4
Dan préstamos para remodelar	4
Los trámites pueden ser en línea	3
Es un crédito para construir	3
Dependiendo el sueldo es el cobro	1
Otra	11
Ns/Nc	20
Total	100%
Número de casos	82

* Suma de tres menciones
n = Número de casos

Preg. 3.3 ¿Usted conoce o ha oído hablar de Infonavit fácil?
Preg. 3.4 Por lo que usted sabe, ¿qué es Infonavit fácil?