



Ventanilla Universal de Responsabilidad Compartida GIC-046-22

Septiembre 2022



Vitrina Metodológica

Vitrina Metodológica

Objetivo

- Conocer los medios por los cuales las y los acreditados se enteraron de la posibilidad de poder hacer el cambio de su esquema de crédito expresado en veces salarios mínimos (VSM), a pesos a través del Programa Ventanilla Universal Responsabilidad Compartida, cambia tu crédito a pesos.

Tamaño de muestra

- 552 cuestionarios aplicados mediante entrevistas telefónicas; el número de cuestionarios permite estimar proporciones de 0.2 y superiores con una confianza de 95% y un error muestral estimado de +/-4.2 puntos porcentuales.

Población objetivo

- Personas acreditadas del Instituto que cambiaron en 2022 el esquema de su crédito expresado en veces salarios mínimos (VSM) a pesos.

Fechas de levantamiento

- Del 8 al 12 de septiembre de 2022.

Diseño muestral

- Marco muestral. Números telefónicos residenciales de viviendas donde habitan los acreditados que cambiaron su crédito de VSM a pesos.
- Selección. Muestreo aleatorio simple.



Principales hallazgos

Hallazgos principales

Claridad y proceso de la inscripción del crédito al programa

- Casi todas y todos los acreditados cuyo crédito ha sido convertido conocen el programa, son conscientes de la conversión, realizaron el trámite por sí solos, lo hicieron a través de Mi cuenta Infonavit y les resultó fácil encontrar las opciones correspondientes.
- Casi seis de cada 10 entrevistados había intentado inscribir su crédito en Responsabilidad compartida sin lograrlo. En este proceso, cuatro de cada 10 acreditadas y acreditados tuvieron que realizar más de un intento para convertir su crédito. De ellos, 55 por ciento lo logró al segundo intento y el resto requirió tres intentos o más. Cuatro de cada 10 personas que no lograron hacer el trámite a la primera se sintieron muy frustrados con la situación.

Medios de información a través de los cuales se enteraron del programa

- Los medios de difusión más citados como fuentes de información sobre el programa para los acreditados son Mi Cuenta Infonavit, algún portal o página de noticias y las redes sociales. Destaca en cuarto lugar la información de boca en boca, señalada por casi cuatro de cada 10 entrevistadas y entrevistados.
- En cuanto a MCI, tres cuartas partes de los que la identificaron lo hicieron en la versión para PC y una cuarta parte en la App.

Hallazgos principales

- La red social más mencionada, por mucho, es Facebook, con 76 puntos porcentuales de ventaja sobre la segunda red, Twitter, que fue señalada por nueve por ciento de las personas que se enteraron del programa a través de redes sociales.
- La información de boca en boca corre a cargo principalmente de compañeros o compañeras de trabajo, seguido por el o la cónyuge, con casi una cuarta parte de menciones que los primeros, y algún familiar, con una de cada 10 menciones.
- De todas las personas que informaron sobre el programa a las y los acreditados, siete de cada 10 tienen un crédito con Infonavit y de ellos, tres cuartas partes ya habían hecho la conversión.

Efectos reputacionales y económicos del programa

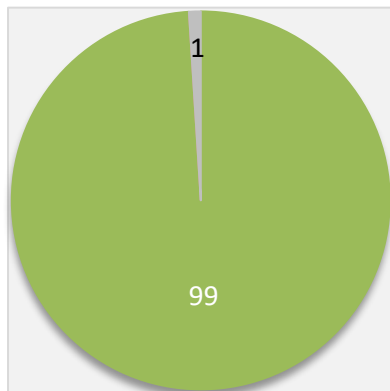
- Para nueve de cada 10 acreditados que pasaron su crédito de VSM a pesos el programa es una muestra de cambio positivo del Infonavit. Por otra parte, siete de cada 10 entrevistados y entrevistadas consideran que Infonavit está alineado a las políticas del gobierno federal.
- La opinión positiva del Infonavit es de 84 por ciento entre las y los acreditados que convirtieron su crédito.



Sección I

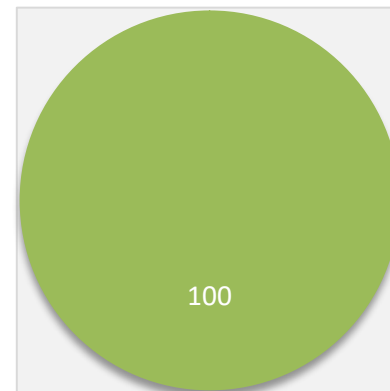
Conocimiento y adscripción al programa

**Conocimiento del programa
(Porcentaje)**



■ Sí ■ No ■ Ns/Nc

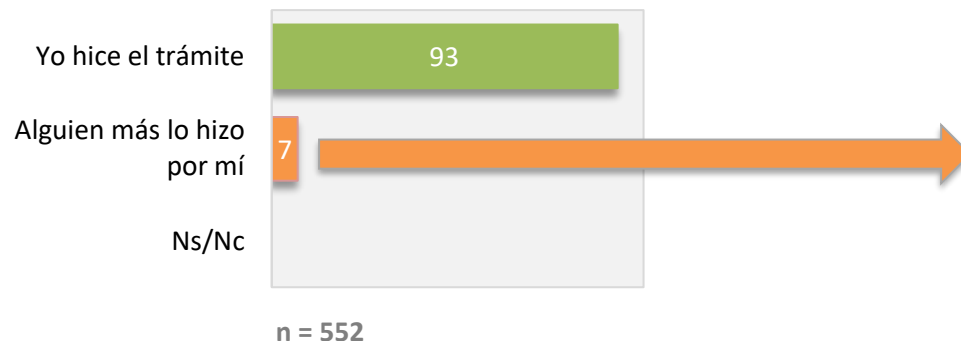
**Adscripción del crédito al programa
(Porcentaje)**



■ Sí ■ No ■ Ns/Nc

Autonomía para hacer el proceso de inscripción del crédito al programa

**Inscripción al programa
(Porcentaje)**

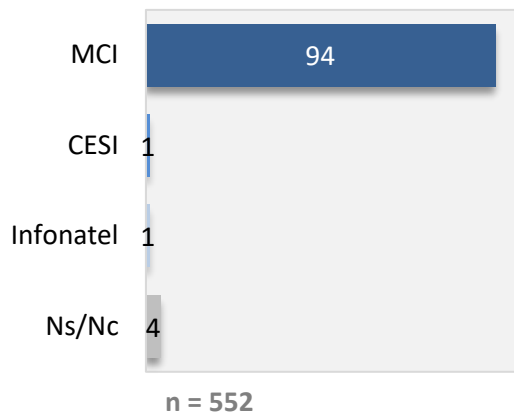


**Persona que hizo el registró
(Porcentaje)**

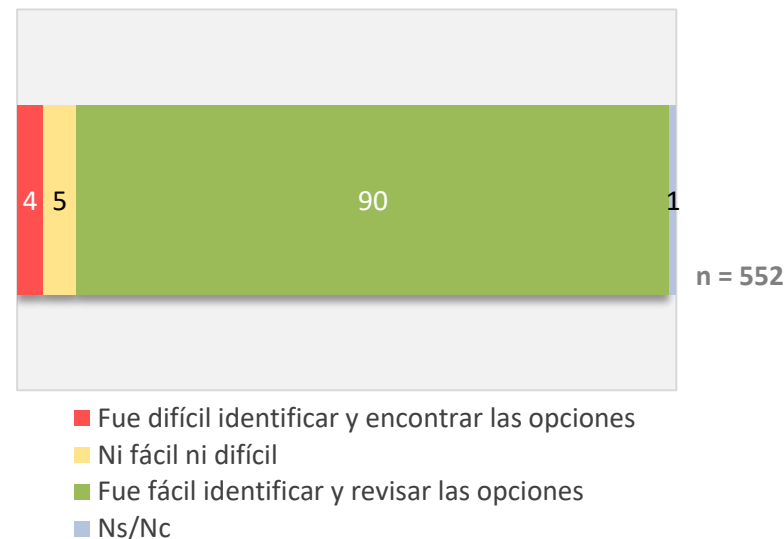
Parentesco con quien lo registró	%
Su esposa (o)	45
Hijo(a)	16
Un amigo	16
Un familiar (en general)	11
Un asesor del Infonavit	5
Un profesionista	3
La empresa donde labora	3
Otros	3
Total	100
Número de casos	38

Canal y facilidad de ingreso al programa

Canal de atención a través del cual inscribió el crédito en el programa (Porcentaje)



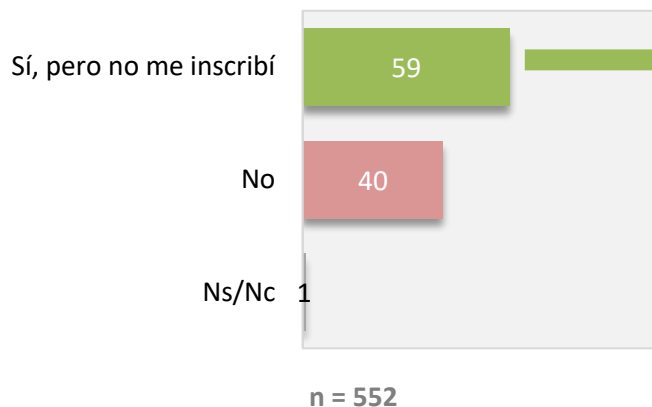
Facilidad en la identificación de las opciones de conversión (Porcentaje)



Preg. 1.5 ¿Por qué medio hizo la inscripción al Programa Responsabilidad Compartida?
 Preg. 1.6 ¿Cómo evaluaría la visualización de las diferentes opciones de conversión del crédito que el FONAVIT le ofreció?

Intentos previos de inscripción del crédito al programa

**Intención de inscribirse al programa
(Porcentaje)**

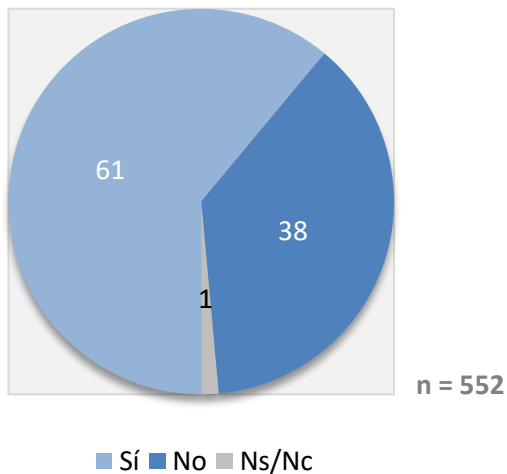


**Cual fue la razón
(Porcentaje)**

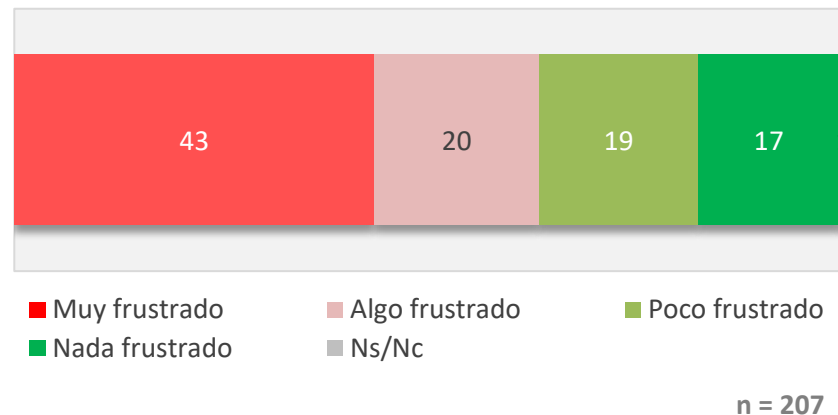
Razones de no poder hacerlo	%
No cumplía con los requisitos	26
No era elegible para acceder al programa	21
No tenía la antigüedad requerida	18
El sistema falló/ No me dejaba entrar	9
Mi crédito no era elegible para el programa	5
El sistema me rechazó	5
No estaba al corriente en pagos	4
No tenía crédito/ No lo tenía aprobado	3
Tenía bloqueada mi cuenta	2
No entendía el procedimiento/ No se usó la computadora	2
El programa tenía prórroga por la pandemia	1
No había citas para darlo de alta	1
Ns/Nc	3
Total	100
Número de casos	324

Conversión del crédito a pesos

**Conversión del crédito al primer intento
(Porcentaje)**



**Actitud o manejo de la frustración al no convertir el crédito
(Porcentaje)
(solo para quienes no lo hicieron en el primer intento)**



Preg. 1.26 ¿Usted pudo o no pudo convertir su crédito de veces salario mínimo a pesos en su primer intento?

Preg. 1.27 ¿Qué tan frustrado se sintió cuando no pudo activar su conversión en el primer intento, muy frustrado, algo frustrado, poco frustrado o nada frustrado?

Conversión del crédito a pesos

Veces que lo intentó (Porcentaje)

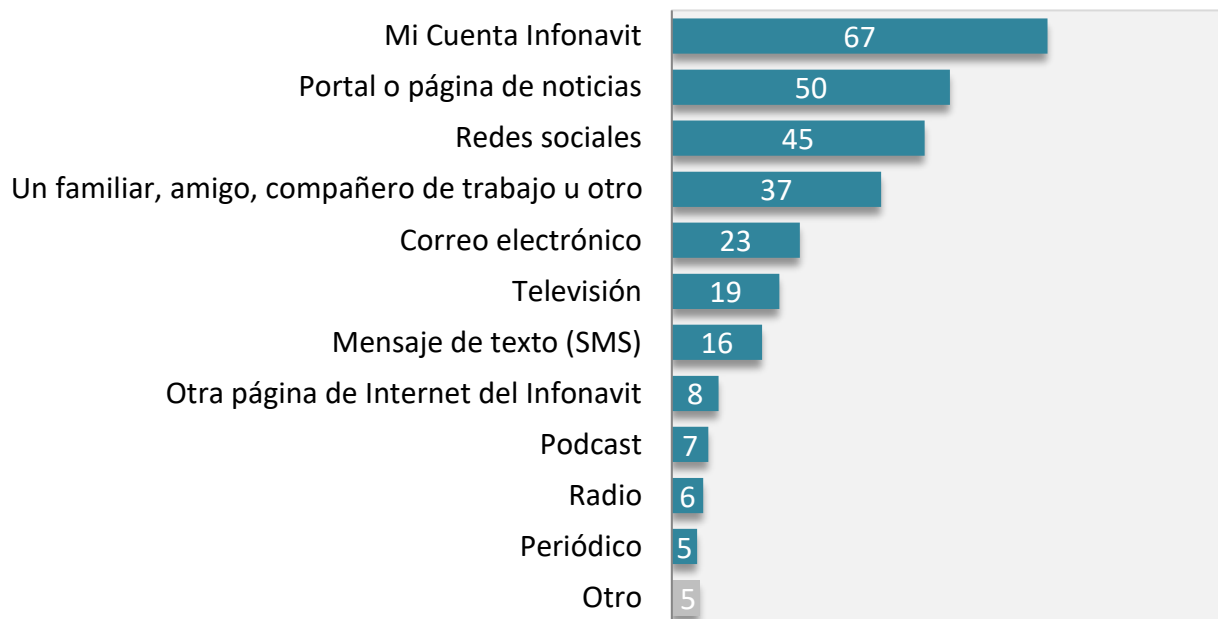
Cuántas veces	%
Dos	55
Tres	24
Cuatro	6
Cinco	3
Más de cinco	6
Ns/ Nc	6
Total	100
Número de casos	207



Medios de comunicación

Obtención de información sobre el programa

Medios de comunicación identificados como fuentes en las que se enteraron del programa (Porcentaje de identificación positiva)

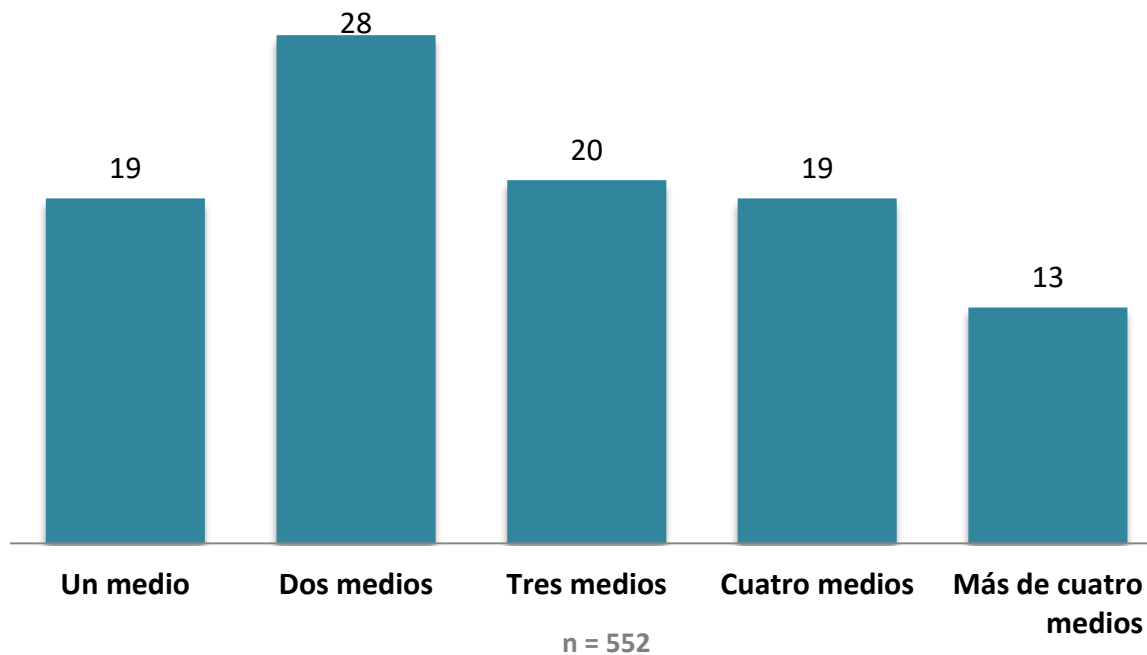


n = 552

¹ Sumando No = 100 por ciento
n = Número de casos

Intensidad de la exposición a información

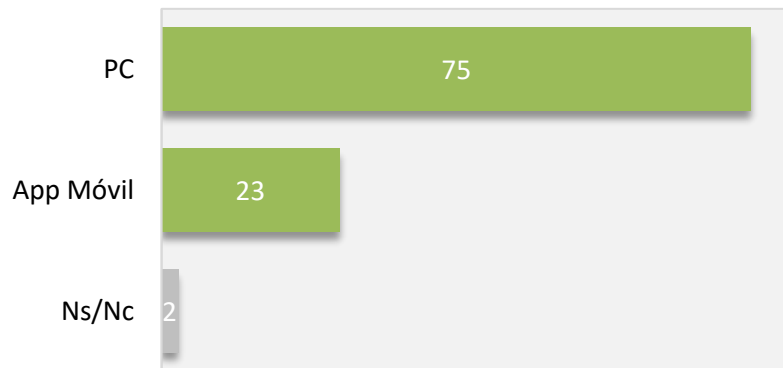
Distribución de acreditadas y acreditados de acuerdo con el número de medios a través de los cuales tuvieron información del programa (Porcentaje)



¹ Sumando No = 100 por ciento
n = Número de casos

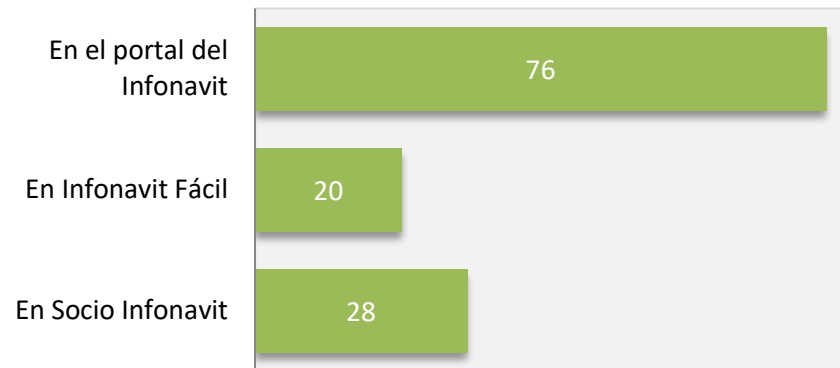
En que portal o página del Infonavit se enteró

Lo supo en MCI para PC o en la App
(Porcentaje)



n = 370

¿Usted se enteró del programa en ...?
(Porcentaje)



n = 506

Portal de noticias donde se enteró

Portal de noticias (Porcentaje)

Portal	Porcentaje
UNO Noticias	12
Noticias Google	10
El Universal	7
En Infonavit/ Cuenta Infonavit	4
Internet (En general)	3
Celular de Noticias (En general)	2
El Financiero	2
Milenio Noticias	2
MSN Noticias	2
Medios de comunicación (en general)	1
Periódicos (En general)	1
En Facebook / Messenger	1
Excélsior	1
Anuncios (En general)	1
Televisa	1
Otros con menos de 1 por ciento	12
Ns/Nc	36
Total	100
Número de casos	274

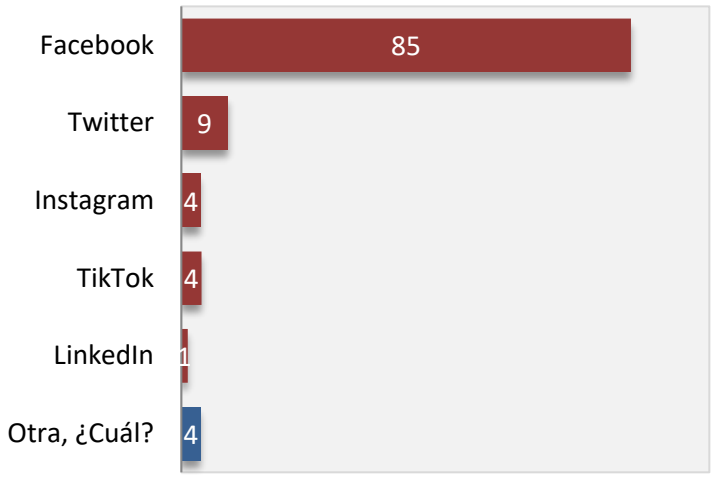
n = Número de casos

Preg. 1.14. ¿En qué portal de noticias se enteró de Ventanilla Universal de Responsabilidad Compartida?

Redes sociales y plataformas identificadas como fuentes de información sobre VU

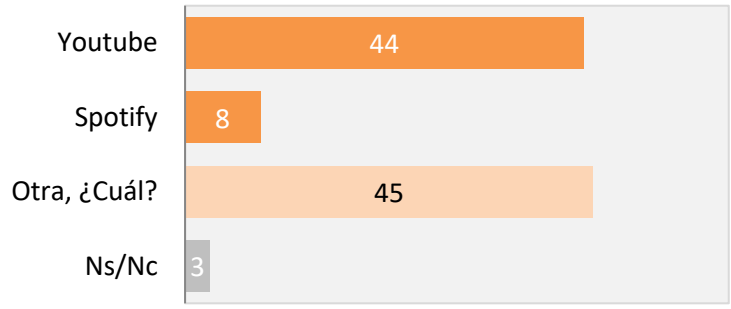


**Redes sociales identificadas
(Porcentaje de identificación positiva)**



n = 303

**Plataformas donde se escuchó el podcast
(Porcentaje de identificación positiva)**



n = 36

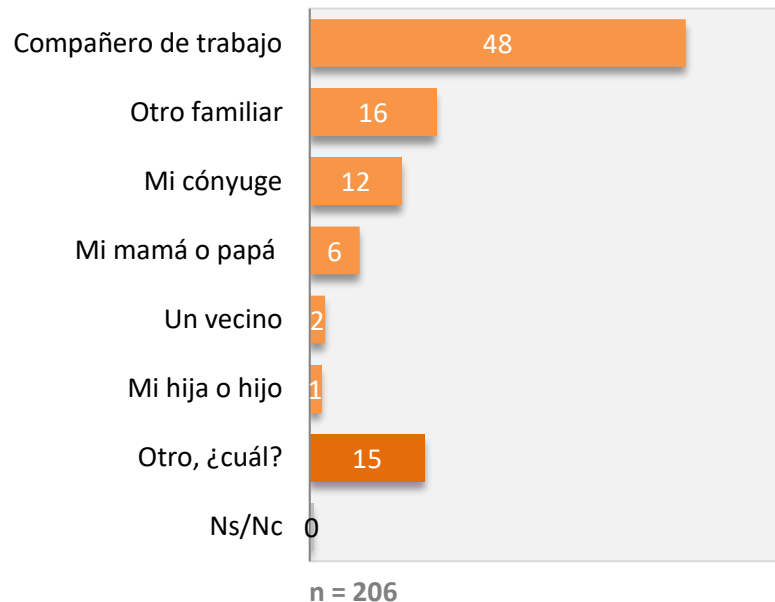
Preg. 1.15 ¿En cuál red social se enteró de Ventanilla Universal de Responsabilidad Compartida?

Preg. 1.16 ¿En qué plataforma escuchó el podcast?

n = Número de casos

Relación de la persona que informó

**Persona que le informó
(Porcentaje)**

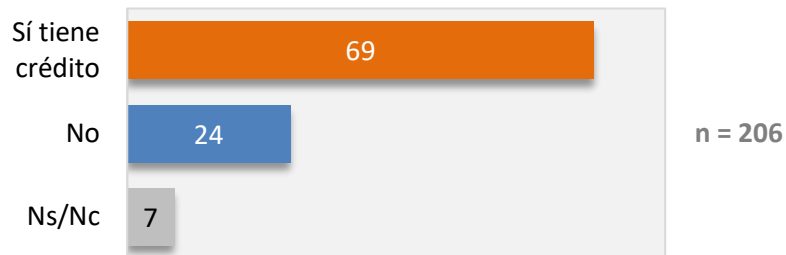


**Quién es esa otra persona que le informó
(Porcentaje)**

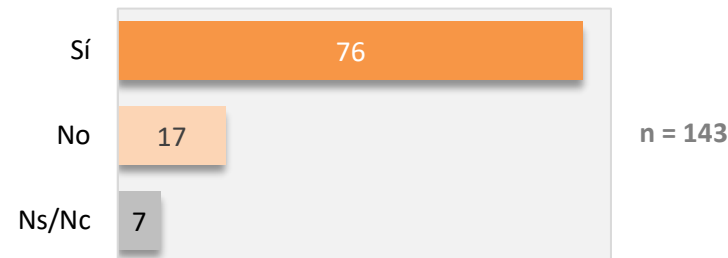
Relación	%
Amigo(a)	77
Un conocido	10
Ex-esposa(o)	7
Otros	3
Ns/Nc	3
Total	100
Número de casos	30

Condición de crédito de la persona que informó

**Situación de acreditación del informante
(Porcentaje)**

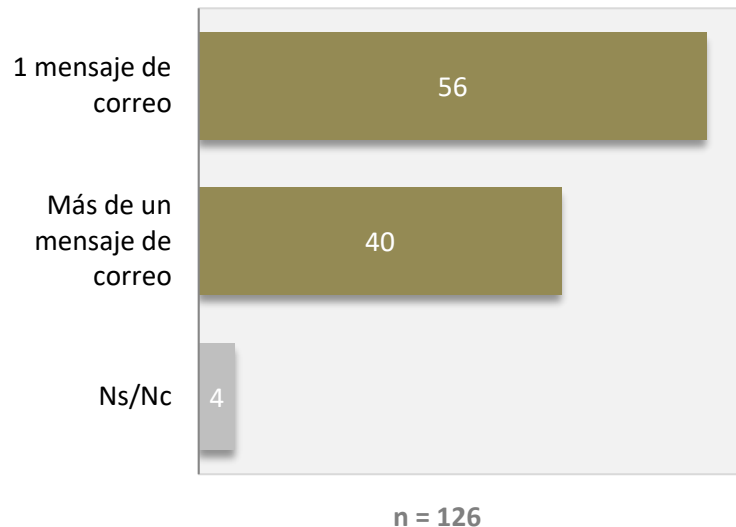


**Adscripción al programa del informante
(Porcentaje)**

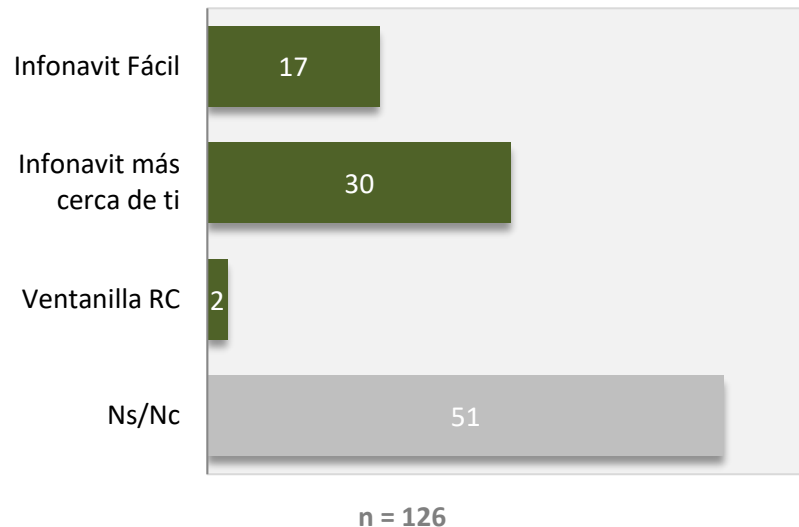


Número de correos recibidos y remitentes

**Cantidad de mensajes de correo electrónico recibidos
(Porcentaje)**



**Remitentes del o los mensajes de correos recibidos
(Porcentaje)**



Canal de TV y noticiero o programa donde se enteró

Canal donde lo vio (Porcentaje)

Canal de televisión	%
Foro TV (Canal 4)	13
Las Estrellas (Canal 2)	12
Azteca UNO (Canal 1)	8
Multimedios (Canal 6, Televisión de Monterrey)	8
Imagen Televisión (Canal 3)	3
Canal 5	3
La mañanera (AMLO)	3
Noticias (En general)	3
Canal 11	2
Azteca 7	1
Tele 10.1 Saltillo	1
Canal 10 El Diez en Televisión - Durango	1
XEWT 12 – Canal 12 - Tijuana	1
Canal Catorce (14)	1
Excélsior TV (3.4)	1
El mañanero (TV abierta)	1
Televisión local (sin especificar)	1
Otros	5
Ns/Nc	32
Total	100
Número de casos	106

Noticiero o programa donde lo vio (Porcentaje)

Noticiero o programas de Radio	%
El mañanero	13
Noticiero mañana TV Azteca	12
La mañana (Canal 4)	8
Comercial (En general)	8
Hechos de la noche (Javier Alatorre)	3
En Punto con Denise Maerker	3
Telediario	3
Noticias (en general)	3
Ciro Gómez Leiva	2
La mañanera (AMLO)	1
GDL Noticias (Las Noticias en GDL)	1
Matutino (Noticiero)	1
Milenio Noticias	1
Nocturno	1
Multimedios (Canal 6, Televisión de Monterrey)	1
Foro TV (Canal 4)	1
Televisa (En general)	1
Otros con menos de 1 por ciento	5
Ns/Nc	37
Total	100
Número de casos	106

Preg. 1.12 ¿En qué canal se enteró de Ventanilla Universal de Responsabilidad Compartida?

Preg. 1.13 ¿Y en qué noticiero o programa?

Estación de Radio y noticiero o programa donde se enteró

Estación donde lo escuchó (Porcentaje)

Estaciones de Radio	%
Grupo Formula (Radio Formula)	7
Universal	7
88.9	7
La Lupe 105.3 (Monterrey)	3
Estéreo Joya	3
Imagen Radio	3
Los 40 Principales	3
La Octava	3
La Voz Radio - La Voz de Michoacán	3
106.5	3
90.5	3
91.5	3
93.1	3
97.3 FM	3
AM (En general)	3
FM (En General)	3
Otros	7
Ns/Nc	33
Total	100
Número de casos	31

Noticiero o programa donde lo escuchó (Porcentaje)

Noticiero o programa	%
Televisa	11
Aristegui Noticias	7
Alejandro Villalvazo	3
Así las cosas	3
Telediario Canal 6	3
MVS noticias	3
Imagen Radio 90.5	3
Multicast-Imagen Radio 90.5	3
Multimedios	3
XHU-FM 98.1 FM en Veracruz	3
¡Ya Párate! Los40 México	3
107.7	3
91.7	3
Ns/Nc	49
Total	100
Número de casos	31

Preg. 1.10 ¿En qué estación de radio se enteró de Ventanilla Universal de Responsabilidad Compartida?

Preg. 1.11 ¿Y en qué noticiero o programa?

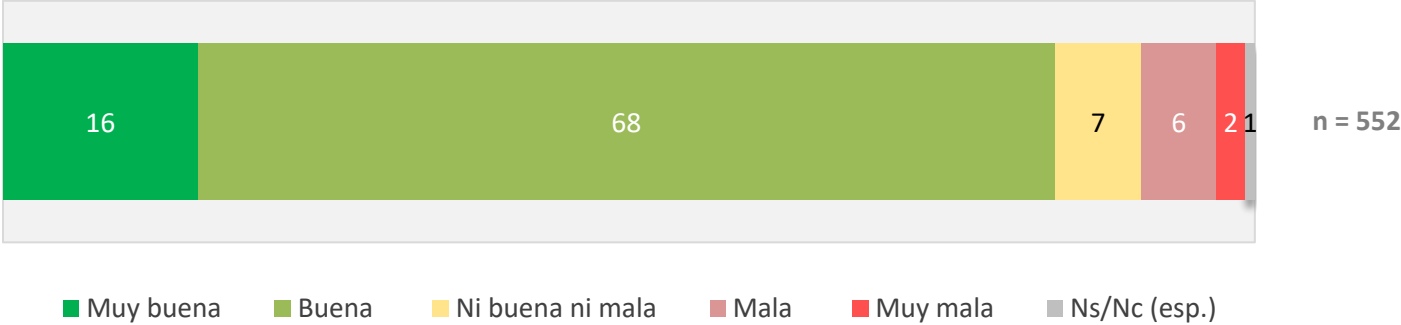


Efectos del programa

Opinión sobre el Infonavit



Opinión sobre el Infonavit
(Porcentaje)

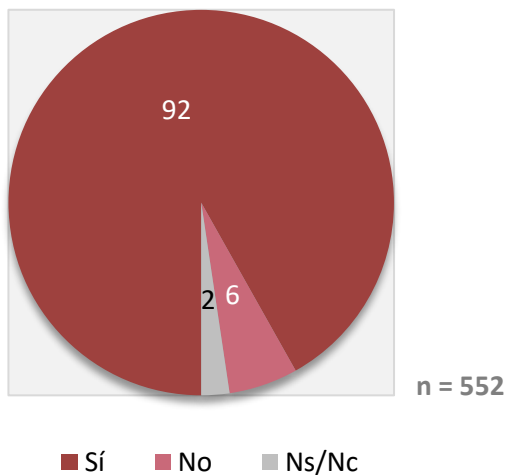


n = Número de casos

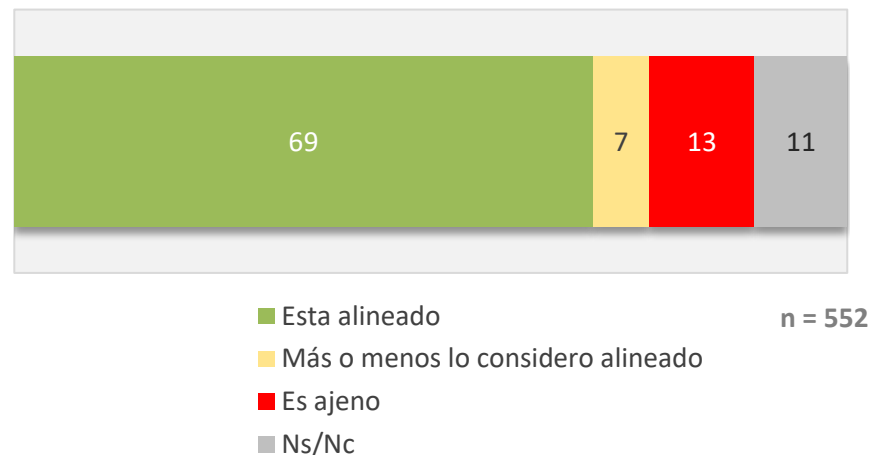
Preg. 1.1 ¿En términos generales, la opinión que usted tiene del Infonavit es...

Evaluación e implicaciones del programa de Conversión

Percepción de cambio a favor de los trabajadores
(Porcentaje)



Alineación con las políticas del gobierno federal
(Porcentaje)

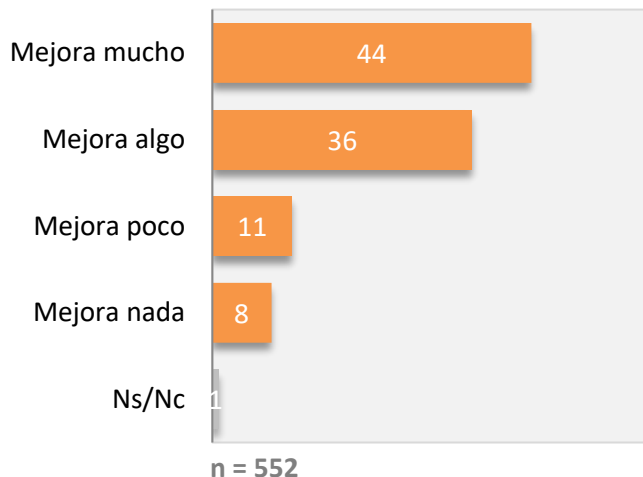


Preg. 1.29 ¿Considera que este programa es o no es una muestra de que el Infonavit está cambiando en favor de las y los trabajadores?

Preg. 1.30 ¿Le parece que Infonavit está alineado o es ajeno a las políticas del gobierno federal?

Evaluación e implicaciones del programa de Conversión

El programa mejora la situación económica de los trabajadores (Porcentaje)



Beneficios de la conversión a pesos (Porcentaje)

Beneficios	%
Sus pagos se volvieron fijos	26
Se reduce el periodo de pago	20
Tengo certeza de cuanto pagar	17
Tengo certeza de cuando voy a terminar de pagar	12
Va a bajar mi deuda con Infonavit	7
Que bajaron tasas de interés/ ya no va subir	6
Que la deuda se va a mantener en pesos	3
Va mejor nuestra economía	2
Ya no incrementa la deuda con el salario mínimo	1
Puedo liquidar mi deuda antes	1
Otros con menos de 1 por ciento	2
Ningún beneficio	2
Ns/Nc	1
Total	100
Número de casos	552

Preg. 1.31. ¿Diría que el programa Ventanilla Universal de Responsabilidad Compartida mejora mucho la situación económica de los trabajadores, la mejora algo, la mejora poco o no mejora para nada la situación económica de las y los trabajadores?

Preg. 1.32. ¿Qué es lo mejor de haberse inscrito a

Ventanilla Universal de Responsabilidad Compartida, cambia tu crédito a pesos?