



Tracking
Derechohabientes
Encuesta telefónica

Octubre 2021

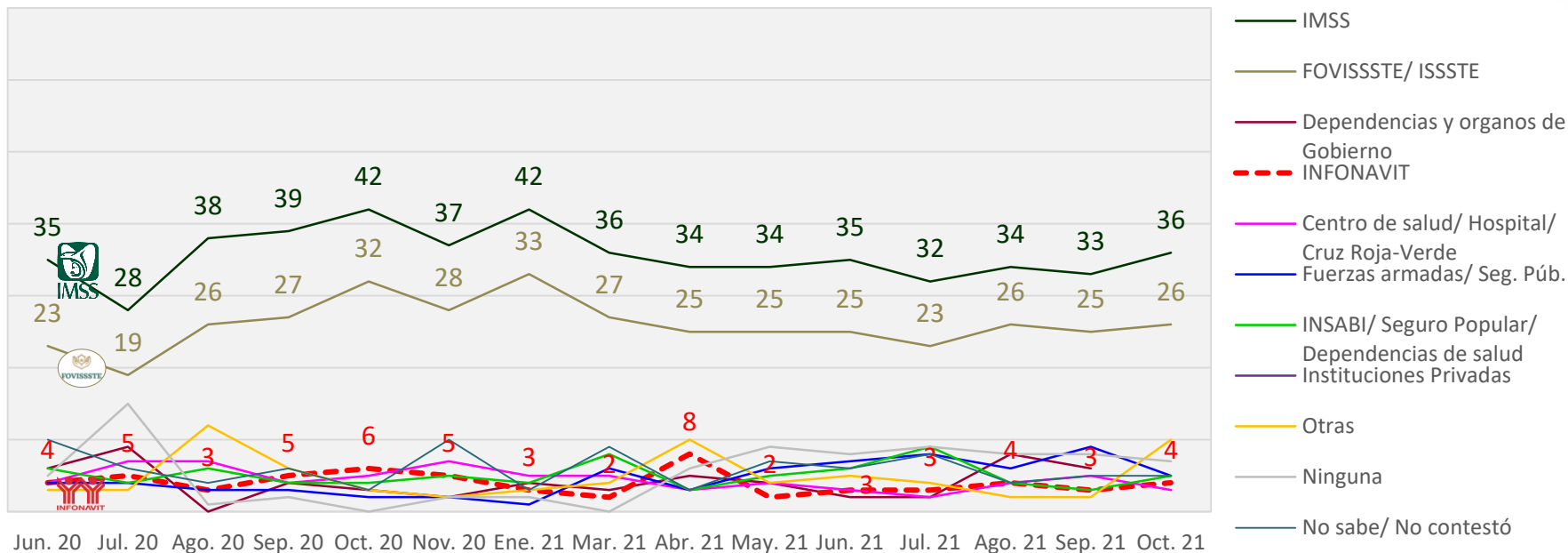
I. CONOCIMIENTO Y OPINIÓN DEL INFONAVIT

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 = Número de casos

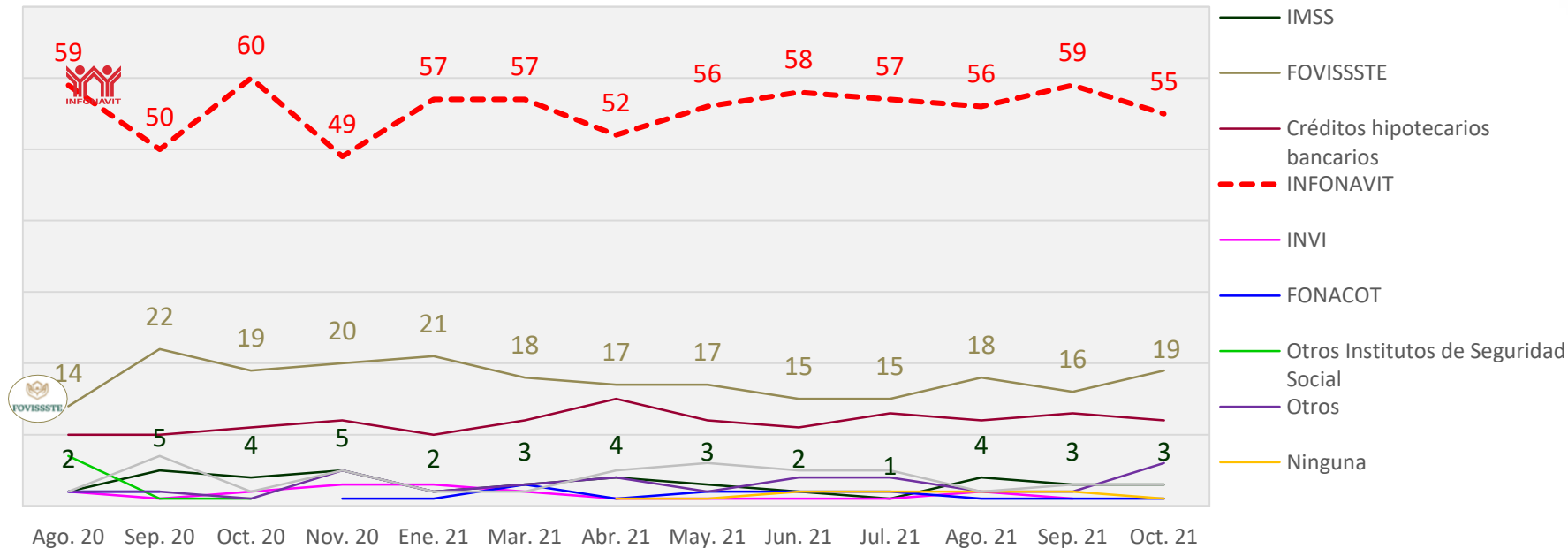
Preg. 2.1 Hablando de instituciones públicas de seguridad social, ¿cuáles le vienen a la mente?, ¿Cuál otra?

Recordación de instituciones de créditos más recordadas

Suma de tres menciones



Instituciones que dan crédito para comprar viviendas
(Porcentaje)



Casos n=945 n=4,896 n=845 n=676 n=1,102 n=928 n=1,033 n=2,466 n=942 n=1,093 n=1,425 n=935 n=964

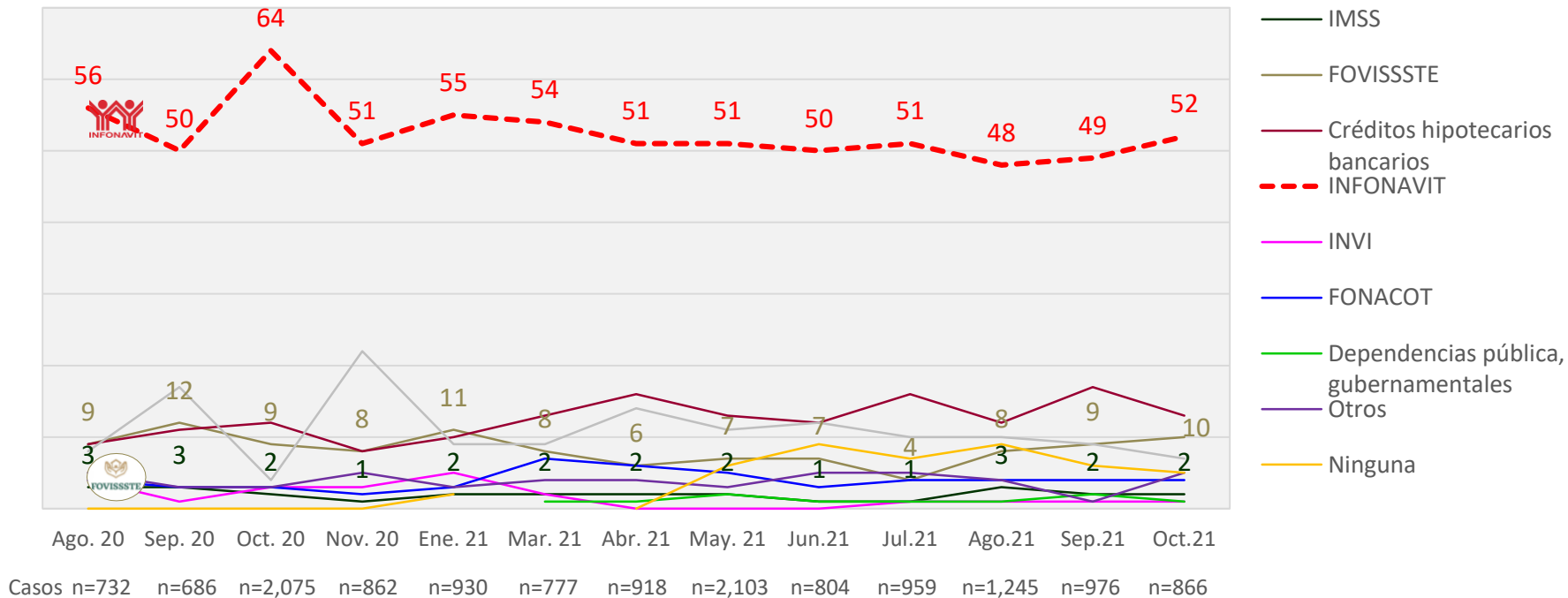
Preg. 2.2 ¿Cuáles son las instituciones que otorgan créditos para adquirir una vivienda que le vienen primero a la mente?

Recordación de instituciones de créditos más recordadas

Suma de tres menciones



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



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

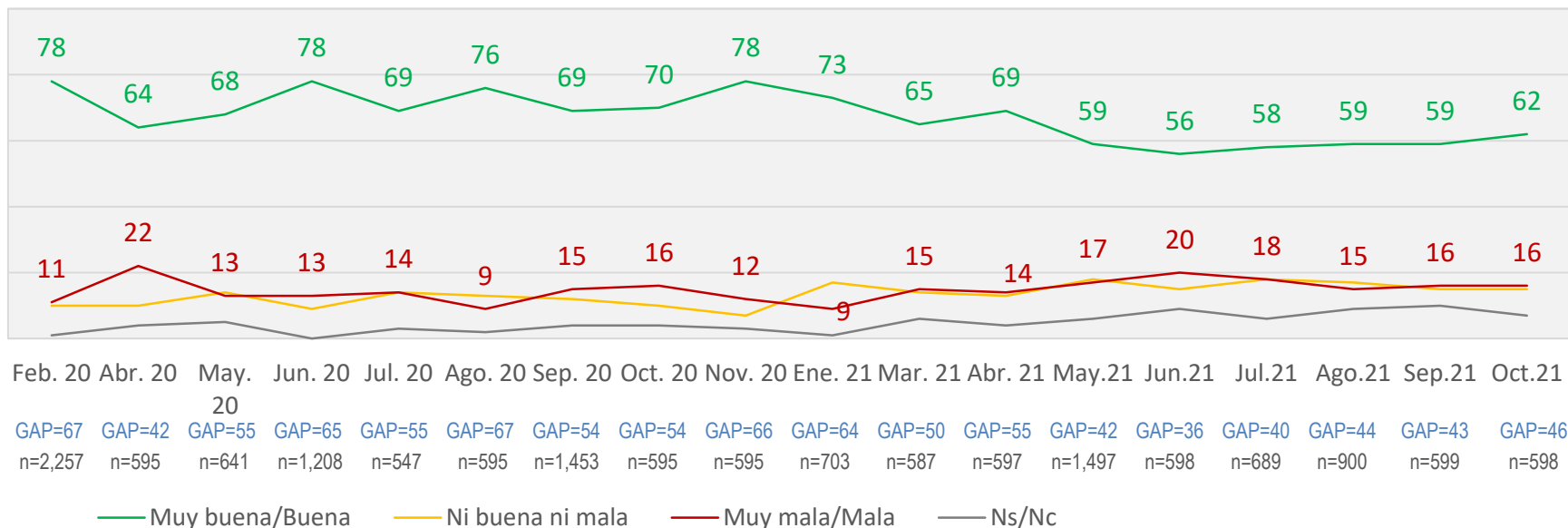
n = Número de casos

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	Esp.91 Ayu. 9
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

% Opinión



Fecha	GAP	n
Feb. 20	GAP=67	n=2,257
Abr. 20	GAP=42	n=595
May. 20	GAP=55	n=641
Jun. 20	GAP=65	n=1,208
Jul. 20	GAP=55	n=547
Ago. 20	GAP=67	n=595
Sep. 20	GAP=54	n=1,453
Oct. 20	GAP=54	n=595
Nov. 20	GAP=66	n=595
Ene. 21	GAP=64	n=703
Mar. 21	GAP=50	n=587
Abr. 21	GAP=55	n=597
May. 21	GAP=42	n=1,497
Jun. 21	GAP=36	n=598
Jul. 21	GAP=40	n=689
Ago. 21	GAP=44	n=900
Sep. 21	GAP=43	n=599
Oct. 21	GAP=46	n=598

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

Preg. 2.6 En términos generales, ¿la opinión que usted tiene del Infonavit es muy buena, buena, mala o muy mala?

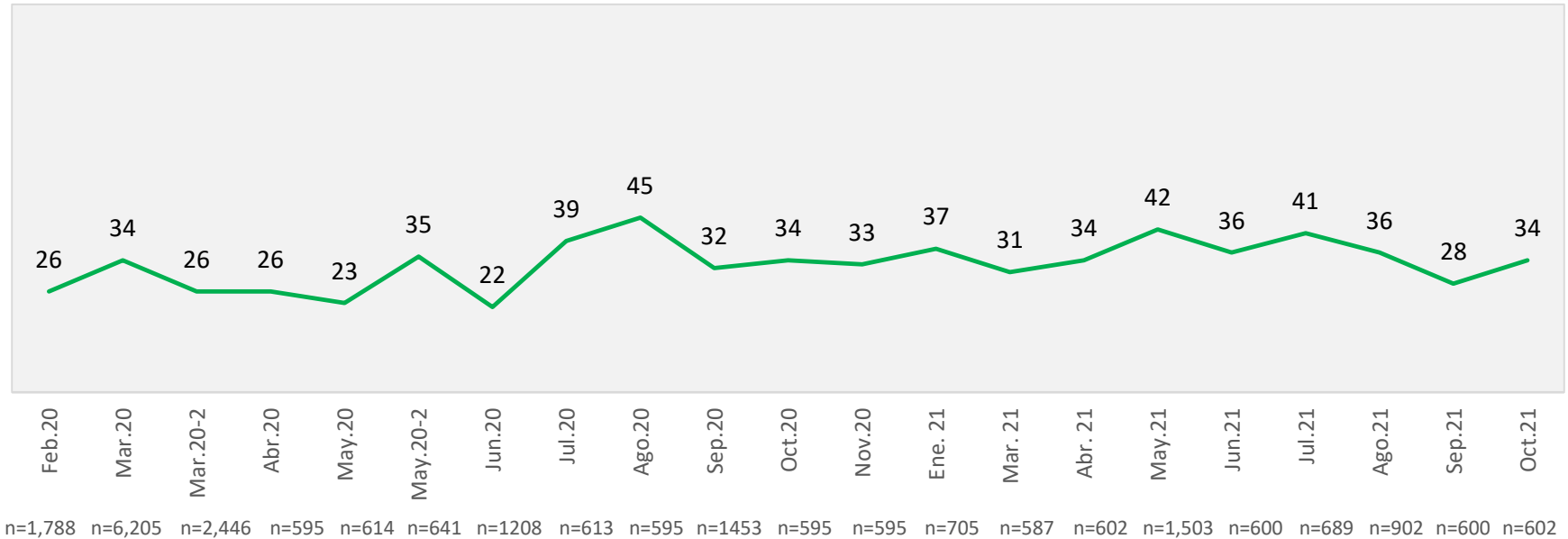
n = Número de casos

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 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
Ofrecen créditos/facilidades para obtener crédito	27	32	25	15	18	29	28
Apoyos para los pagos (pago fijo)/prorrogas y reducciones	7	9	7	11	7	14	10
Crédito para adquirir o remodelar tu casa	13	16	4	16	17	4	9
Cambios/reformas (transformación) en los créditos	4	10	13	14	10	9	8
Cambio de esquema de puntos		12	6	3	3	5	5
Unamos créditos	4	3	4	4	4	6	3
Reducción de intereses (tasa de interés fija)	6	4	11	12	9	3	3
Créditos para compra y construcción en terrenos	4	1	4	3	2	2	2
Aumento de montos en créditos	3		2	3	1		2
Acércate al Infonavit/que brindan orientación	6			3	6	3	
Préstamo directo/en efectivo	3	1		4	2		
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	14	13	21
Nada	2	1	3	1	4	4	5
NS/NC	6	4	11	7	3	8	4
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Número de casos	308	895	338	331	450	230	271

En negritas las que corresponden con el contenido de Spots recientes

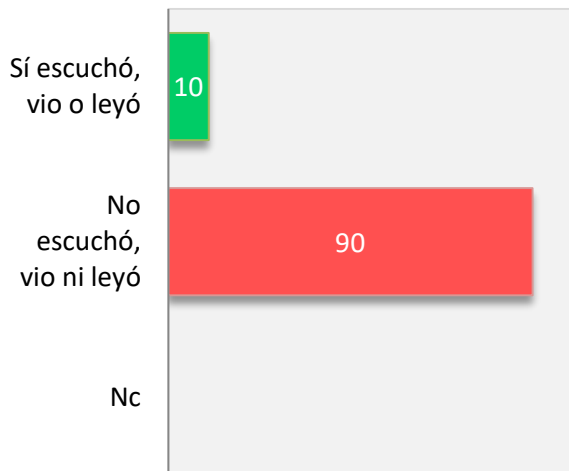
Preg. 3.2 ¿Qué es lo que más recuerda de ese anuncio? ¿Qué más?

Exposición a los anuncios de campaña, con ayuda

Último mes

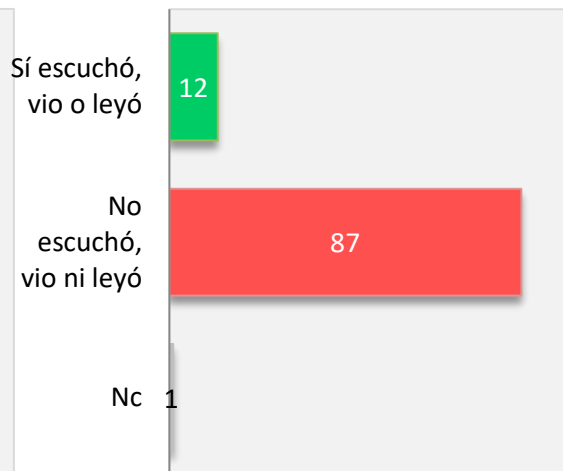


SPOT 1 "Saldo"
(Porcentaje)



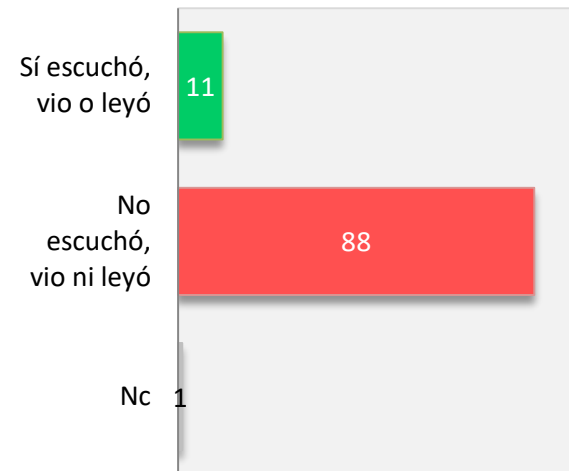
n = 200

SPOT 2 "Tasa Fija"
(Porcentaje)



n = 202

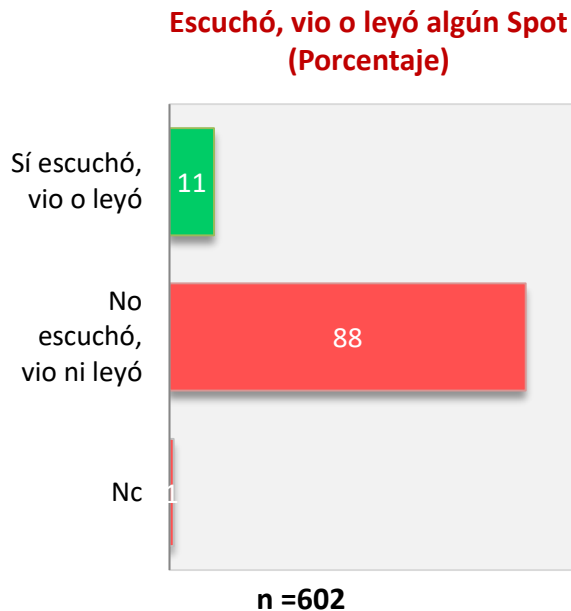
SPOT 3 "CAT"
(Porcentaje)



n = 200

Exposición a los anuncios de la campaña, con ayuda

Último mes

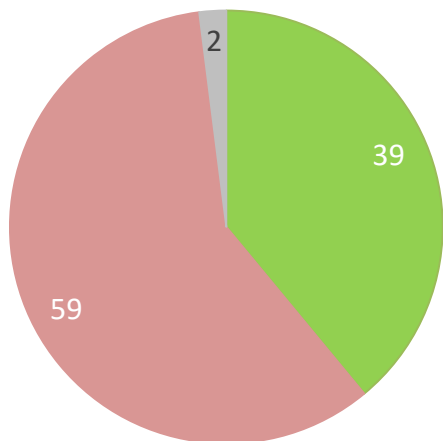


Exposición de los spots en estaciones de radio

Último mes



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



n = 63

■ Sí ■ No ■ Ns/Nc

Estaciones de radio donde escuchó algún spot
(Porcentaje)

Estaciones	Oct.21
La Mexicana	12
La Mejor	11
Turquesa FM	10
Fusión 90.1 FM	6
Mencionó programas	4
Otras con menos de 3%	43
Otra	5
Ns/Nc	9
Total	100%
Número de casos	39

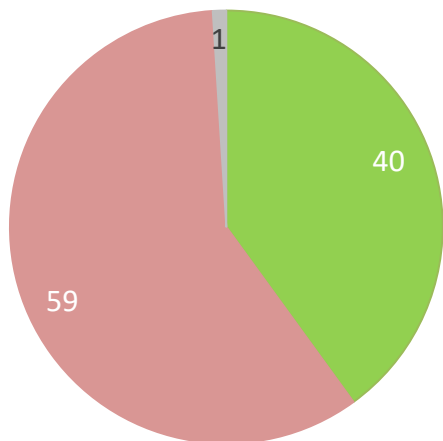


Exposición de los spots en televisión

Último mes



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



n = 63

■ Sí ■ No ■ Ns/Nc

Canales de televisión donde vio algún spot
(Porcentaje)

Estaciones	Oct.21
Mencionó programas de Televisa	15
Mencionó noticieros	11
Mencionó programas de TV Azteca	4
Mencionó programas de Imagen Televisión	3
Milenio Televisión	3
Mencionó programas de entretenimiento	2
Mencionó programas de Telefórmula	2
Otras con menos de 1%	2
Ns/Nc	58
Total	100%
Número de casos	40

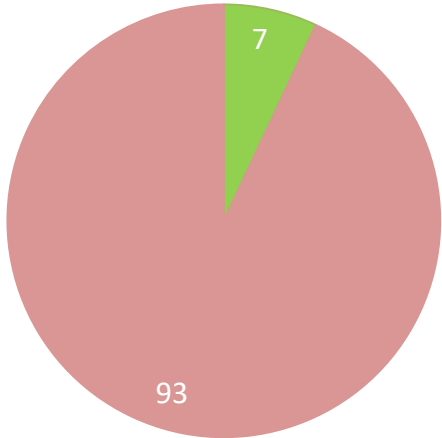
Preg. 3.4 ¿Usted escuchó este anuncio en radio?

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

Exposición de mensajes asociados en periódicos y plataformas digitales

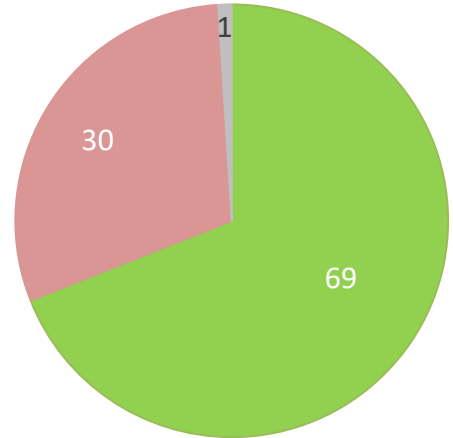


¿Vio algún spot en Periódicos? (Porcentaje)



■ Sí ■ No ■ Ns/Nc

¿Vio algún spot en plataformas digitales? (Porcentaje)



■ Sí ■ No ■ Ns/Nc

n = 63

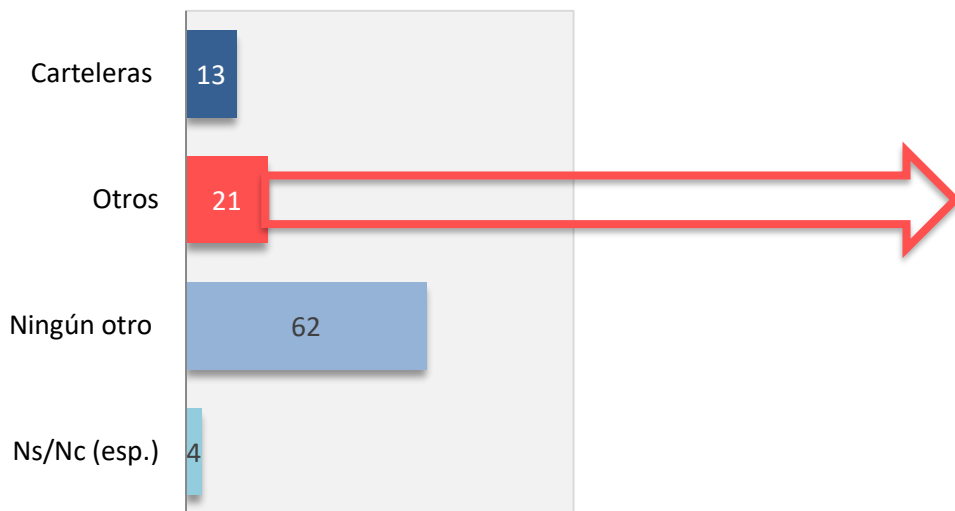
n = Número de casos

Preg. 3.4 ¿Usted leyó este anuncio en periódicos?
Preg. 3.5 ¿En qué periódico?

Exposición de anuncios del Infonavit en otros medios

Último mes

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



n = 53

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

Medios
Volantes
Publicidad en la calle
Por comentarios de la gente
Teléfono/celular
Otro

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 spots “Saldo”



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

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

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

Mensajes	Oct.21
Infonavitfacil.mx	48
Centros de atención (CESI)/oficinas	24
Internet (página/plataforma)	16
Otro	1
Ns/Nc (esp.)	11
Total	100%
Número de casos	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?

Mensajes que tratan de comunicar spots “Tasa Fija”



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

Mensajes	Oct.21
Visitar una plataforma para informarse sobre créditos, apoyos o tramites del Infonavit?	25
Es más fácil obtener un crédito	25
Explicar de manera fácil, los temas difíciles	24
Reducción de intereses/tasa fija	10
Invitación para usar el crédito para vivienda	5
Ofrece beneficios el Infonavit	2
Otros	7
Ns/Nc	2
Total	100%
Número de casos	351

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

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

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
Visitar una plataforma para informarse sobre créditos, apoyos o tramites del Infonavit?	33
Explicar de manera fácil, los temas difíciles	31
Es más fácil obtener un crédito	14
Invitación para usar el crédito para vivienda	9
Explicar temas relacionados con los créditos	2
Otro	8
Ns/Nc	3
Total	100%
Número de casos	319

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

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

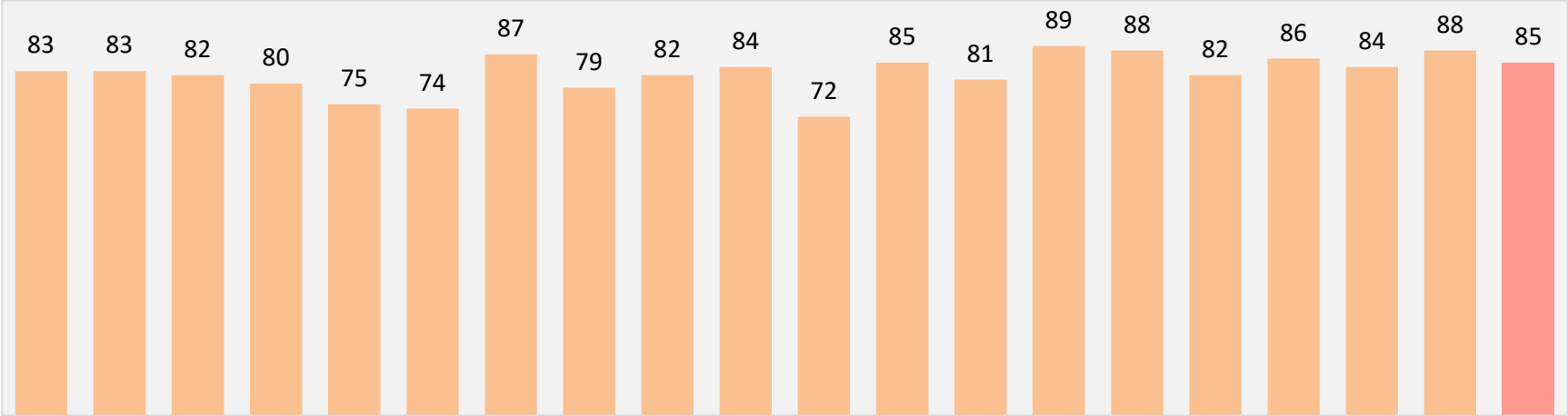
n = Número de casos

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

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	Infonavitfacil
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

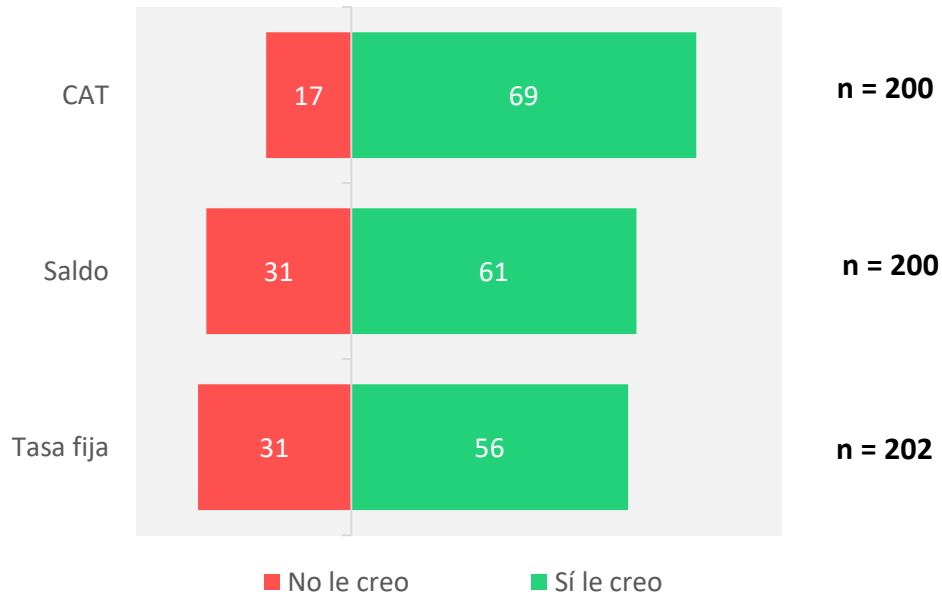
n = Número de casos

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

Credibilidad de spots del Infonavit



¿Le cree o no le cree a los anuncios de Infonavit?
(Porcentaje)

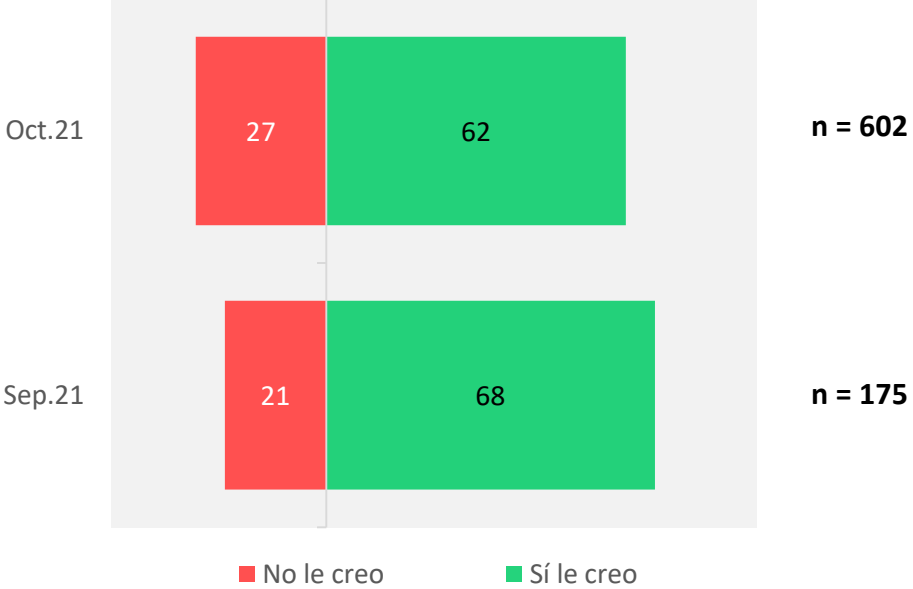


Sumando Ns/Nc = 100 por ciento
n = Número de casos

Credibilidad de las diferentes campañas del Infonavit



¿Le cree o no le cree a los anuncios de Infonavit?
(Porcentaje)

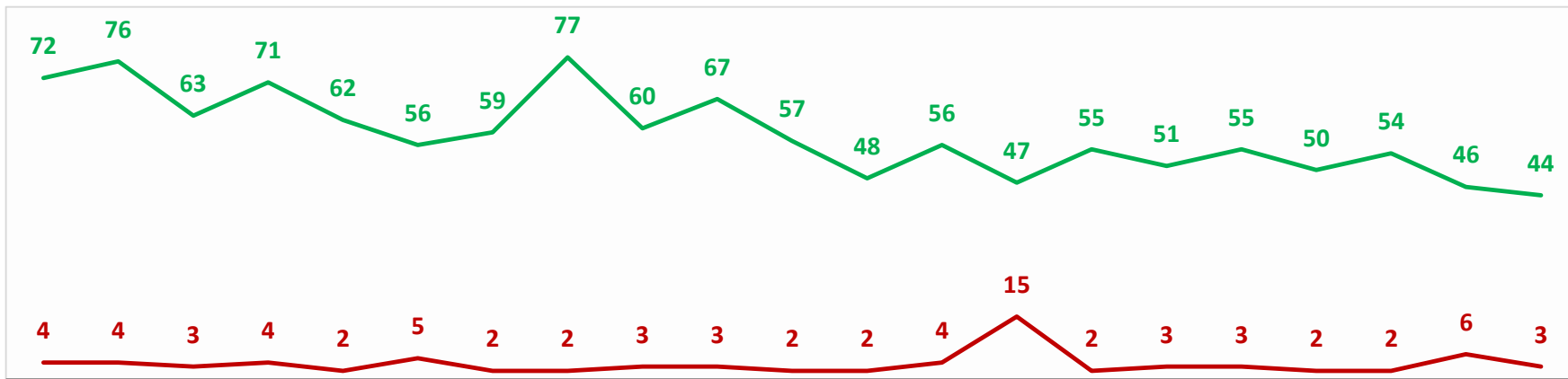


Sumando Ns/Nc = 100 por ciento
n = Número de casos

Efecto de la campaña en la opinión del Infonavit



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



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. Abr. 21 May. Jun. 21 Jul. 21 Ago.21 Sep.21 Oct.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.	Campaña en general	El Crédito es tuyo	El Crédito es tuyo	Así de claro	Constr.	Así de claro	Campaña en general	Infonavitfacil
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
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

Mejóro mucho/poco

Empeoró mucho/poco

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

n = Número de casos

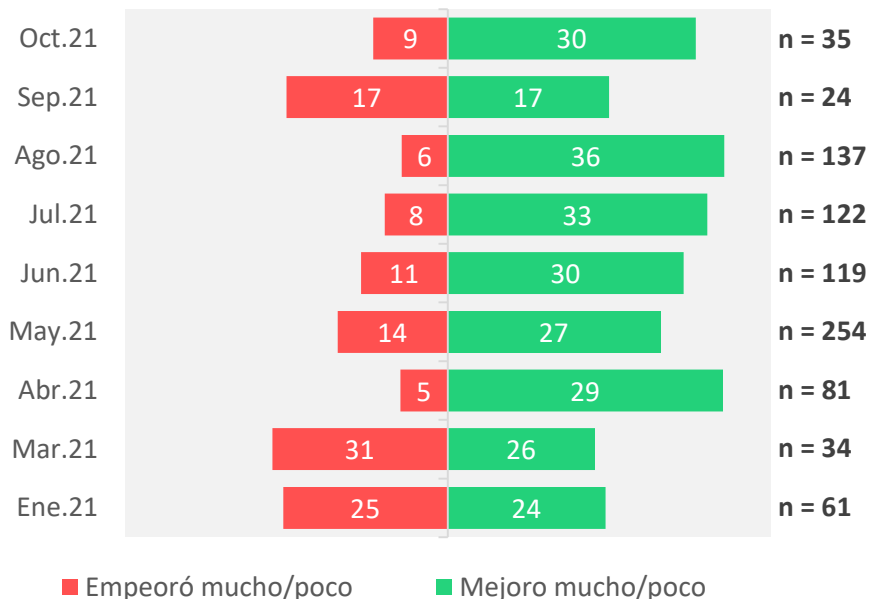
Preg. 3.11 ¿Después de escuchar este anuncio su opinión del Infonavit mejoró o empeoró?

Credibilidad y efecto de la campaña en la opinión del Infonavit

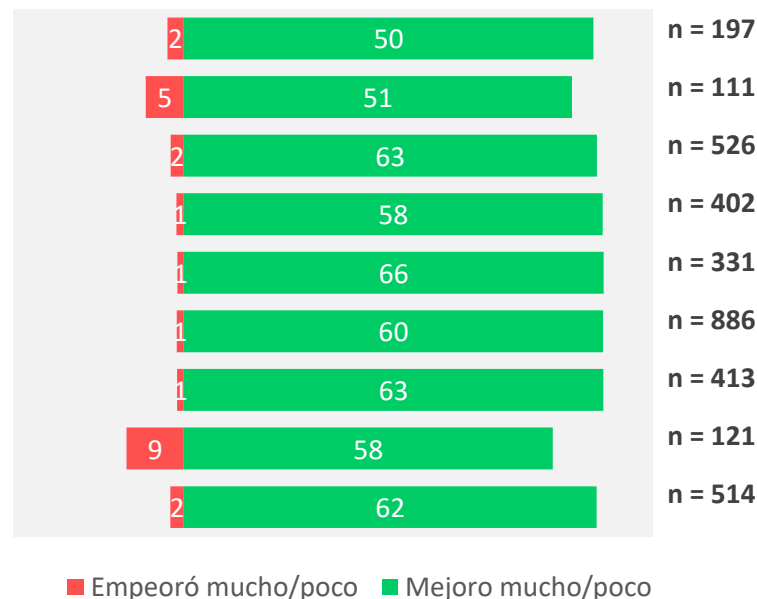


Efecto de la campaña en la opinión del Infonavit (Porcentaje)

Opinión Inicial mala o muy mala



Opinión Inicial buena o muy buena



Sumando Igual /Se va a mantener igual y Ns/Nc = 100 por ciento

Preg. 2.6 ¿En términos generales, la opinión que usted tiene del Infonavit es muy buena, buena, mala o muy mala?

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

n = Número de casos