

*Parametría*

INVESTIGACIÓN ESTRATÉGICA  
ANÁLISIS DE OPINIÓN Y MERCADO

ENCUESTA EN VIVIENDA

# Evaluación Post Test de la campaña de BANOBRAS

NOVIEMBRE 2025

## Índice

|                                       |     |
|---------------------------------------|-----|
| NOTA METODOLÓGICA                     | 3   |
| PRINCIPALES RESULTADOS                | 4   |
| RECOMENDACIONES                       | 12  |
| RECORDACIÓN ESPONTÁNEA DE CAMPAÑA     | 16  |
| EVALUACIÓN DE FRASE                   | 23  |
| RECORDACIÓN INDUCIDA TV               | 36  |
| RECORDACIÓN INDUCIDA RADIO            | 49  |
| RECORDACIÓN INDUCIDA PERIÓDICOS       | 69  |
| RECORDACIÓN INDUCIDA MEDIOS DIGITALES | 90  |
| EVALUACIÓN GLOBAL DE LA CAMPAÑA       | 113 |
| OBRAS PRIORITARIAS                    | 138 |
| NIVELES DE INFORMACIÓN SOBRE BANOBRAS | 149 |
| INFORMACIÓN DEL GOBIERNO              | 154 |
| SOCIODEMOGRÁFICOS                     | 157 |
| NIVEL SOCIOECONÓMICO AMAI             | 161 |

|                                                       |                                                                                                                                                                                     |
|-------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Tipo de estudio</b>                                | <b>Encuesta en vivienda</b>                                                                                                                                                         |
| <b>Objetivo de investigación</b>                      | Estudio de evaluación (post-test) de la campaña del Banco Nacional de Obras y Servicios Públicos, S.N.C. a difundirse en medios de comunicación durante el presente año fiscal 2025 |
| <b>Fecha de levantamiento</b>                         | <b>Del 24 al 30 de noviembre 2025</b>                                                                                                                                               |
| <b>Población objetivo</b>                             | Mujeres y Hombres de 18 años en adelante residentes de las ciudades de interés                                                                                                      |
| <b>Marco muestral</b>                                 | Listado de ageb's del INEGI                                                                                                                                                         |
| <b>Método de selección de viviendas</b>               | Sistemático con arranque aleatorio simple                                                                                                                                           |
| <b>Método de selección de unidades de observación</b> | Aleatoria simple                                                                                                                                                                    |
| <b>Método de recolección de datos</b>                 | Encuesta cara a cara en vivienda con dispositivo móvil (CAPI)                                                                                                                       |

|                                               |                                                                                                                              |                                                                        |
|-----------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|
| <b>Método de estimación de los resultados</b> | Los resultados presentados no son frecuencias simples, sino estimaciones basadas en la utilización de factores de expansión. |                                                                        |
| <b>Método de edición</b>                      | Validación en Excel y clean up en SPSS                                                                                       |                                                                        |
| <b>Representatividad</b>                      | <b>Número de encuestas</b>                                                                                                   | <b>Error teórico muestral asociado al 95% de confianza estadística</b> |
| <b>Agregado</b>                               | <b>1,200</b>                                                                                                                 | <b>(+/-) 2.8%</b>                                                      |

| Plazas         | No. de encuestas |
|----------------|------------------|
| ZM CDMX        | 120              |
| ZM Guadalajara | 120              |
| ZM Monterrey   | 120              |
| Campeche       | 120              |
| Chiapas        | 60               |
| Durango        | 120              |
| Oaxaca         | 120              |
| Puebla         | 120              |
| Sonora         | 120              |
| Veracruz       | 120              |
| Yucatán        | 60               |

# PRINCIPALES RESULTADOS



*La encuesta en vivienda —realizada del 24 al 30 de noviembre de 2025, con 1,200 entrevistas y un margen de error de  $\pm 2.8\%$ — evaluó el desempeño de la campaña de comunicación de Banobras difundida en medios masivos y digitales. Los resultados indican que la campaña fue bien recibida, logra comunicar eficazmente los mensajes clave y mejora la percepción institucional, aunque enfrenta desafíos en recordación espontánea y conocimiento previo del rol de Banobras.*

## **Baja recordación espontánea de campaña**

La campaña no logró instalarse fuertemente en el imaginario de la población:

- **94% no recuerda** haber visto u oído mensajes de Banobras; solo **6% sí recuerda**.

Incluso por zonas metropolitanas, la recordación es baja (entre 1% y 13%), excepto algunos casos como Campeche con 13%.

Esto sugiere que, aunque la campaña es efectiva entre quienes la ven, su **alcance o frecuencia podría ser insuficiente**.

## **Canales donde se vio la campaña (entre quienes la recuerdan)**

Los medios donde principalmente vieron o escucharon la campaña son:

- **Televisión: entre 30% y 36%**
- **Radio: 23%**
- **Medios digitales: entre 17% y 23%**
- **Periódicos: entre 10% y 12%**

Esto indica que la campaña se percibe como predominantemente **tradicional**, con presencia menor pero relevante en entornos digitales.

## **Percepción del contenido: clara, útil y creíble**

Los anuncios reciben evaluaciones favorables en atributos clave:

### **Claridad del mensaje**

- **62%** considera que los anuncios muestran con claridad que Banobras financia infraestructura prioritaria del gobierno federal.

### **Financiamiento a estados y municipios**

- **69%** afirma que los anuncios comunican claramente este rol institucional.

### **Generación de empleos**

- **78%** considera que la campaña comunica con claridad que Banobras contribuye a la generación de empleo.

### **Bienestar social**

- **79%** percibe que muestra que Banobras financia obras que generan bienestar.

En general, los anuncios son evaluados como **claros**, “temas importantes” y con buena credibilidad, con promedios cercanos o superiores a **5 en una escala de 1–7**.

## **Gusto y aceptación de los anuncios**

Los anuncios generan una reacción muy positiva:

- **78% declara que sí le gustaron,**
- **solo 19% dice que no,**
- **3% no sabe.**

Los niveles de aprobación son consistentes en casi todas las plazas del estudio.

## **Identificación con los mensajes**

El 50% de la población declara **identificarse “mucho” o “algo”** con los mensajes de la campaña, mientras un 48% lo hace “poco” o “nada”.

Ello sugiere que el contenido conecta, pero con espacio para aumentar pertinencia emocional y social.

## **Bajo conocimiento previo del rol de Banobras**

Antes de ver la campaña:

- Solo **17%** sabía que Banobras apoyaba proyectos de infraestructura.
- **83%** no lo sabía.

Esto indica que existe un **amplio desconocimiento** sobre las funciones del Banco, lo que convierte a la campaña en paso importante para informar.

## **Impacto en la percepción institucional**

Después de ver los anuncios:

- **55%** dice que su opinión de Banobras mejoró,
- **39%** se quedó igual,
- solo **2%** empeoró.

Este es uno de los indicadores **más fuertes del estudio**, mostrando que la campaña es efectiva para mejorar la valoración pública.

## **Conclusiones del Estudio**

- 1. La campaña es bien evaluada:** gusta, se entiende y comunica con claridad los mensajes clave sobre el papel de Banobras.
- 2. Mejora significativamente la opinión institucional,** con más de la mitad de la población reportando un cambio positivo.
- 3. La recordación espontánea es muy baja,** lo que sugiere necesidad de mayor alcance, frecuencia o diversificación de medios.
- 4. El desconocimiento previo sobre Banobras es alto,** por lo que la campaña cumple una función informativa esencial, pero todavía incipiente.
- 5. La campaña funciona mejor entre quienes logran verla:** el principal reto no es el contenido, sino la **exposición**.

# RECOMENDACIONES



## 1. Incrementar alcance y frecuencia: el principal reto identificado

El hallazgo más crítico es la **baja recordación espontánea (94% no recuerda la campaña)**. Esto indica que la campaña funciona **cuando llega**, pero está llegando *poco o insuficientemente*.

### Acciones estratégicas

- **Aumentar la frecuencia en medios** que ya demostraron ser los más efectivos: televisión (36%) y radio (24%).
- **Reforzar presencia digital** (Facebook, Internet), donde hay señales de potencial crecimiento.
- **Explorar introducirse en plataformas de televisión**, y que es un segmento en crecimiento en México.
- **Implementar formatos de alta recordación:** bumpers de 6" y 10", cápsulas recurrentes y mensajes secuenciales.
- **Distribución más equilibrada por regiones:** algunos estados muestran un nivel de recordación más alto (p. ej., Campeche con 13%), lo que sugiere que la eficacia depende de la intensidad local.

## 2. Convertir claridad en memorabilidad

La campaña ya logra comunicar **claramente** los mensajes clave:

- 69% entiende que Banobras financia obras en estados y municipios.
- 78% entiende que genera empleo.
- 79% que genera bienestar.

El reto es que esa claridad no se traduce aún en recordación.

### Acciones

- Introducir elementos creativos distintivos: música propia, frase de cierre única, símbolo visual recurrente.
- Fortalecer storytelling: historias humanas ligadas a obras reales y beneficios personales.
- Reforzar el *branding* visual de Banobras como institución pública moderna y confiable.

### **3. Profundizar la narrativa de impacto social**

La campaña ya mejora la opinión de la institución en **55% de quienes la ven.**

Este es un activo muy poderoso.

#### **Recomendación estratégica**

Mover la comunicación hacia un marco de impacto social, no solo infraestructura:

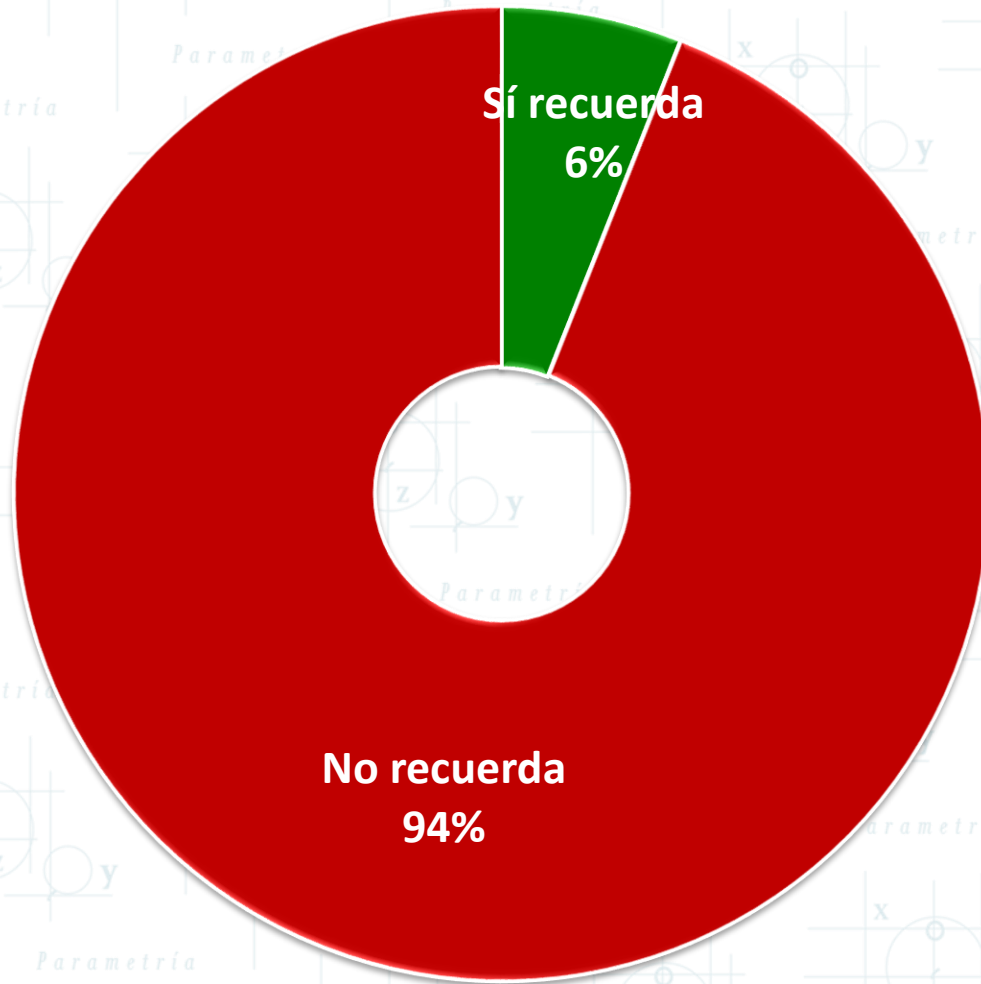
- “Banobras transforma vidas a través de obras que generan bienestar”.
- Conectar obras con temas sensibles: movilidad, agua, empleo, seguridad, espacios públicos.
- Mostrar historias de beneficiarios: madres, jóvenes, emprendedores, adultos mayores.

El objetivo: que la gente vea a Banobras como un motor de desarrollo, no solo como un banco.

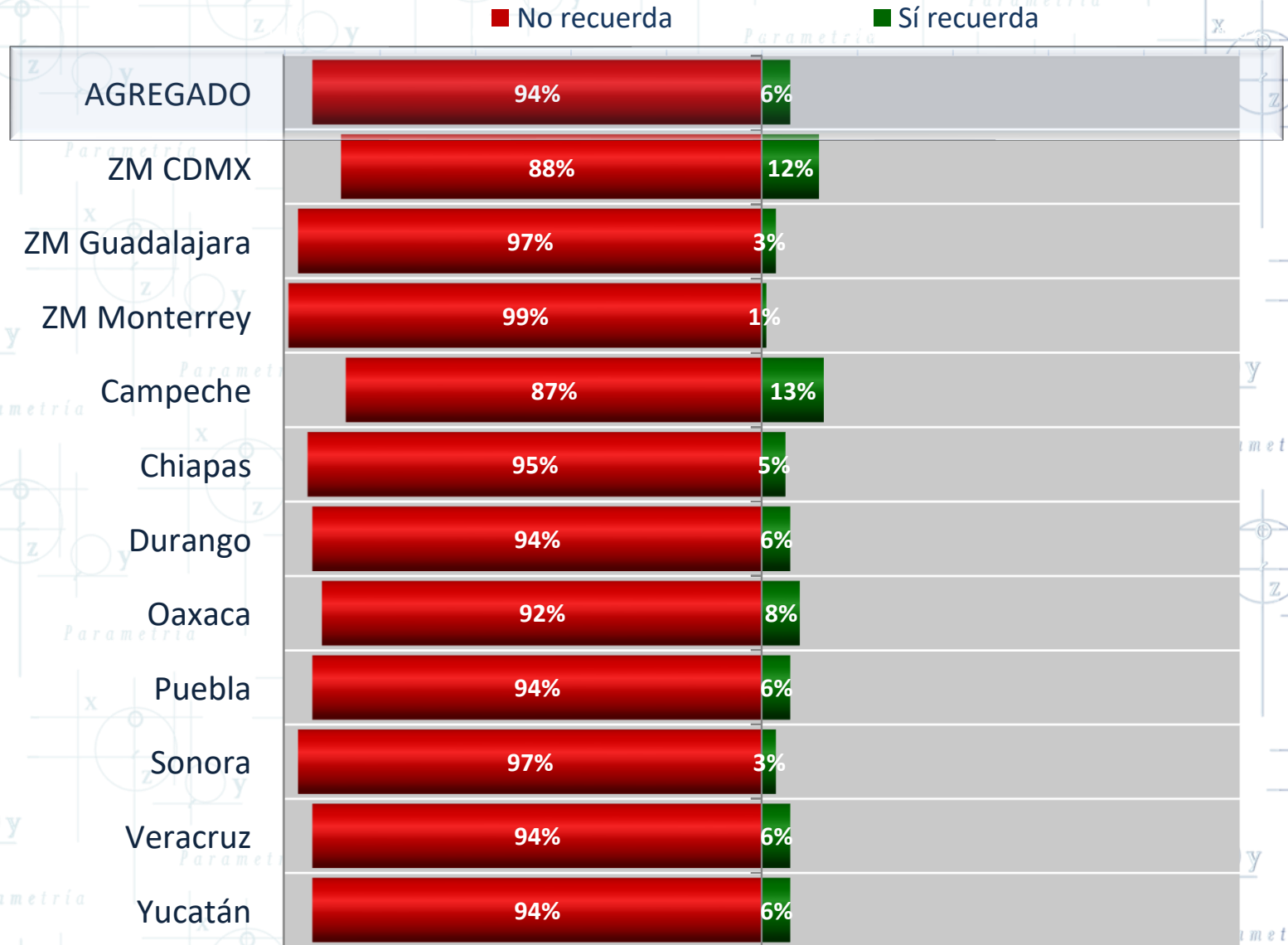
# RECORDACIÓN ESPONTÁNEA DE CAMPAÑA



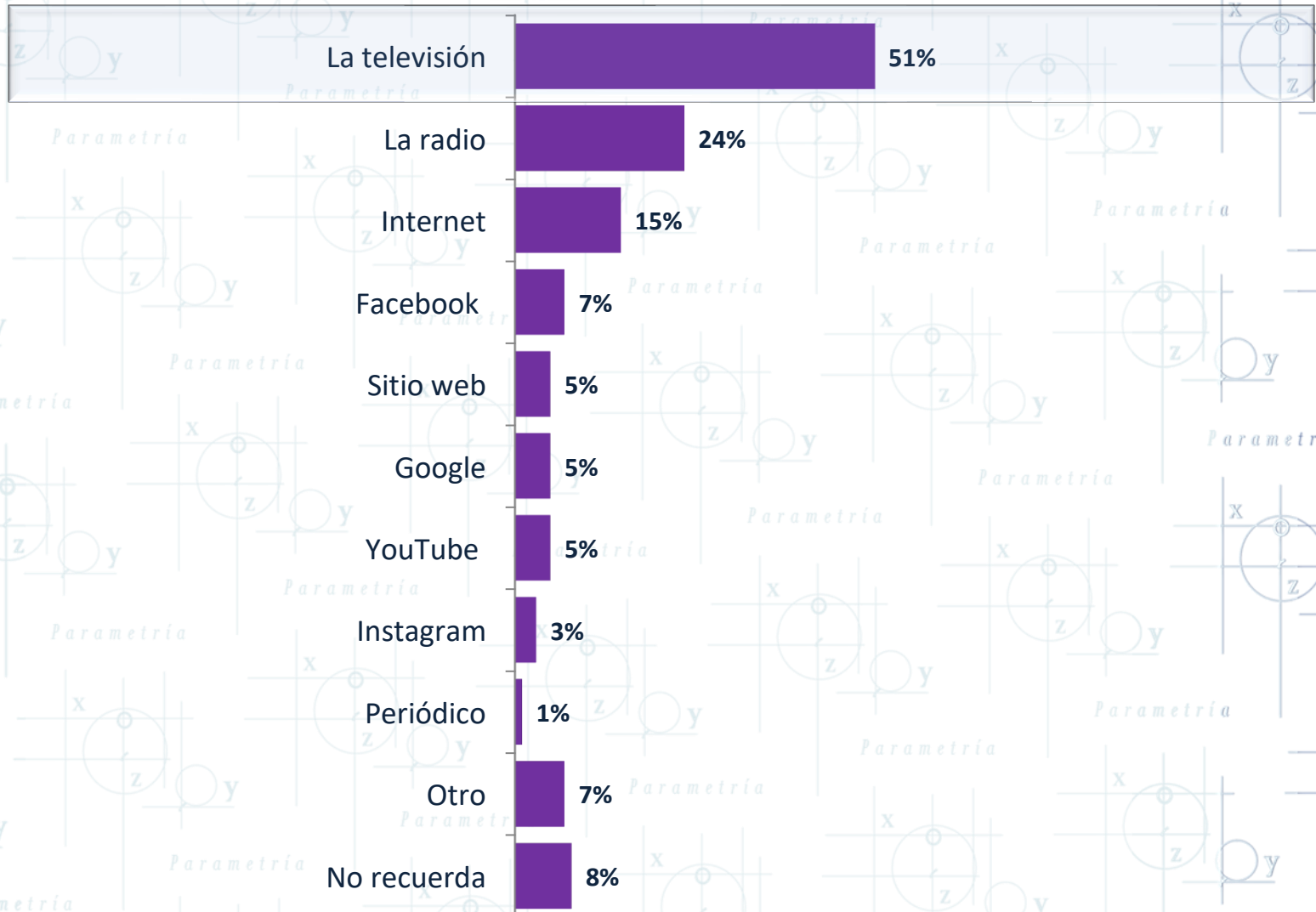
¿Recuerda haber visto u oído algún mensaje publicitario de Banobras en los últimos meses?



¿Recuerda haber visto u oído algún mensaje publicitario de Banobras en los últimos meses?



¿Me podría decir todos los medios de comunicación  
o lugares en los que los vio o escuchó algún mensaje de Banobras?  
[Sólo aquellos que recuerdan haber visto u oído algún mensaje publicitario de Banobras]



NO suma 100%

¿Me podría decir todos los medios de comunicación  
o lugares en los que los vio o escuchó algún mensaje de Banobras?

[Sólo aquellos que recuerdan haber visto u oído algún mensaje publicitario de Banobras]

|               | AGREGADO | ZM CDMX | ZM<br>Guadalajara | ZM<br>Monterrey | Campeche | Chiapas | Durango | Oaxaca | Puebla | Sonora | Veracruz | Yucatán |
|---------------|----------|---------|-------------------|-----------------|----------|---------|---------|--------|--------|--------|----------|---------|
| La televisión | 51%      | 47%     | 0%                | 100%            | 87%      | 74%     | 62%     | 32%    | 71%    | 70%    | 54%      | 73%     |
| La radio      | 24%      | 25%     | 0%                | 100%            | 20%      | 0%      | 24%     | 18%    | 30%    | 0%     | 34%      | 27%     |
| Periódico     | 1%       | 0%      | 0%                | 0%              | 5%       | 0%      | 0%      | 8%     | 7%     | 0%     | 0%       | 0%      |
| Sitio web     | 5%       | 9%      | 0%                | 0%              | 0%       | 0%      | 0%      | 0%     | 0%     | 0%     | 0%       | 0%      |
| Google        | 5%       | 9%      | 0%                | 0%              | 0%       | 0%      | 0%      | 0%     | 0%     | 0%     | 0%       | 0%      |
| Facebook      | 7%       | 0%      | 0%                | 0%              | 15%      | 0%      | 0%      | 32%    | 29%    | 0%     | 8%       | 54%     |
| YouTube       | 5%       | 8%      | 0%                | 0%              | 0%       | 0%      | 0%      | 13%    | 0%     | 0%     | 0%       | 0%      |
| Twitter       | 0%       | 0%      | 0%                | 0%              | 0%       | 0%      | 0%      | 0%     | 0%     | 0%     | 0%       | 0%      |
| Instagram     | 3%       | 0%      | 37%               | 0%              | 0%       | 0%      | 0%      | 7%     | 0%     | 0%     | 0%       | 0%      |
| Internet      | 15%      | 17%     | 29%               | 0%              | 8%       | 0%      | 28%     | 48%    | 0%     | 0%     | 16%      | 0%      |
| Otro          | 7%       | 9%      | 0%                | 0%              | 13%      | 26%     | 14%     | 7%     | 0%     | 14%    | 0%       | 0%      |
| No recuerda   | 8%       | 7%      | 34%               | 0%              | 0%       | 0%      | 0%      | 0%     | 0%     | 16%    | 15%      | 0%      |

NO suma 100%

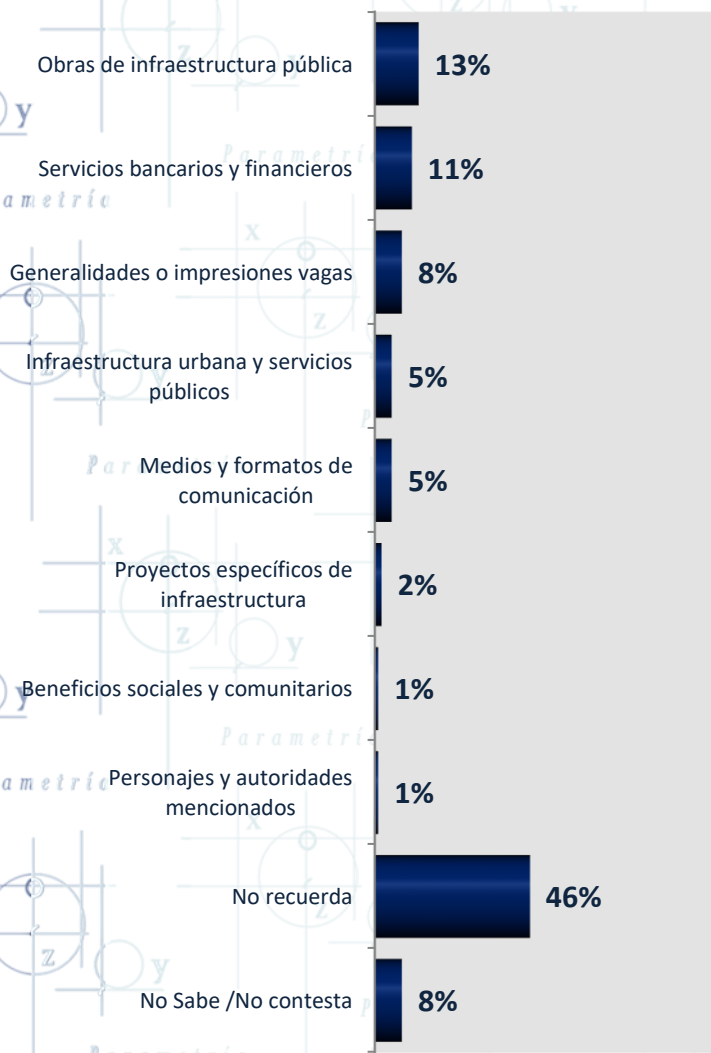
¿Qué recuerda haber visto u oído en los mensajes de Banobras? ¿Algo más?  
[Sólo aquellos que recuerdan haber visto u oído algún mensaje publicitario de Banobras]

Multirrespuesta



¿Qué recuerda haber visto u oído en los mensajes de Banobras? ¿Algo más?  
[Sólo aquellos que recuerdan haber visto u oído algún mensaje publicitario de Banobras]

Agregado

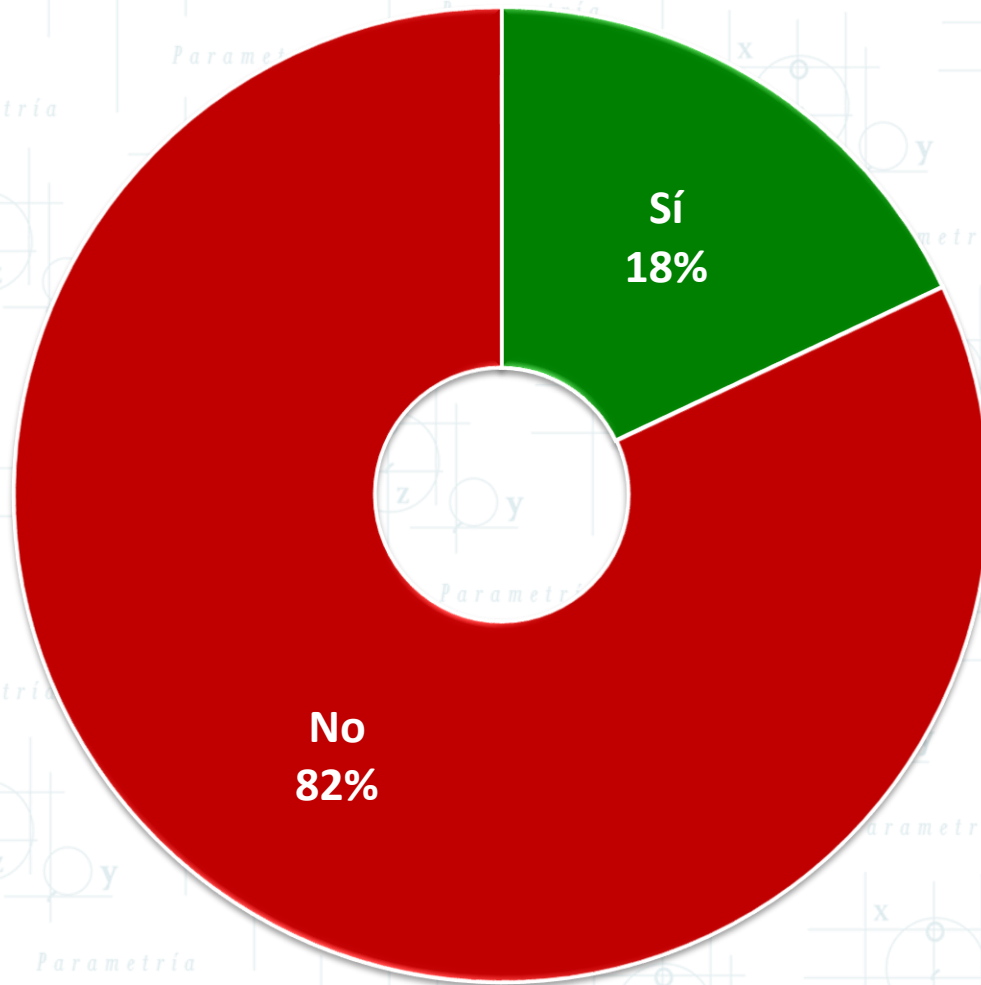


|                |             |                                             |      |
|----------------|-------------|---------------------------------------------|------|
| ZM CDMX        | 1ª. Mención | Servicios bancarios y financieros           | 12%  |
|                | 2ª. Mención | Medios y formatos de comunicación           | 8%   |
|                | 3ª. mención | Obras de infraestructura pública            | 4%   |
| ZM Guadalajara | 1ª. Mención | Generalidades o impresiones vagas           | 34%  |
|                | 2ª. Mención |                                             |      |
|                | 3ª. Mención |                                             |      |
| ZM Monterrey   | 1ª. Mención | Obras de infraestructura pública            | 100% |
|                | 2ª. Mención |                                             |      |
|                | 3ª. Mención |                                             |      |
| Campeche       | 1ª. Mención | Obras de infraestructura pública            | 36%  |
|                | 2ª. Mención | Proyectos específicos de infraestructura    | 23%  |
|                | 3ª. Mención | Infraestructura urbana y servicios públicos | 10%  |
| Chiapas        | 1ª. Mención | Obras de infraestructura pública            | 57%  |
|                | 2ª. Mención |                                             |      |
|                | 3ª. Mención |                                             |      |
| Durango        | 1ª. Mención | Generalidades o impresiones vagas           | 24%  |
|                | 2ª. Mención | Medios y formatos de comunicación           | 24%  |
|                | 3ª. Mención | Beneficios sociales y comunitarios          | 14%  |
| Oaxaca         | 1ª. Mención | Obras de infraestructura pública            | 34%  |
|                | 2ª. Mención | Proyectos específicos de infraestructura    | 22%  |
|                | 3a mención  | Servicios bancarios y financieros           | 11%  |
| Puebla         | 1ª. Mención | Generalidades o impresiones vagas           | 30%  |
|                | 2ª. Mención | Personajes y autoridades mencionados        | 15%  |
|                | 3ª. Mención | Obras de infraestructura pública            | 11%  |
| Sonora         | 1ª. Mención | Obras de infraestructura pública            | 35%  |
|                | 2ª. Mención |                                             |      |
|                | 3ª. Mención |                                             |      |
| Veracruz       | 1ª. Mención | Infraestructura urbana y servicios públicos | 47%  |
|                | a.. Mención | Servicios bancarios y financieros           | 19%  |
|                | 3ª. Mención | Obras de infraestructura pública            | 11%  |
| Yucatán        | 1ª. Mención | Obras de infraestructura pública            | 43%  |
|                | 2ª. Mención | Servicios bancarios y financieros           | 25%  |
|                | 3ª. mención | Generalidades o impresiones vagas           | 32%  |

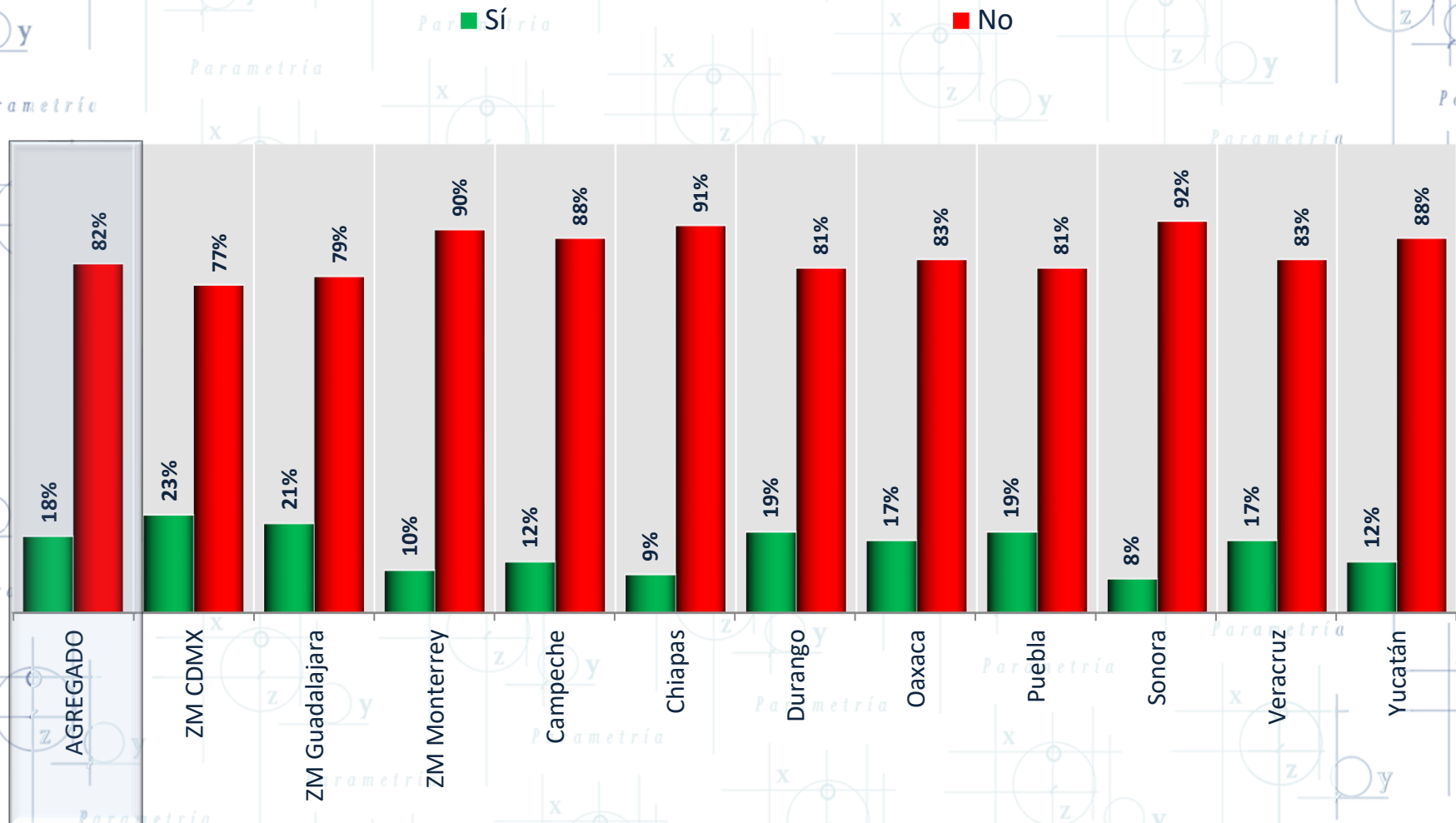
# EVALUACIÓN DE FRASE



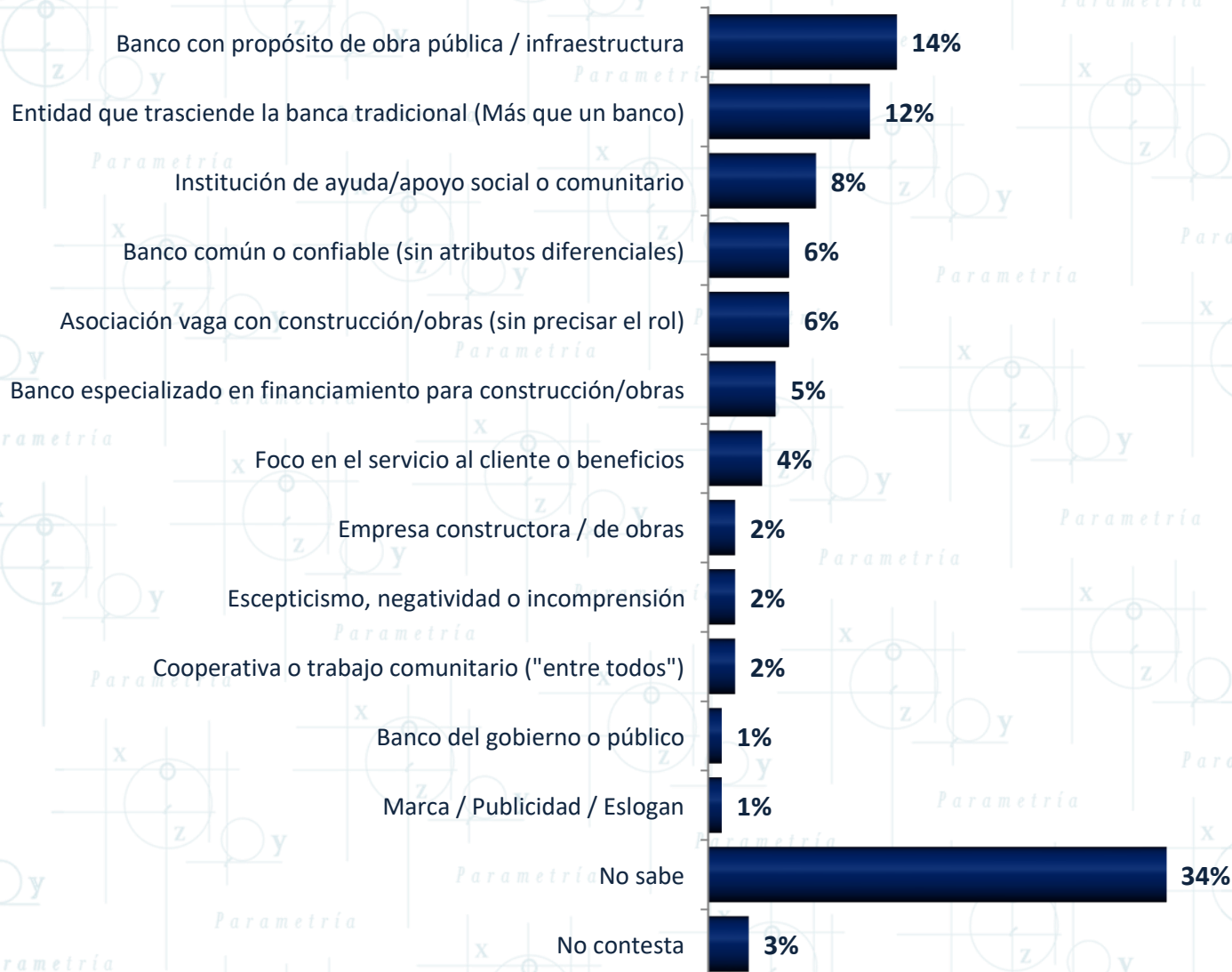
¿Usted ha escuchado la frase “No sólo somos un banco, somos Banobras”?



¿Usted ha escuchado la frase “No sólo somos un banco, somos Banobras”?



¿Qué cree que le quieren decir con la frase “No sólo somos un banco, somos Banobras”?



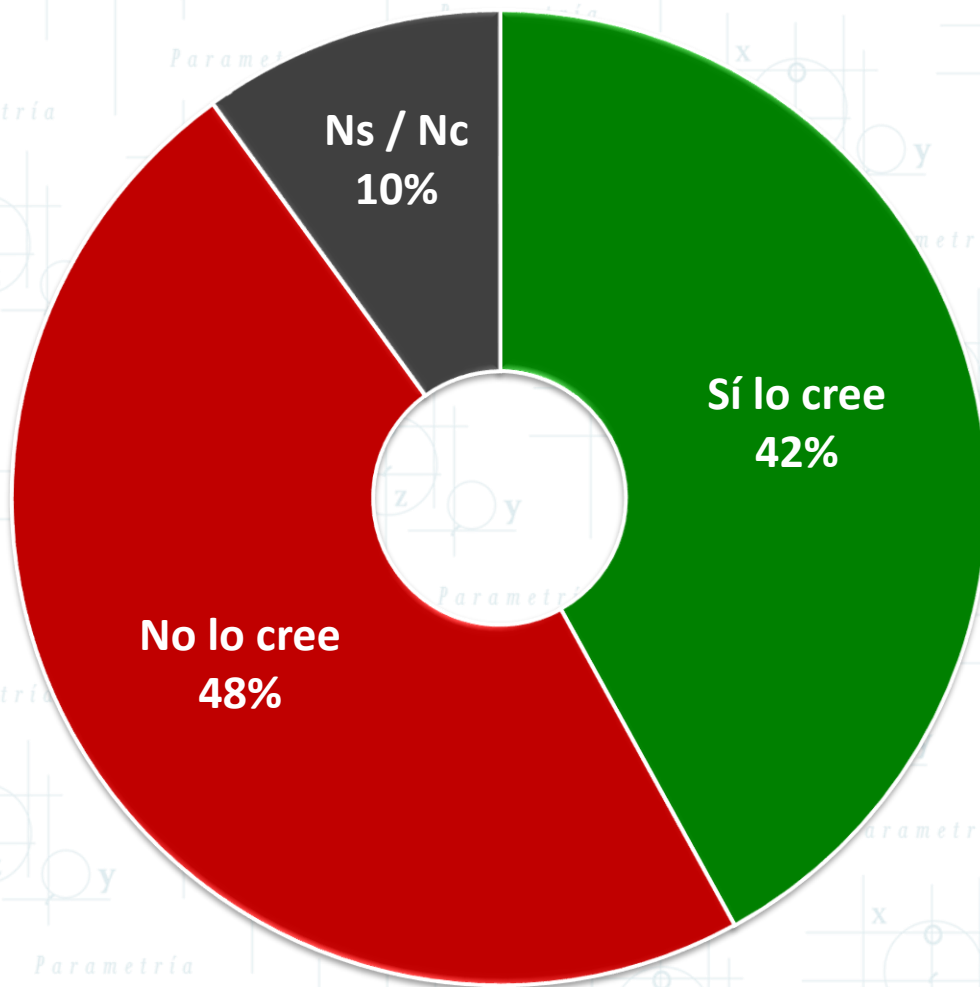
¿Qué cree que le quieren decir con la frase “No sólo somos un banco, somos Banobras”?

Agregado



|                |             |                                                                |     |
|----------------|-------------|----------------------------------------------------------------|-----|
| ZM CDMX        | 1ª. Mención | Entidad que trasciende la banca tradicional (Más que un banco) | 18% |
|                | 2ª. Mención | Banco con propósito de obra pública / infraestructura          | 17% |
|                | 3ª. mención | Institución de ayuda/apoyo social o comunitario                | 11% |
| ZM Guadalajara | 1ª. Mención | Entidad que trasciende la banca tradicional (Más que un banco) | 10% |
|                | 2ª. Mención | Banco con propósito de obra pública / infraestructura          | 9%  |
|                | 3ª. Mención | Institución de ayuda/apoyo social o comunitario                | 7%  |
| ZM Monterrey   | 1ª. Mención | Banco con propósito de obra pública / infraestructura          | 16% |
|                | 2ª. Mención | Institución de ayuda/apoyo social o comunitario                | 9%  |
|                | 3ª. Mención | Banco especializado en financiamiento para construcción/obras  | 7%  |
| Campeche       | 1ª. Mención | Banco con propósito de obra pública / infraestructura          | 13% |
|                | 2ª. Mención | Entidad que trasciende la banca tradicional (Más que un banco) | 8%  |
|                | 3ª. Mención | Banco especializado en financiamiento para construcción/obras  | 7%  |
| Chiapas        | 1ª. Mención | Banco con propósito de obra pública / infraestructura          | 16% |
|                | 2ª. Mención | Banco especializado en financiamiento para construcción/obras  | 12% |
|                | 3ª. Mención | Entidad que trasciende la banca tradicional (Más que un banco) | 8%  |
| Durango        | 1ª. Mención | Banco con propósito de obra pública / infraestructura          | 16% |
|                | 2ª. Mención | Entidad que trasciende la banca tradicional (Más que un banco) | 9%  |
|                | 3ª. Mención | Banco especializado en financiamiento para construcción/obras  | 9%  |
| Oaxaca         | 1ª. Mención | Banco con propósito de obra pública / infraestructura          | 19% |
|                | 2ª. Mención | Entidad que trasciende la banca tradicional (Más que un banco) | 14% |
|                | 3ª. mención | Institución de ayuda/apoyo social o comunitario                | 10% |
| Puebla         | 1ª. Mención | Banco con propósito de obra pública / infraestructura          | 15% |
|                | 2ª. Mención | Entidad que trasciende la banca tradicional (Más que un banco) | 14% |
|                | 3ª. Mención | Institución de ayuda/apoyo social o comunitario                | 7%  |
| Sonora         | 1ª. Mención | Banco con propósito de obra pública / infraestructura          | 11% |
|                | 2ª. Mención | Banco especializado en financiamiento para construcción/obras  | 10% |
|                | 3ª. Mención | Asociación vaga con construcción/obras (sin precisar el rol)   | 9%  |
| Veracruz       | 1ª. Mención | Banco con propósito de obra pública / infraestructura          | 12% |
|                | a.. Mención | Entidad que trasciende la banca tradicional (Más que un banco) | 12% |
|                | 3ª. Mención | Banco común o confiable (sin atributos diferenciales)          | 8%  |
| Yucatán        | 1ª. Mención | Banco con propósito de obra pública / infraestructura          | 17% |
|                | 2ª. Mención | Entidad que trasciende la banca tradicional (Más que un banco) | 12% |
|                | 3ª. mención | Escepticismo, negatividad o incomprensión                      | 4%  |

Cuando usted escucha la frase **“No sólo somos un banco, somos Banobras”** ¿lo cree o no lo cree?

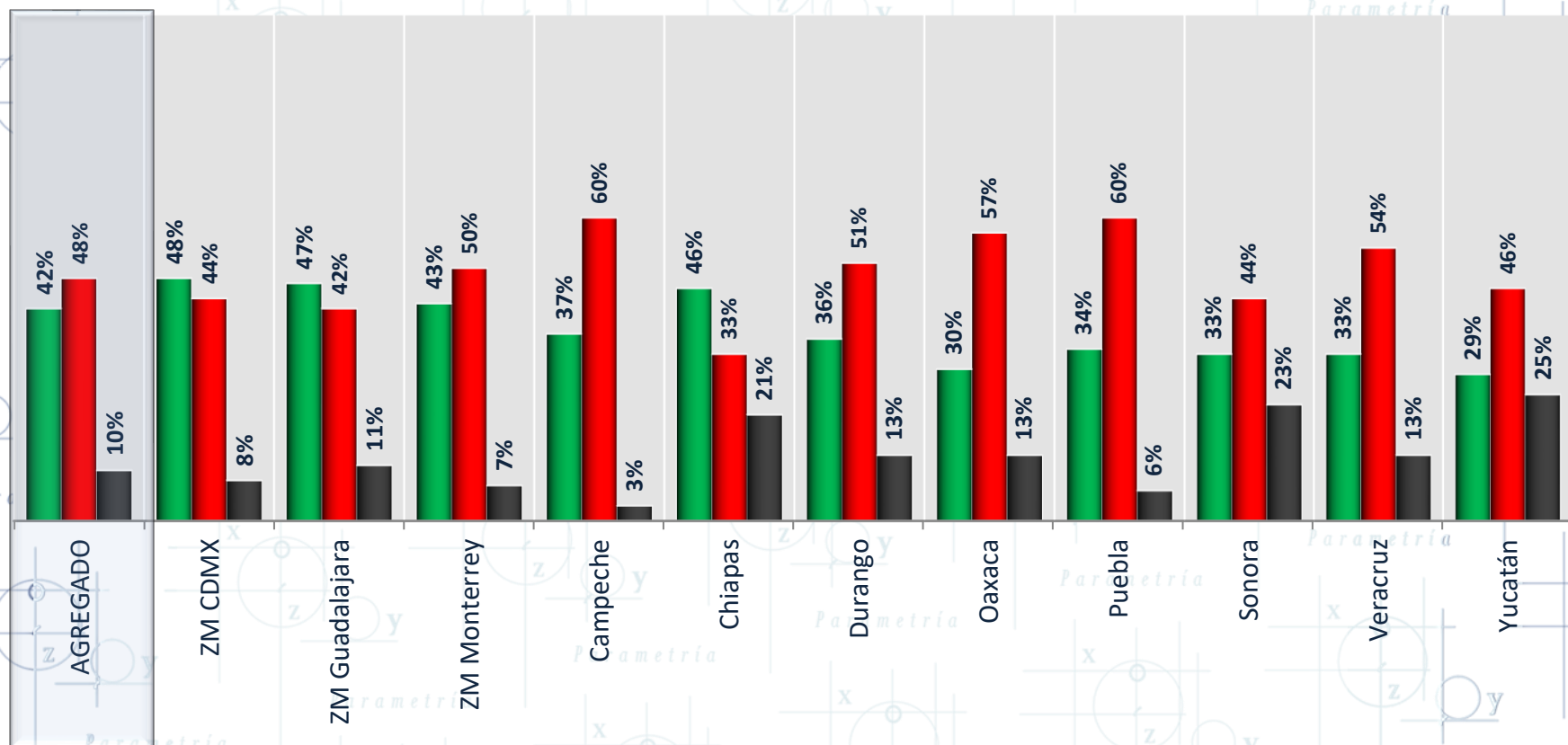


Cuando usted escucha la frase **“No sólo somos un banco, somos Banobras”** ¿lo cree o no lo cree?

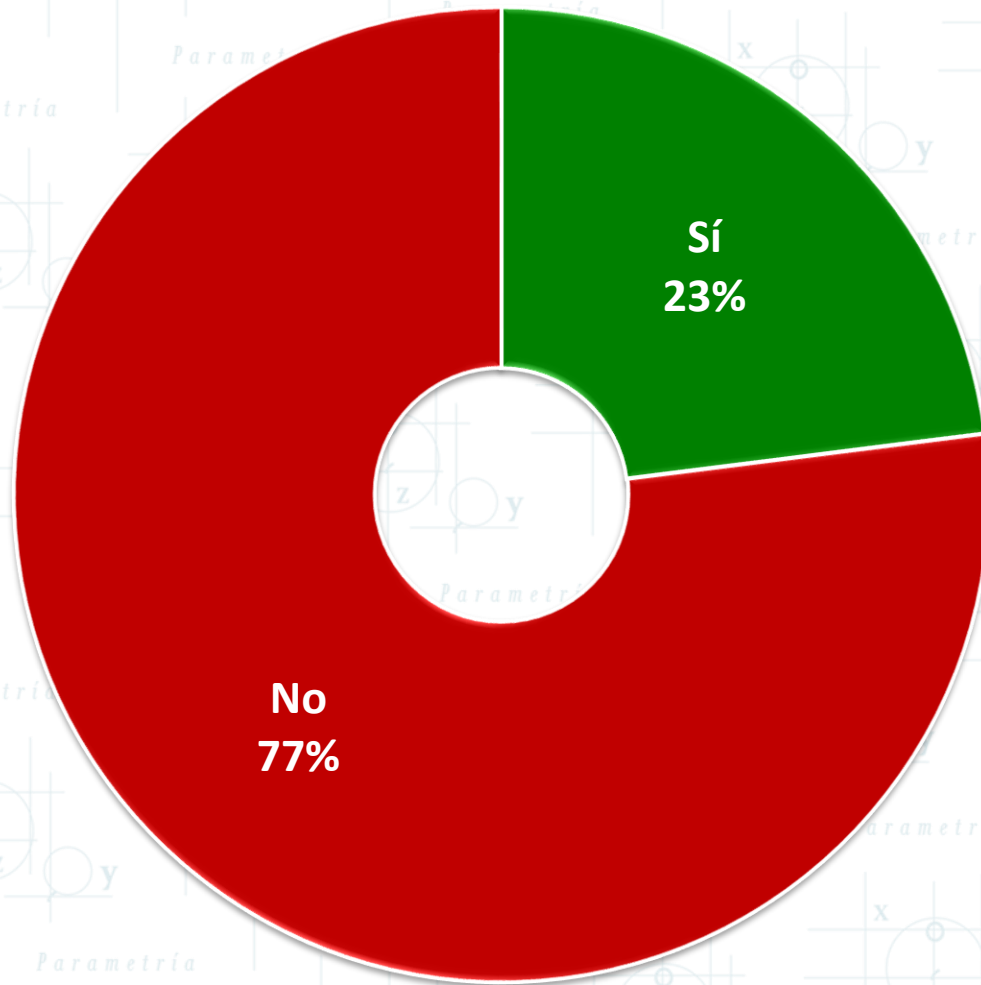
■ Sí lo cree

■ No lo cree

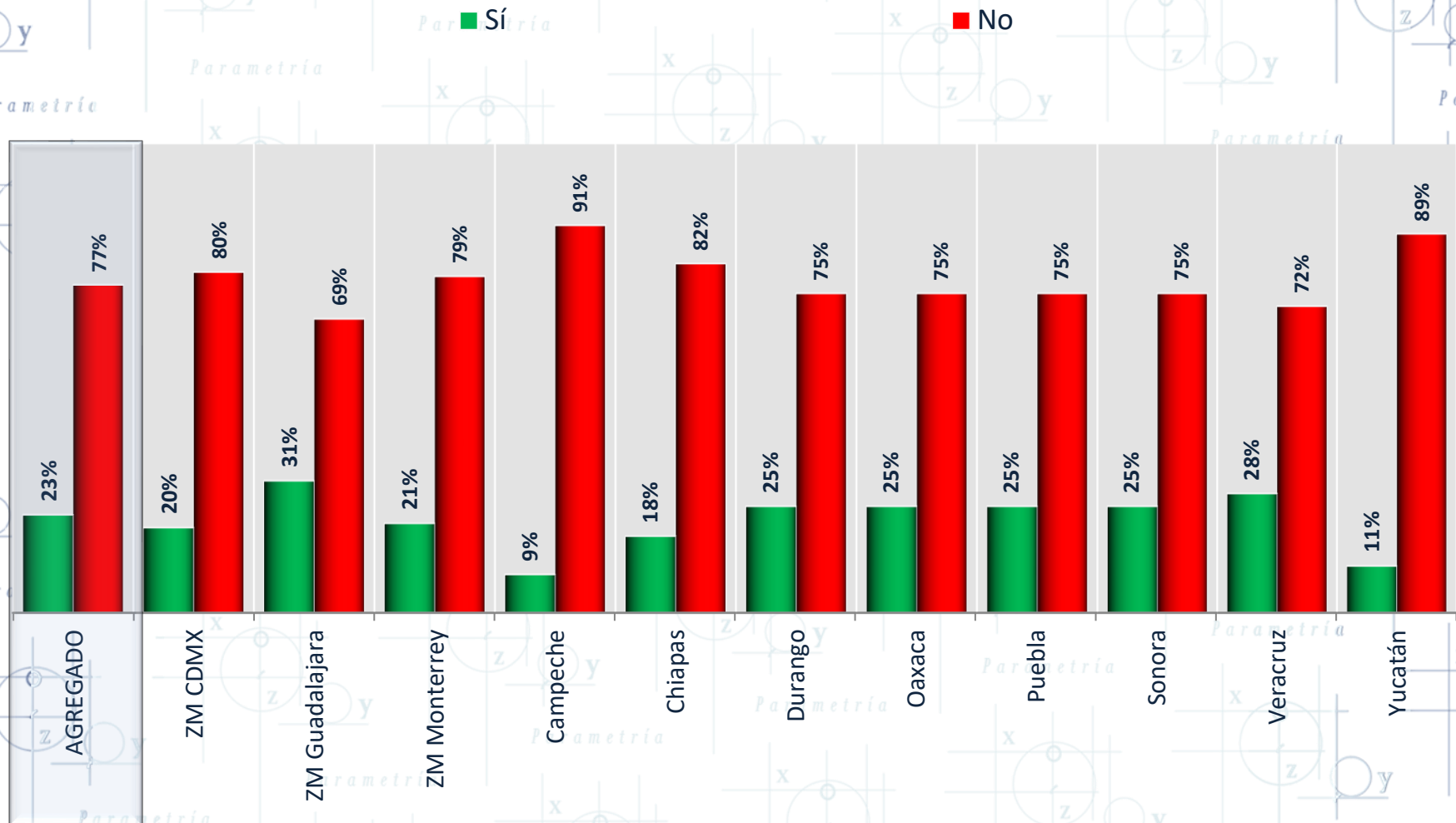
■ Ns / Nc



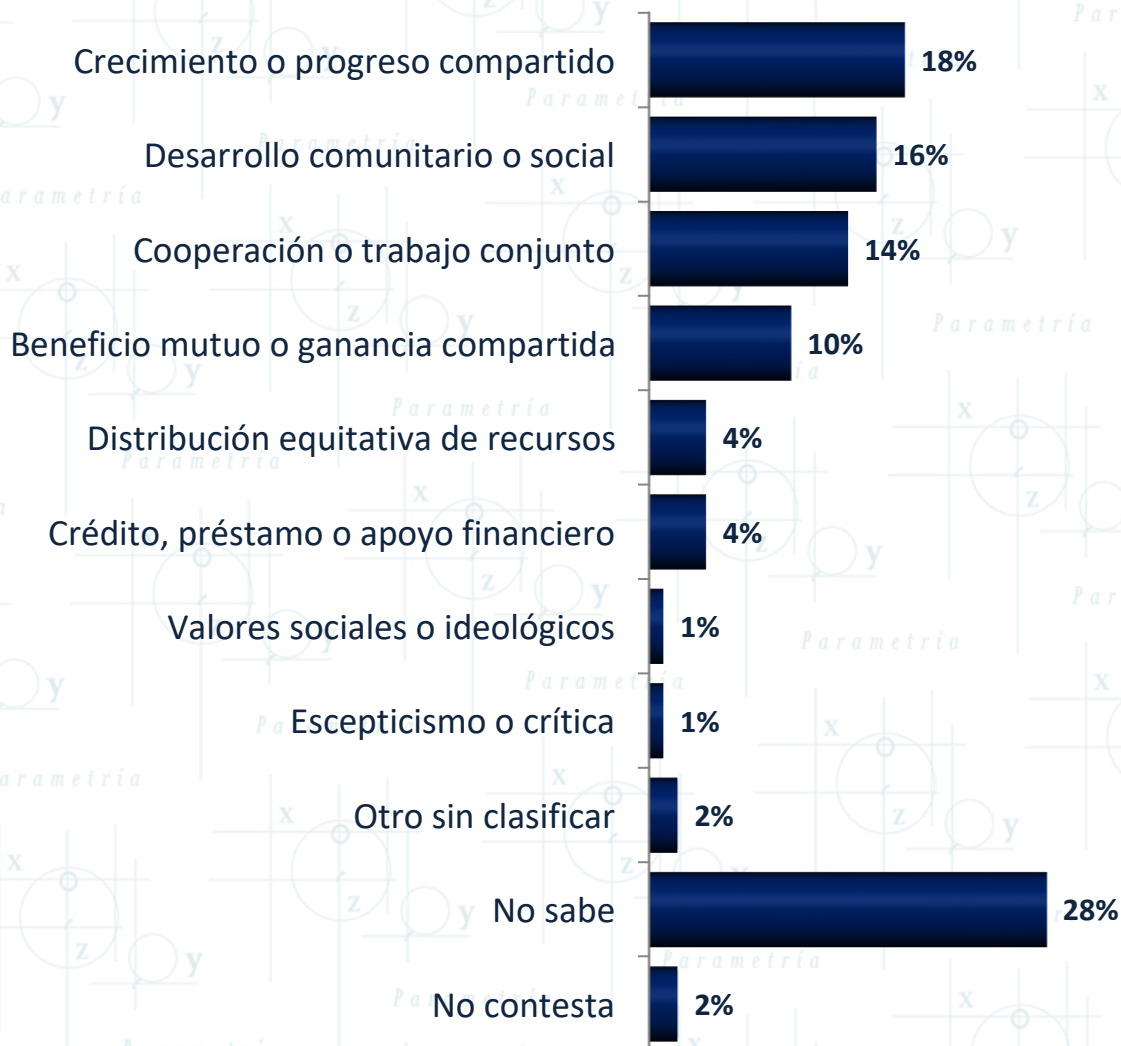
¿Usted ha escuchado la frase “Prosperidad compartida”?



¿Usted ha escuchado la frase “Prosperidad compartida”?

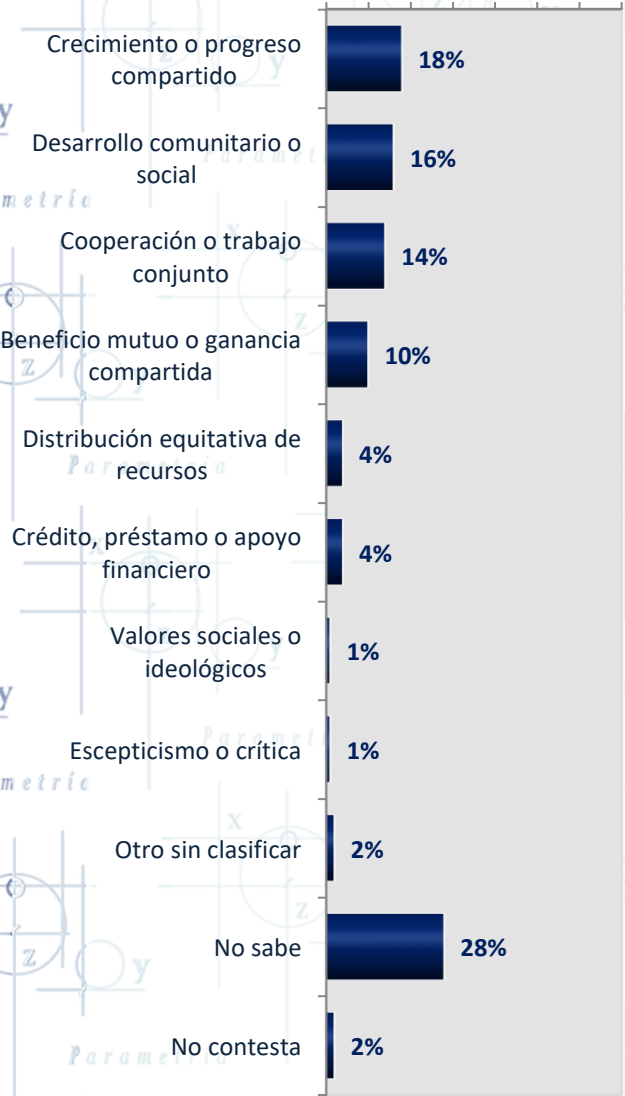


¿Qué cree que le quieren decir con la frase “Prosperidad compartida”?



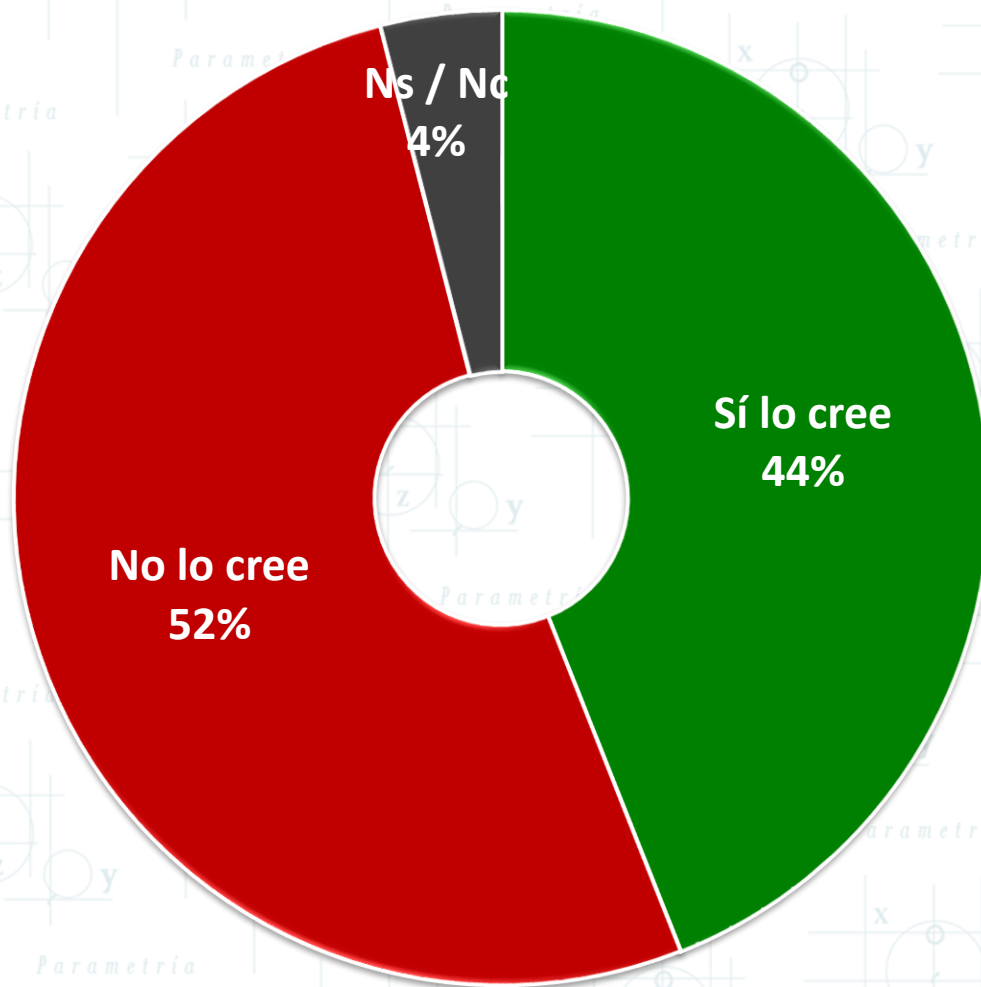
¿Qué cree que le quieren decir con la frase “Prosperidad compartida”?

Agregado



|                |             |                                       |     |
|----------------|-------------|---------------------------------------|-----|
| ZM CDMX        | 1ª. Mención | Desarrollo comunitario o social       | 18% |
|                | 2ª. Mención | Crecimiento o progreso compartido     | 16% |
|                | 3ª. mención | Cooperación o trabajo conjunto        | 14% |
| ZM Guadalajara | 1ª. Mención | Desarrollo comunitario o social       | 21% |
|                | 2ª. Mención | Crecimiento o progreso compartido     | 14% |
|                | 3ª. Mención | Beneficio mutuo o ganancia compartida | 13% |
| ZM Monterrey   | 1ª. Mención | Cooperación o trabajo conjunto        | 24% |
|                | 2ª. Mención | Crecimiento o progreso compartido     | 20% |
|                | 3ª. Mención | Beneficio mutuo o ganancia compartida | 7%  |
| Campeche       | 1ª. Mención | Crecimiento o progreso compartido     | 21% |
|                | 2ª. Mención | Desarrollo comunitario o social       | 10% |
|                | 3ª. Mención | Beneficio mutuo o ganancia compartida | 6%  |
| Chiapas        | 1ª. Mención | Crecimiento o progreso compartido     | 18% |
|                | 2ª. Mención | Desarrollo comunitario o social       | 17% |
|                | 3ª. Mención | Beneficio mutuo o ganancia compartida | 12% |
| Durango        | 1ª. Mención | Crecimiento o progreso compartido     | 23% |
|                | 2ª. Mención | Desarrollo comunitario o social       | 14% |
|                | 3ª. Mención | Cooperación o trabajo conjunto        | 12% |
| Oaxaca         | 1ª. Mención | Crecimiento o progreso compartido     | 30% |
|                | 2ª. Mención | Desarrollo comunitario o social       | 18% |
|                | 3ª. mención | Beneficio mutuo o ganancia compartida | 13% |
| Puebla         | 1ª. Mención | Desarrollo comunitario o social       | 20% |
|                | 2ª. Mención | Crecimiento o progreso compartido     | 15% |
|                | 3ª. Mención | Beneficio mutuo o ganancia compartida | 13% |
| Sonora         | 1ª. Mención | Crecimiento o progreso compartido     | 24% |
|                | 2ª. Mención | Desarrollo comunitario o social       | 15% |
|                | 3ª. Mención | Cooperación o trabajo conjunto        | 14% |
| Veracruz       | 1ª. Mención | Crecimiento o progreso compartido     | 28% |
|                | 2ª. Mención | Desarrollo comunitario o social       | 20% |
|                | 3ª. Mención | Cooperación o trabajo conjunto        | 15% |
| Yucatán        | 1ª. Mención | Crecimiento o progreso compartido     | 20% |
|                | 2ª. Mención | Beneficio mutuo o ganancia compartida | 7%  |
|                | 3ª. mención | Cooperación o trabajo conjunto        | 5%  |

Cuando usted escucha la frase **“Prosperidad compartida”** ¿lo cree o no lo cree?

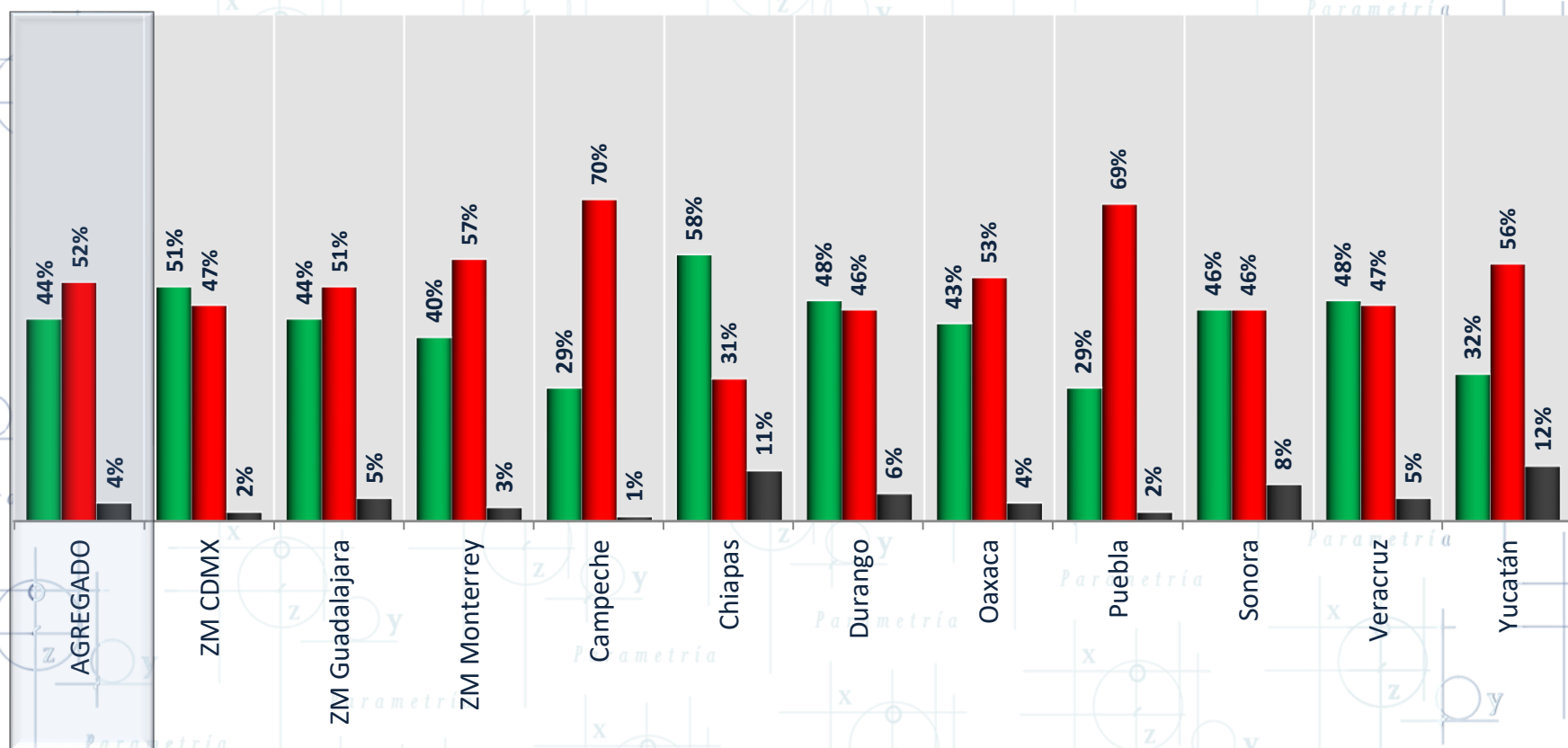


Cuando usted escucha la frase **“Prosperidad compartida”** ¿lo cree o no lo cree?

■ Sí lo cree

■ No lo cree

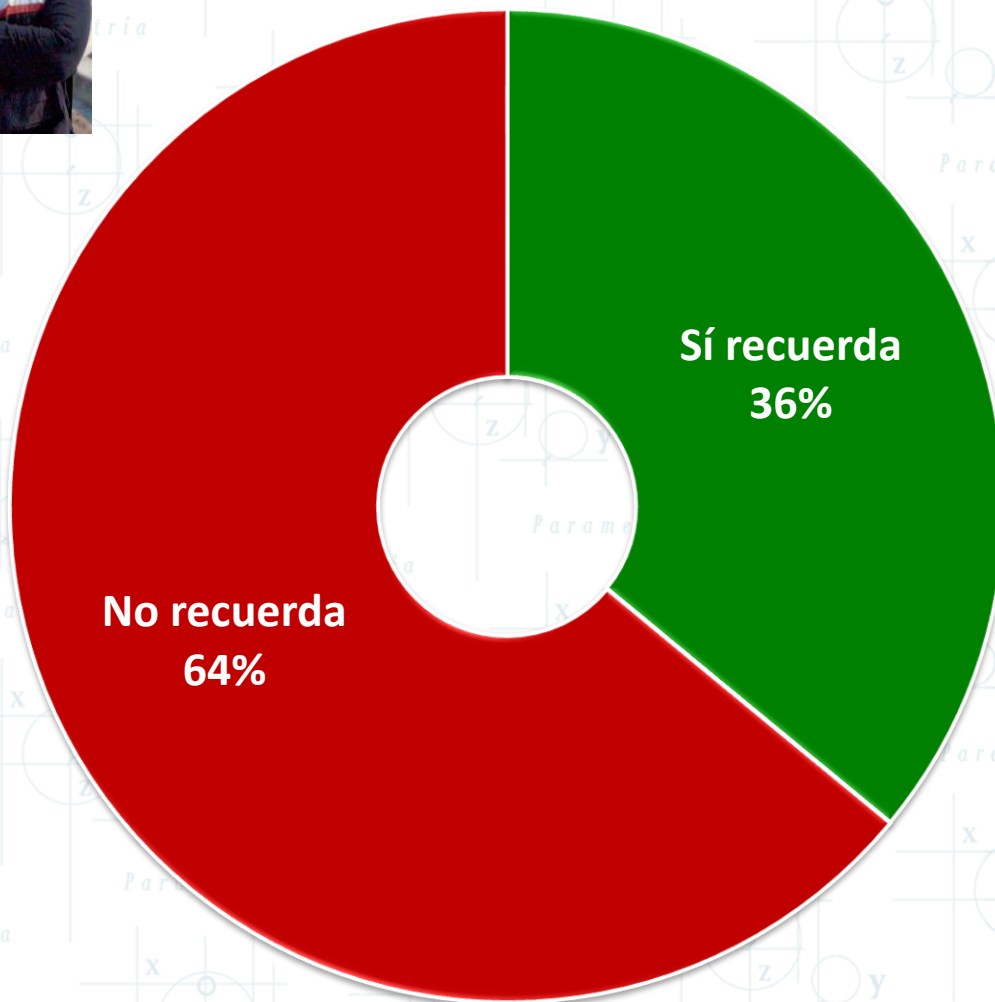
■ Ns / Nc



# RECORDACIÓN INDUCIDA TV



¿Recuerda haber visto este anuncio en la televisión?

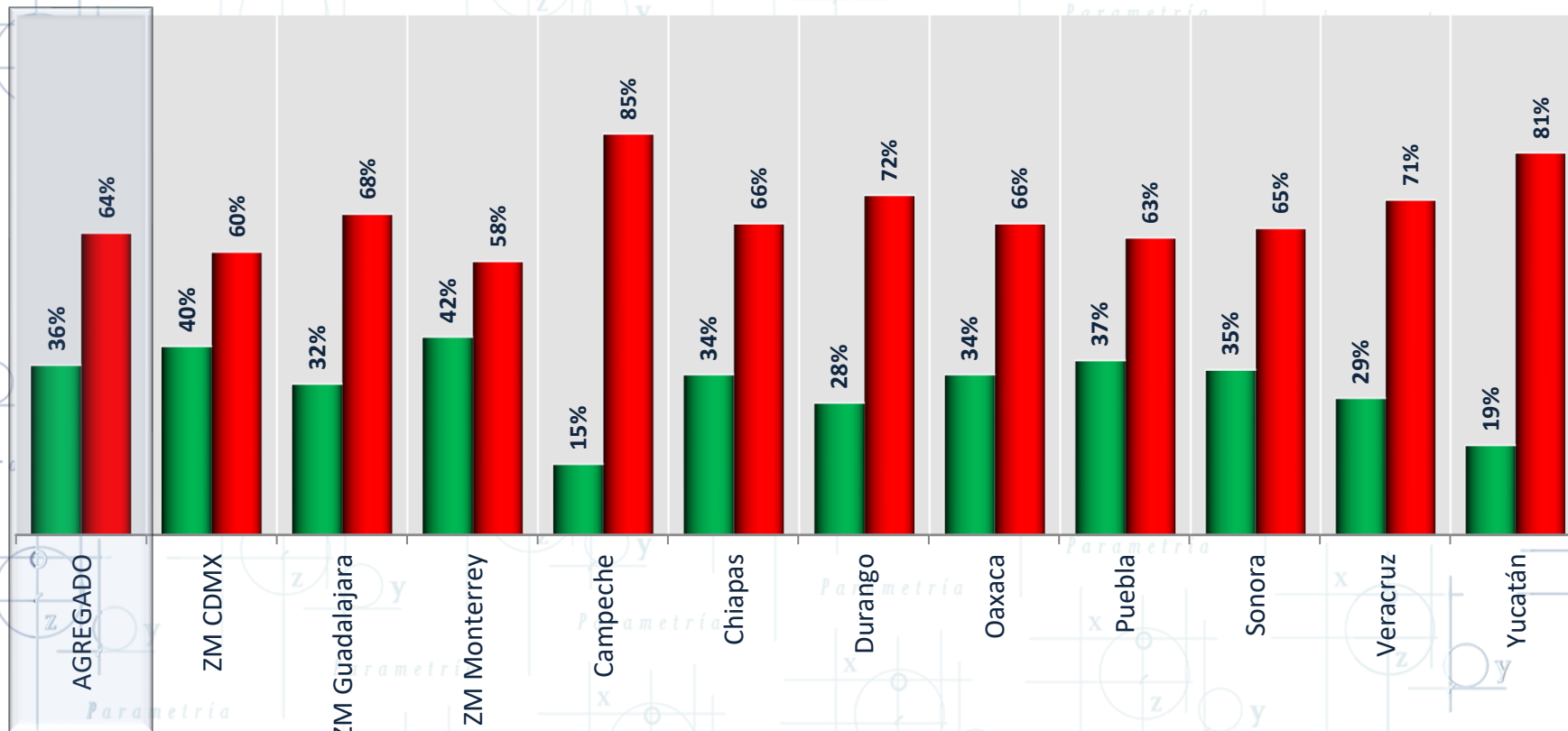


¿Recuerda haber visto este anuncio en la televisión?

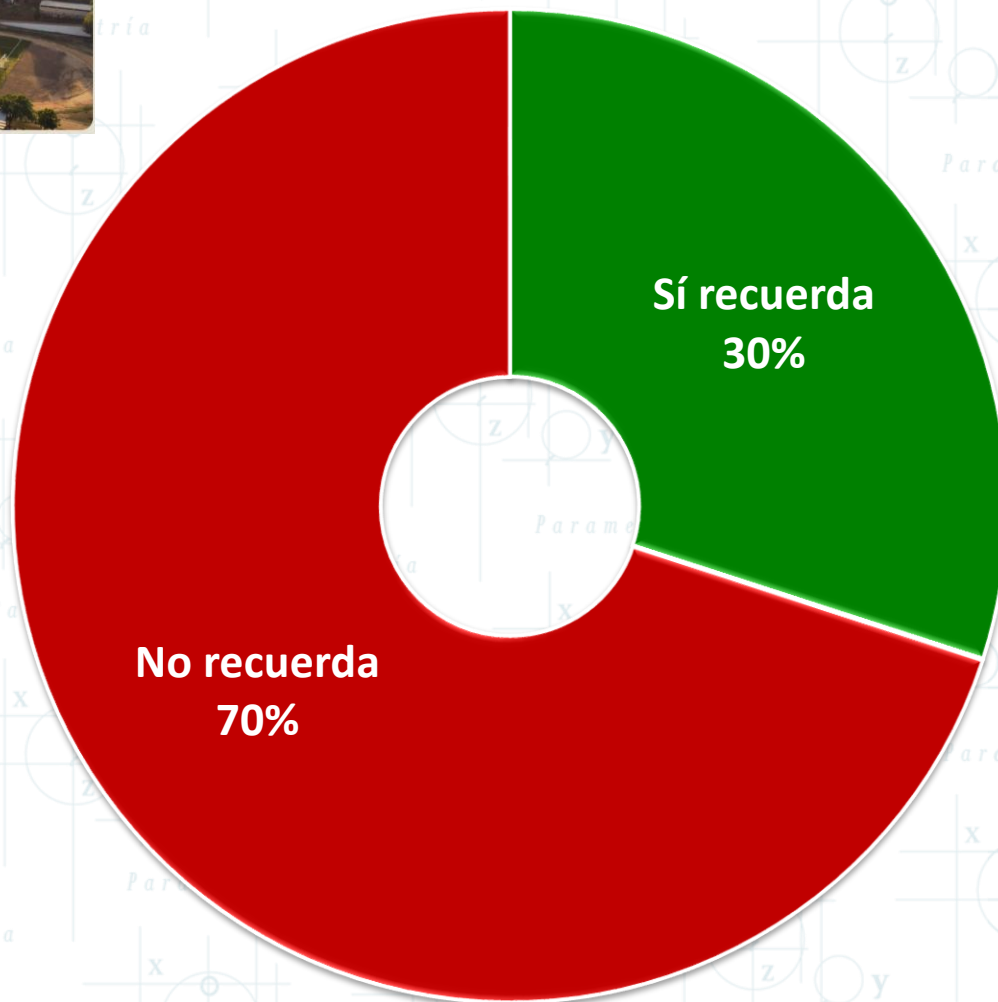


■ Sí recuerda

■ No recuerda



¿Recuerda haber visto este otro anuncio en la televisión?

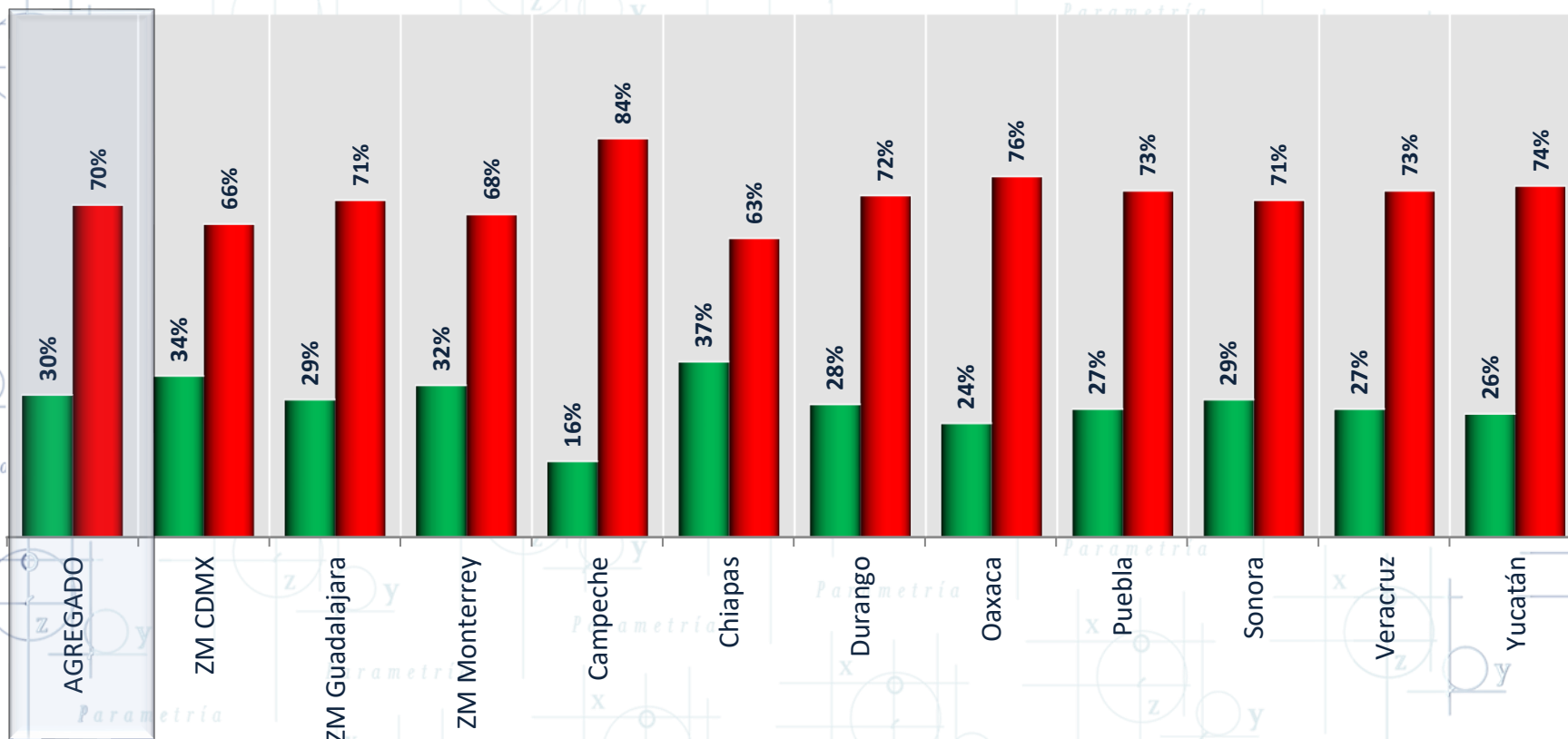


¿Recuerda haber visto este otro anuncio en la televisión?



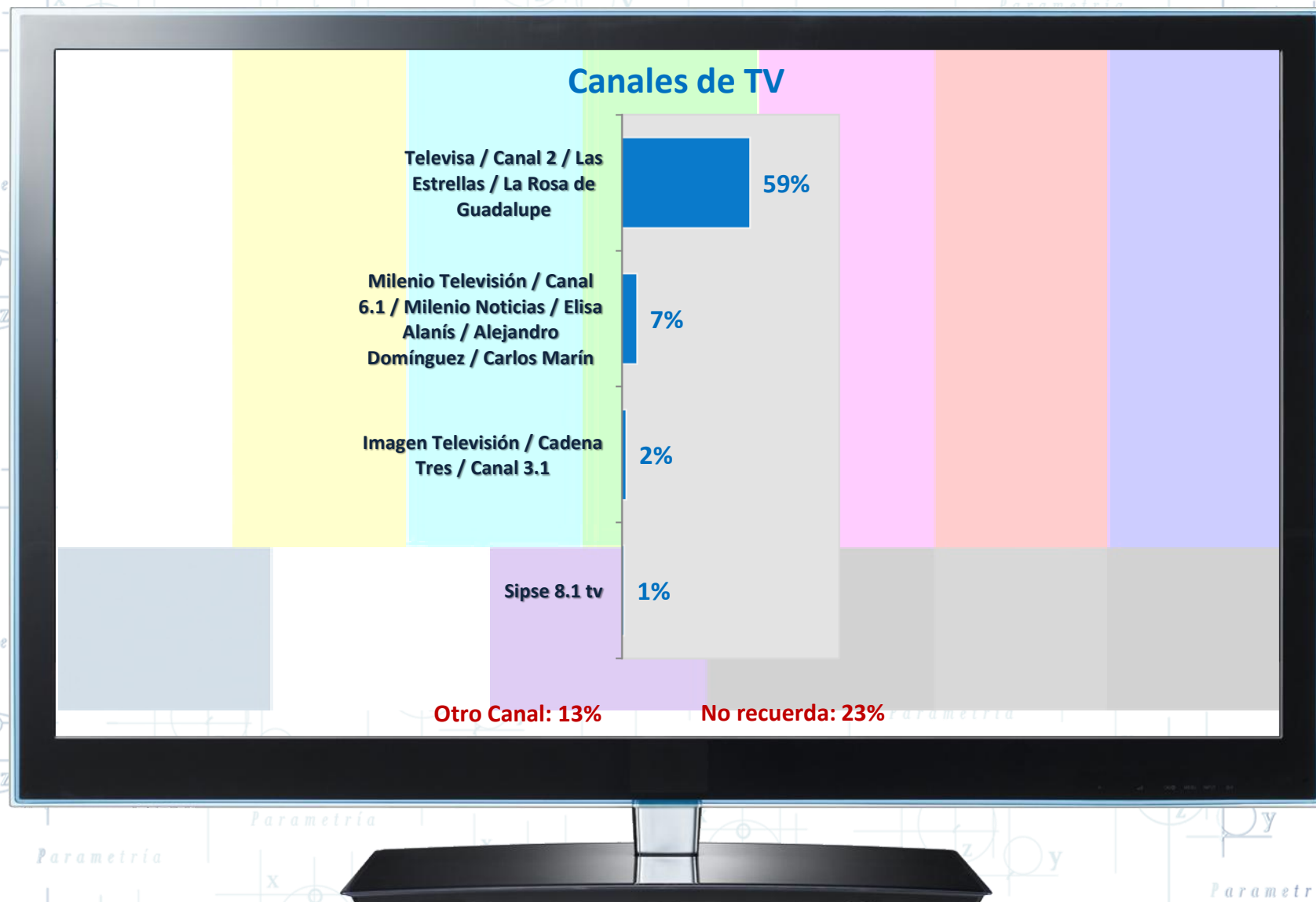
■ Sí recuerda

■ No recuerda



¿En qué canales de televisión o programas recuerda haber visto estos anuncios?

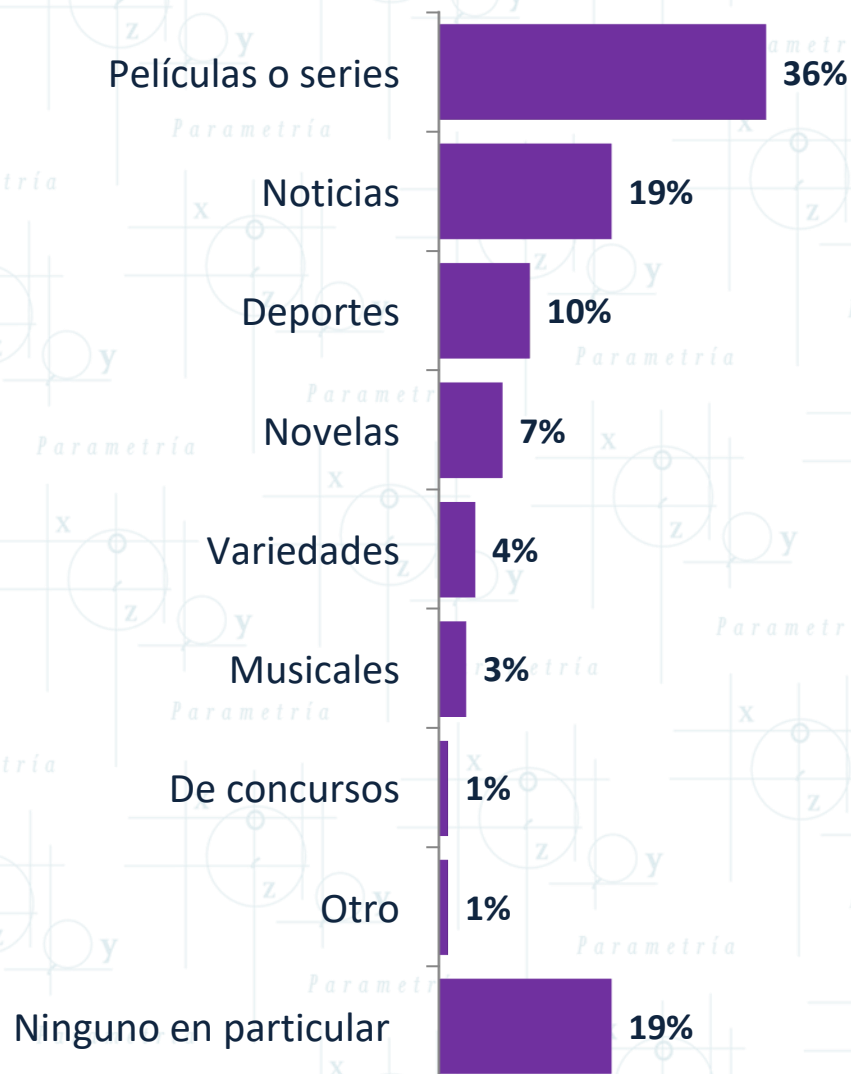
[Sólo aquellos que «Sí vieron alguno de los anuncios por TV»]



¿En qué canales de televisión o programas recuerda haber visto estos anuncios?  
[Sólo aquellos que «Sí vieron alguno de los anuncios por TV»]

|               |                                                                                                       | AGREGADO | ZM CDMX | ZM<br>Guadalajara | ZM<br>Monterrey | Campeche | Chiapas | Durango | Oaxaca | Puebla | Sonora | Veracruz | Yucatán |
|---------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|---------|-------------------|-----------------|----------|---------|---------|--------|--------|--------|----------|---------|
| Canales de TV | Televisa / Canal 2 / Las Estrellas / La Rosa de Guadalupe                                             | 59%      | 51%     | 81%               | 43%             | 79%      | 66%     | 62%     | 59%    | 56%    | 53%    | 74%      | 65%     |
|               | Milenio Televisión / Canal 6.1 / Milenio Noticias / Elisa Alanís / Alejandro Domínguez / Carlos Marín | 7%       | 9%      | 4%                | 19%             | 5%       | 0%      | 2%      | 3%     | 1%     | 4%     | 0%       | 0%      |
|               | Imagen Televisión / Cadena Tres / Canal 3.1                                                           | 2%       | 3%      | 0%                | 0%              | 0%       | 0%      | 4%      | 4%     | 9%     | 0%     | 1%       | 0%      |
|               | Sipse 8.1 tv                                                                                          | 1%       | 0%      | 2%                | 0%              | 0%       | 0%      | 0%      | 0%     | 0%     | 0%     | 0%       | 0%      |
| Programas     | Telefórmula / Ciro Gómez Leyva                                                                        | 0%       | 0%      | 0%                | 0%              | 11%      | 0%      | 0%      | 0%     | 0%     | 0%     | 0%       | 0%      |
|               | Albavisión                                                                                            | 0%       | 0%      | 0%                | 0%              | 4%       | 0%      | 0%      | 0%     | 0%     | 0%     | 0%       | 0%      |
|               | Otro                                                                                                  | 13%      | 15%     | 5%                | 11%             | 5%       | 30%     | 17%     | 23%    | 20%    | 2%     | 7%       | 19%     |
|               | No recuerda                                                                                           | 23%      | 27%     | 9%                | 31%             | 8%       | 18%     | 19%     | 18%    | 24%    | 43%    | 22%      | 21%     |

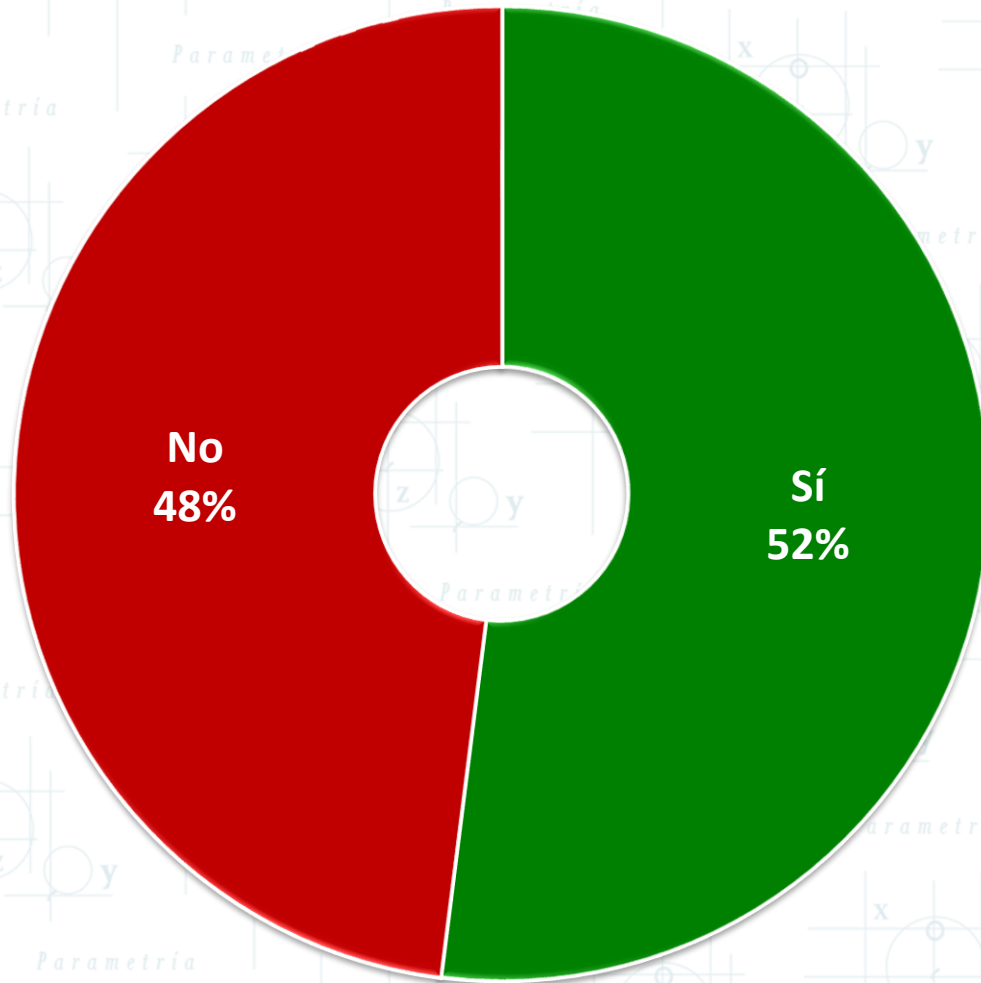
¿Qué tipo de programas de televisión ve con más frecuencia?



¿Qué tipo de programas de televisión ve con más frecuencia?

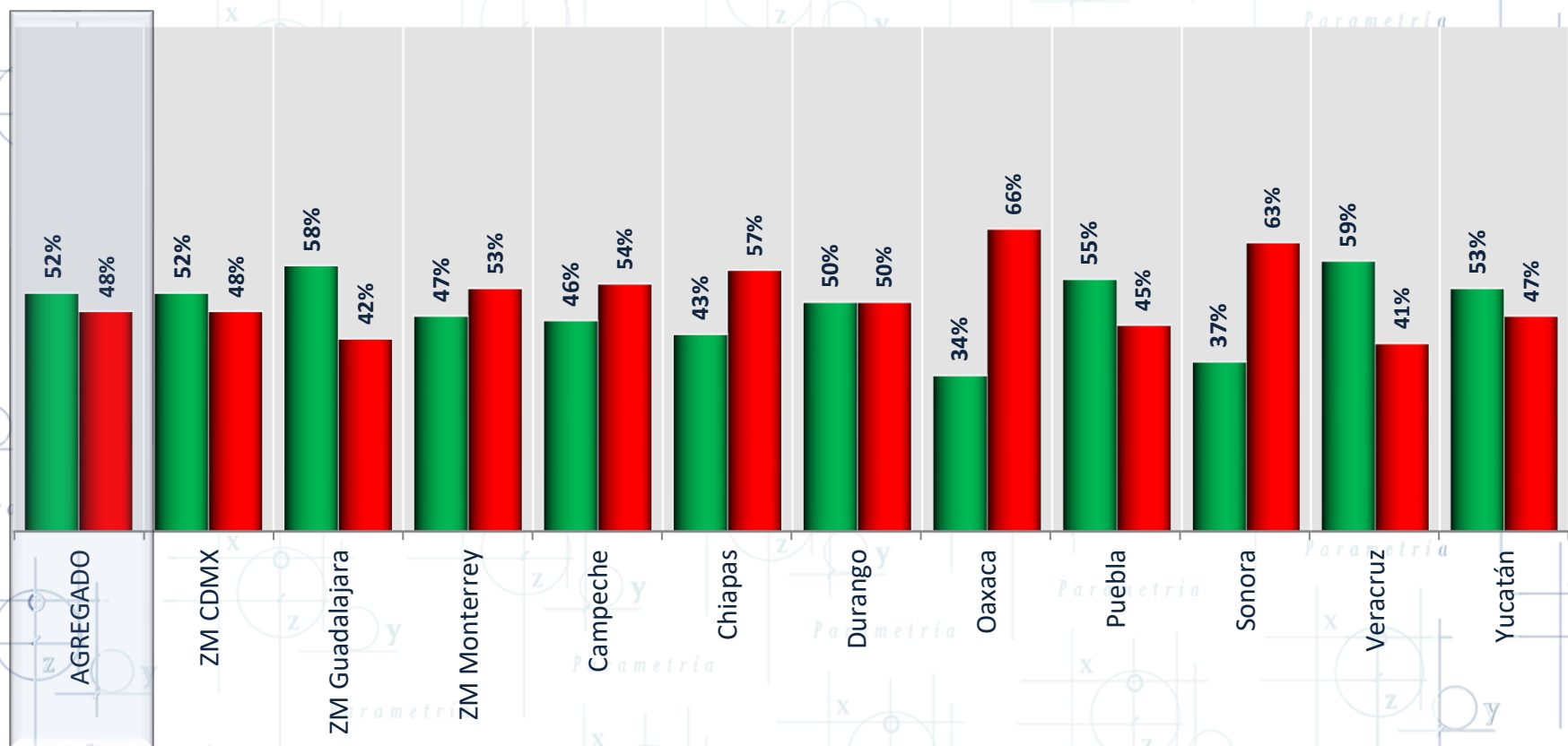
|                              | AGREGADO | ZM CDMX | ZM Guadalajara | ZM Monterrey | Campeche | Chiapas | Durango | Oaxaca | Puebla | Sonora | Veracruz | Yucatán |
|------------------------------|----------|---------|----------------|--------------|----------|---------|---------|--------|--------|--------|----------|---------|
| <b>Películas o series</b>    | 36%      | 35%     | 41%            | 33%          | 38%      | 27%     | 40%     | 23%    | 34%    | 28%    | 38%      | 38%     |
| <b>Novelas</b>               | 7%       | 4%      | 5%             | 9%           | 27%      | 15%     | 8%      | 14%    | 6%     | 11%    | 8%       | 11%     |
| <b>Deportes</b>              | 10%      | 9%      | 11%            | 12%          | 18%      | 7%      | 12%     | 14%    | 8%     | 14%    | 5%       | 3%      |
| <b>Noticias</b>              | 19%      | 21%     | 18%            | 19%          | 5%       | 23%     | 15%     | 17%    | 22%    | 13%    | 18%      | 11%     |
| <b>Musicales</b>             | 3%       | 3%      | 3%             | 2%           | 2%       | 1%      | 0%      | 1%     | 8%     | 2%     | 2%       | 3%      |
| <b>De concursos</b>          | 1%       | 1%      | 1%             | 2%           | 2%       | 5%      | 3%      | 0%     | 0%     | 0%     | 1%       | 0%      |
| <b>Variedades</b>            | 4%       | 6%      | 5%             | 1%           | 1%       | 0%      | 2%      | 2%     | 4%     | 1%     | 3%       | 5%      |
| <b>Otro</b>                  | 1%       | 2%      | 0%             | 0%           | 0%       | 2%      | 5%      | 1%     | 4%     | 3%     | 1%       | 0%      |
| <b>Ninguno en particular</b> | 19%      | 19%     | 16%            | 22%          | 7%       | 20%     | 15%     | 28%    | 14%    | 28%    | 24%      | 29%     |

¿Usted ve alguna plataforma de televisión?

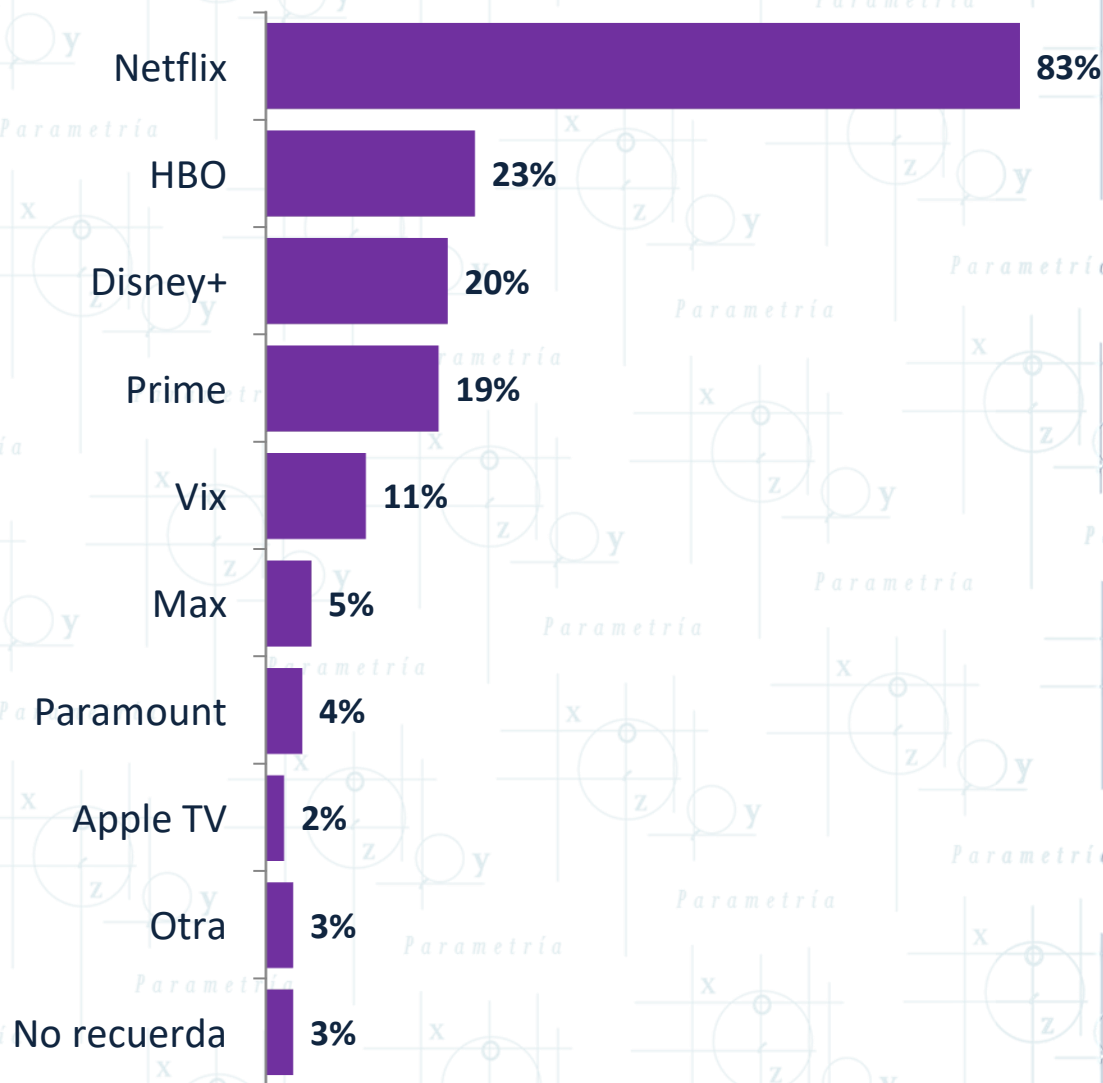


# ¿Usted ve alguna plataforma de televisión?

■ Sí ■ No



¿Cuáles son las plataformas de televisión que ve?  
[Sólo aquellos que «Sí ven alguna plataforma de televisión»]



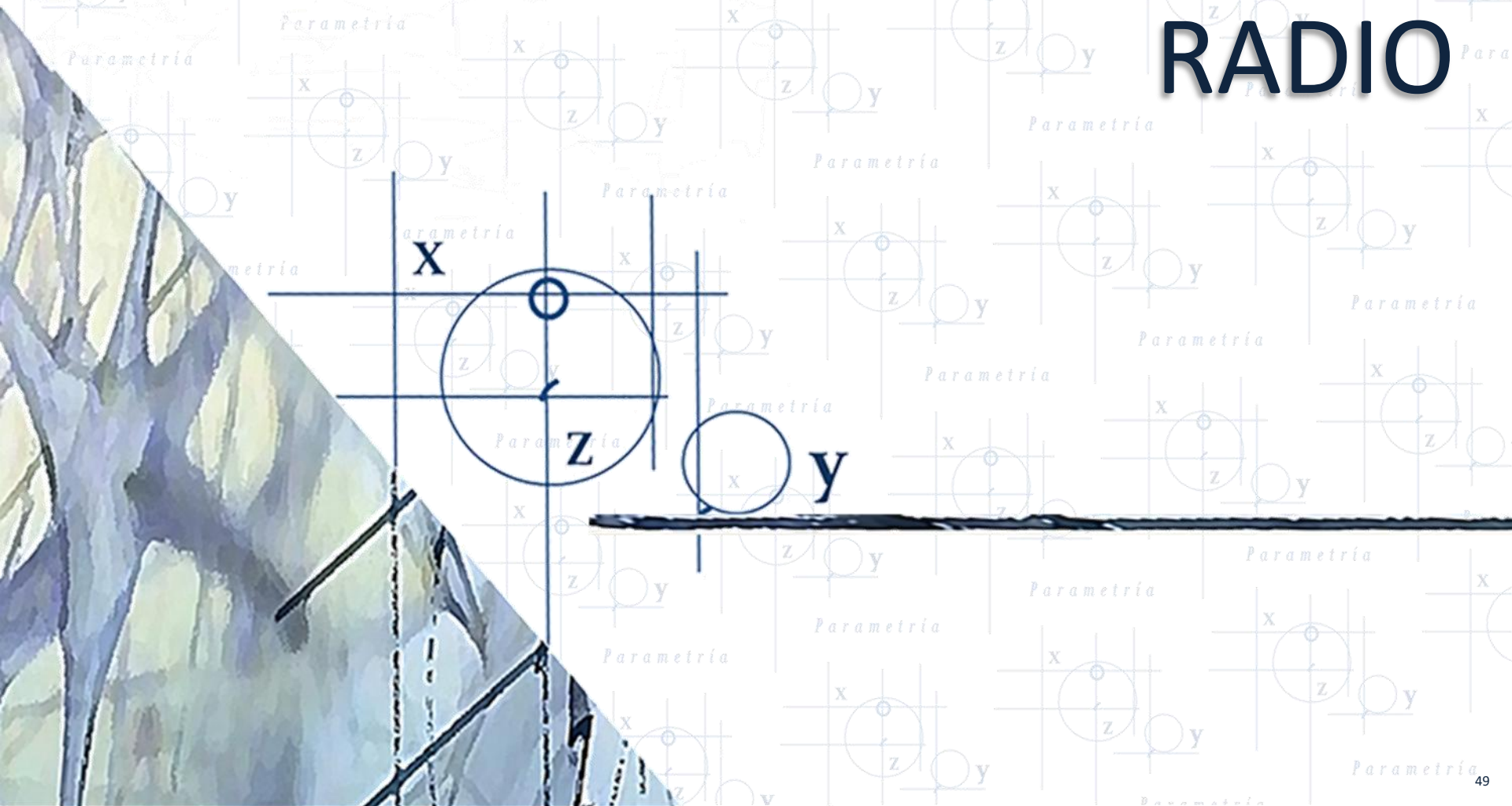
Los porcentajes aquí presentados se refieren al número de menciones de cada respuesta no al número de personas respondientes  
No suma 100%

¿Cuáles son las plataformas de televisión que ve?  
[Sólo aquellos que «Sí ven alguna plataforma de televisión»]

|             | AGREGADO | ZM CDMX | ZM Guadalajara | ZM Monterrey | Campeche | Chiapas | Durango | Oaxaca | Puebla | Sonora | Veracruz | Yucatán |
|-------------|----------|---------|----------------|--------------|----------|---------|---------|--------|--------|--------|----------|---------|
| Netflix     | 83%      | 82%     | 85%            | 85%          | 78%      | 88%     | 73%     | 77%    | 76%    | 80%    | 80%      | 89%     |
| Prime       | 19%      | 19%     | 23%            | 16%          | 17%      | 22%     | 15%     | 16%    | 20%    | 10%    | 14%      | 18%     |
| HBO         | 23%      | 20%     | 22%            | 21%          | 21%      | 39%     | 37%     | 23%    | 29%    | 16%    | 28%      | 25%     |
| Vix         | 11%      | 17%     | 6%             | 11%          | 27%      | 3%      | 10%     | 12%    | 10%    | 0%     | 9%       | 9%      |
| Disney+     | 20%      | 25%     | 15%            | 13%          | 19%      | 23%     | 35%     | 16%    | 23%    | 22%    | 16%      | 28%     |
| Max         | 5%       | 7%      | 2%             | 4%           | 1%       | 6%      | 8%      | 2%     | 7%     | 0%     | 5%       | 5%      |
| Apple TV    | 2%       | 4%      | 0%             | 4%           | 6%       | 0%      | 5%      | 8%     | 0%     | 0%     | 0%       | 2%      |
| Paramount   | 4%       | 4%      | 3%             | 9%           | 4%       | 0%      | 6%      | 0%     | 3%     | 0%     | 5%       | 0%      |
| Otra        | 3%       | 2%      | 1%             | 9%           | 0%       | 0%      | 9%      | 9%     | 0%     | 8%     | 4%       | 0%      |
| No recuerda | 3%       | 3%      | 2%             | 6%           | 0%       | 0%      | 3%      | 2%     | 4%     | 7%     | 5%       | 4%      |

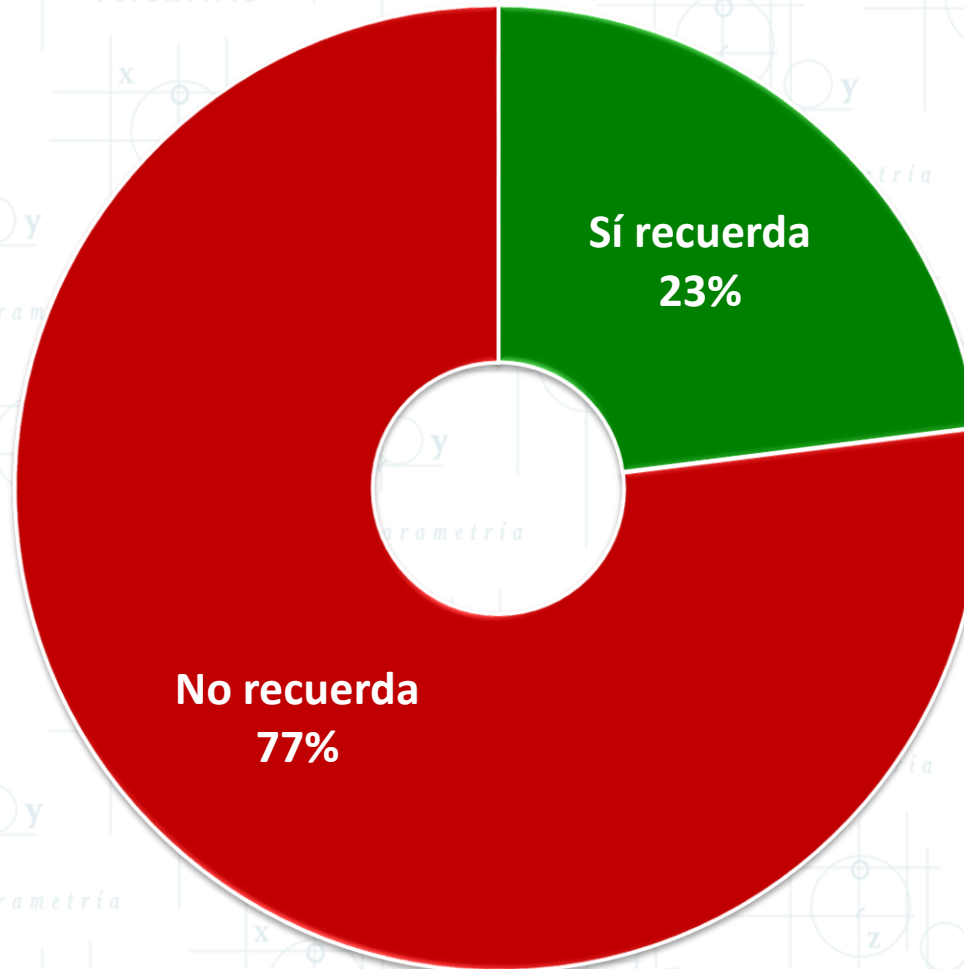
Los porcentajes aquí presentados se refieren al número de menciones de cada respuesta no al número de personas respondientes  
No suma 100%

# RECORDACIÓN INDUCIDA RADIO



¿Recuerda haber oído este mensaje en la radio?

SPOT DE RADIO



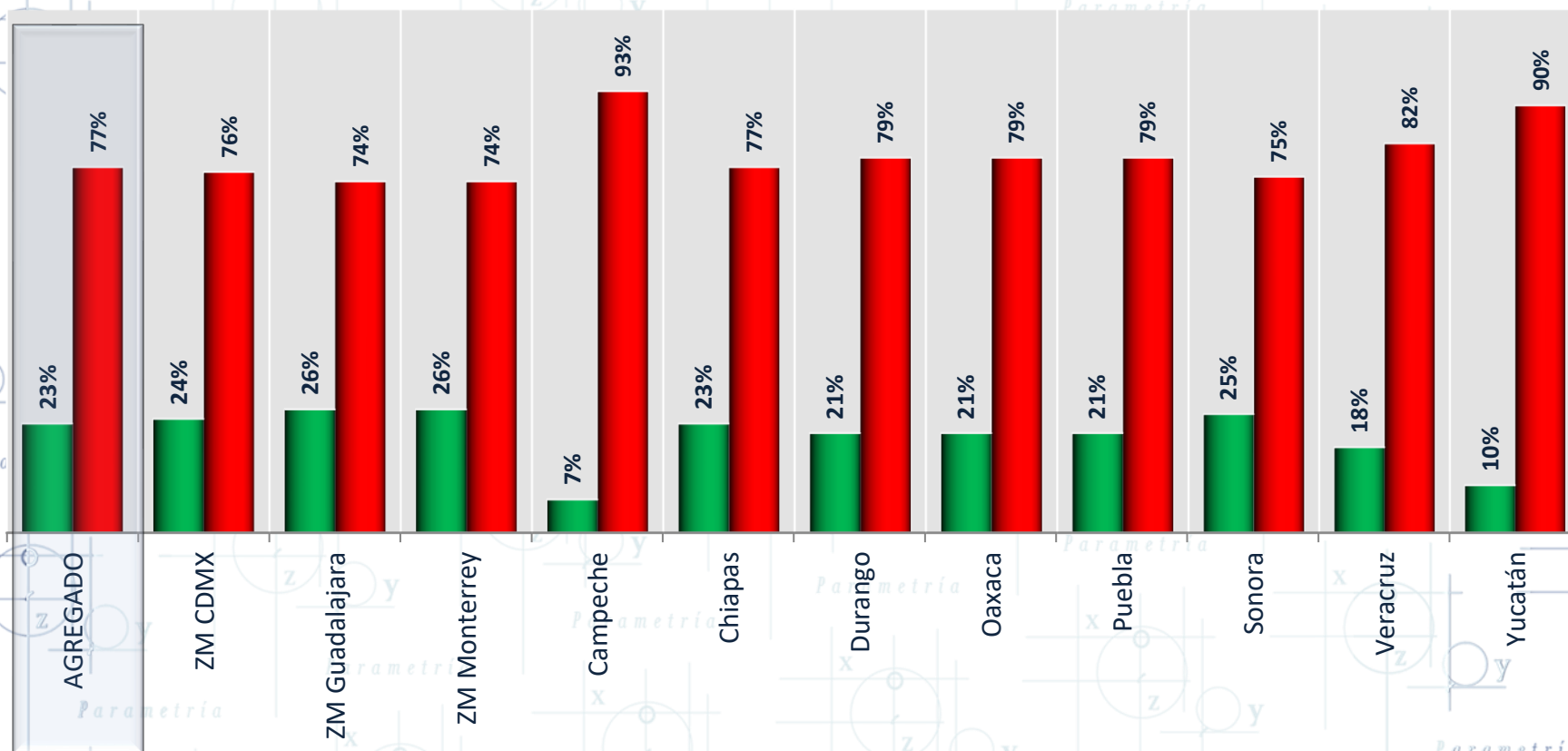
¿Recuerda haber oído este mensaje en la radio?

SPOT DE RADIO



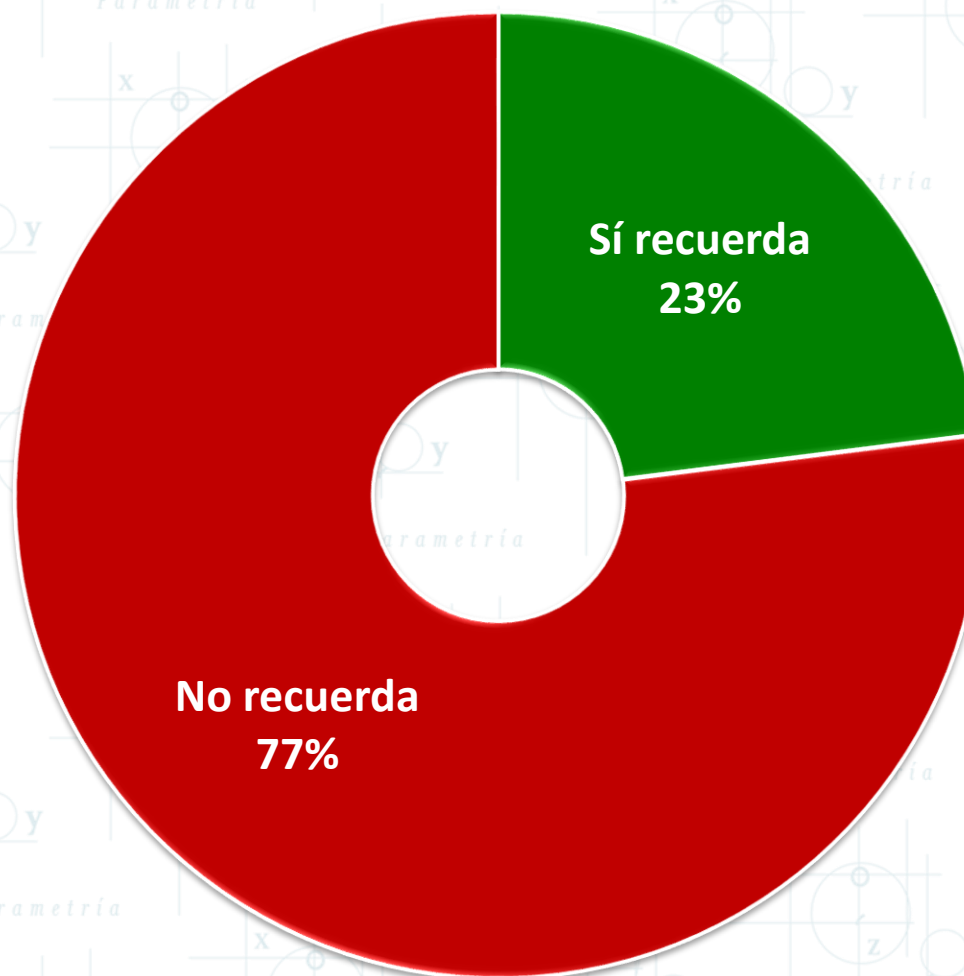
■ Sí recuerda

■ No recuerda



¿Recuerda haber oído este otro mensaje en la radio?

SPOT DE RADIO



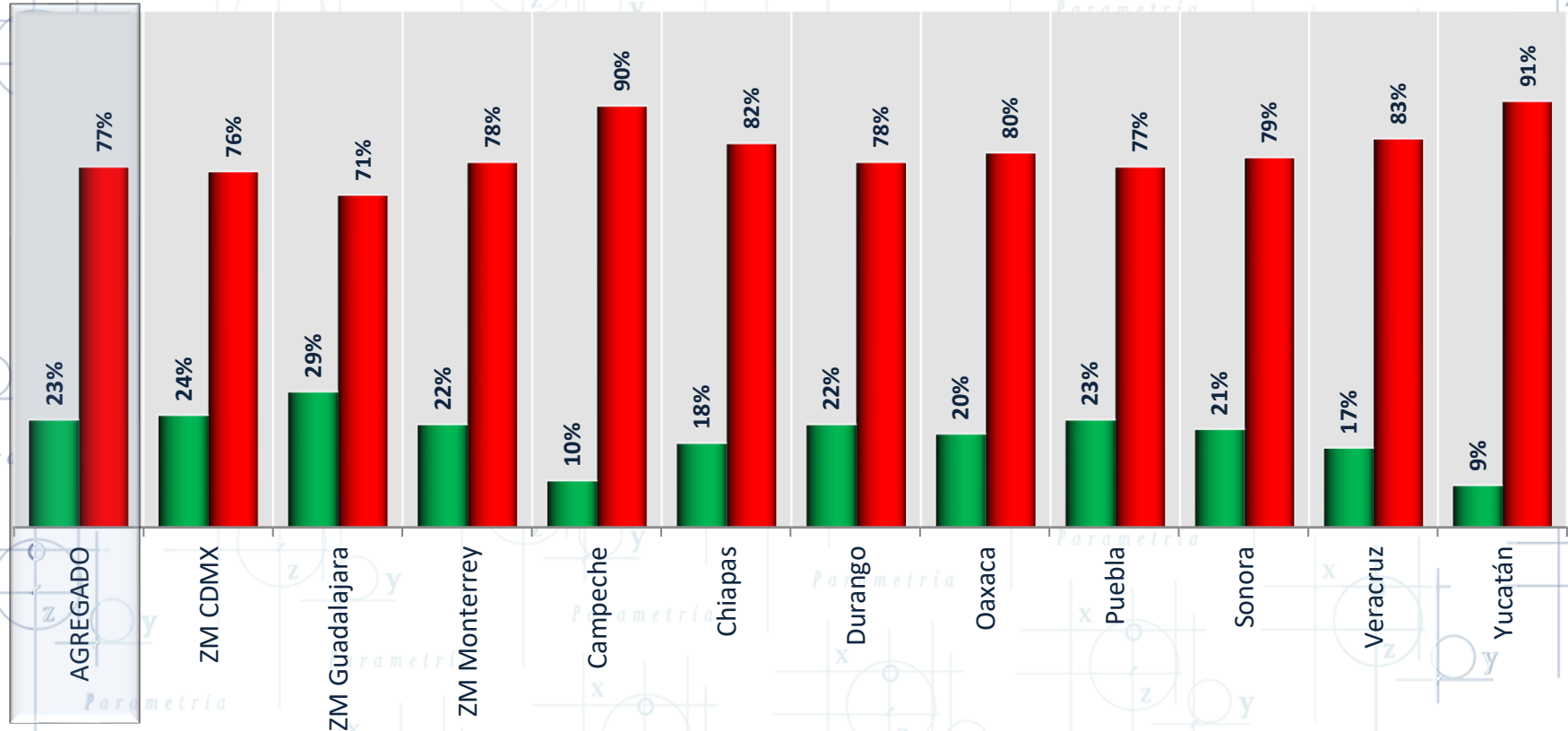
¿Recuerda haber oído este otro mensaje en la radio?

SPOT DE RADIO



■ Sí recuerda

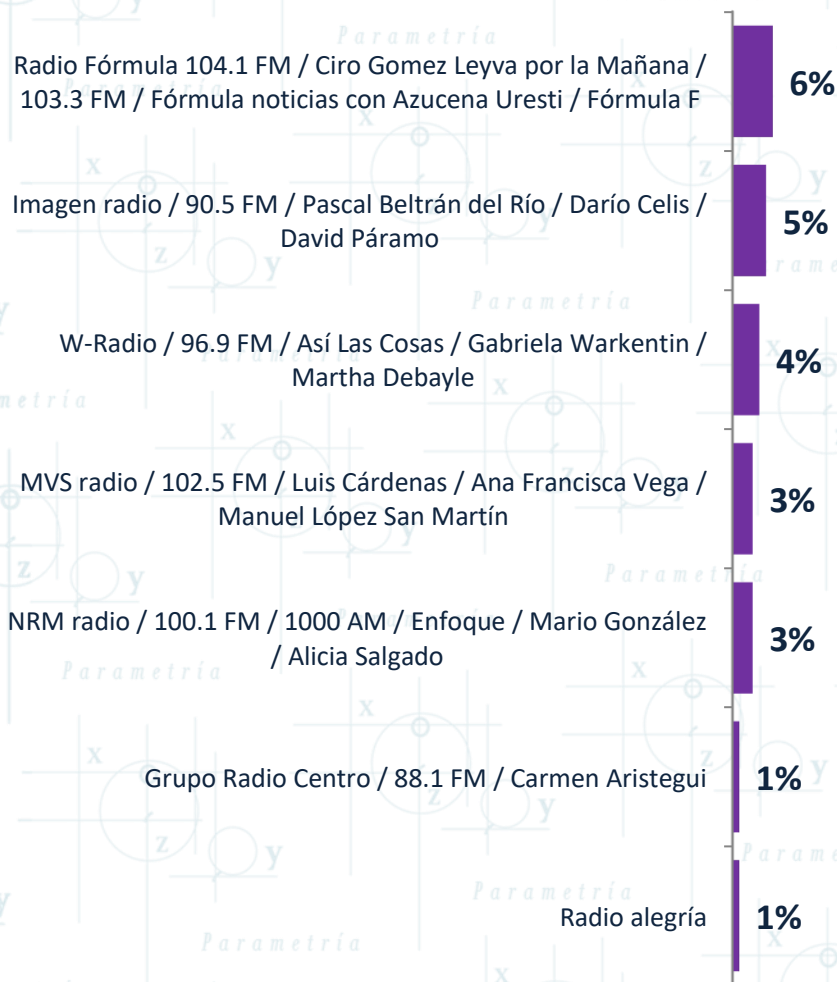
■ No recuerda



¿En qué estaciones de radio o programas de radio recuerda haber escuchado estos anuncios?

[Sólo aquellos que «Sí escucharon alguno de los anuncios por radio]

## Estaciones de radio nacionales

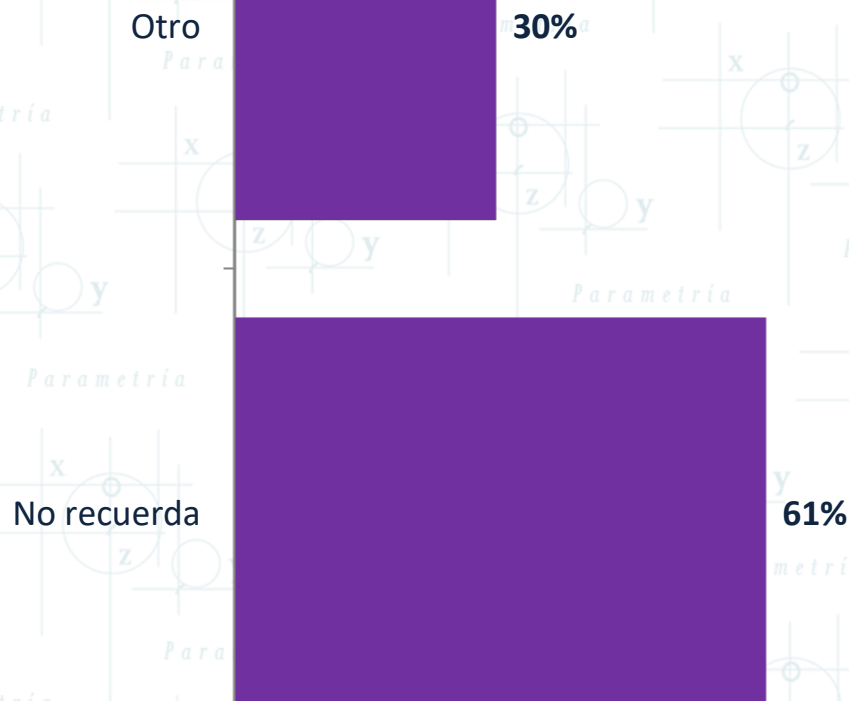


NO suma 100%

¿En qué estaciones de radio o programas de radio recuerda haber escuchado estos anuncios?

[Sólo aquellos que «Sí escucharon alguno de los anuncios por radio]

## Estaciones de radio en Chiapas



¿En qué estaciones de radio o programas de radio recuerda haber escuchado estos anuncios?

[Sólo aquellos que «Sí escucharon alguno de los anuncios por radio]

## Ciudad de México y Área Metropolitana

Radio Fórmula 104.1 FM / Ciro Gomez Leyva por la  
Mañana / 103.3 FM / Fórmula noticias con Azucena Uresti  
/ Fórmula F

9%

Imagen radio / 90.5 FM / Pascal Beltrán del Río / Darío  
Celis / David Páramo

9%

MVS radio / 102.5 FM / Luis Cárdenas / Ana Francisca  
Vega / Manuel López San Martín

6%

NRM radio / 100.1 FM / 1000 AM / Enfoque / Mario  
González / Alicia Salgado

3%

Grupo Radio Centro / 88.1 FM / Carmen Aristegui

3%

W-Radio / 96.9 FM / Así Las Cosas / Gabriela Warkentin /  
Martha Debayle

2%

NO suma 100%

¿En qué estaciones de radio o programas de radio recuerda haber escuchado estos anuncios?

[Sólo aquellos que «Sí escucharon alguno de los anuncios por radio]

## Estaciones de radio en Durango

Radio Fórmula 104.1 FM / Ciro Gomez Leyva  
por la Mañana / 103.3 FM / Fórmula noticias  
con Azucena Uresti / Fórmula F

10%

W-Radio / 96.9 FM / Así Las Cosas / Gabriela  
Warkentin / Martha Debayle

7%

Imagen radio / 90.5 FM / Pascal Beltrán del  
Río / Darío Celis / David Páramo

6%

NO suma 100%

¿En qué estaciones de radio o programas de radio recuerda haber escuchado estos anuncios?

[Sólo aquellos que «Sí escucharon alguno de los anuncios por radio]

## Estaciones de radio en Jalisco

NRM radio / 100.1 FM / 1000 AM / Enfoque /  
Mario González / Alicia Salgado

7%

W-Radio / 96.9 FM / Así Las Cosas / Gabriela  
Warkentin / Martha Debayle

5%

Imagen radio / 90.5 FM / Pascal Beltrán del Río /  
Darío Celis / David Páramo

3%

Radio Fórmula 104.1 FM / Ciro Gomez Leyva por  
la Mañana / 103.3 FM / Fórmula noticias con  
Azucena Uresti / Fórmula F

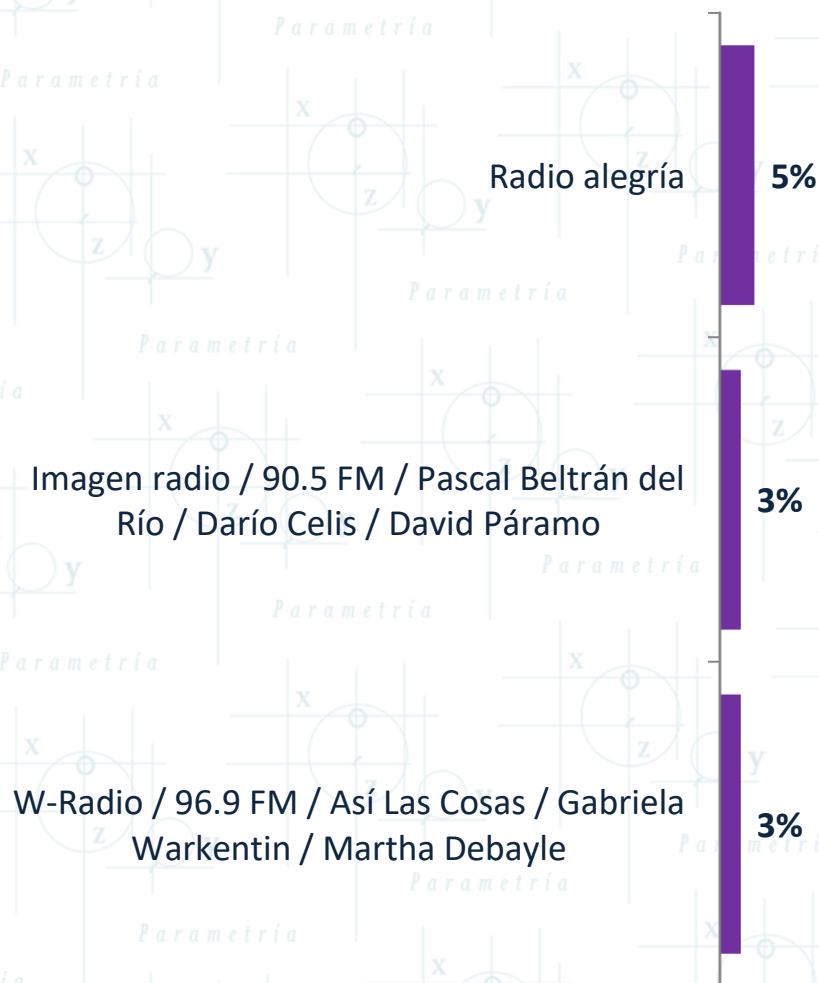
2%

NO suma 100%

¿En qué estaciones de radio o programas de radio recuerda haber escuchado estos anuncios?

[Sólo aquellos que «Sí escucharon alguno de los anuncios por radio]

## Estaciones de radio en Nuevo León



NO suma 100%

¿En qué estaciones de radio o programas de radio recuerda haber escuchado estos anuncios?

[Sólo aquellos que «Sí escucharon alguno de los anuncios por radio]

## Estaciones de radio en Oaxaca

Radio Fórmula 104.1 FM / Ciro Gomez Leyva por la  
Mañana / 103.3 FM / Fórmula noticias con Azucena  
Uresti / Fórmula F

7%

NRM radio / 100.1 FM / 1000 AM / Enfoque / Mario  
González / Alicia Salgado

3%

W-Radio / 96.9 FM / Así Las Cosas / Gabriela  
Warkentin / Martha Debayle

3%

NO suma 100%

¿En qué estaciones de radio o programas de radio recuerda haber escuchado estos anuncios?

[Sólo aquellos que «Sí escucharon alguno de los anuncios por radio]

## Estaciones de radio en Puebla

Radio Fórmula 104.1 FM / Ciro Gomez Leyva por la  
Mañana / 103.3 FM / Fórmula noticias con Azucena  
Uresti / Fórmula F

13%

MVS radio / 102.5 FM / Luis Cárdenas / Ana  
Francisca Vega / Manuel López San Martín

6%

Bomacar

4%

NO suma 100%

¿En qué estaciones de radio o programas de radio recuerda haber escuchado estos anuncios?

[Sólo aquellos que «Sí escucharon alguno de los anuncios por radio]

## Estaciones de radio en Sonora

NRM radio / 100.1 FM / 1000 AM / Enfoque /  
Mario González / Alicia Salgado

4%

Radio Fórmula 104.1 FM / Ciro Gomez Leyva  
por la Mañana / 103.3 FM / Fórmula noticias  
con Azucena Uresti / Fórmula F

3%

NO suma 100%

¿En qué estaciones de radio o programas de radio recuerda haber escuchado estos anuncios?

[Sólo aquellos que «Sí escucharon alguno de los anuncios por radio]

## Estaciones de radio en Veracruz

W-Radio / 96.9 FM / Así Las Cosas / Gabriela Warkentin / Martha Debayle

10%

Radio Fórmula 104.1 FM / Ciro Gomez Leyva por la Mañana / 103.3 FM / Fórmula noticias con Azucena Uresti / Fórmula F

2%

NO suma 100%

¿En qué estaciones de radio o programas de radio recuerda haber escuchado estos anuncios?

[Sólo aquellos que «Sí escucharon alguno de los anuncios por radio]

## Estaciones de radio en Yucatán

Imagen radio / 90.5 FM / Pascal Beltrán del  
Río / Darío Celis / David Páramo

18%

NRM radio / 100.1 FM / 1000 AM / Enfoque /  
Mario González / Alicia Salgado

16%

W-Radio / 96.9 FM / Así Las Cosas / Gabriela  
Warkentin / Martha Debayle

13%

ACIR / 88.9 FM / Panorama Informativo

13%

NO suma 100%

¿Cuánto días a la semana normalmente escucha la radio?

Ninguno / No escucha radio

57%

Uno

8%

Dos

7%

Tres

4%

Cuatro

2%

Cinco

2%

Seis

1%

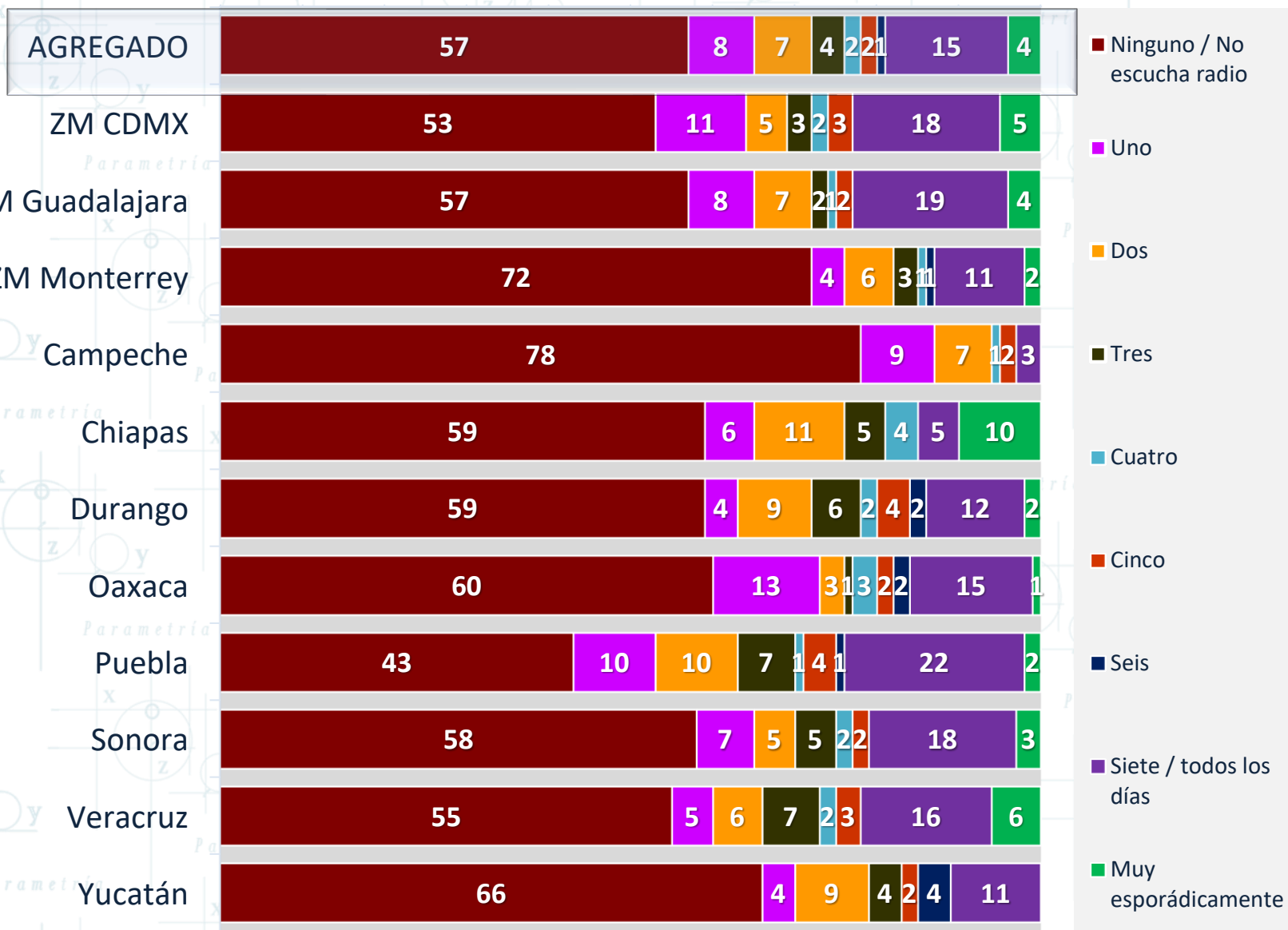
Siete / todos los días

15%

Muy esporádicamente

4%

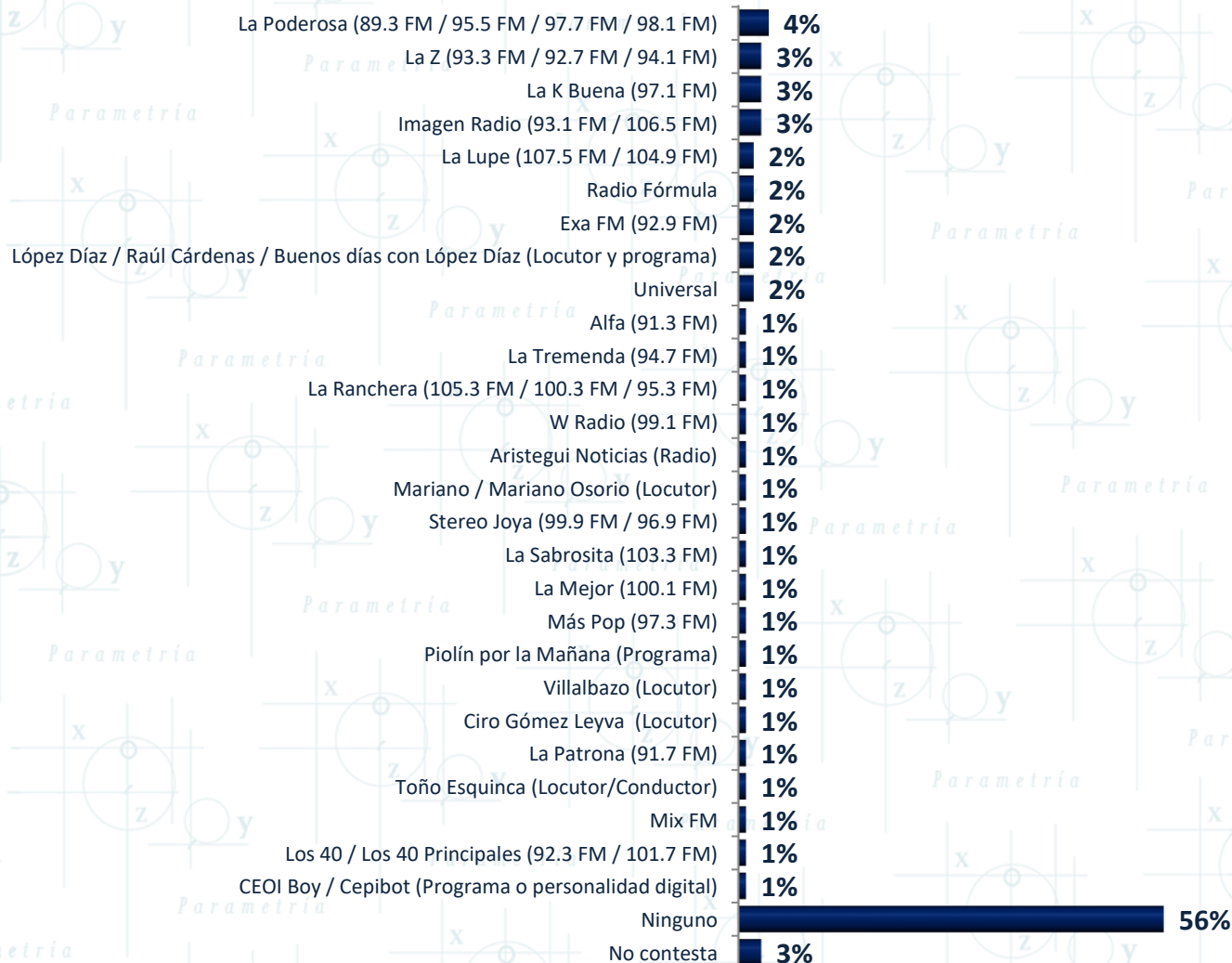
¿Cuánto días a la semana normalmente escucha la radio?



¿Tiene alguna estación de radio, programa o locutor que escuche con frecuencia?

[Sólo quienes escuchan la radio]

## Multirrespuesta



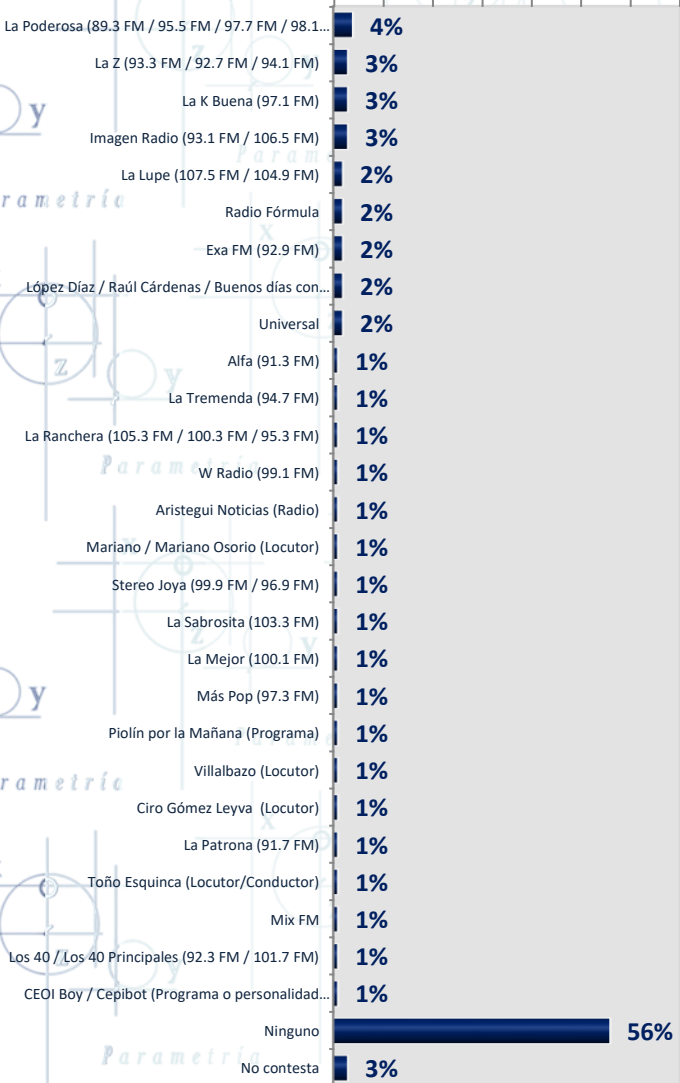
|                                    |    |
|------------------------------------|----|
| La Z (93.3 FM / 92.7 FM / 94.1 FM) | 3% |
| Imagen Radio (93.1 FM / 106.5 FM)  | 3% |
| La Lupe (107.5 FM / 104.9 FM)      | 3% |
| Radio Fórmula                      | 3% |

Parametría; ENCUESTA EN VIVIENDA / 1,200 casos / Error (+/-) 2.8 % / Del 24 al 30 de noviembre 2025.

# ¿Tiene alguna estación de radio, programa o locutor que escuche con frecuencia?

[Sólo quienes escuchan la radio]

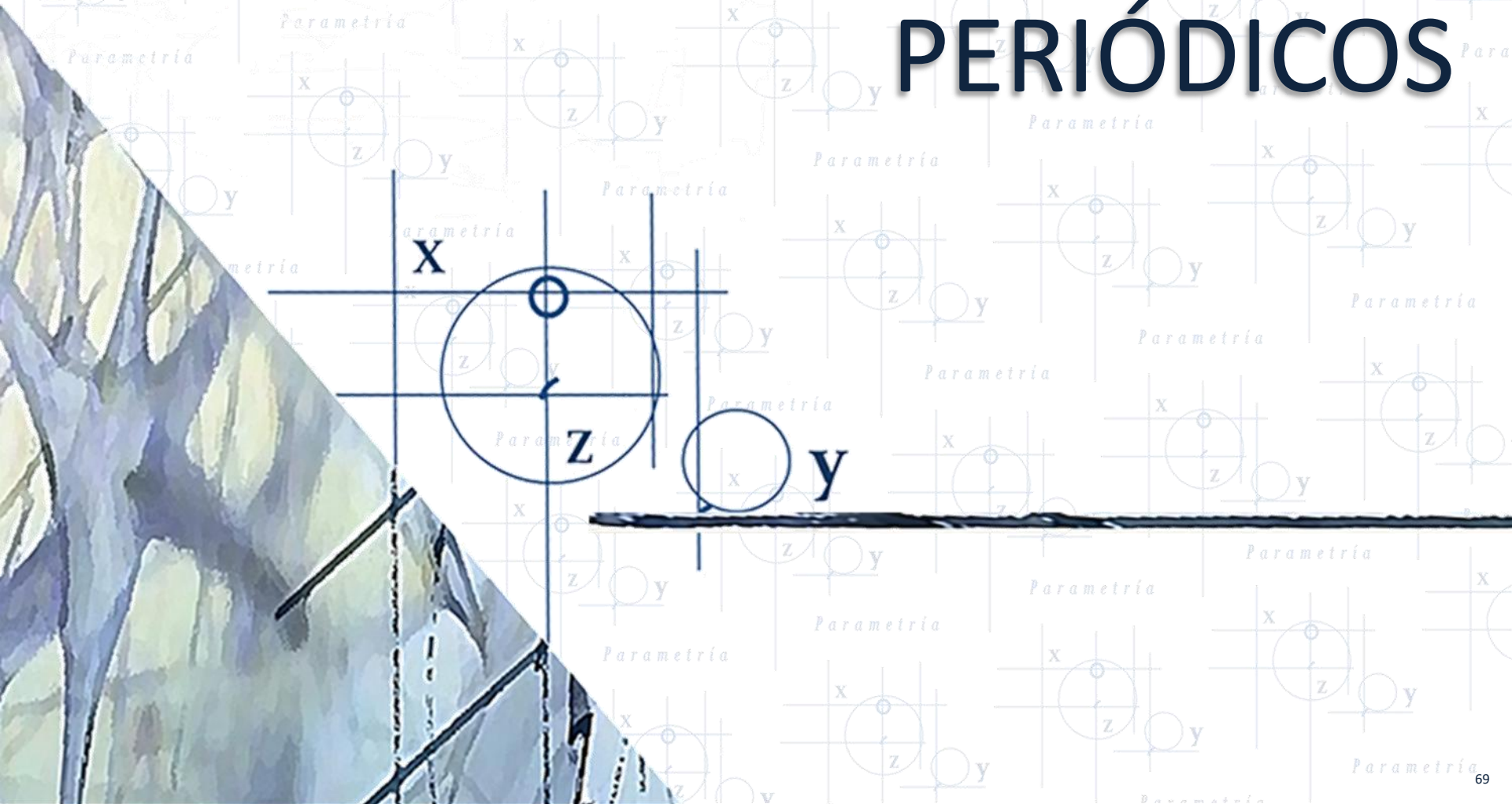
## Agregado



## RECORDACIÓN INDUCIDA RADIO PREGUNTA ABIERTA

|                |             |                                                                              |     |
|----------------|-------------|------------------------------------------------------------------------------|-----|
| ZIM CDMX       | 1ª. Mención | La Z (93.3 FM / 92.7 FM / 94.1 FM)                                           | 7%  |
|                | 2ª. Mención | Imagen Radio (93.1 FM / 106.5 FM)                                            | 5%  |
|                | 3ª. mención | Radio Fórmula                                                                | 5%  |
| ZM Guadalajara | 1ª. Mención | La K Buena (97.1 FM)                                                         | 8%  |
|                | 2ª. Mención | La Lupe (107.5 FM / 104.9 FM)                                                | 6%  |
|                | 3ª. Mención | La Poderosa (89.3 FM / 95.5 FM / 97.7 FM / 98.1 FM)                          | 6%  |
| ZIM Monterrey  | 1ª. Mención | CEOI Boy / Cepibot (Programa o personalidad digital)                         | 6%  |
|                | 2ª. Mención | La Z (93.3 FM / 92.7 FM / 94.1 FM)                                           | 6%  |
|                | 3ª. Mención | La Lupe (107.5 FM / 104.9 FM)                                                | 3%  |
| Campeche       | 1ª. Mención | La Poderosa (89.3 FM / 95.5 FM / 97.7 FM / 98.1 FM)                          | 4%  |
|                | 2ª. Mención | Radio Fórmula                                                                | 3%  |
|                | 3ª. Mención |                                                                              |     |
| Chiapas        | 1ª. Mención | Más Pop (97.3 FM)                                                            | 6%  |
|                | 2ª. Mención | Radio Zoque                                                                  | 6%  |
|                | 3ª. Mención | Joya Radio                                                                   | 6%  |
| Durango        | 1ª. Mención | La Tremenda (94.7 FM)                                                        | 9%  |
|                | 2ª. Mención | La Poderosa (89.3 FM / 95.5 FM / 97.7 FM / 98.1 FM)                          | 7%  |
|                | 3ª. Mención | Más Pop (97.3 FM)                                                            | 5%  |
| Oaxaca         | 1ª. Mención | La Mejor (100.1 FM)                                                          | 6%  |
|                | 2ª. Mención | La Lupe (107.5 FM / 104.9 FM)                                                | 5%  |
|                | 3a mención  | Radio Fórmula                                                                | 3%  |
| Puebla         | 1ª. Mención | La Poderosa (89.3 FM / 95.5 FM / 97.7 FM / 98.1 FM)                          | 14% |
|                | 2ª. Mención | López Díaz / Raúl Cárdenas / Buenos días con López Díaz (Locutor y programa) | 9%  |
|                | 3ª. Mención | Stereo Joya (99.9 FM / 96.9 FM)                                              | 3%  |
| Sonora         | 1ª. Mención | Radio MIA                                                                    | 10% |
|                | 2ª. Mención | Los 40 / Los 40 Principales (92.3 FM / 101.7 FM)                             | 9%  |
|                | 3ª. Mención | Exa FM (92.9 FM)                                                             | 7%  |
| Veracruz       | 1ª. Mención | La Poderosa (89.3 FM / 95.5 FM / 97.7 FM / 98.1 FM)                          | 6%  |
|                | a.. Mención | La Patrona (91.7 FM)                                                         | 5%  |
|                | 3ª. Mención | La Lupe (107.5 FM / 104.9 FM)                                                | 4%  |
| Yucatán        | 1ª. Mención | La Poderosa (89.3 FM / 95.5 FM / 97.7 FM / 98.1 FM)                          | 7%  |
|                | 2ª. Mención | Exa FM (92.9 FM)                                                             | 5%  |
|                | 3ª. mención | Ciro Gómez Leyva (Locutor)                                                   | 5%  |

# RECORDACIÓN INDUCIDA PERIÓDICOS



¿Recuerda haber visto alguno de estos anuncios en algún periódico?

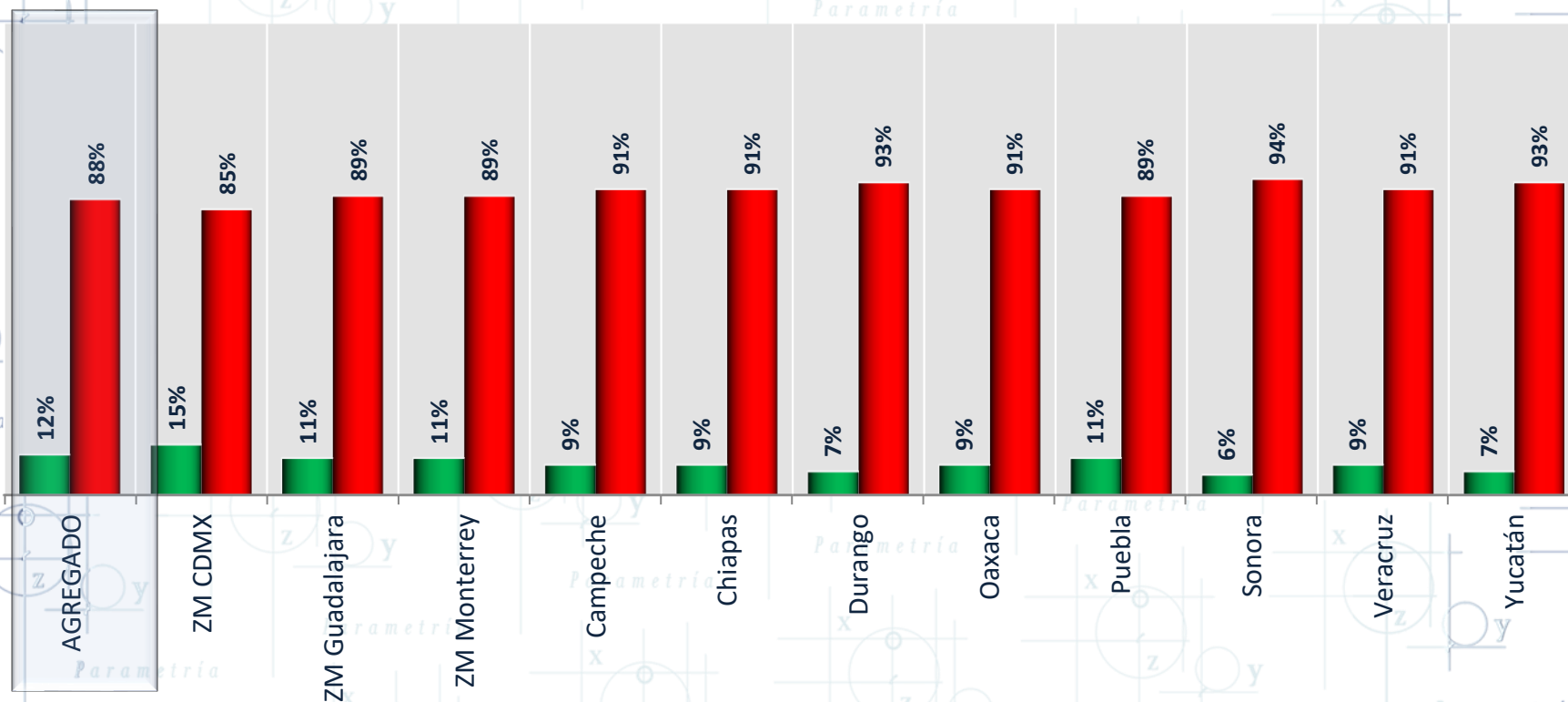


¿Recuerda haber visto alguno de estos anuncios en algún periódico?

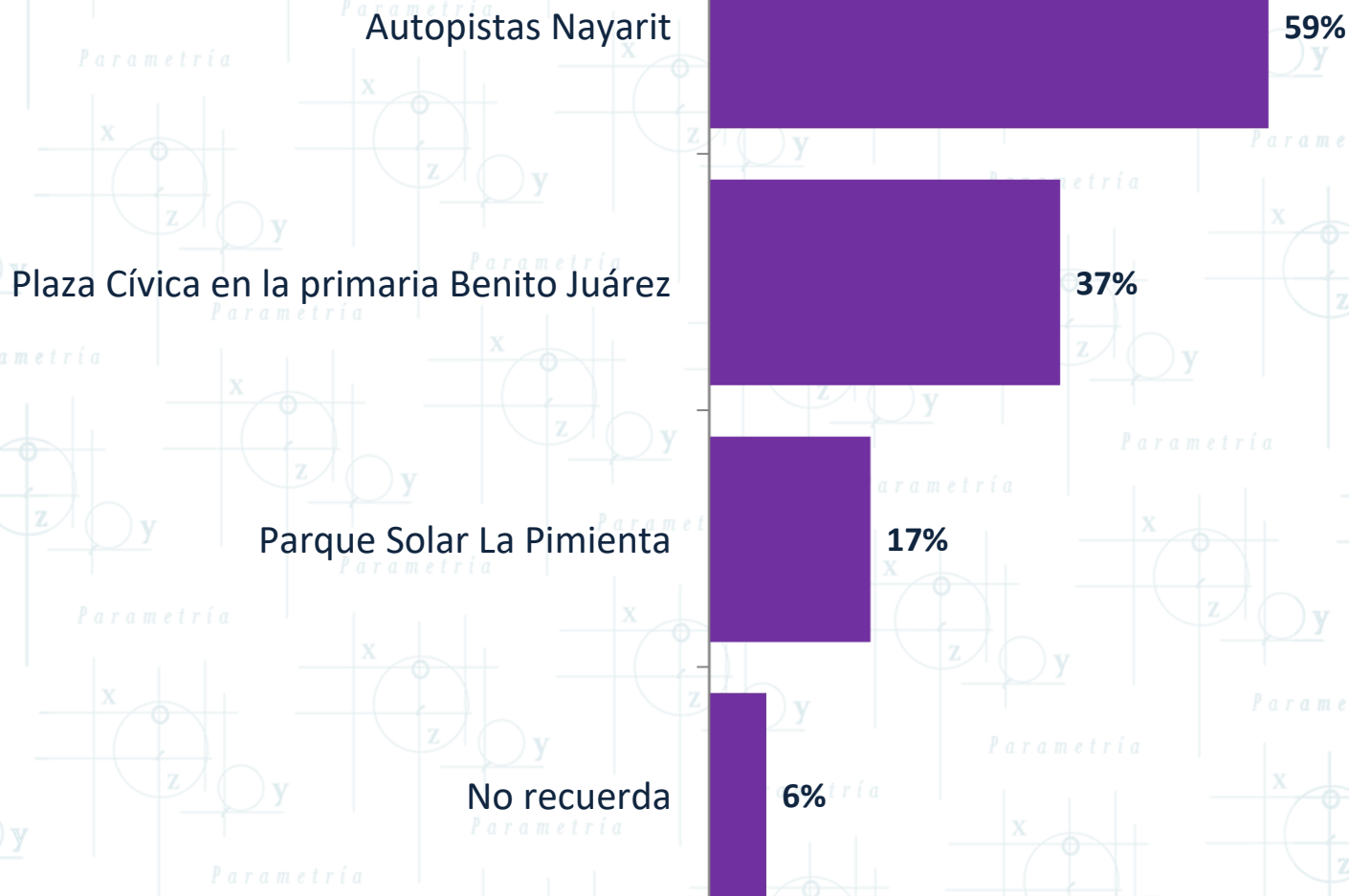


■ Sí recuerda

■ No recuerda



¿Cuáles fueron los anuncios que vio?  
[Sólo aquellos que «Sí han visto algún anuncio»]

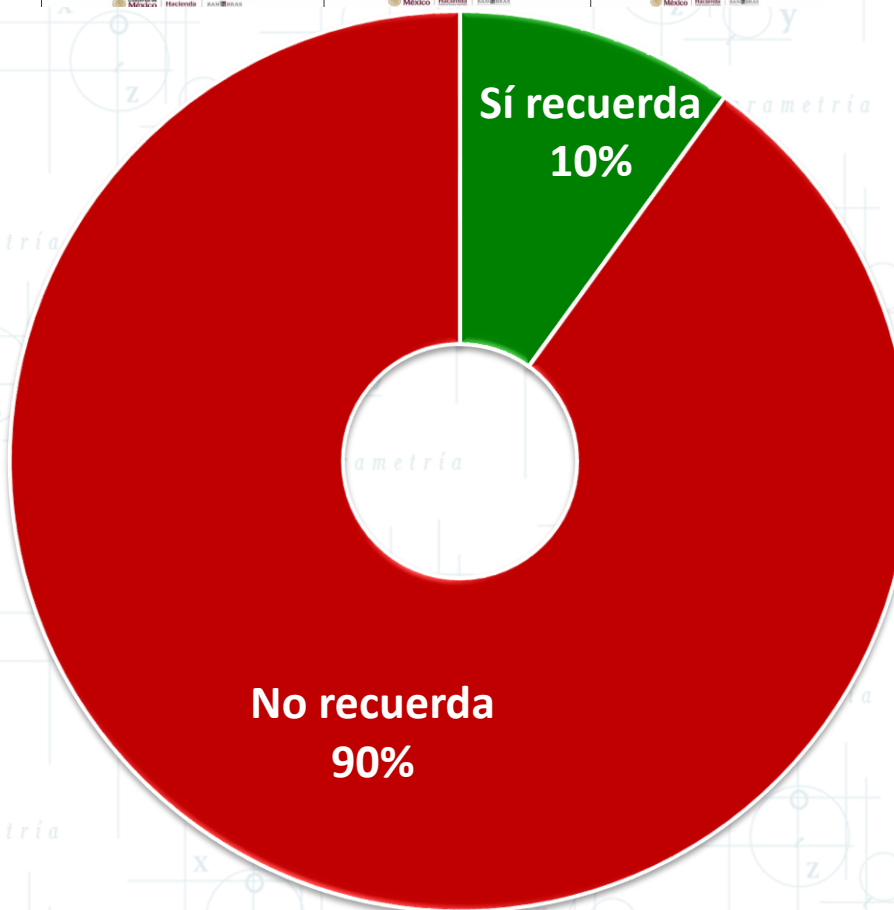


¿Cuáles fueron los anuncios que vio?  
[Sólo aquellos que «Sí han visto algún anuncio»]

|                                           | AGREGADO | ZM CDMX | ZM Guadalajara | ZM Monterrey | Campeche | Chiapas | Durango | Oaxaca | Puebla | Sonora | Veracruz | Yucatán |
|-------------------------------------------|----------|---------|----------------|--------------|----------|---------|---------|--------|--------|--------|----------|---------|
| Autopistas Nayarit                        | 59%      | 58%     | 78%            | 60%          | 13%      | 70%     | 52%     | 44%    | 44%    | 79%    | 35%      | 58%     |
| Plaza Cívica en la primaria Benito Juárez | 37%      | 42%     | 22%            | 55%          | 61%      | 13%     | 12%     | 7%     | 37%    | 13%    | 30%      | 42%     |
| Parque Solar La Pimienta                  | 17%      | 19%     | 7%             | 16%          | 37%      | 18%     | 36%     | 7%     | 26%    | 0%     | 24%      | 0%      |
| No recuerda                               | 6%       | 0%      | 15%            | 8%           | 0%       | 0%      | 0%      | 41%    | 7%     | 7%     | 11%      | 0%      |

NO suma 100%

¿Recuerda haber visto alguno de estos otros anuncios en algún periódico?

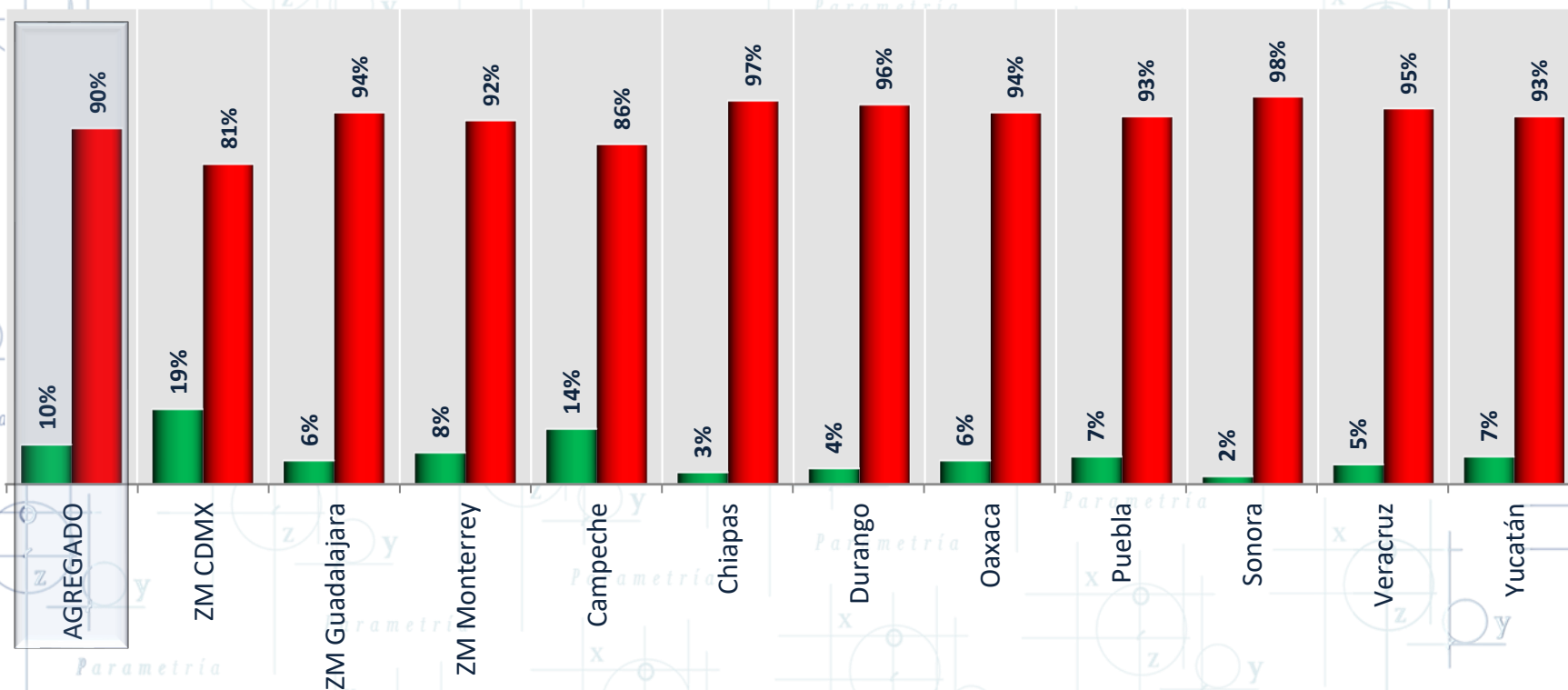


¿ Recuerda haber visto alguno de estos otros anuncios en algún periódico?

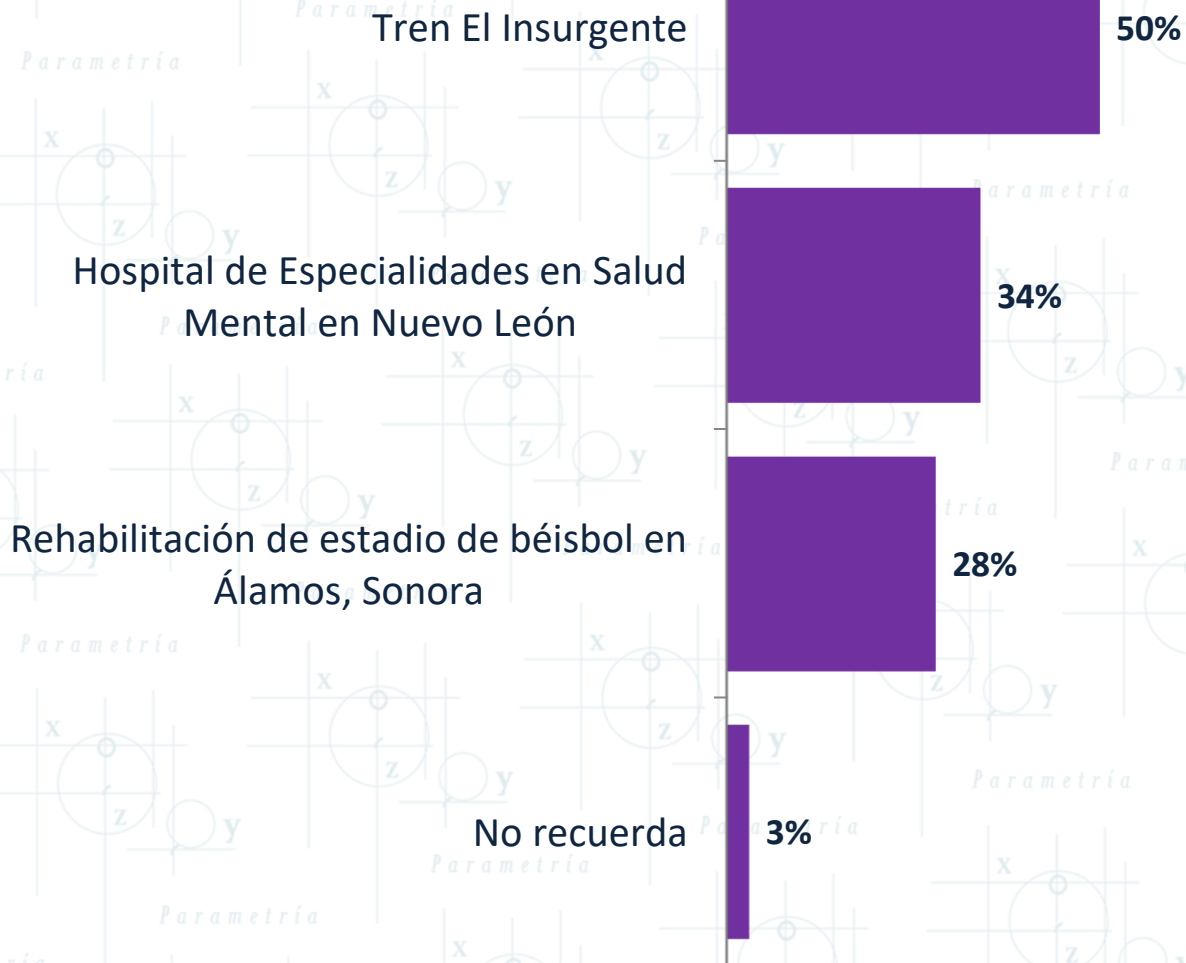


■ Sí recuerda

■ No recuerda



¿Cuáles fueron los anuncios que vio?  
[Sólo aquellos que «Sí han visto algún anuncio»]



NO suma 100%

¿Cuáles fueron los anuncios que vio?  
[Sólo aquellos que «Sí han visto algún anuncio]

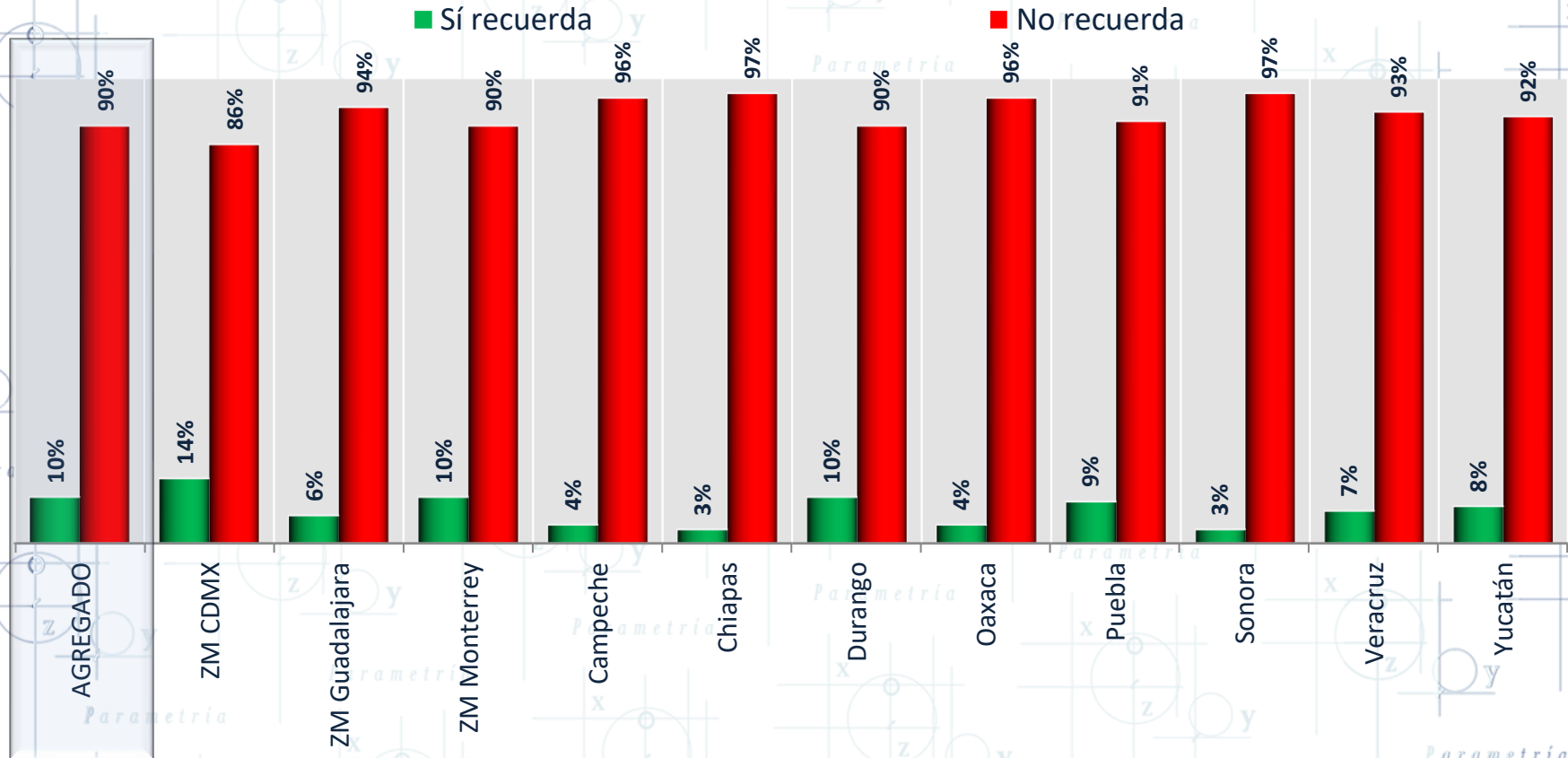
|                                                          | AGREGADO | ZM CDMX | ZM Guadalajara | ZM Monterrey | Campeche | Chiapas | Durango | Oaxaca | Puebla | Sonora | Veracruz | Yucatán |
|----------------------------------------------------------|----------|---------|----------------|--------------|----------|---------|---------|--------|--------|--------|----------|---------|
| Rehabilitación de estadio de béisbol en Álamos, Sonora   | 28%      | 19%     | 40%            | 51%          | 16%      | 50%     | 82%     | 10%    | 15%    | 100%   | 28%      | 62%     |
| Tren El Insurgente                                       | 50%      | 56%     | 33%            | 49%          | 23%      | 0%      | 34%     | 71%    | 75%    | 0%     | 55%      | 0%      |
| Hospital de Especialidades en Salud Mental en Nuevo León | 34%      | 33%     | 44%            | 40%          | 65%      | 50%     | 0%      | 10%    | 28%    | 0%     | 34%      | 11%     |
| No recuerda                                              | 3%       | 0%      | 16%            | 0%           | 0%       | 0%      | 0%      | 9%     | 0%     | 0%     | 0%       | 26%     |

NO suma 100%

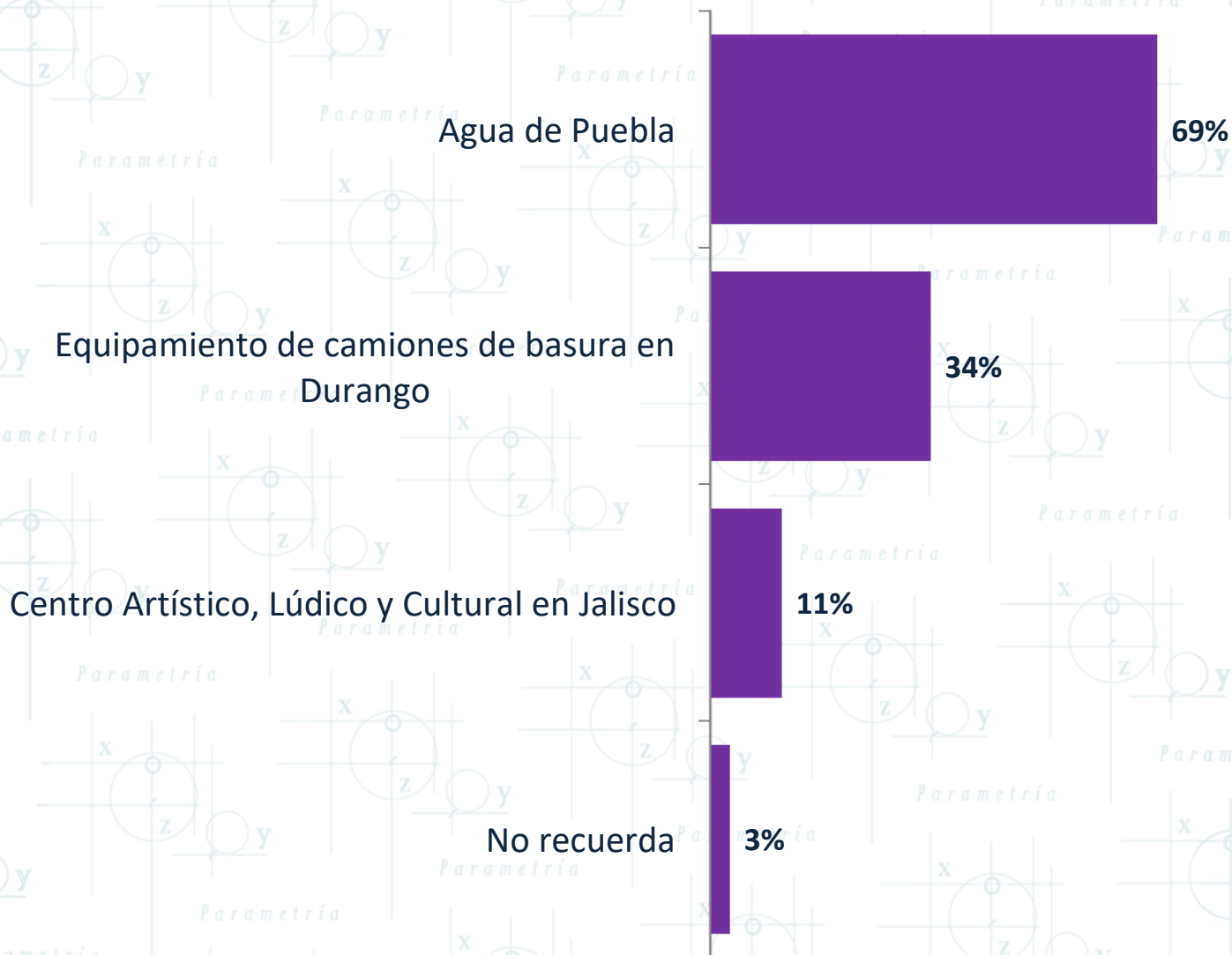
¿Recuerda haber visto alguno de estos otros anuncios en algún periódico?



¿ Recuerda haber visto alguno de estos otros anuncios en algún periódico?



¿Cuáles fueron los anuncios que vio?  
[Sólo aquellos que «Sí han visto algún anuncio»]



NO suma 100%

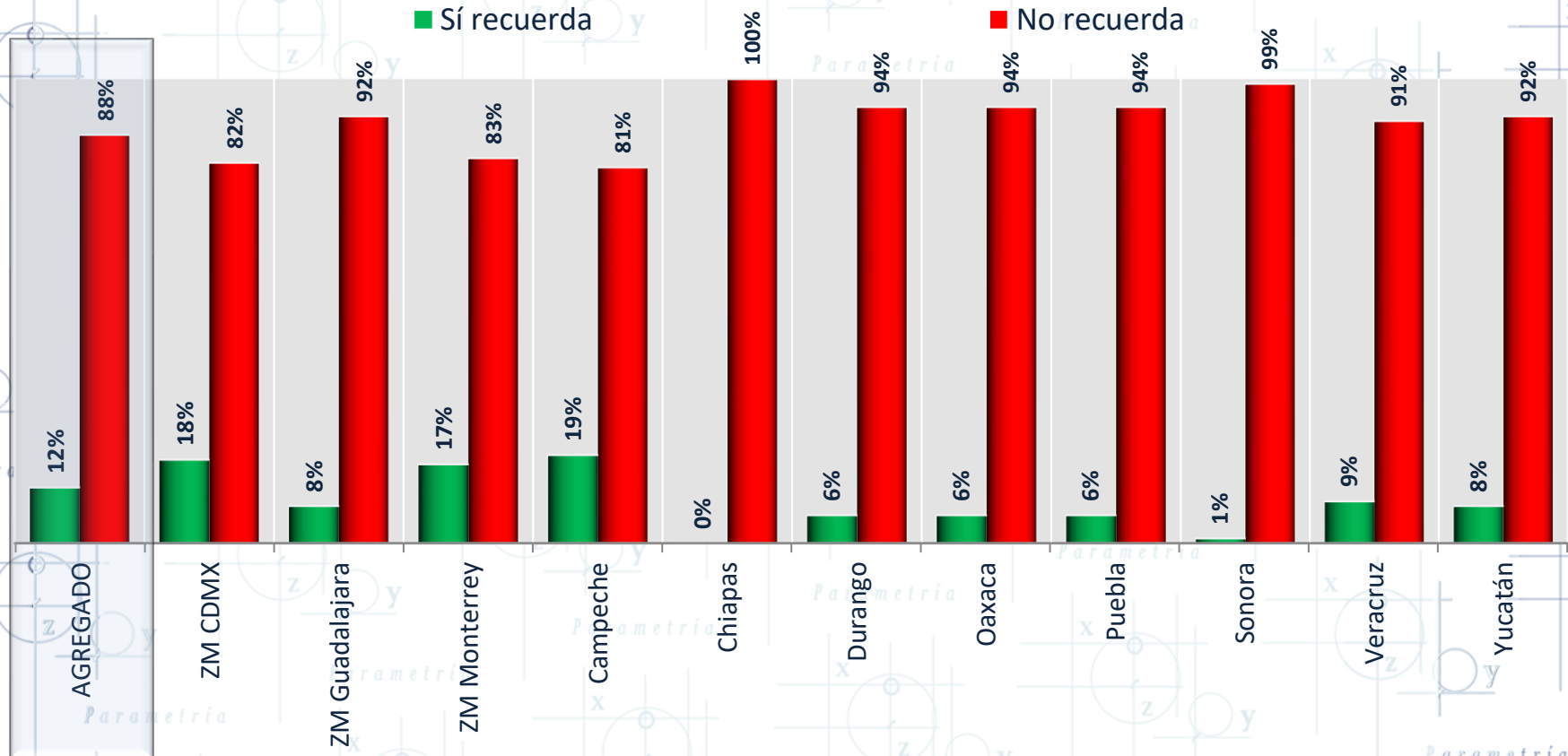
¿Cuáles fueron los anuncios que vio?  
[Sólo aquellos que «Sí han visto algún anuncio»]

|                                                | AGREGADO | ZM CDMX | ZM Guadalajara | ZM Monterrey | Campeche | Chiapas | Durango | Oaxaca | Puebla | Sonora | Veracruz | Yucatán |
|------------------------------------------------|----------|---------|----------------|--------------|----------|---------|---------|--------|--------|--------|----------|---------|
| Agua de Puebla                                 | 69%      | 77%     | 37%            | 85%          | 37%      | 45%     | 60%     | 85%    | 65%    | 100%   | 67%      | 45%     |
| Centro Artístico, Lúdico y Cultural en Jalisco | 11%      | 6%      | 27%            | 17%          | 28%      | 0%      | 0%      | 0%     | 0%     | 0%     | 26%      | 10%     |
| Equipamiento de camiones de basura en Durango  | 34%      | 21%     | 63%            | 40%          | 47%      | 55%     | 46%     | 0%     | 44%    | 0%     | 20%      | 45%     |
| No recuerda                                    | 3%       | 0%      | 15%            | 0%           | 0%       | 0%      | 0%      | 15%    | 4%     | 0%     | 0%       | 0%      |

¿Recuerda haber visto alguno de estos otros anuncios en algún periódico?



¿Recuerda haber visto alguno de estos otros anuncios en algún periódico?



¿Cuáles fueron los anuncios que vio?  
[Sólo aquellos que «Sí han visto algún anuncio»]

Líneas 4 y 6 del metro en Monterrey

83%

Sistema de bombeo de agua en Campeche

22%

No recuerda

2%

NO suma 100%

¿Cuáles fueron los anuncios que vio?  
[Sólo aquellos que «Sí han visto algún anuncio»]

|                                       | AGREGADO | ZM CDMX | ZM Guadalajara | ZM Monterrey | Campeche | Chiapas | Durango | Oaxaca | Puebla | Sonora | Veracruz | Yucatán |
|---------------------------------------|----------|---------|----------------|--------------|----------|---------|---------|--------|--------|--------|----------|---------|
| Sistema de bombeo de agua en Campeche | 22%      | 14%     | 21%            | 15%          | 78%      | 0%      | 26%     | 43%    | 56%    | 0%     | 47%      | 39%     |
| Líneas 4 y 6 del metro en Monterrey   | 83%      | 88%     | 88%            | 95%          | 26%      | 0%      | 74%     | 36%    | 51%    | 100%   | 53%      | 61%     |
| No recuerda                           | 2%       | 0%      | 12%            | 0%           | 0%       | 0%      | 0%      | 21%    | 7%     | 0%     | 0%       | 0%      |

¿En qué periódicos recuerda haber visto estos anuncios?

|            |                  |                   |     |
|------------|------------------|-------------------|-----|
| Periódicos | Nacional         | El Economista     | 1%  |
|            |                  | Milenio           | 5%  |
|            |                  | El Financiero     | 1%  |
|            |                  | El Sol de México  | 3%  |
|            | Jalisco          | El Occidental     | 2%  |
|            | Durango          | El Sol de Durango | 1%  |
|            | Puebla           | El Sol de Puebla  | 2%  |
|            | Estado de México | El Sol de Toluca  | 0%  |
|            |                  | Otro              | 35% |
|            |                  | No recuerda       | 51% |

NO suma 100%

| ¿En qué periódicos recuerda haber visto estos anuncios? |                  |                   | AGREGADO | ZM CDMX | ZM Guadalajara | ZM Monterrey | Campeche | Chiapas | Durango | Oaxaca | Puebla | Sonora | Veracruz | Yucatán |
|---------------------------------------------------------|------------------|-------------------|----------|---------|----------------|--------------|----------|---------|---------|--------|--------|--------|----------|---------|
| Periódicos                                              | Nacional         | El Economista     | 1%       | 2%      | 0%             | 0%           | 13%      | 0%      | 4%      | 7%     | 0%     | 0%     | 0%       | 5%      |
|                                                         |                  | Milenio           | 5%       | 7%      | 0%             | 11%          | 9%       | 0%      | 6%      | 0%     | 0%     | 0%     | 0%       | 5%      |
|                                                         |                  | El Financiero     | 1%       | 0%      | 0%             | 0%           | 4%       | 0%      | 0%      | 0%     | 0%     | 0%     | 0%       | 12%     |
|                                                         |                  | El Sol de México  | 3%       | 3%      | 0%             | 4%           | 9%       | 0%      | 4%      | 0%     | 6%     | 0%     | 0%       | 17%     |
|                                                         | Jalisco          | El Occidental     | 2%       | 0%      | 9%             | 0%           | 0%       | 0%      | 0%      | 0%     | 0%     | 0%     | 0%       | 0%      |
|                                                         | Durango          | El Sol de Durango | 1%       | 0%      | 0%             | 0%           | 0%       | 0%      | 36%     | 0%     | 0%     | 0%     | 0%       | 0%      |
|                                                         | Puebla           | El Sol de Puebla  | 2%       | 0%      | 0%             | 0%           | 0%       | 0%      | 0%      | 0%     | 27%    | 0%     | 0%       | 0%      |
|                                                         | Estado de México | El Sol de Toluca  | 0%       | 0%      | 0%             | 0%           | 0%       | 0%      | 0%      | 0%     | 0%     | 0%     | 0%       | 0%      |
|                                                         | Otro             |                   | 35%      | 42%     | 29%            | 34%          | 60%      | 33%     | 32%     | 46%    | 6%     | 10%    | 24%      | 50%     |
|                                                         | No recuerda      |                   | 51%      | 47%     | 62%            | 51%          | 14%      | 67%     | 22%     | 47%    | 62%    | 90%    | 76%      | 23%     |

NO suma 100%

¿Cuántos días a la semana normalmente lee el periódico?

Ninguno / No lee el periódico

81%

Uno

8%

Dos

5%

Tres

1%

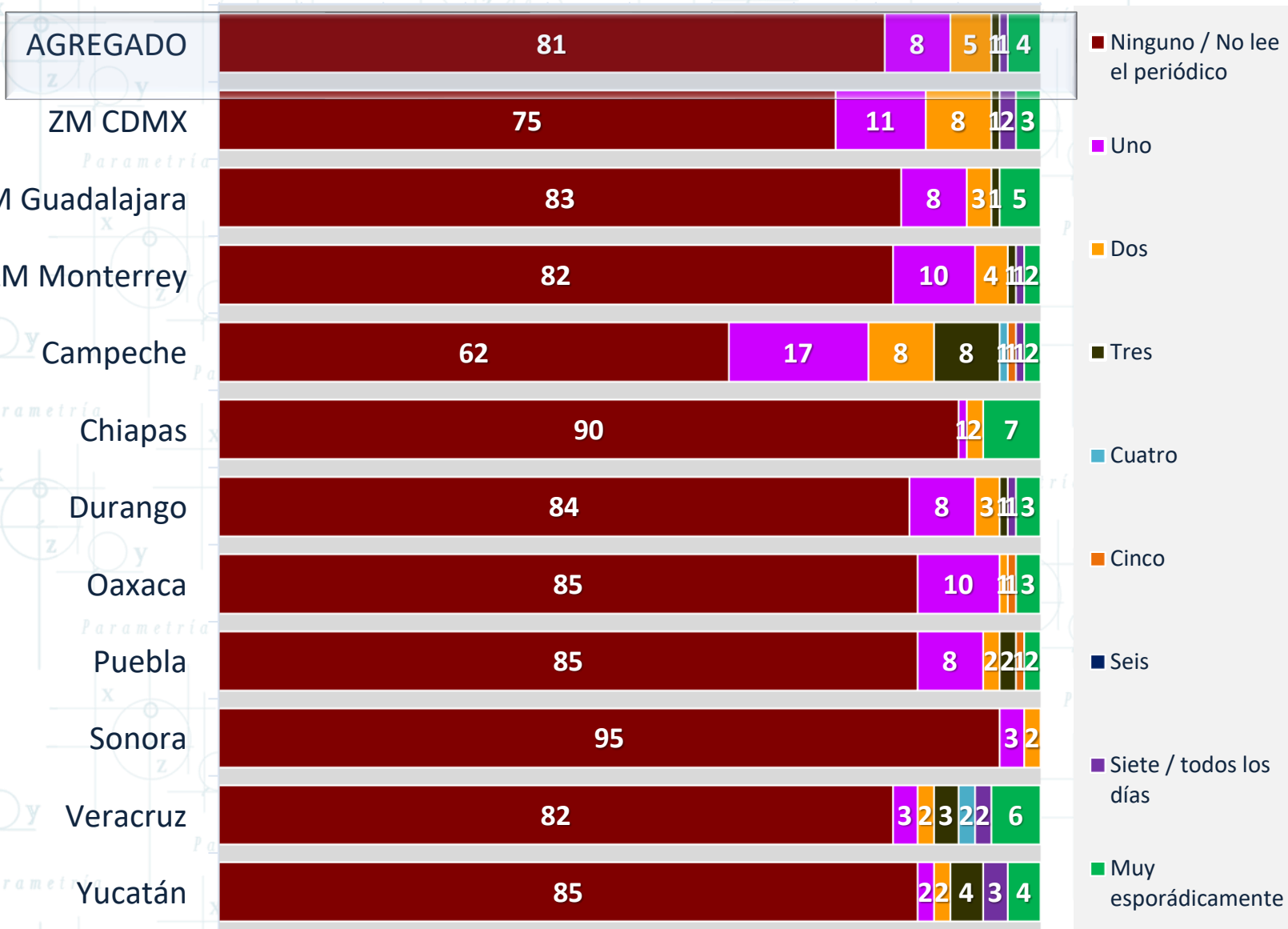
Siete / todos los días

1%

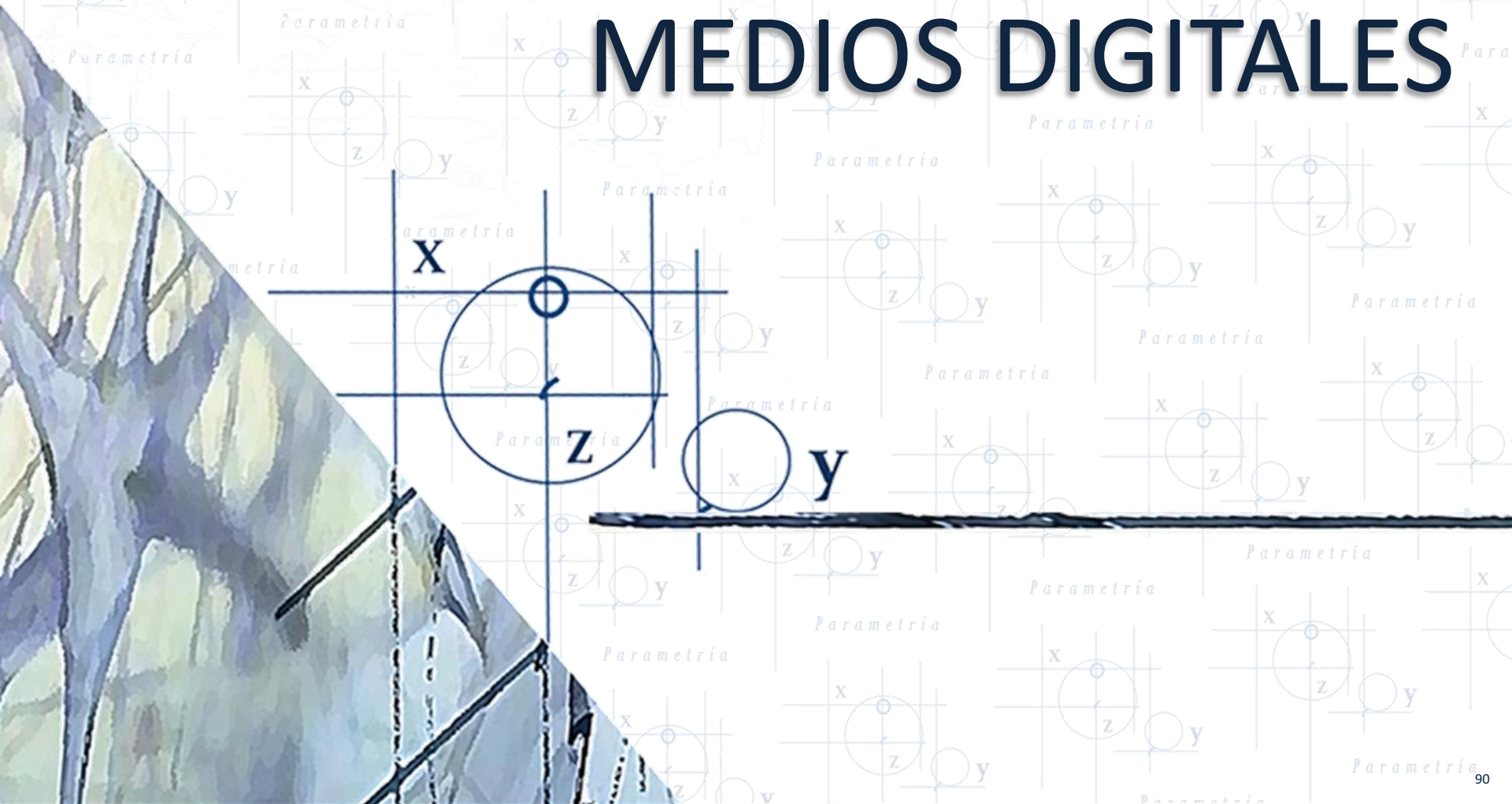
Muy esporádicamente

4%

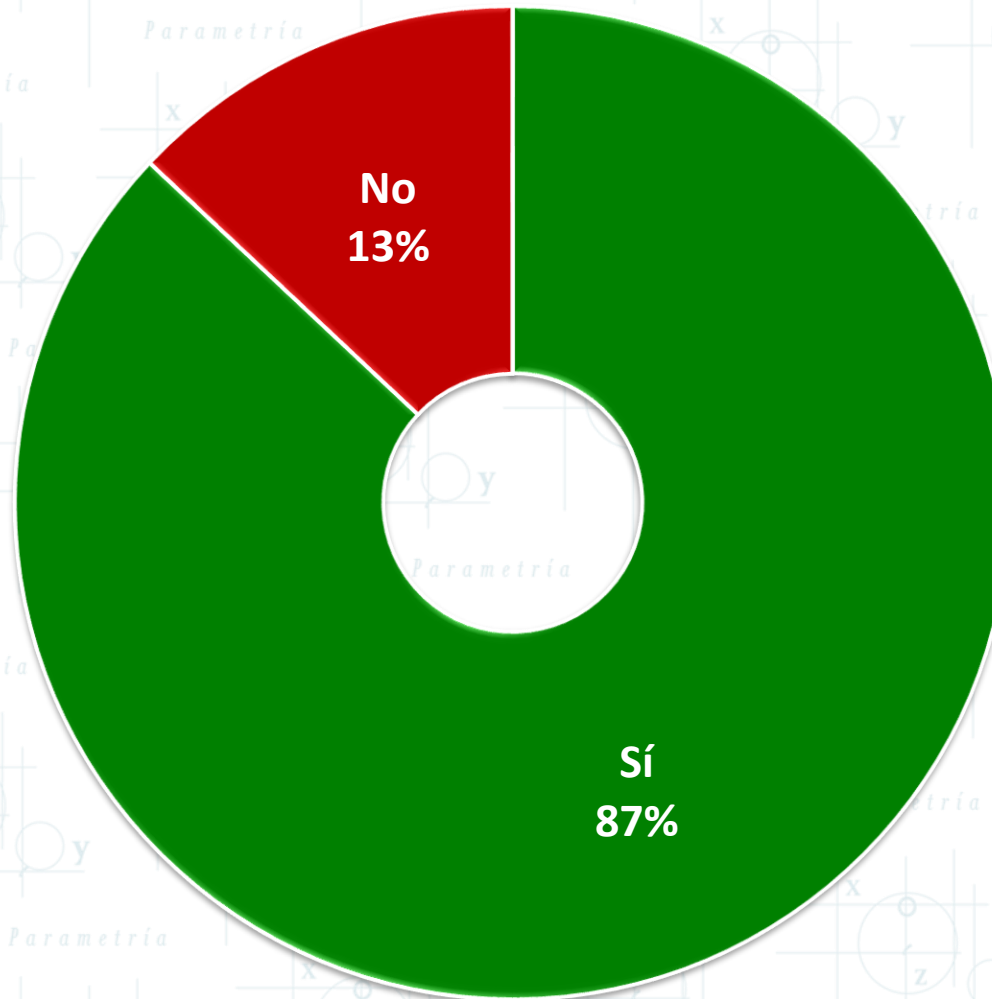
¿Cuántos días a la semana normalmente lee el periódico?



# RECORDACIÓN INDUCIDA MEDIOS DIGITALES



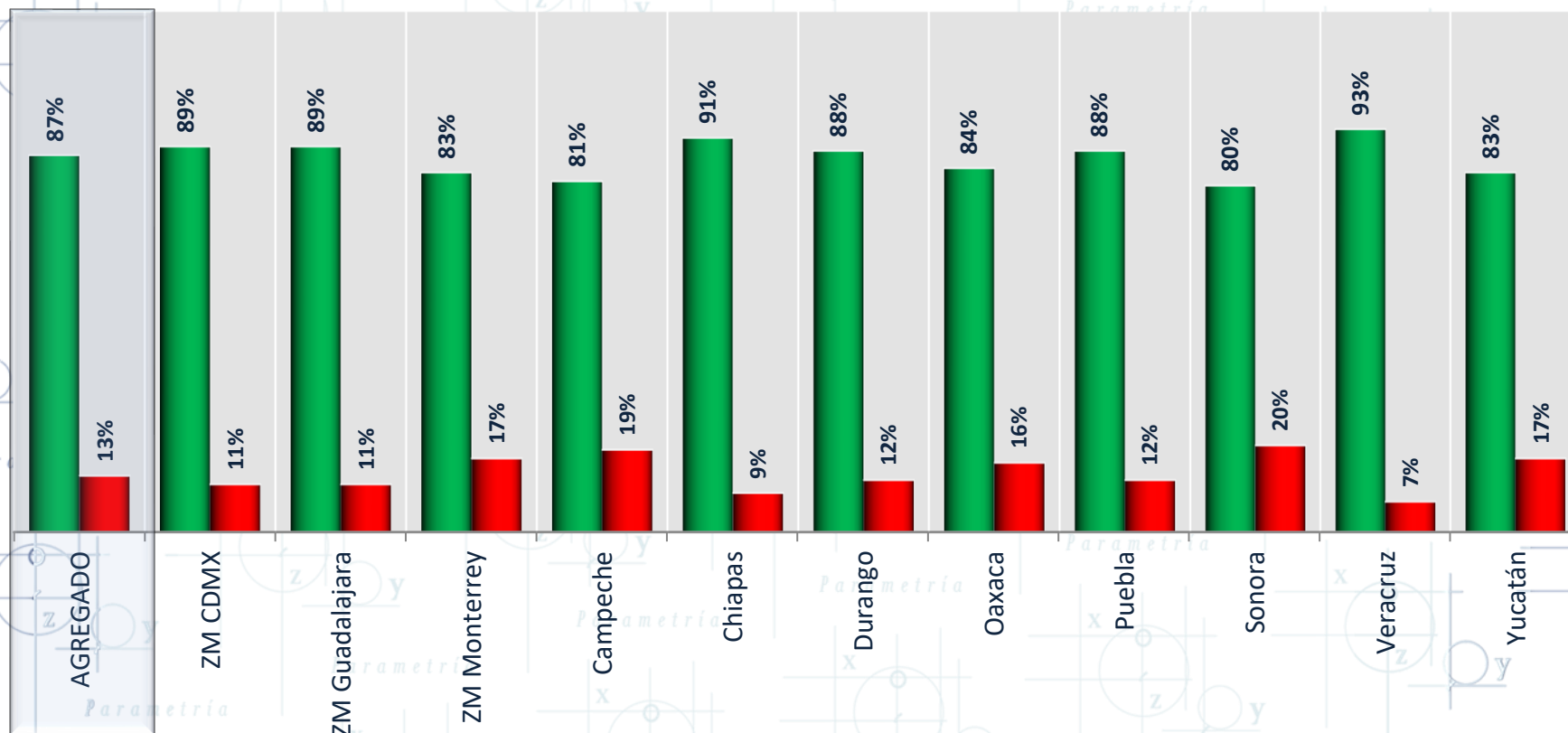
¿Usted utiliza internet?



¿Usted utiliza internet?

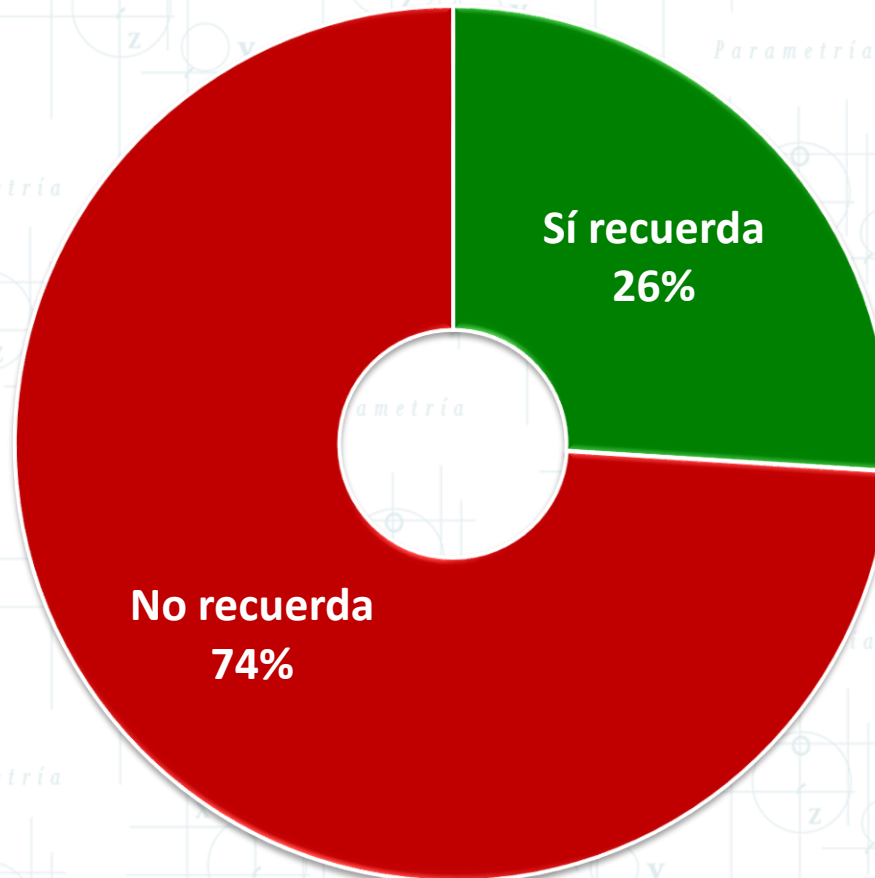
■ Sí

■ No



¿Recuerda haber visto alguno de estos anuncios en alguna página de internet, ya sea algún medio informativo o revista digital?

[Sólo aquellos que utilizan internet]



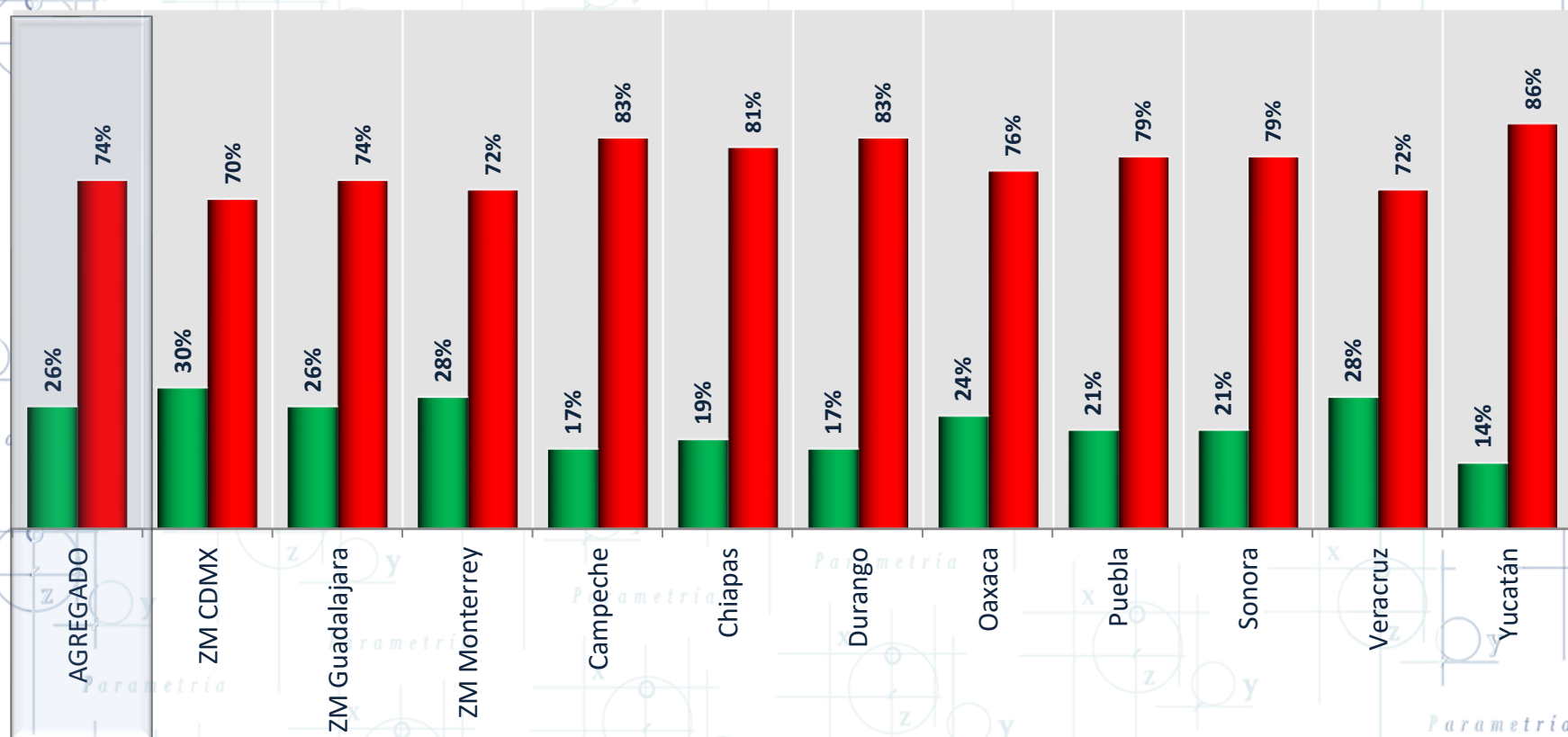
¿Recuerda haber visto alguno de estos anuncios en alguna página de internet, ya sea algún medio informativo o revista digital?

[Sólo aquellos que utilizan internet]



■ Sí recuerda

■ No recuerda



¿Cuáles fueron los anuncios que vio?  
[Sólo aquellos que «Sí han visto algún anuncio por internet»]

Teleférico / Autopistas Nayarit / Tren El  
Insurgente

62%

Plaza Cívica en la primaria Benito Juárez

36%

No recuerda

9%

NO suma 100%

¿Cuáles fueron los anuncios que vio?

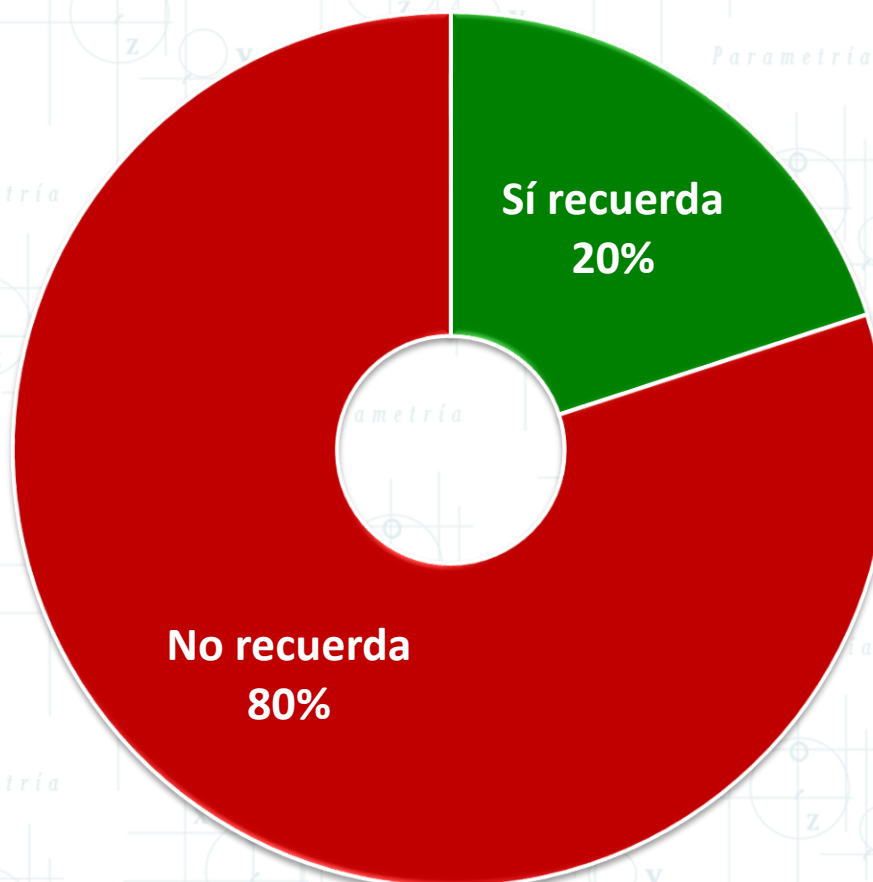
[Sólo aquellos que «Sí han visto algún anuncio por internet»]

|                                                      | AGREGADO | ZM CDMX | ZM Guadalajara | ZM Monterrey | Campeche | Chiapas | Durango | Oaxaca | Puebla | Sonora | Veracruz | Yucatán |
|------------------------------------------------------|----------|---------|----------------|--------------|----------|---------|---------|--------|--------|--------|----------|---------|
| Teleférico / Autopistas Nayarit / Tren El Insurgente | 62%      | 61%     | 51%            | 72%          | 45%      | 83%     | 61%     | 54%    | 66%    | 84%    | 71%      | 49%     |
| Plaza Cívica en la primaria Benito Juárez            | 36%      | 42%     | 34%            | 35%          | 60%      | 17%     | 33%     | 28%    | 34%    | 29%    | 23%      | 51%     |
| No recuerda                                          | 9%       | 4%      | 22%            | 6%           | 0%       | 9%      | 6%      | 18%    | 8%     | 0%     | 8%       | 0%      |

NO suma 100%

¿Recuerda haber visto alguno de estos otros anuncios en alguna página de internet, ya sea algún medio informativo o revista digital?

[Sólo aquellos que utilizan internet]



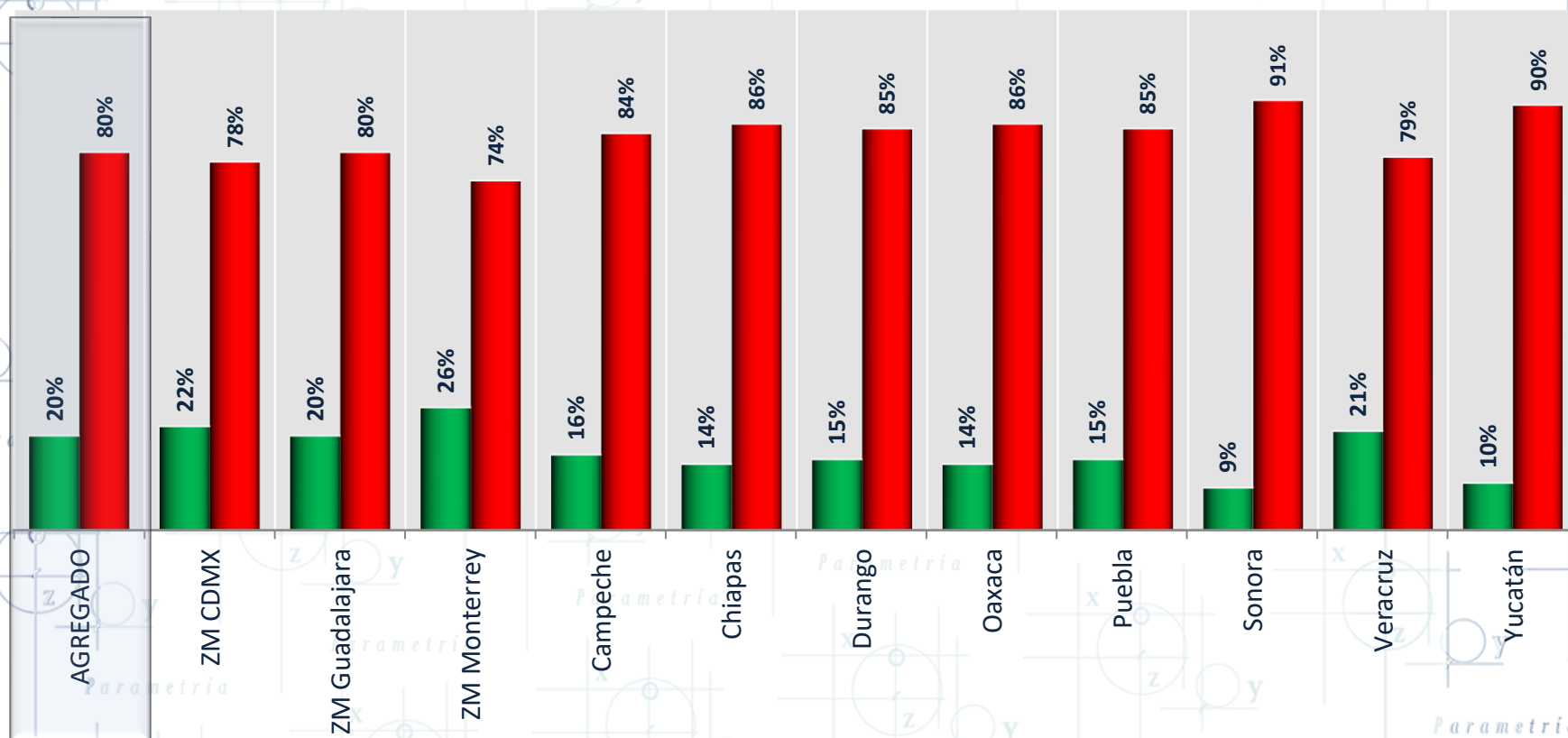
¿Recuerda haber visto alguno de estos otros anuncios en alguna página de internet, ya sea algún medio informativo o revista digital?

[Sólo aquellos que utilizan internet]



■ Sí recuerda

■ No recuerda



¿Cuáles fueron los anuncios que vio?  
[Sólo aquellos que «Sí han visto algún anuncio por internet»]

Parque Solar / Autopista / Líneas 4 y 6 del  
metro en Monterrey

51%

Parque Solar / Cancha / Escuela

27%

Parque / Plaza Cívica en la primaria Benito  
Juárez / Equipamiento de camiones de  
basura

25%

No recuerda

8%

NO suma 100%

¿Cuáles fueron los anuncios que vio?  
[Sólo aquellos que «Sí han visto algún anuncio por internet»]

|                                                                                         | AGREGADO | ZM CDMX | ZM Guadalajara | ZM Monterrey | Campeche | Chiapas | Durango | Oaxaca | Puebla | Sonora | Veracruz | Yucatán |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|----------|---------|----------------|--------------|----------|---------|---------|--------|--------|--------|----------|---------|
| Parque / Plaza Cívica en la primaria Benito Juárez / Equipamiento de camiones de basura | 25%      | 20%     | 18%            | 22%          | 58%      | 69%     | 38%     | 14%    | 39%    | 30%    | 28%      | 52%     |
| Parque Solar / Cancha / Escuela                                                         | 27%      | 23%     | 31%            | 32%          | 34%      | 33%     | 24%     | 9%     | 29%    | 30%    | 35%      | 0%      |
| Parque Solar / Autopista / Líneas 4 y 6 del metro en Monterrey                          | 51%      | 64%     | 37%            | 59%          | 19%      | 11%     | 39%     | 55%    | 43%    | 7%     | 52%      | 29%     |
| No recuerda                                                                             | 51%      | 0%      | 23%            | 7%           | 0%       | 9%      | 12%     | 22%    | 0%     | 33%    | 0%       | 19%     |

NO suma 100%

¿En qué página de internet, ya sea medio informativo o revista digital recuerda haber visto alguno de estos anuncios?

[Sólo aquellos que «Sí han visto algún anuncio por internet»]



Google Display Network

10%

El Economista

4%

Radiofórmula

3%

Uno Tv

3%

NX noticias

2%

Milenio

2%

MVS noticias

1%

El Financiero

1%

24 horas

1%

Otro

38%

No recuerda

37%

NO suma 100%

¿En qué página de internet,  
ya sea medio informativo o revista digital recuerda haber visto este anuncio?

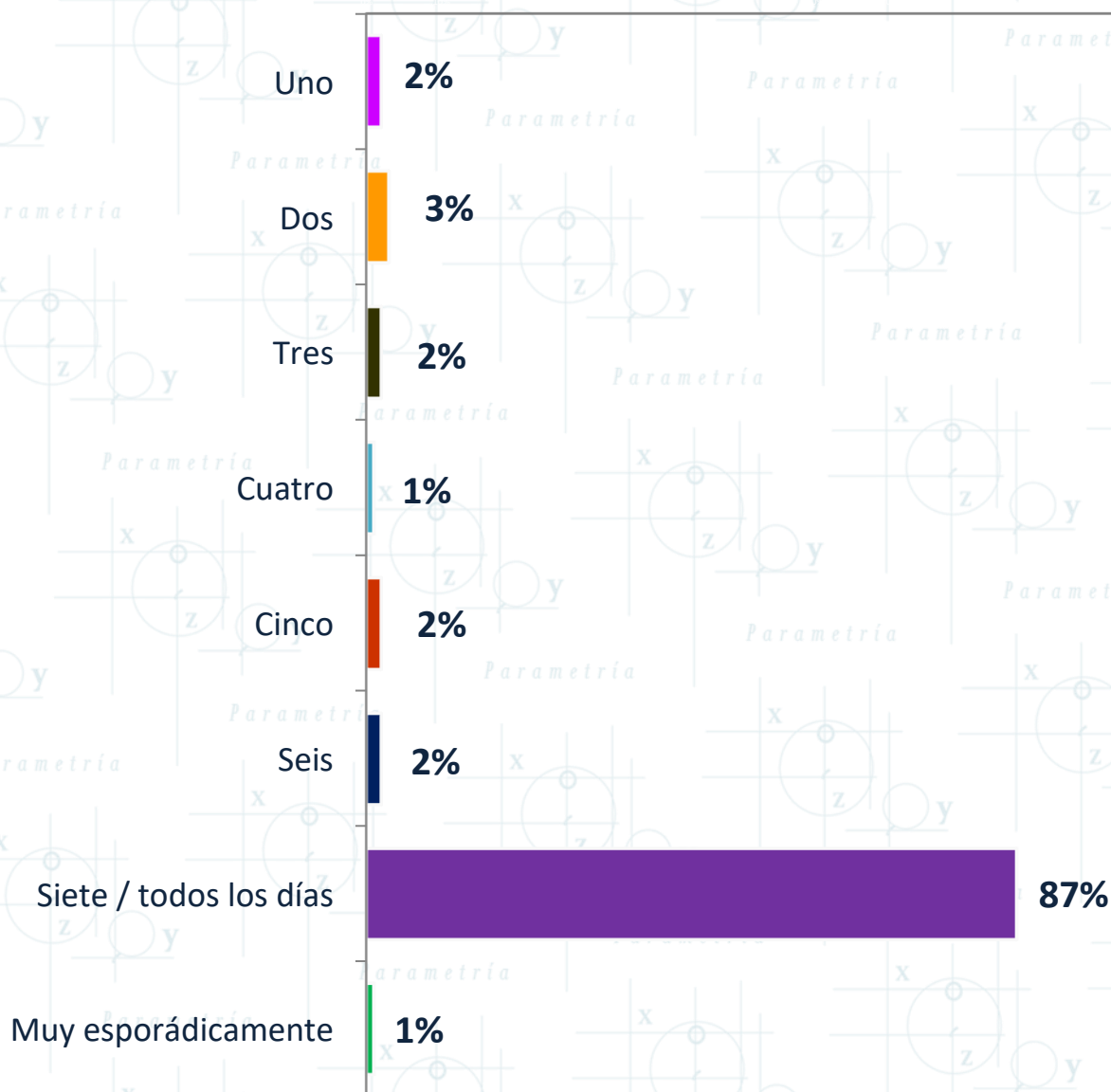
[Sólo aquellos que «Sí han visto algún anuncio por internet»]

|                        | AGREGADO | ZM CDMX | ZM Guadalajara | ZM Monterrey | Campeche | Chiapas | Durango | Oaxaca | Puebla | Sonora | Veracruz | Yucatán |
|------------------------|----------|---------|----------------|--------------|----------|---------|---------|--------|--------|--------|----------|---------|
| El Economista          | 4%       | 5%      | 0%             | 5%           | 15%      | 0%      | 8%      | 11%    | 6%     | 0%     | 0%       | 0%      |
| Radiofórmula           | 3%       | 3%      | 0%             | 3%           | 26%      | 0%      | 0%      | 4%     | 7%     | 0%     | 4%       | 0%      |
| MVS noticias           | 1%       | 0%      | 0%             | 0%           | 0%       | 0%      | 0%      | 0%     | 5%     | 6%     | 0%       | 7%      |
| Google Display Network | 10%      | 5%      | 18%            | 9%           | 7%       | 12%     | 3%      | 5%     | 17%    | 0%     | 14%      | 15%     |
| NX noticias            | 2%       | 6%      | 0%             | 0%           | 0%       | 0%      | 0%      | 0%     | 0%     | 0%     | 0%       | 0%      |
| Milenio                | 2%       | 0%      | 3%             | 3%           | 10%      | 0%      | 9%      | 17%    | 0%     | 0%     | 3%       | 7%      |
| El Financiero          | 1%       | 0%      | 0%             | 0%           | 11%      | 0%      | 0%      | 2%     | 2%     | 0%     | 0%       | 13%     |
| 24 horas               | 1%       | 0%      | 5%             | 0%           | 0%       | 0%      | 0%      | 0%     | 0%     | 0%     | 0%       | 0%      |
| Uno Tv                 | 3%       | 6%      | 3%             | 0%           | 0%       | 0%      | 0%      | 4%     | 8%     | 0%     | 0%       | 7%      |
| Quinto Poder           | 0%       | 0%      | 0%             | 0%           | 0%       | 0%      | 0%      | 0%     | 0%     | 0%     | 0%       | 0%      |
| W radio                | 0%       | 0%      | 0%             | 0%           | 0%       | 0%      | 0%      | 0%     | 0%     | 0%     | 0%       | 0%      |
| Noción 10              | 0%       | 0%      | 0%             | 0%           | 0%       | 0%      | 0%      | 0%     | 0%     | 0%     | 0%       | 0%      |
| El Horizonte           | 0%       | 0%      | 0%             | 0%           | 0%       | 0%      | 0%      | 0%     | 0%     | 0%     | 0%       | 0%      |
| Reporte Índigo         | 0%       | 0%      | 0%             | 0%           | 0%       | 0%      | 0%      | 0%     | 0%     | 0%     | 0%       | 0%      |
| Chilango               | 0%       | 0%      | 0%             | 0%           | 0%       | 0%      | 0%      | 0%     | 0%     | 0%     | 0%       | 0%      |
| Infobae                | 0%       | 0%      | 0%             | 0%           | 0%       | 0%      | 0%      | 0%     | 0%     | 0%     | 3%       | 0%      |
| La Razón               | 0%       | 0%      | 0%             | 0%           | 0%       | 0%      | 0%      | 0%     | 0%     | 0%     | 0%       | 0%      |
| Tabasco Hoy            | 0%       | 0%      | 0%             | 0%           | 6%       | 0%      | 0%      | 0%     | 0%     | 0%     | 0%       | 0%      |
| Otro                   | 38%      | 32%     | 47%            | 50%          | 19%      | 38%     | 35%     | 43%    | 30%    | 47%    | 32%      | 26%     |
| No recuerda            | 37%      | 44%     | 30%            | 31%          | 16%      | 50%     | 45%     | 22%    | 25%    | 47%    | 44%      | 26%     |

NO suma 100%

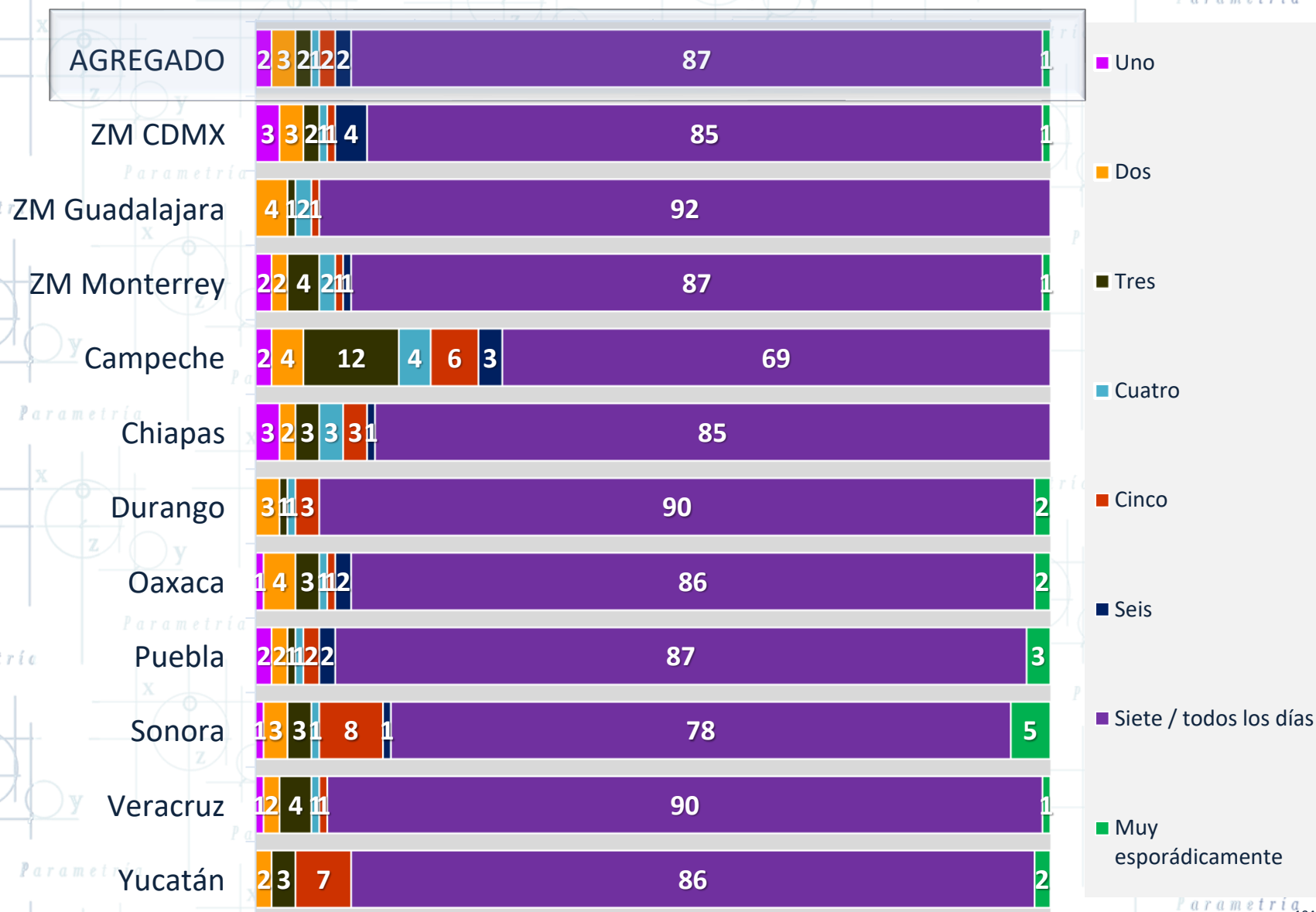
¿Cuántos días a la semana utiliza internet?

[Sólo aquellos que utilizan internet]



¿Cuántos días a la semana utiliza internet?

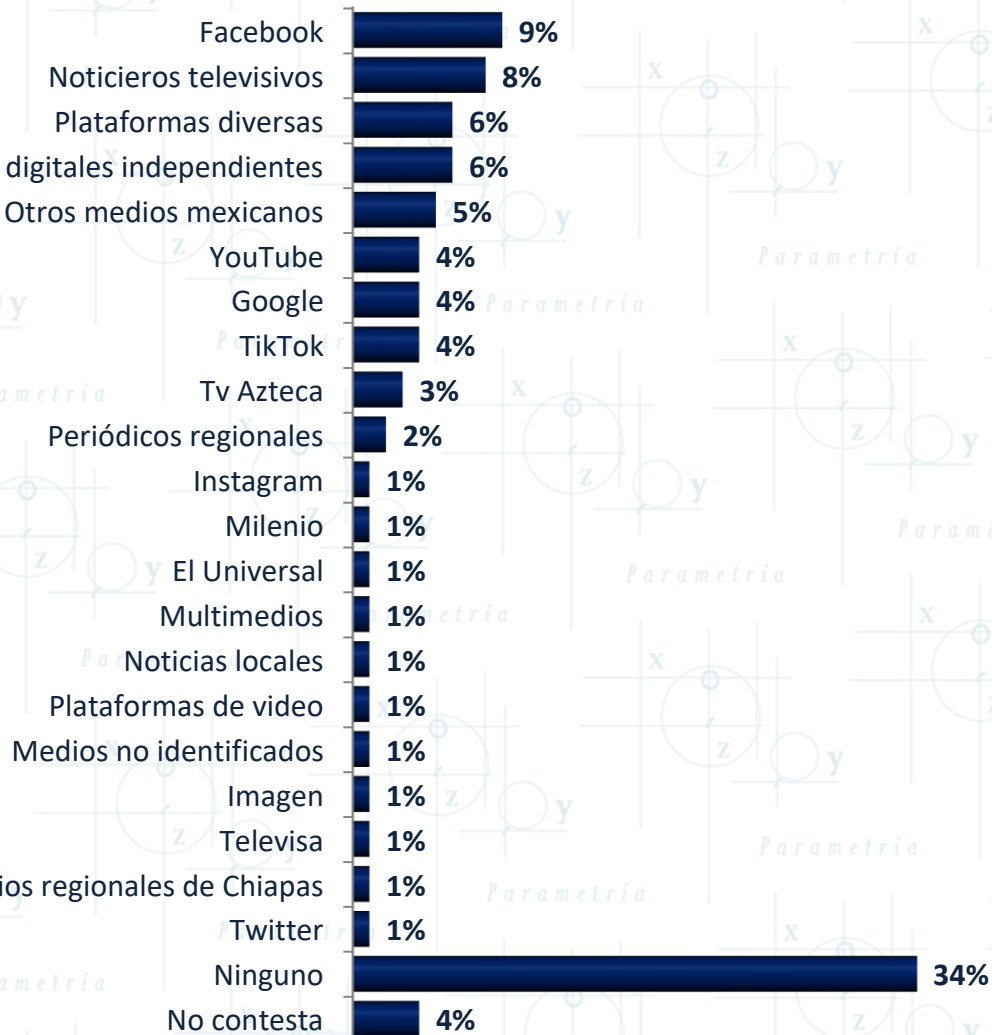
[Sólo aquellos que utilizan internet]



¿Cuáles son los principales sitios de noticias por internet que usted consulta?

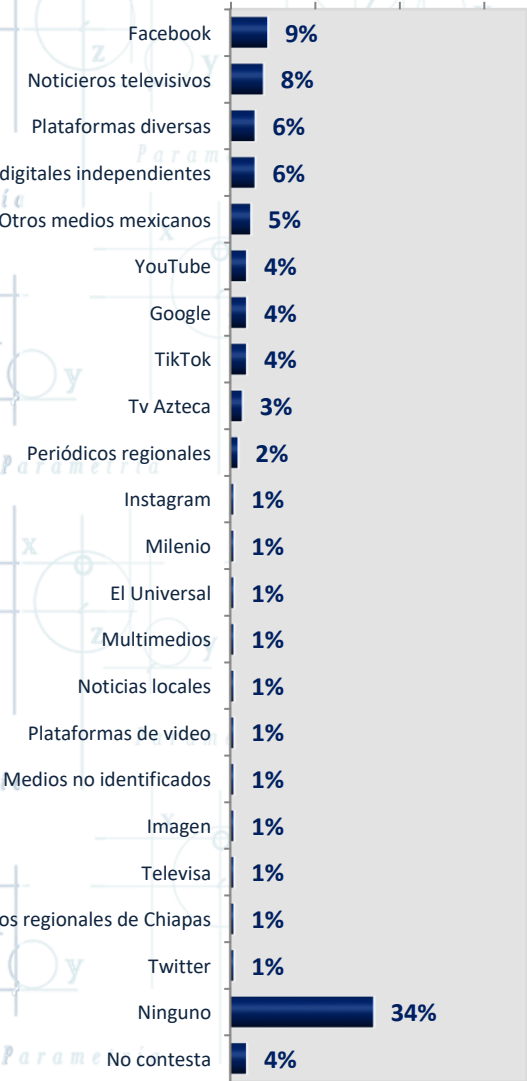
[Sólo aquellos que utilizan internet]

Multirrespuesta



¿Cuáles son los principales sitios de noticias por internet que usted consulta?  
[Sólo aquellos que utilizan internet]

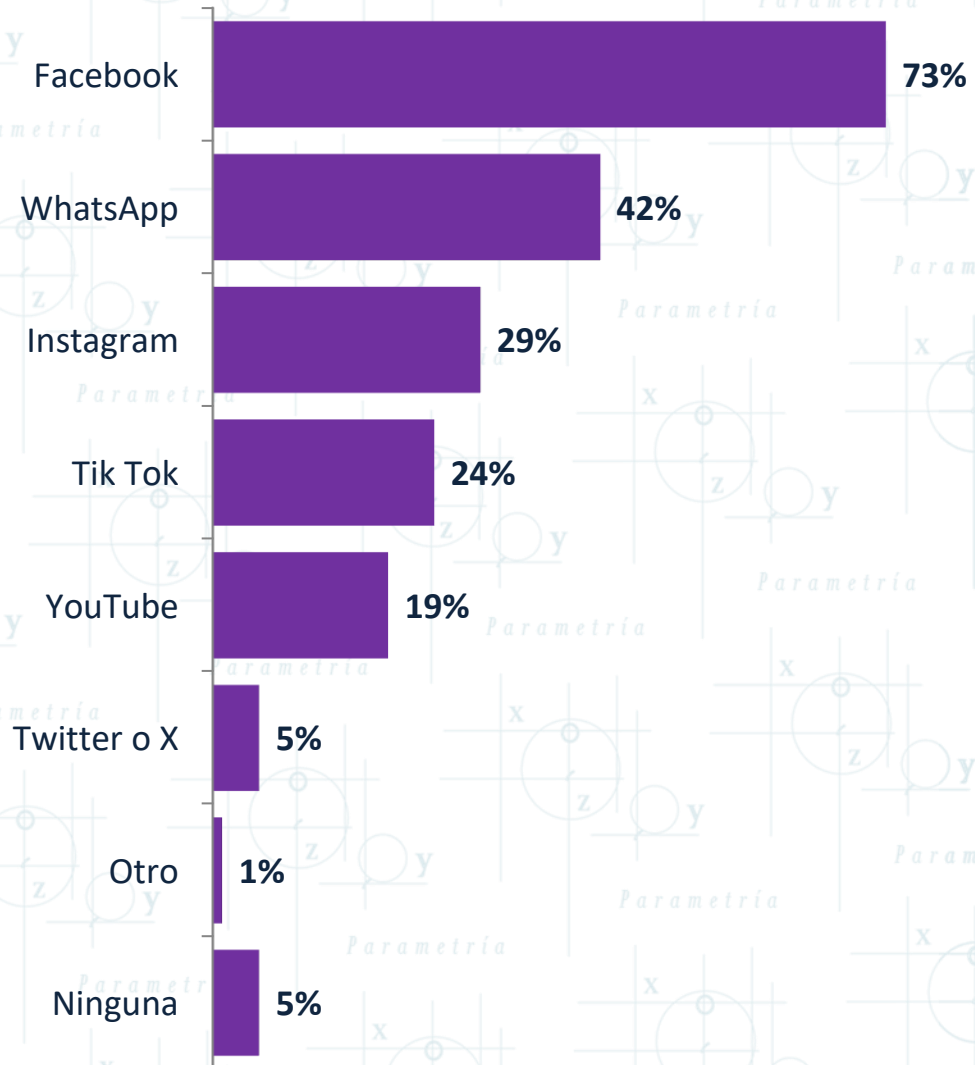
Agregado



|                |             |                                 |     |
|----------------|-------------|---------------------------------|-----|
| ZM CDMX        | 1ª. Mención | Noticieros televisivos          | 11% |
|                | 2ª. Mención | Medios digitales independientes | 9%  |
|                | 3ª. mención | Facebook                        | 8%  |
| ZM Guadalajara | 1ª. Mención | Facebook                        | 13% |
|                | 2ª. Mención | Otros medios mexicanos          | 9%  |
|                | 3ª. Mención | YouTube                         | 7%  |
| ZM Monterrey   | 1ª. Mención | Noticieros televisivos          | 13% |
|                | 2ª. Mención | Multimedios                     | 7%  |
|                | 3ª. Mención | Facebook                        | 5%  |
| Campeche       | 1ª. Mención | Facebook                        | 27% |
|                | 2ª. Mención | YouTube                         | 12% |
|                | 3ª. Mención | Radio Fórmula                   | 5%  |
| Chiapas        | 1ª. Mención | Facebook                        | 13% |
|                | 2ª. Mención | Medios regionales de Chiapas    | 8%  |
|                | 3ª. Mención | Plataformas diversas            | 7%  |
| Durango        | 1ª. Mención | Otros medios mexicanos          | 11% |
|                | 2ª. Mención | Periódicos regionales           | 9%  |
|                | 3ª. Mención | Facebook                        | 7%  |
| Oaxaca         | 1ª. Mención | Facebook                        | 16% |
|                | 2ª. Mención | Medios digitales independientes | 7%  |
|                | 3a mención  | YouTube                         | 6%  |
| Puebla         | 1ª. Mención | Facebook                        | 8%  |
|                | 2ª. Mención | Plataformas diversas            | 6%  |
|                | 3ª. Mención | Noticieros televisivos          | 6%  |
| Sonora         | 1ª. Mención | Plataformas diversas            | 10% |
|                | 2ª. Mención | YouTube                         | 6%  |
|                | 3ª. Mención | Facebook                        | 5%  |
| Veracruz       | 1ª. Mención | Medios digitales independientes | 13% |
|                | a. Mención  | Otros medios mexicanos          | 10% |
|                | 3ª. Mención | Plataformas de video            | 7%  |
| Yucatán        | 1ª. Mención | Plataformas diversas            | 7%  |
|                | 2ª. Mención | Otros medios mexicanos          | 7%  |
|                | 3ª. mención | Medios digitales independientes | 6%  |

## ¿Cuáles son las principales redes sociales que utiliza?

[Sólo aquellos que utilizan internet]



NO suma 100%

¿Cuáles son las principales redes sociales que utiliza?  
[Sólo aquellos que utilizan internet]

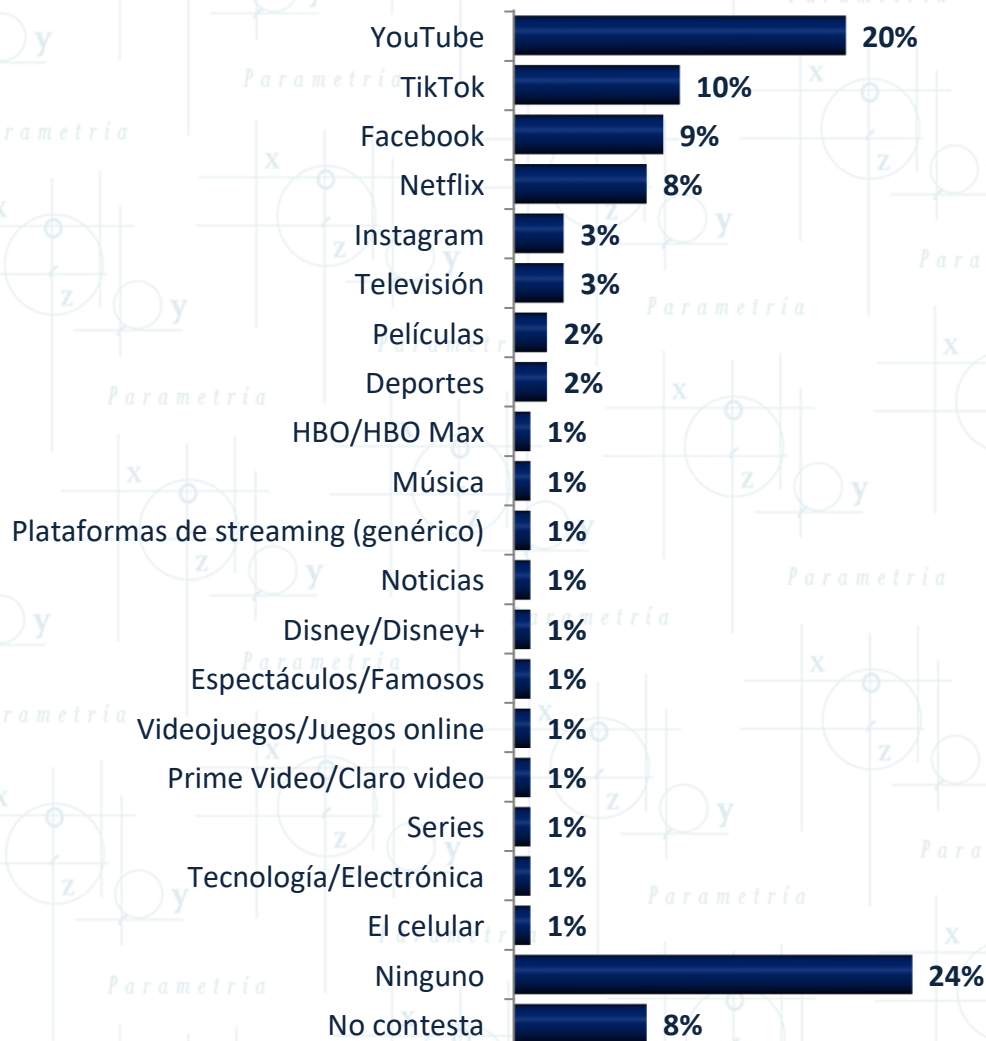
|             | AGREGADO | ZM CDMX | ZM Guadalajara | ZM Monterrey | Campeche | Chiapas | Durango | Oaxaca | Puebla | Sonora | Veracruz | Yucatán |
|-------------|----------|---------|----------------|--------------|----------|---------|---------|--------|--------|--------|----------|---------|
| Facebook    | 73%      | 68%     | 70%            | 78%          | 96%      | 74%     | 77%     | 84%    | 75%    | 73%    | 81%      | 79%     |
| Twitter o X | 5%       | 5%      | 5%             | 3%           | 7%       | 5%      | 4%      | 6%     | 7%     | 2%     | 5%       | 9%      |
| WhatsApp    | 42%      | 46%     | 32%            | 36%          | 51%      | 66%     | 48%     | 52%    | 43%    | 42%    | 42%      | 47%     |
| Instagram   | 29%      | 31%     | 36%            | 22%          | 14%      | 24%     | 25%     | 24%    | 30%    | 27%    | 22%      | 34%     |
| Tik Tok     | 24%      | 27%     | 28%            | 16%          | 23%      | 33%     | 13%     | 31%    | 24%    | 13%    | 18%      | 23%     |
| YouTube     | 19%      | 22%     | 10%            | 19%          | 11%      | 22%     | 15%     | 25%    | 25%    | 27%    | 16%      | 22%     |
| LinkedIn    | 0%       | 1%      | 0%             | 0%           | 0%       | 0%      | 0%      | 0%     | 0%     | 0%     | 0%       | 0%      |
| Otro        | 1%       | 2%      | 0%             | 1%           | 0%       | 0%      | 1%      | 1%     | 3%     | 0%     | 2%       | 0%      |
| Ninguna     | 5%       | 4%      | 7%             | 6%           | 0%       | 5%      | 7%      | 4%     | 2%     | 11%    | 4%       | 2%      |

NO suma 100%

¿Cuáles son los principales sitios de entretenimiento por internet que usted consulta?

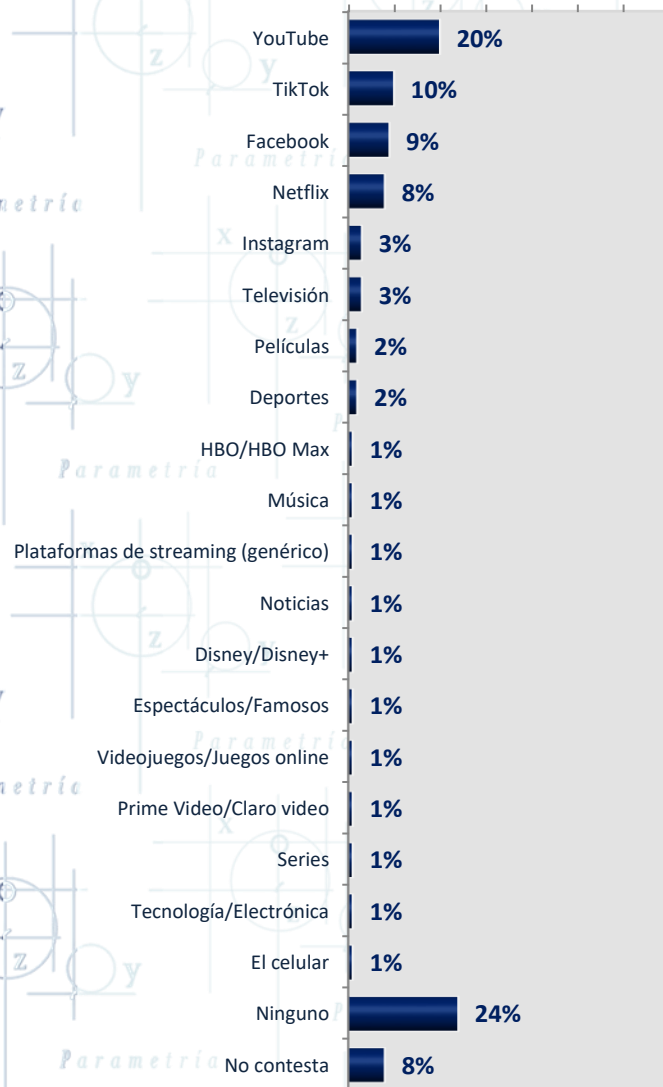
[Sólo aquellos que utilizan internet]

Multirrespuesta



¿Cuáles son los principales sitios de entretenimiento por internet que usted consulta?  
[Sólo aquellos que utilizan internet]

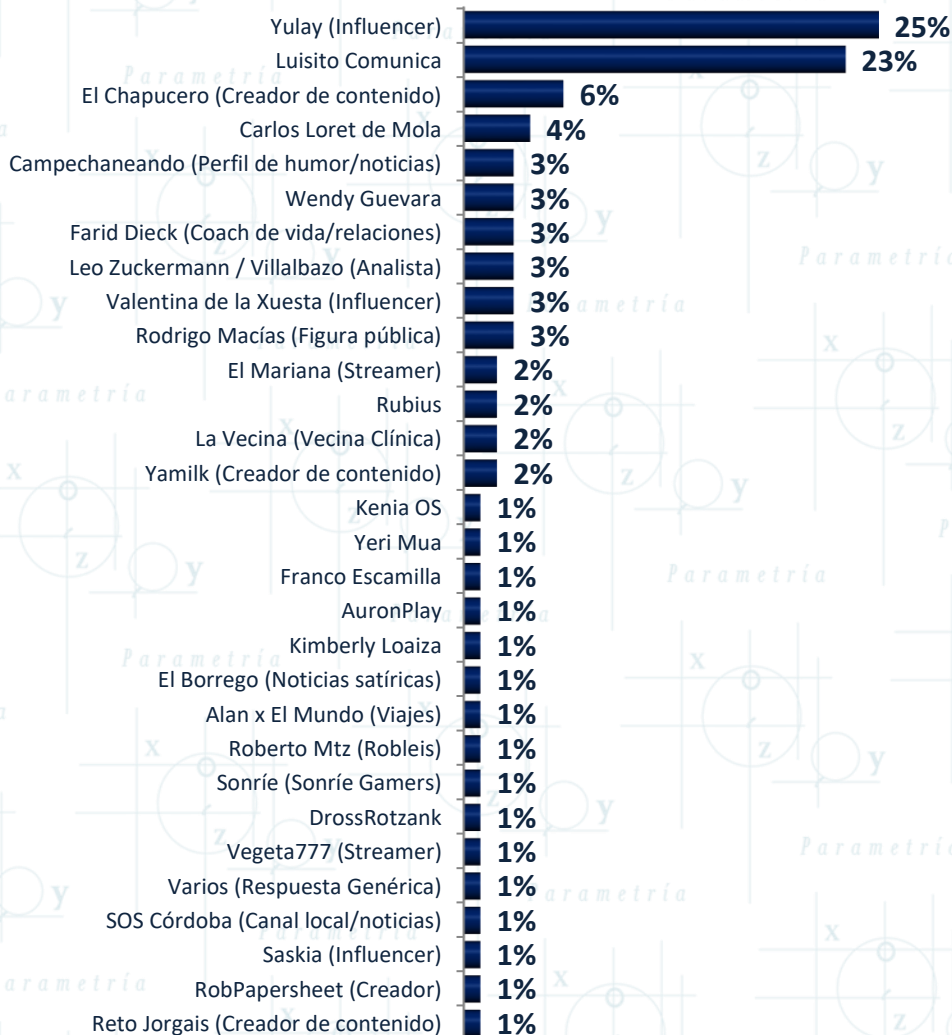
## Agregado



|                |             |           |     |
|----------------|-------------|-----------|-----|
| ZM CDMX        | 1ª. Mención | YouTube   | 20% |
|                | 2ª. Mención | Facebook  | 12% |
|                | 3ª. mención | TikTok    | 12% |
| ZM Guadalajara | 1ª. Mención | YouTube   | 25% |
|                | 2ª. Mención | TikTok    | 12% |
|                | 3ª. Mención | Netflix   | 12% |
| ZM Monterrey   | 1ª. Mención | YouTube   | 22% |
|                | 2ª. Mención | Netflix   | 7%  |
|                | 3ª. Mención | Facebook  | 5%  |
| Campeche       | 1ª. Mención | Facebook  | 20% |
|                | 2ª. Mención | YouTube   | 19% |
|                | 3ª. Mención | TikTok    | 9%  |
| Chiapas        | 1ª. Mención | YouTube   | 9%  |
|                | 2ª. Mención | Facebook  | 7%  |
|                | 3ª. Mención | Deportes  | 6%  |
| Durango        | 1ª. Mención | YouTube   | 15% |
|                | 2ª. Mención | Netflix   | 9%  |
|                | 3ª. Mención | Películas | 5%  |
| Oaxaca         | 1ª. Mención | YouTube   | 13% |
|                | 2ª. Mención | TikTok    | 11% |
|                | 3a mención  | Netflix   | 6%  |
| Puebla         | 1ª. Mención | TikTok    | 16% |
|                | 2ª. Mención | YouTube   | 16% |
|                | 3ª. Mención | Facebook  | 6%  |
| Sonora         | 1ª. Mención | YouTube   | 15% |
|                | 2ª. Mención | Facebook  | 8%  |
|                | 3ª. Mención | Netflix   | 7%  |
| Veracruz       | 1ª. Mención | YouTube   | 19% |
|                | a. Mención  | Netflix   | 12% |
|                | 3ª. Mención | Facebook  | 11% |
| Yucatán        | 1ª. Mención | YouTube   | 18% |
|                | 2ª. Mención | Netflix   | 10% |
|                | 3ª. mención | Facebook  | 7%  |

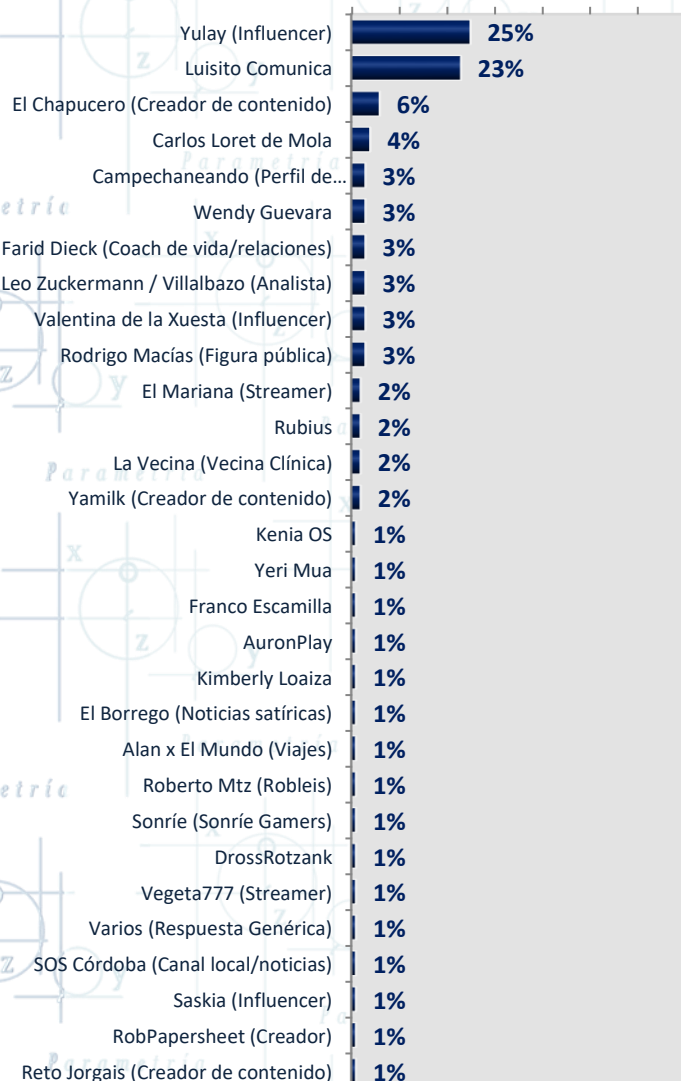
# ¿Quiénes son los principales influencers que usted sigue? [Sólo aquellos que utilizan internet]

Multirrespuesta



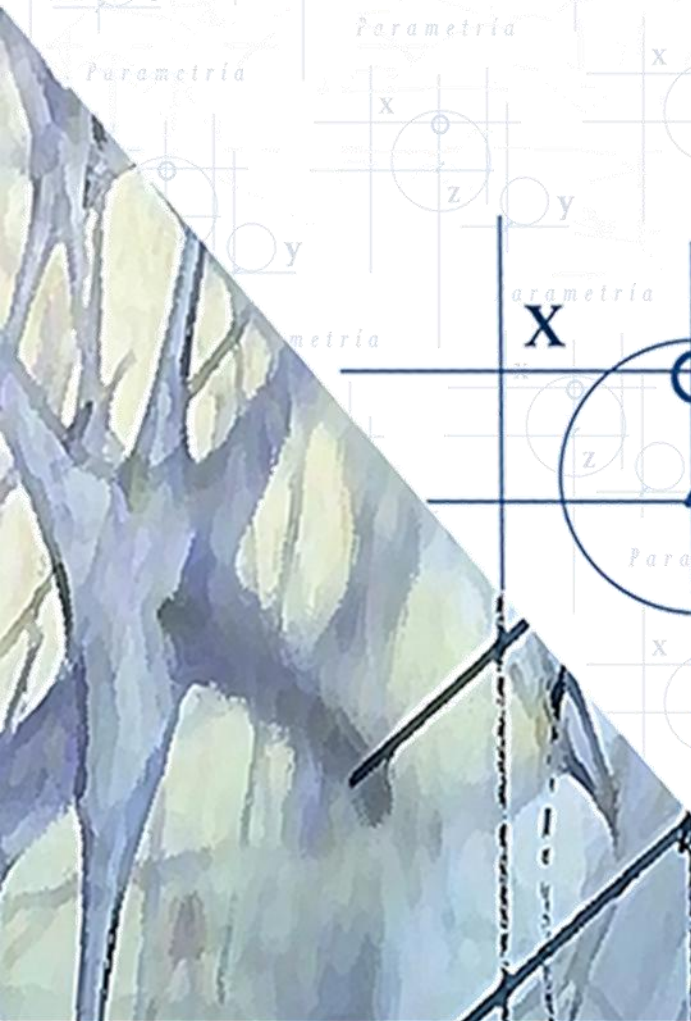
¿Quiénes son los principales influencers que usted sigue?  
[Sólo aquellos que utilizan internet]

## Agregado

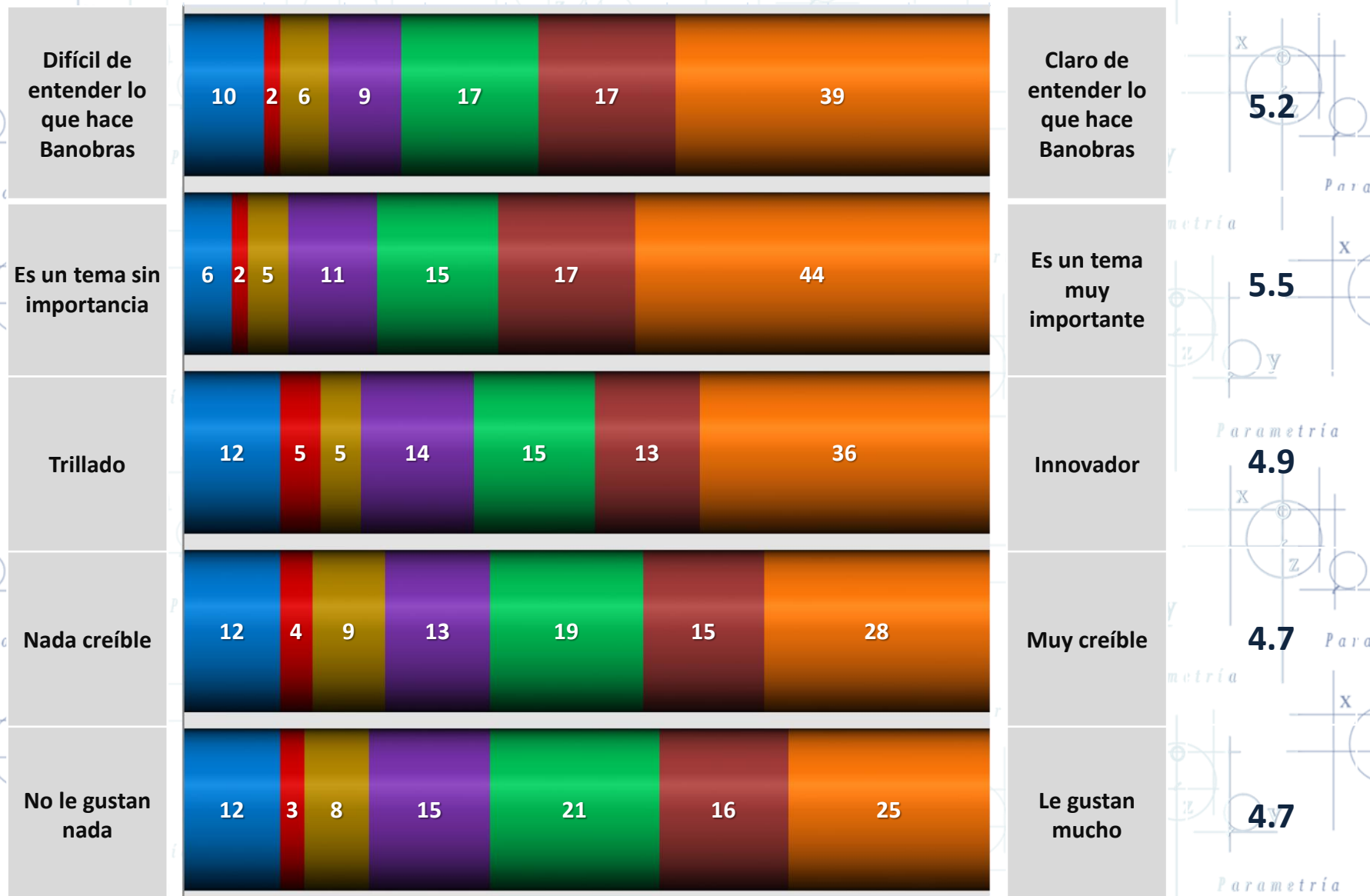


|                |             |                                           |     |
|----------------|-------------|-------------------------------------------|-----|
| ZMI CDMX       | 1ª. Mención | Yulay (Influencer)                        | 37% |
|                | 2ª. Mención | Luisito Comunica                          | 15% |
|                | 3ª. mención | El Chapucero (Creador de contenido)       | 11% |
| ZM Guadalajara | 1ª. Mención | Luisito Comunica                          | 64% |
|                | 2ª. Mención | La Vecina (Vecina Clínica)                | 15% |
|                | 3ª. Mención | El Mariana (Streamer)                     | 10% |
| ZM Monterrey   | 1ª. Mención | Luisito Comunica                          | 27% |
|                | 2ª. Mención | RobPapersheet (Creador)                   | 10% |
|                | 3ª. Mención | Farid Dieck (Coach de vida/relaciones)    | 10% |
| Campeche       | 1ª. Mención | Yulay (Influencer)                        | 28% |
|                | 2ª. Mención | Luisito Comunica                          | 12% |
|                | 3ª. Mención | Farid Dieck (Coach de vida/relaciones)    | 12% |
| Chiapas        | 1ª. Mención | Luisito Comunica                          | 39% |
|                | 2ª. Mención | Artista Yucateco / El Yucateco            | 23% |
|                | 3ª. Mención | Chocotrucos (Chocoprspi)                  | 19% |
| Durango        | 1ª. Mención | Kenia OS                                  | 28% |
|                | 2ª. Mención | Temach (Coach de masculinidad)            | 22% |
|                | 3ª. Mención | Psicólogos (Canal/Tema)                   | 14% |
| Oaxaca         | 1ª. Mención | Luisito Comunica                          | 77% |
|                | 2ª. Mención | El Chapucero (Creador de contenido)       | 23% |
|                | 3a mención  | Kenia OS                                  | 0%  |
| Puebla         | 1ª. Mención | Luisito Comunica                          | 30% |
|                | 2ª. Mención | Yulay (Influencer)                        | 15% |
|                | 3ª. Mención | Campechaneando (Perfil de humor/noticias) | 11% |
| Sonora         | 1ª. Mención | Campechaneando (Perfil de humor/noticias) | 39% |
|                | 2ª. Mención | Robotitos (Canal/Comunidad)               | 16% |
|                | 3ª. Mención | Luisito Comunica                          | 11% |
| Veracruz       | 1ª. Mención | Yulay (Influencer)                        | 40% |
|                | a.. Mención | Luisito Comunica                          | 10% |
|                | 3ª. Mención | SOS Córdoba (Canal local/noticias)        | 10% |
| Yucatán        | 1ª. Mención | Yulay (Influencer)                        | 31% |
|                | 2ª. Mención | Luisito Comunica                          | 26% |
|                | 3ª. mención | Roberto Mtz (Robleis)                     | 20% |

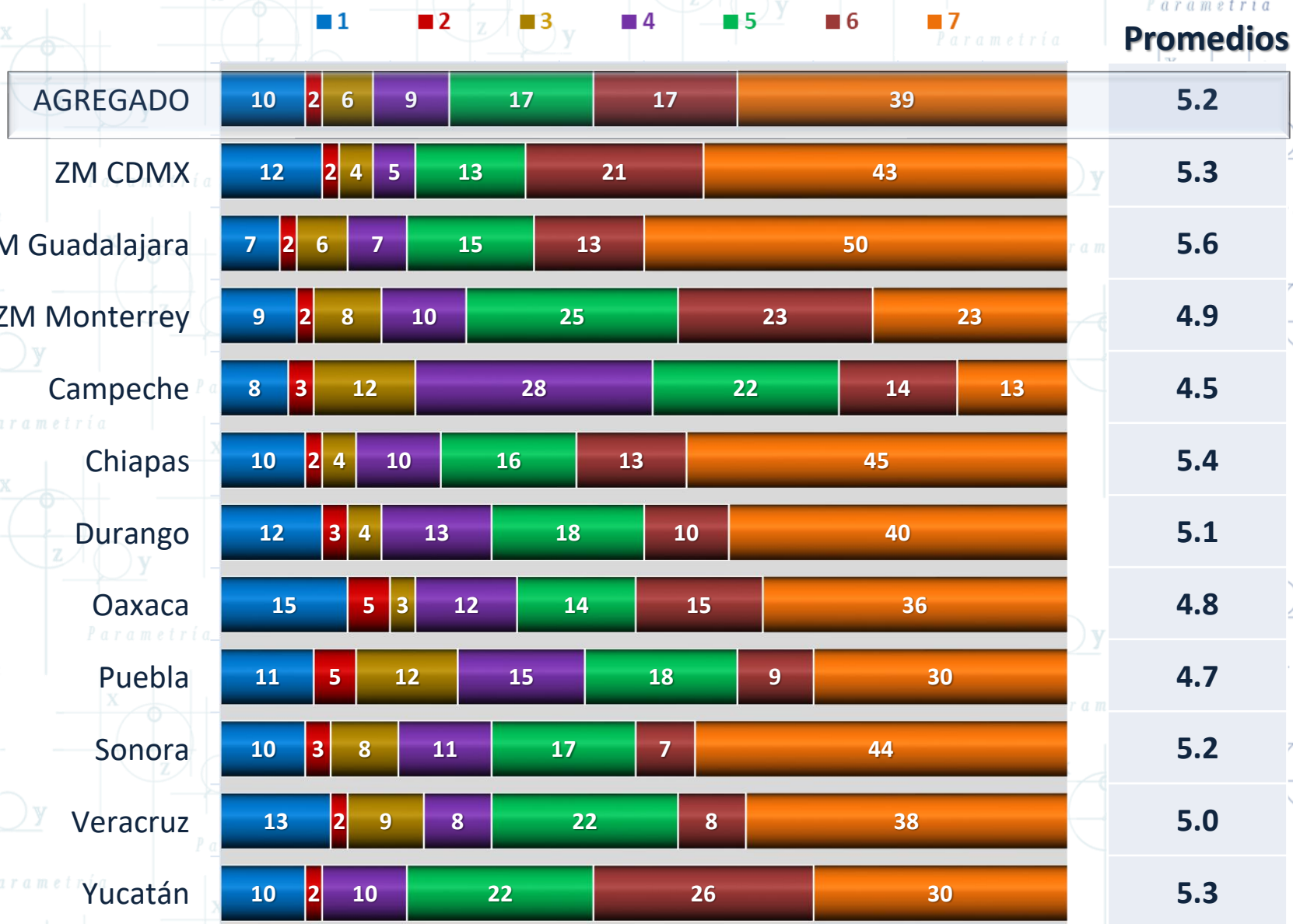
# EVALUACIÓN GLOBAL DE LA CAMPAÑA



¿Me podría decir dónde ubicaría estos anuncios que le acabo de mostrar en una escala del 1 al 7, donde 1 es (...) y 7 (...)?



¿Me podría decir dónde ubicaría estos anuncios que le acabo de mostrar en una escala del 1 al 7, donde **1** es **Difícil de entender lo que hace Banobras** y **7** es **Claro de entender lo que hace Banobras**?



¿Me podría decir dónde ubicaría estos anuncios que le acabo de mostrar en una escala del 1 al 7, donde **1** es **Es un tema sin importancia** y **7** es **Es un tema muy importante**?



¿Me podría decir dónde ubicaría estos anuncios que le acabo de mostrar en una escala del 1 al 7,  
donde **1** es **Trillado** y **7** es **Innovador**?

■ 1 ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 ■ 6 ■ 7

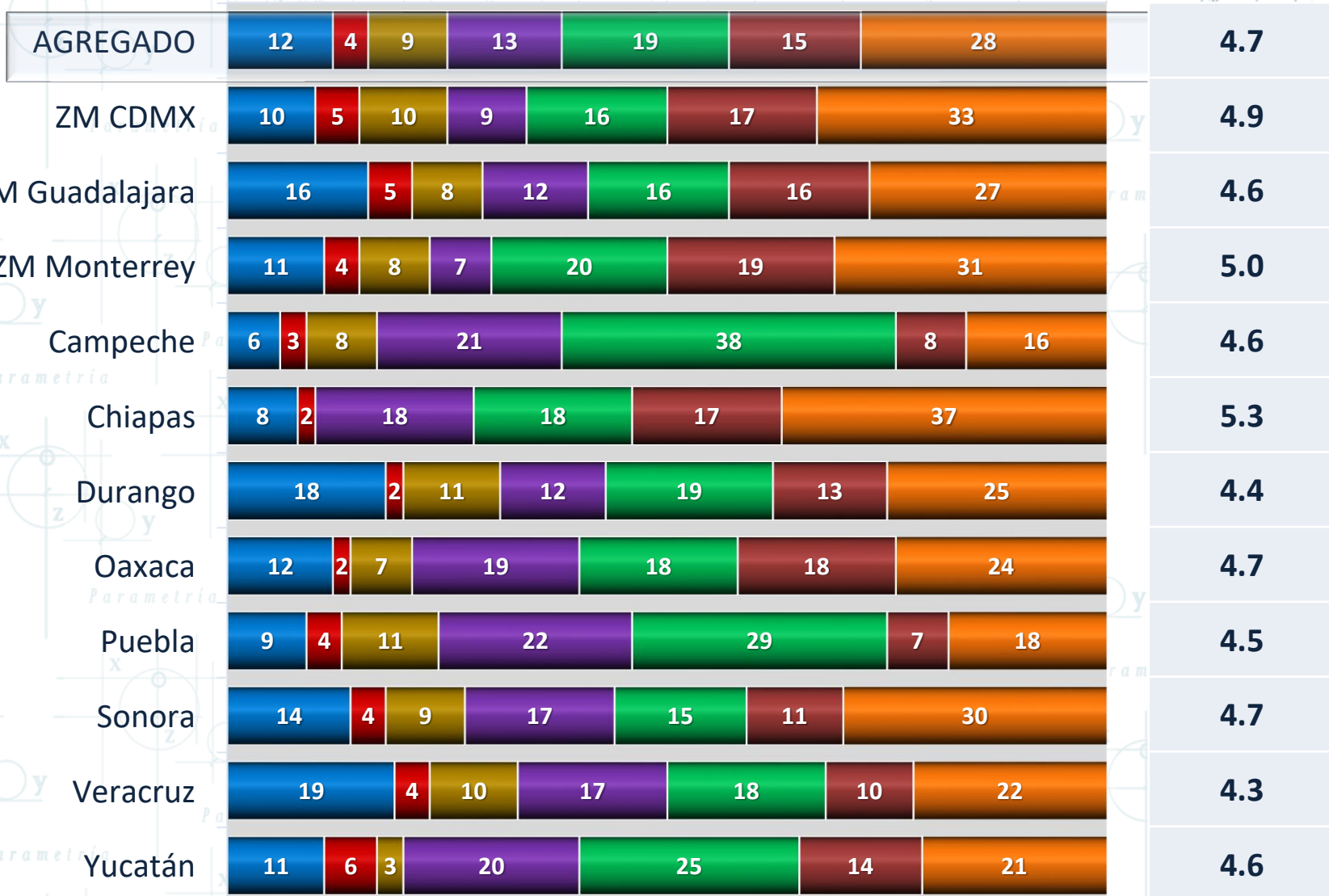
**Promedios**



¿Me podría decir dónde ubicaría estos anuncios que le acabo de mostrar en una escala del 1 al 7,  
donde **1** es **Nada creíble** y **7** es **Muy creíble**?

■ 1 ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 ■ 6 ■ 7

**Promedios**



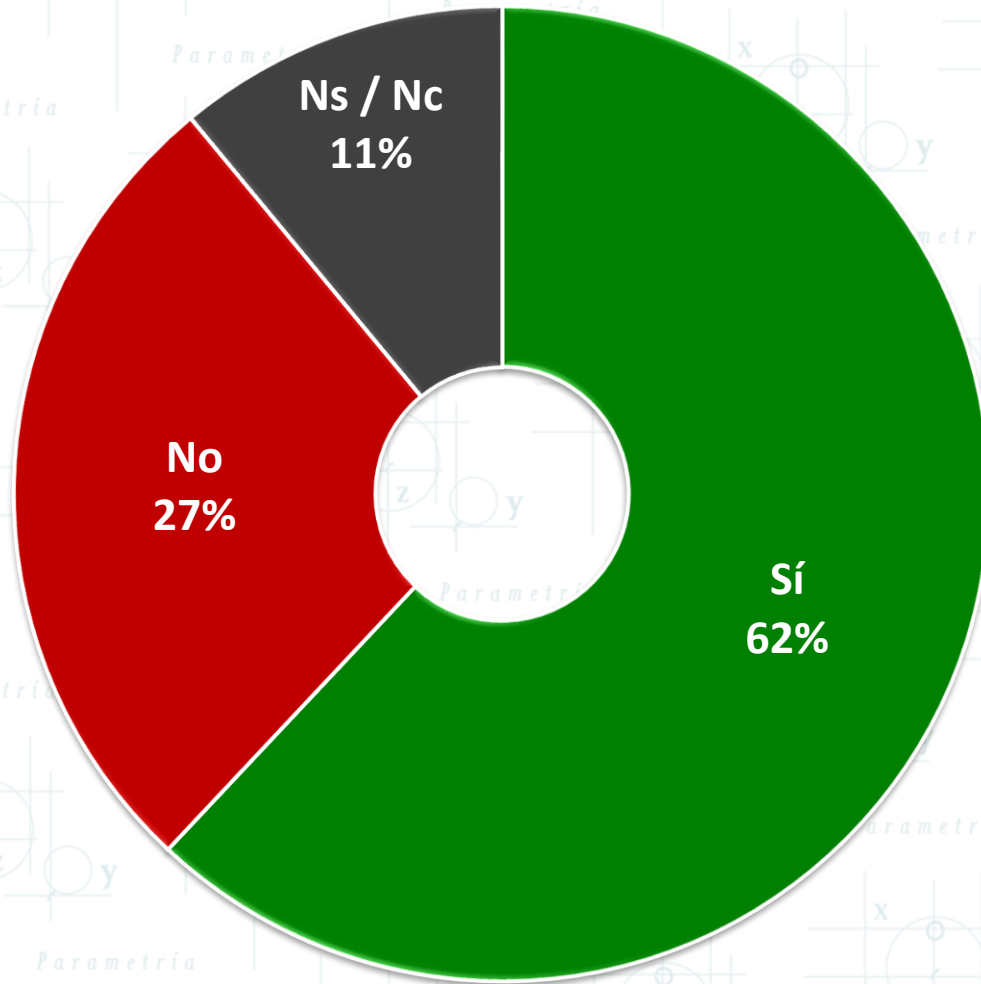
¿Me podría decir dónde ubicaría estos anuncios que le acabo de mostrar en una escala del 1 al 7, donde **1** es **No le gustan nada** y **7** es **Le gustan mucho**?

■ 1 ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 ■ 6 ■ 7

**Promedios**



¿Usted cree que estos anuncios muestran con claridad o no que Banobras financia proyectos de infraestructura prioritarios de la Administración de la presidenta Claudia Sheinbaum?

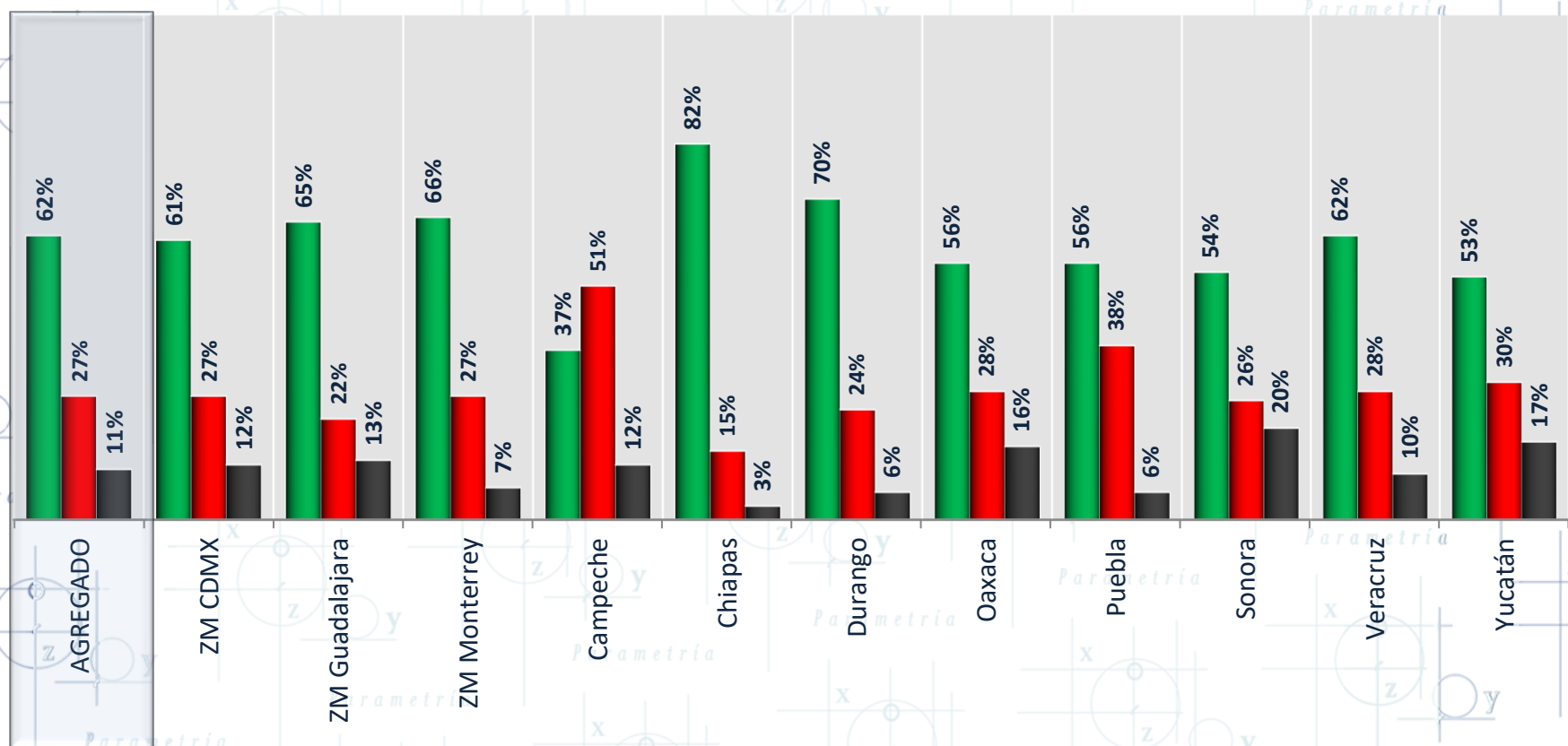


¿Usted cree que estos anuncios muestran con claridad o no que Banobras financia proyectos de infraestructura prioritarios de la administración de la presidenta Claudia Sheinbaum?

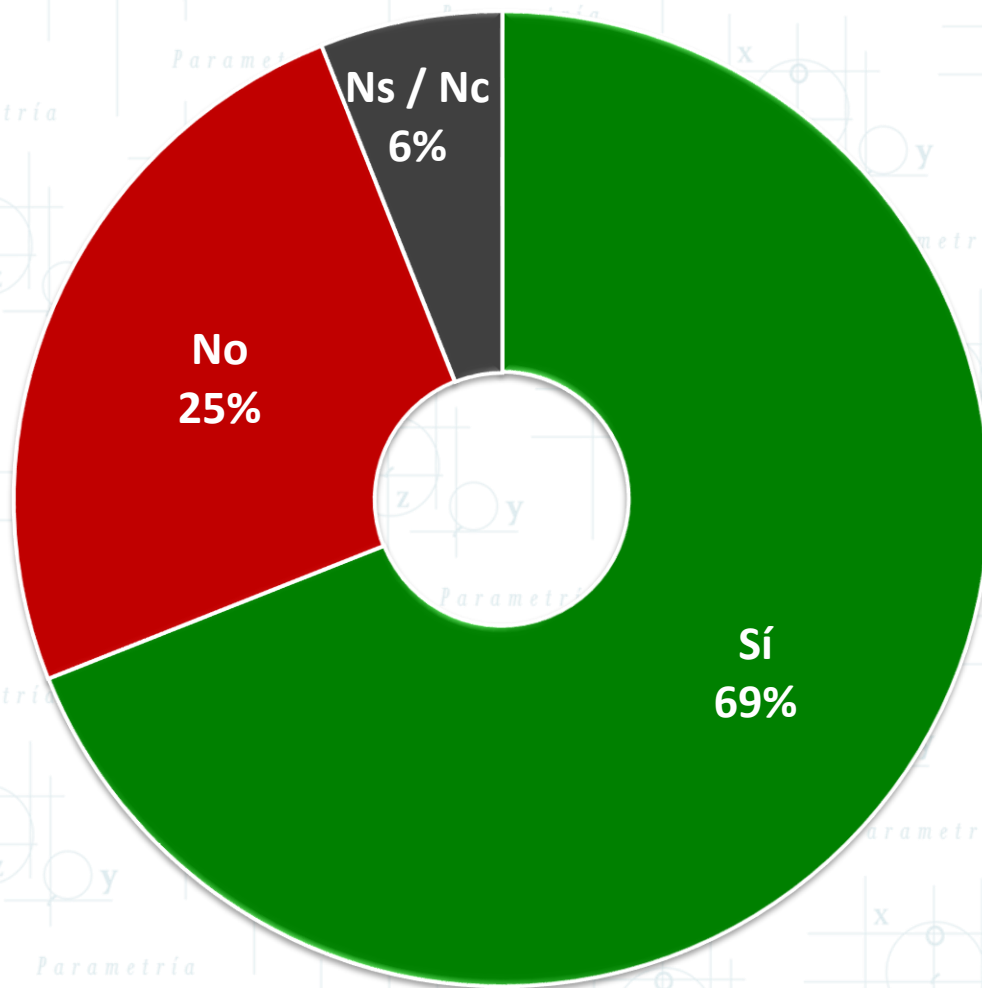
■ Sí

■ No

■ Ns / Nc



¿Usted cree que estos anuncios muestran con claridad o no que Banobras financia la realización de obras en Estados y Municipios del país?

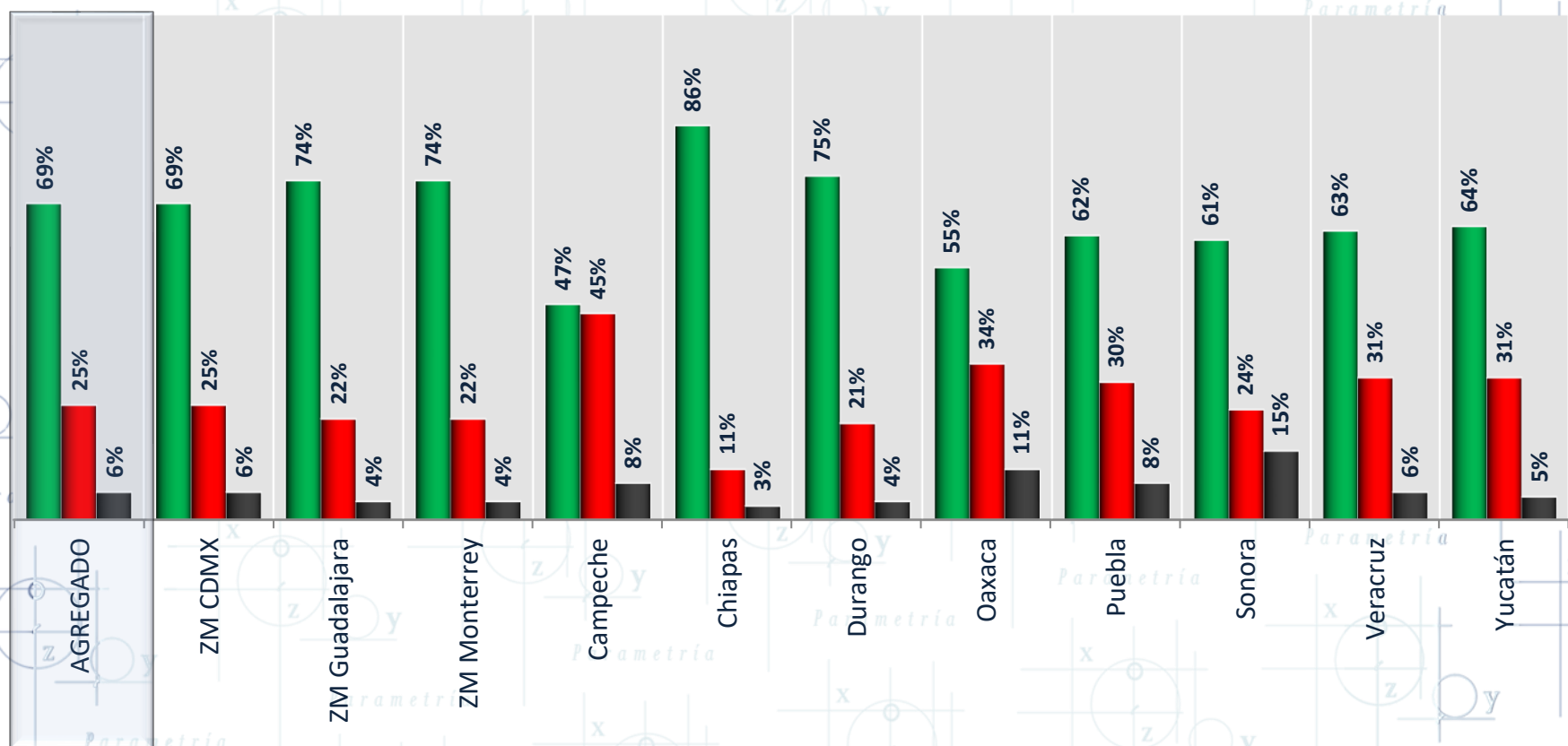


¿Usted cree que estos anuncios muestran con claridad o no que Banobras financia la realización de obras en Estados y Municipios del país?

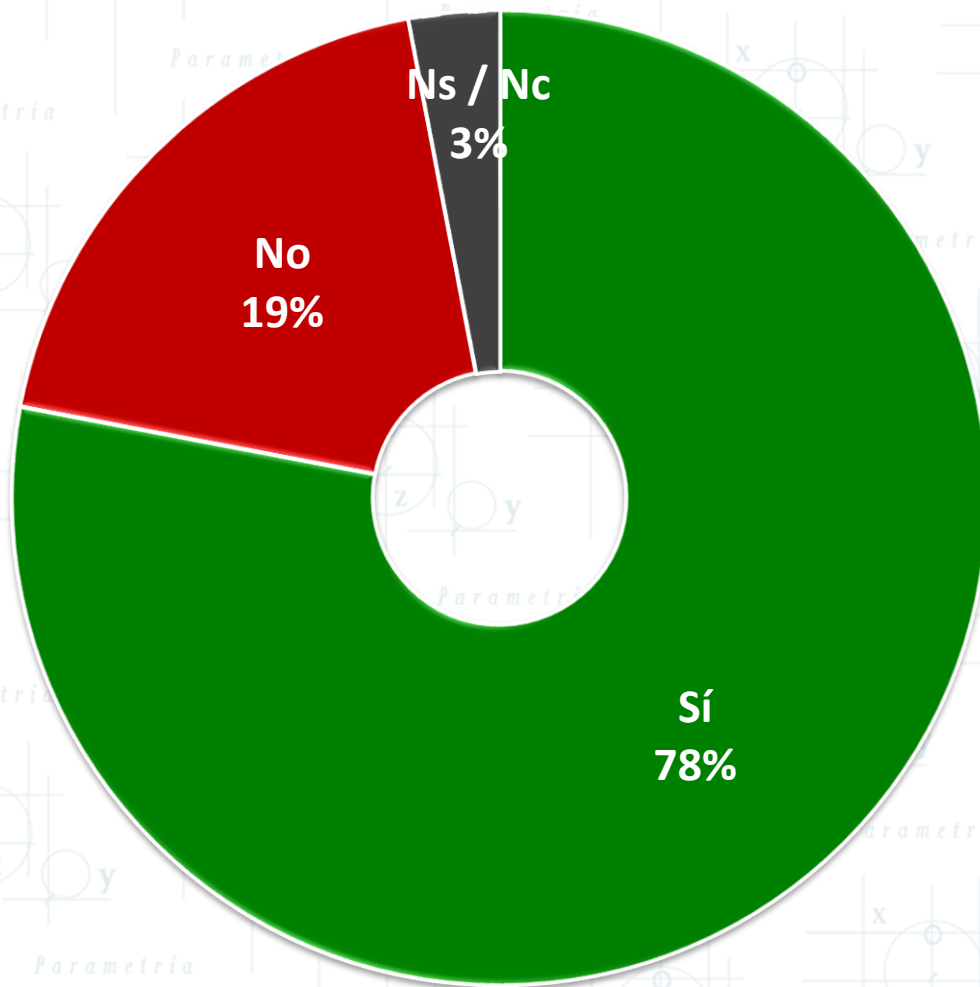
■ Sí

■ No

■ Ns / Nc



¿Usted cree que estos anuncios muestran con claridad o no que Banobras genera empleos?

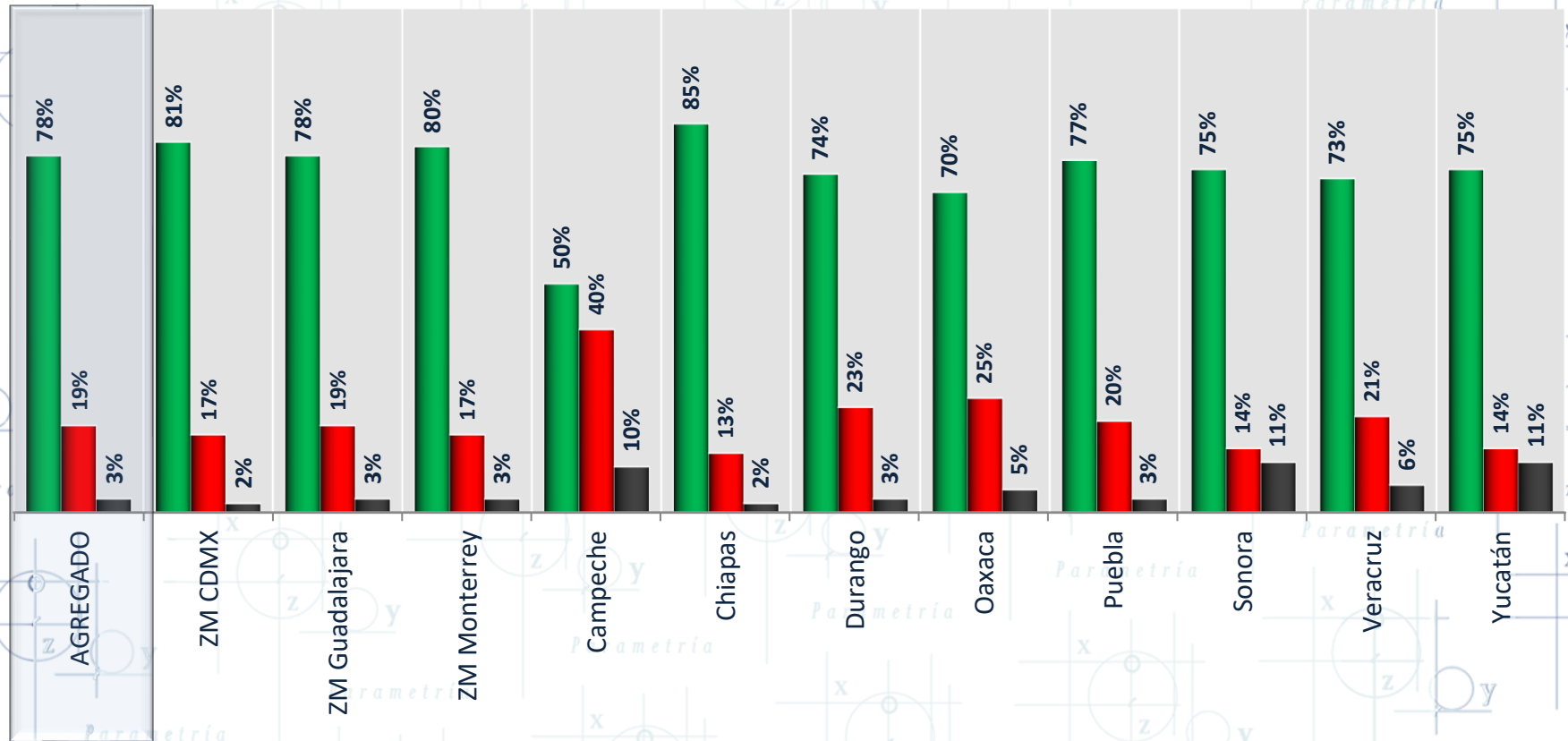


¿Usted cree que estos anuncios muestran con claridad o no que Banobras genera empleos?

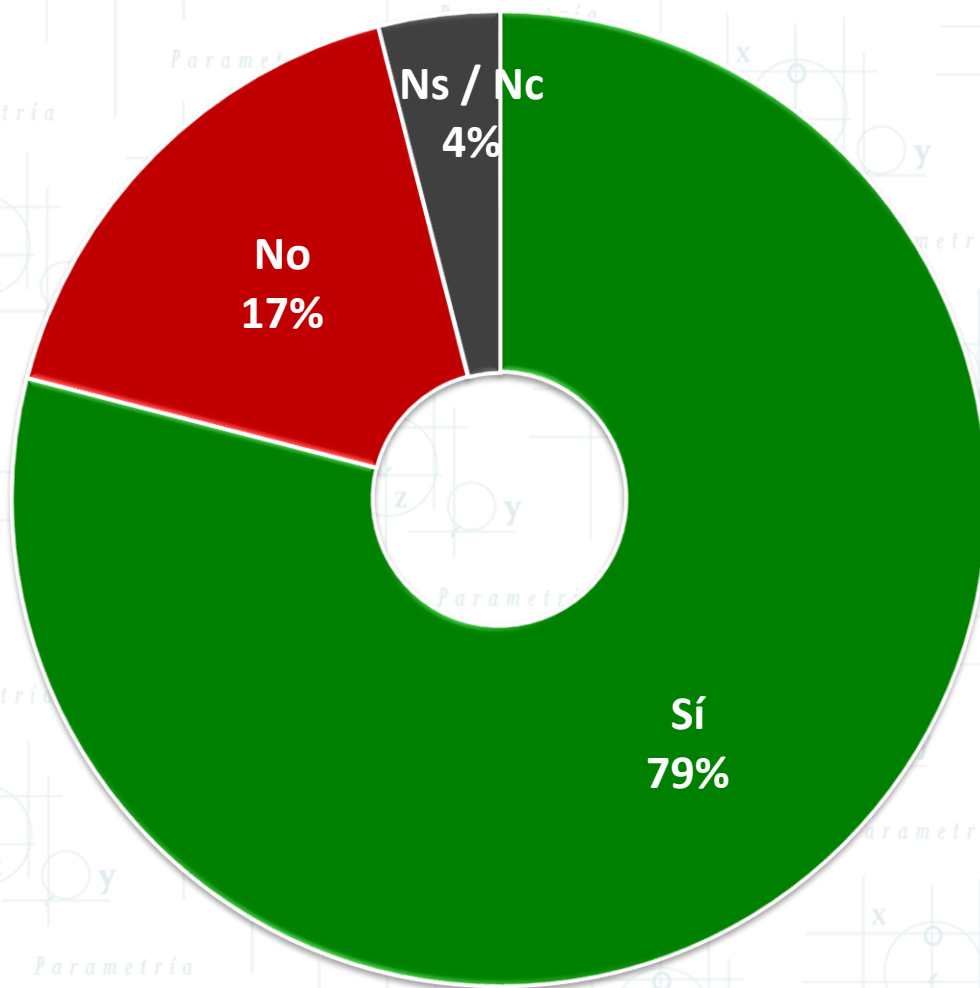
■ Sí

■ No

■ Ns / Nc



¿Usted cree que estos anuncios muestran con claridad o no que Banobras financia obras que generan bienestar para las personas?

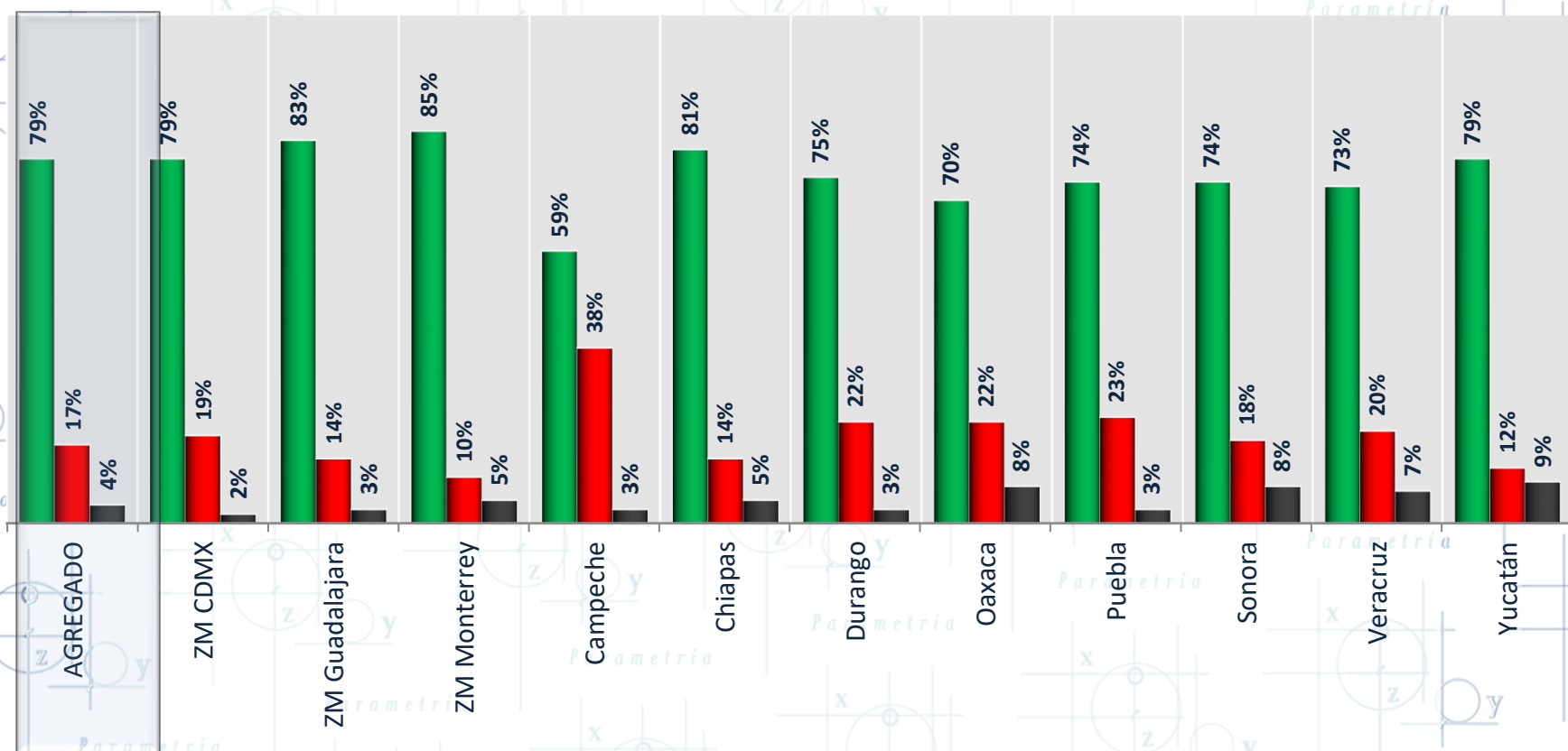


¿Usted cree que estos anuncios muestran con claridad o no que Banobras financia obras que generan bienestar para las personas?

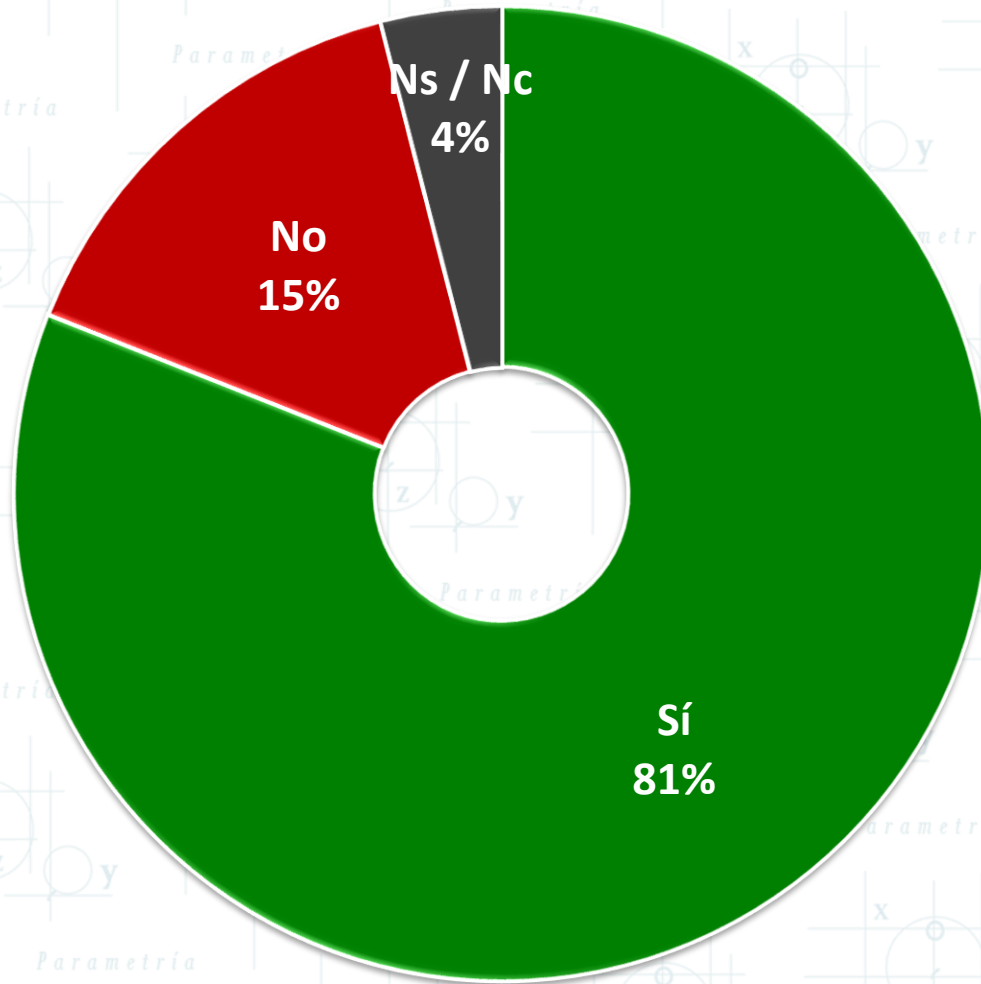
■ Sí

■ No

■ Ns / Nc



¿Usted considera que el financiamiento a proyectos de infraestructura genera bienestar y prosperidad en las y los mexicanos?

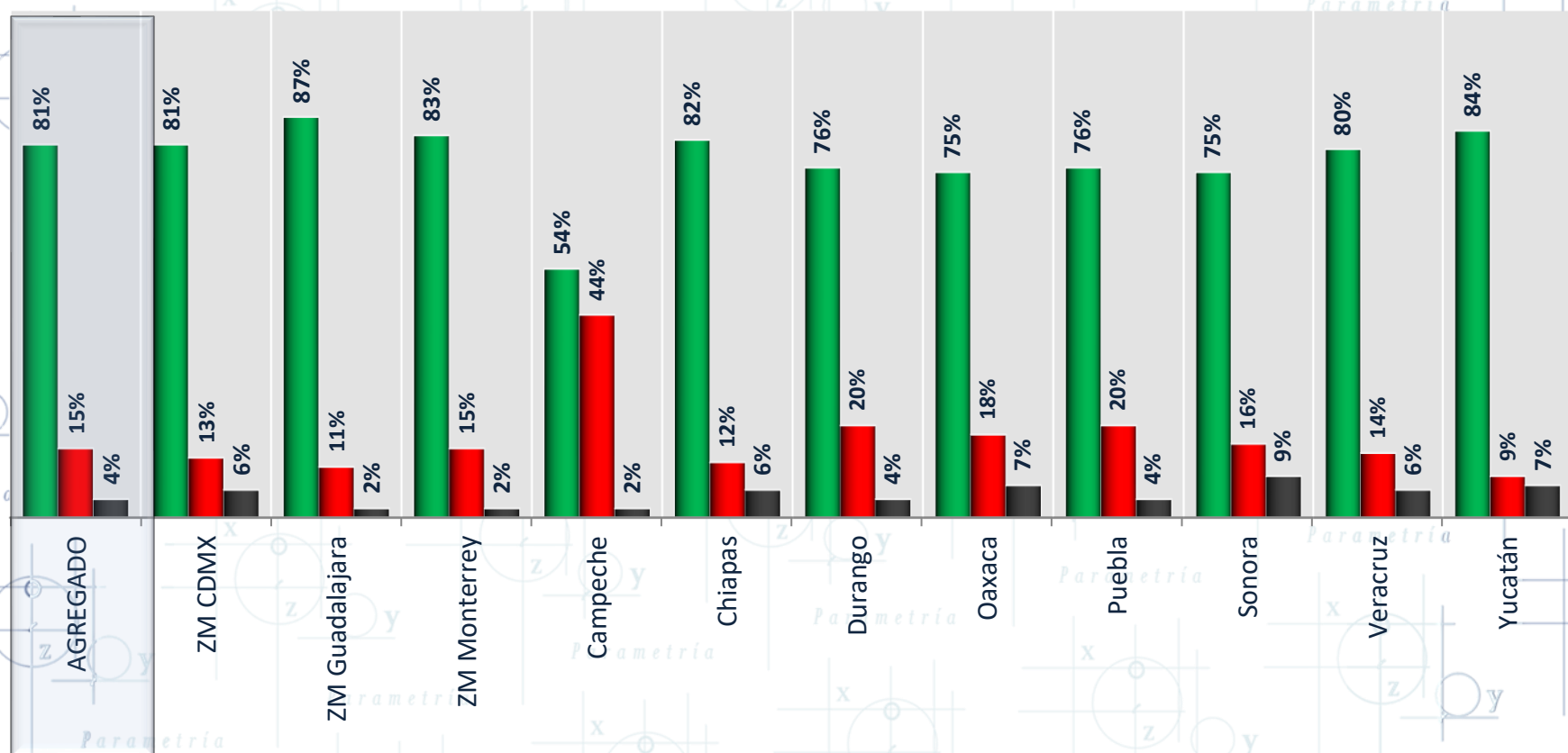


¿Usted considera que el financiamiento a proyectos de infraestructura genera bienestar y prosperidad en las y los mexicanos?

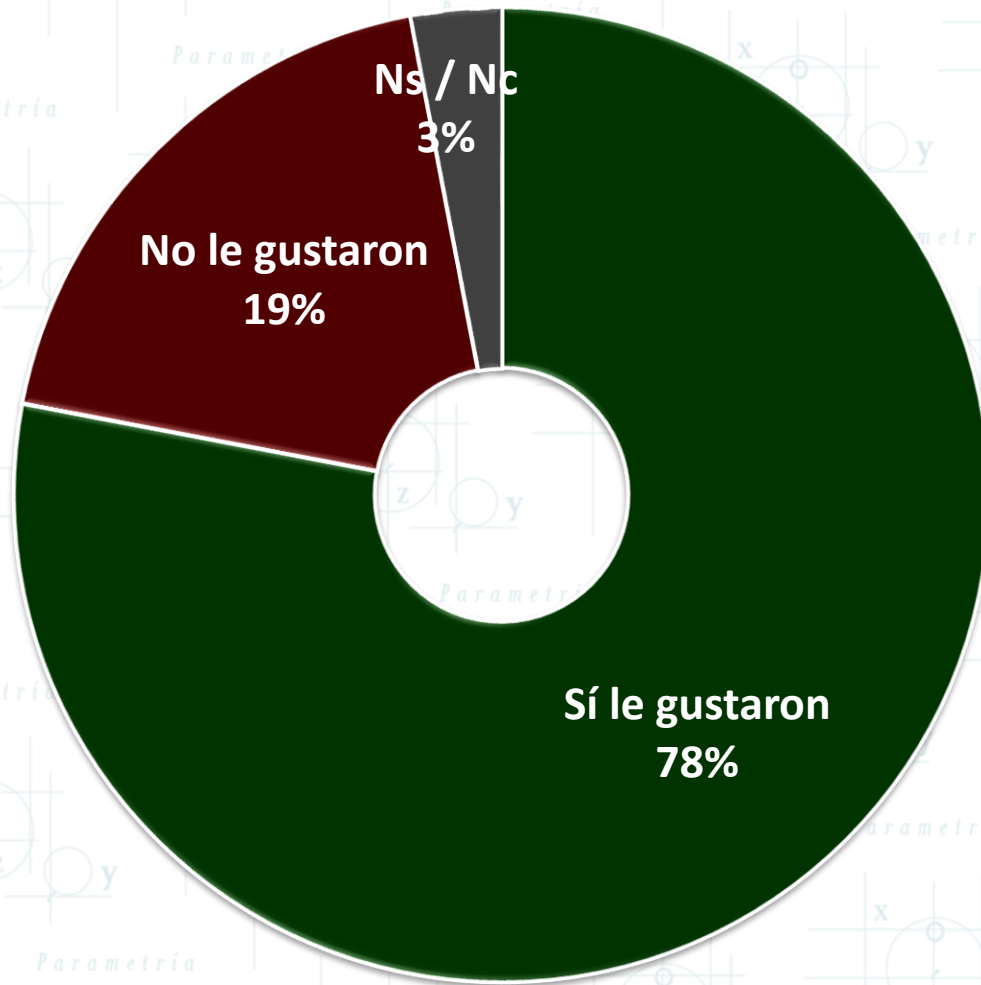
■ Sí

■ No

■ Ns / Nc



¿A usted le gustaron o no los anuncios de Banobras?

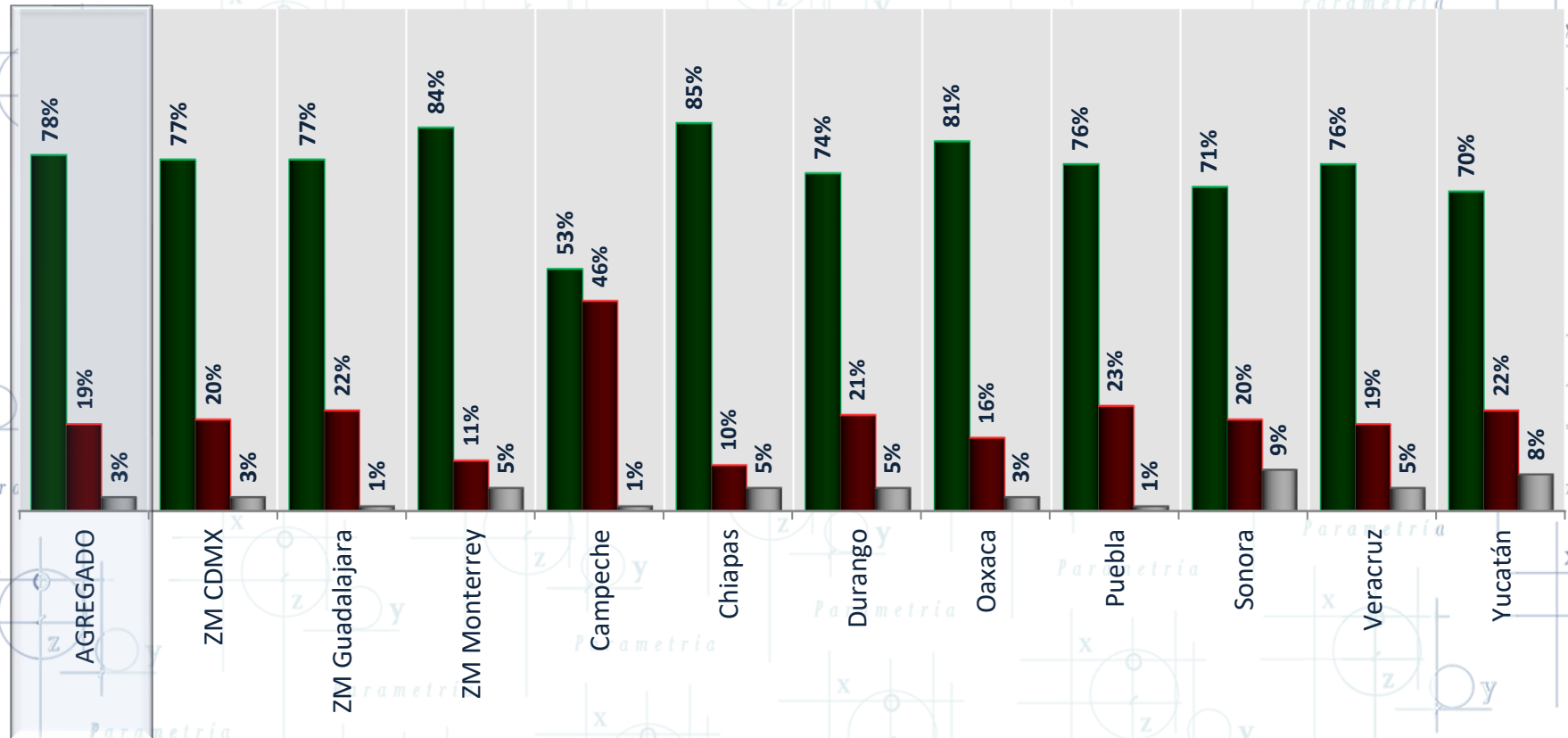


¿A usted le gustaron o no los anuncios de Banobras?

■ Sí le gustaron

■ No le gustaron

■ Ns / Nc



¿Qué tanto se identifica usted con los mensajes de Banobras?

Mucho

16%

Algo

34%

Poco

28%

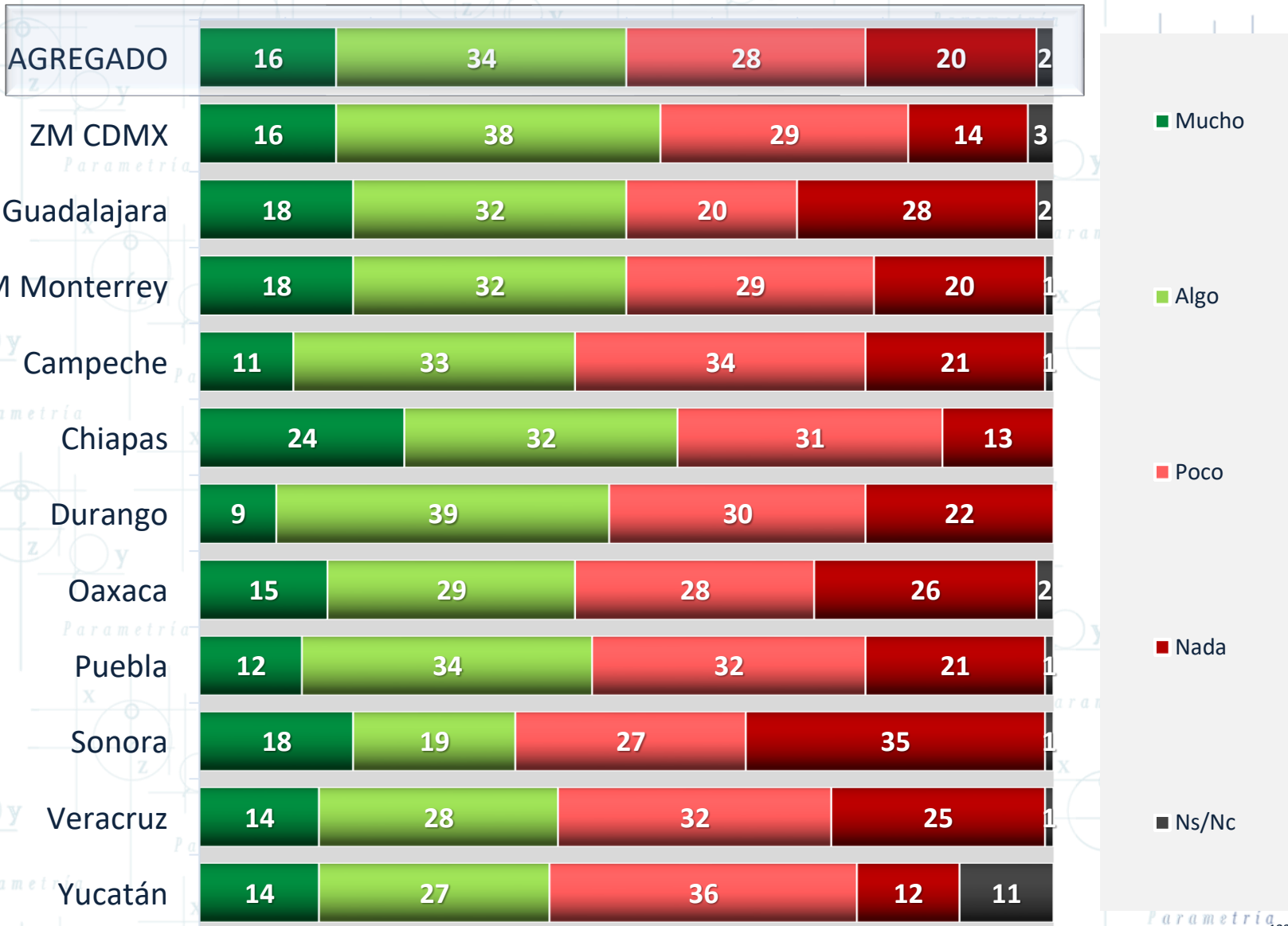
Nada

20%

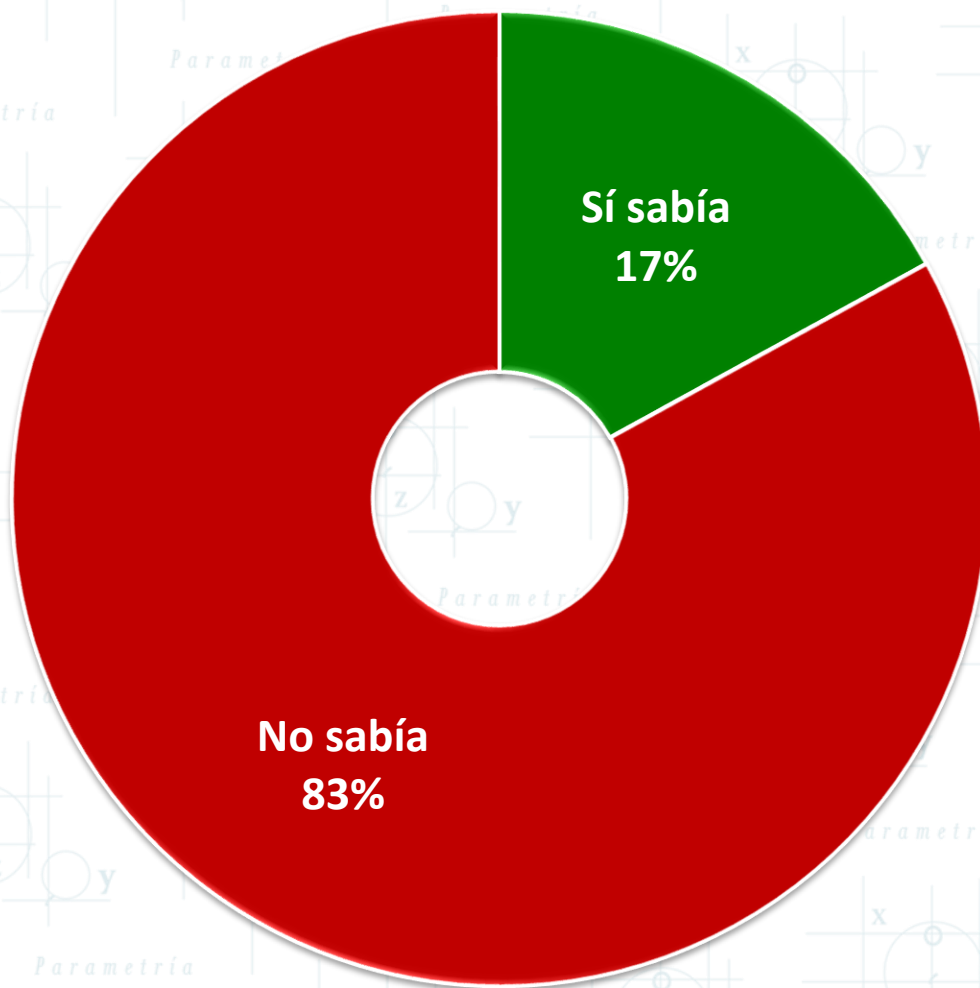
Ns/Nc

2%

¿Qué tanto se identifica usted con los mensajes de Banobras?



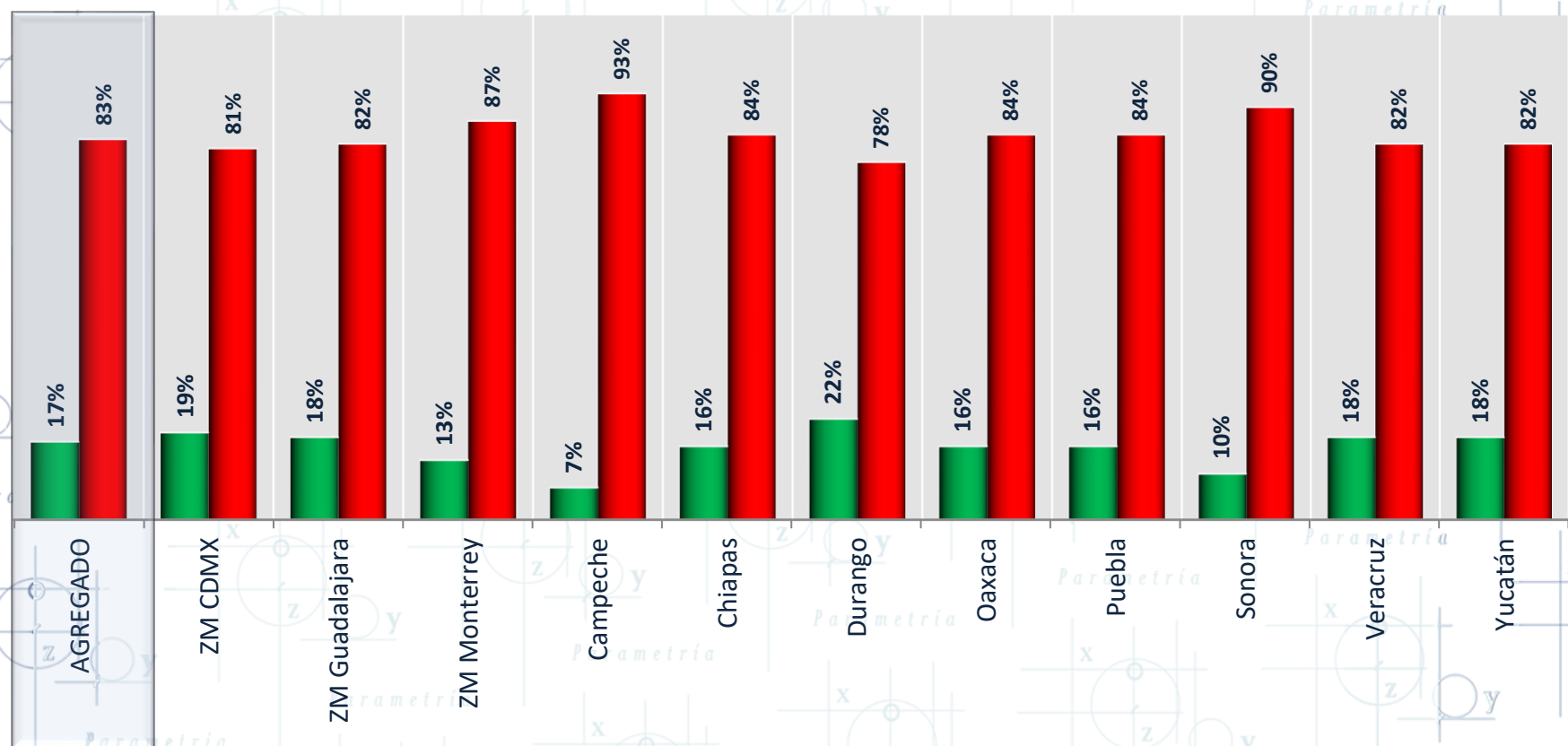
Antes de ver o escuchar estos anuncios,  
¿usted sabía que Banobras apoyaba este tipo de proyectos?



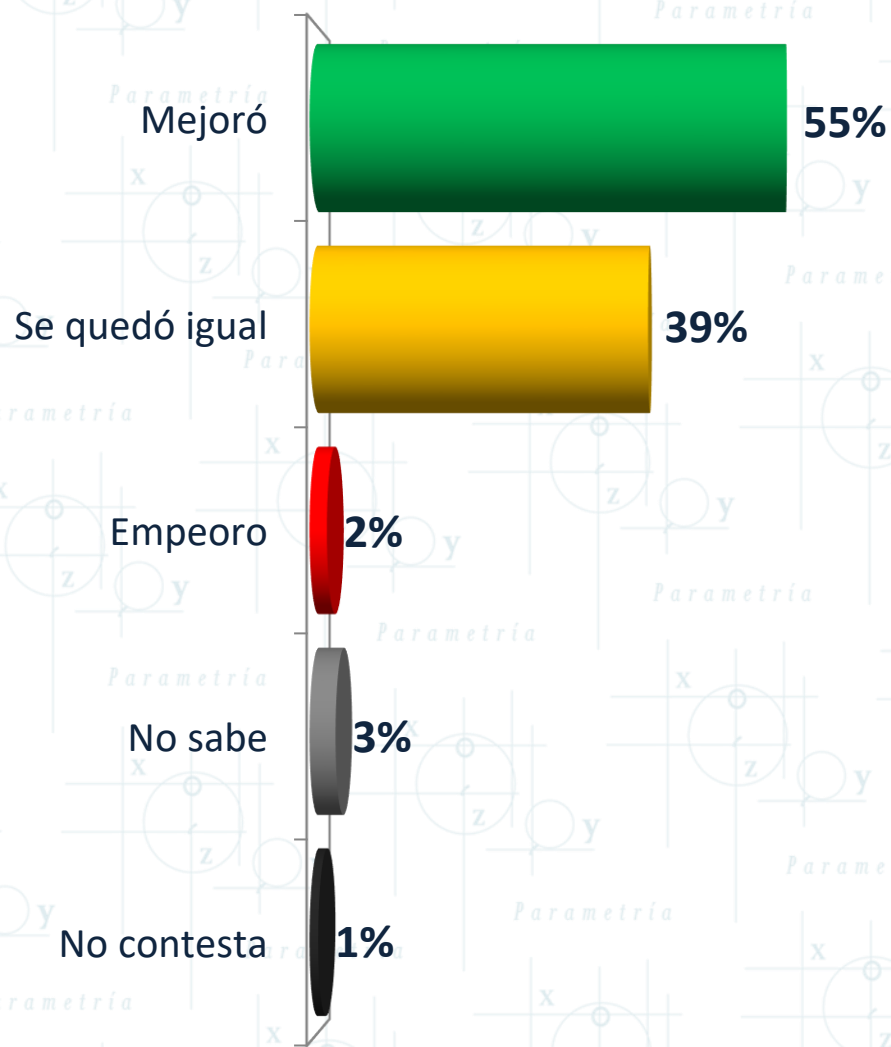
Antes de ver o escuchar estos anuncios,  
¿usted sabía que Banobras apoyaba este tipo de proyectos?

■ Sí sabía

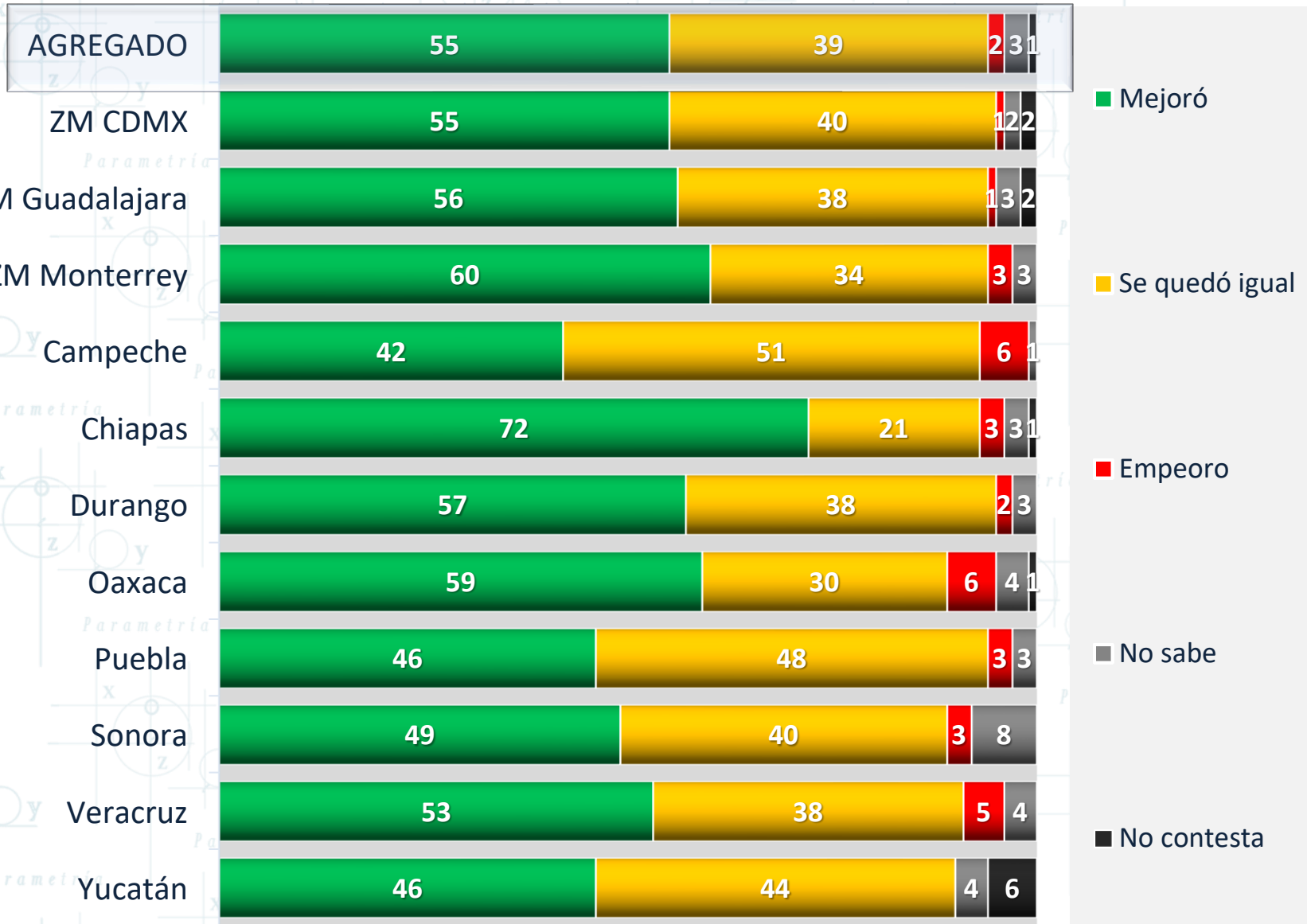
■ No sabía



Después de ver o escuchar los anuncios,  
¿su opinión de Banobras mejoró, se quedó igual o empeoró?



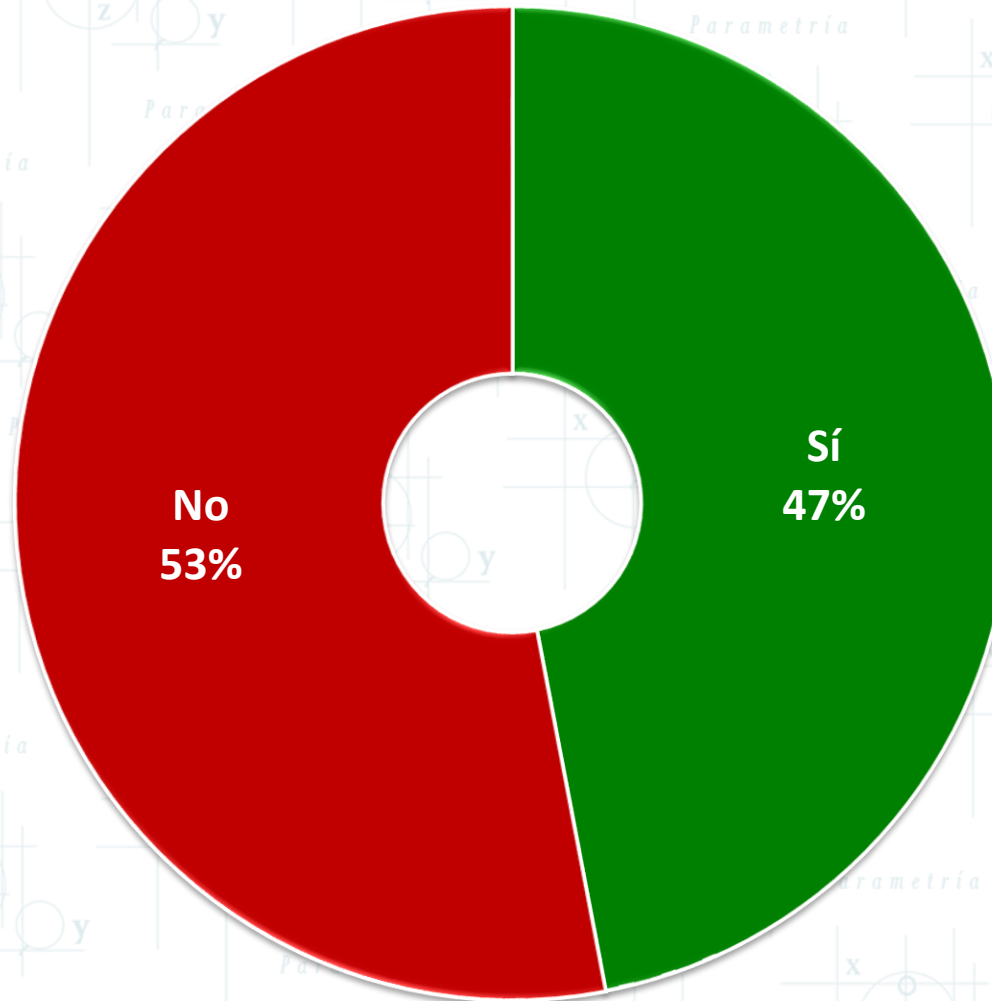
Después de ver o escuchar los anuncios,  
¿su opinión de Banobras mejoró, se quedó igual o empeoró?



# OBRAS PRIORITARIAS

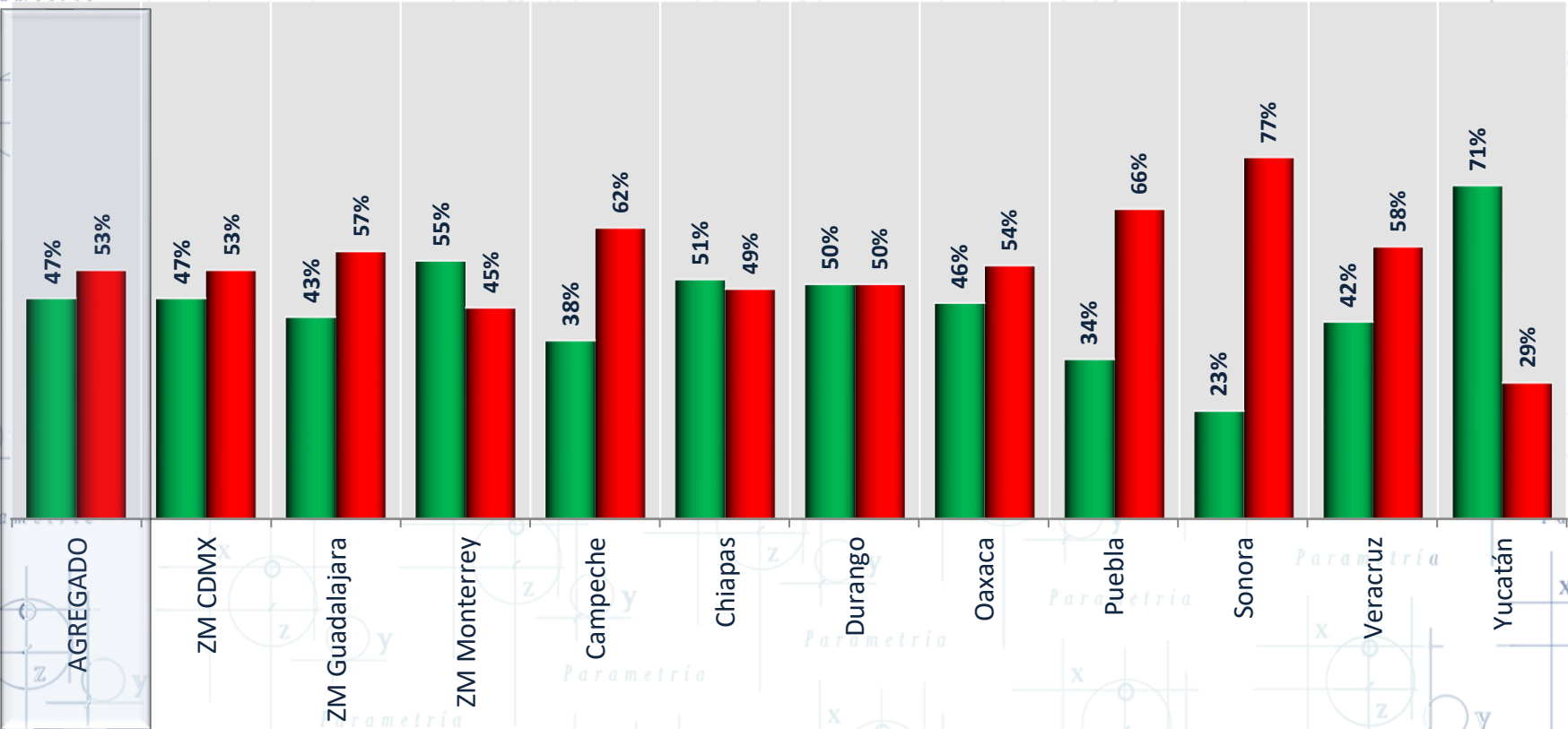


En la localidad donde vive,  
¿usted usa servicios u obras similares a los que se muestran en los anuncios de Banobras?



En la localidad donde vive,  
¿usted usa servicios u obras similares a los que se muestran en los anuncios de Banobras?

■ Sí ■ No



¿Qué tanto le benefician (...) las obras que se realizan con participación de Banobras?

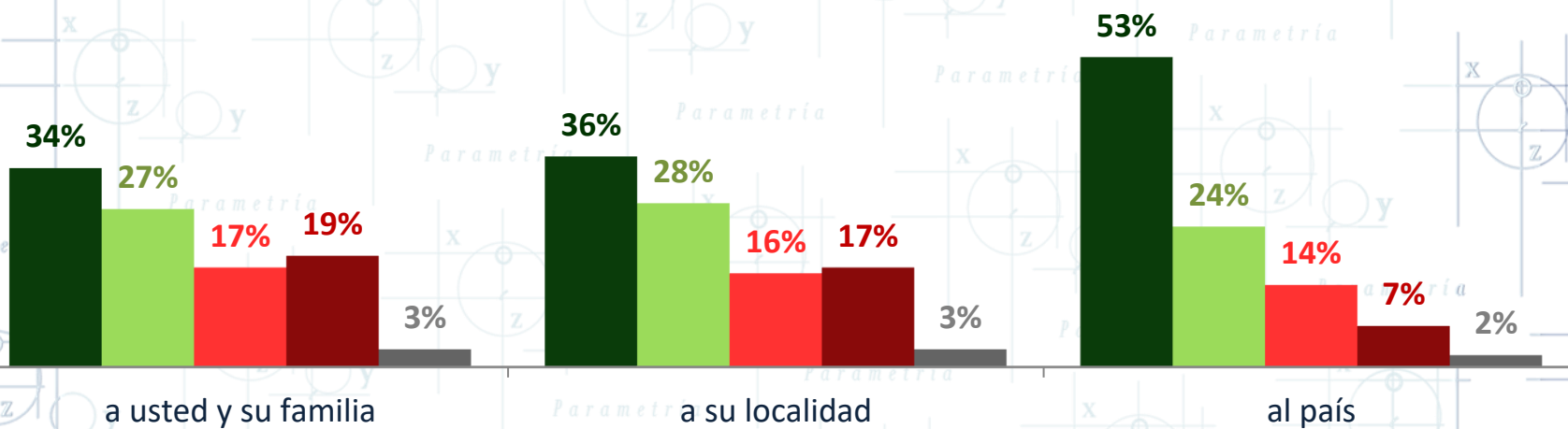
Mucho

Algo

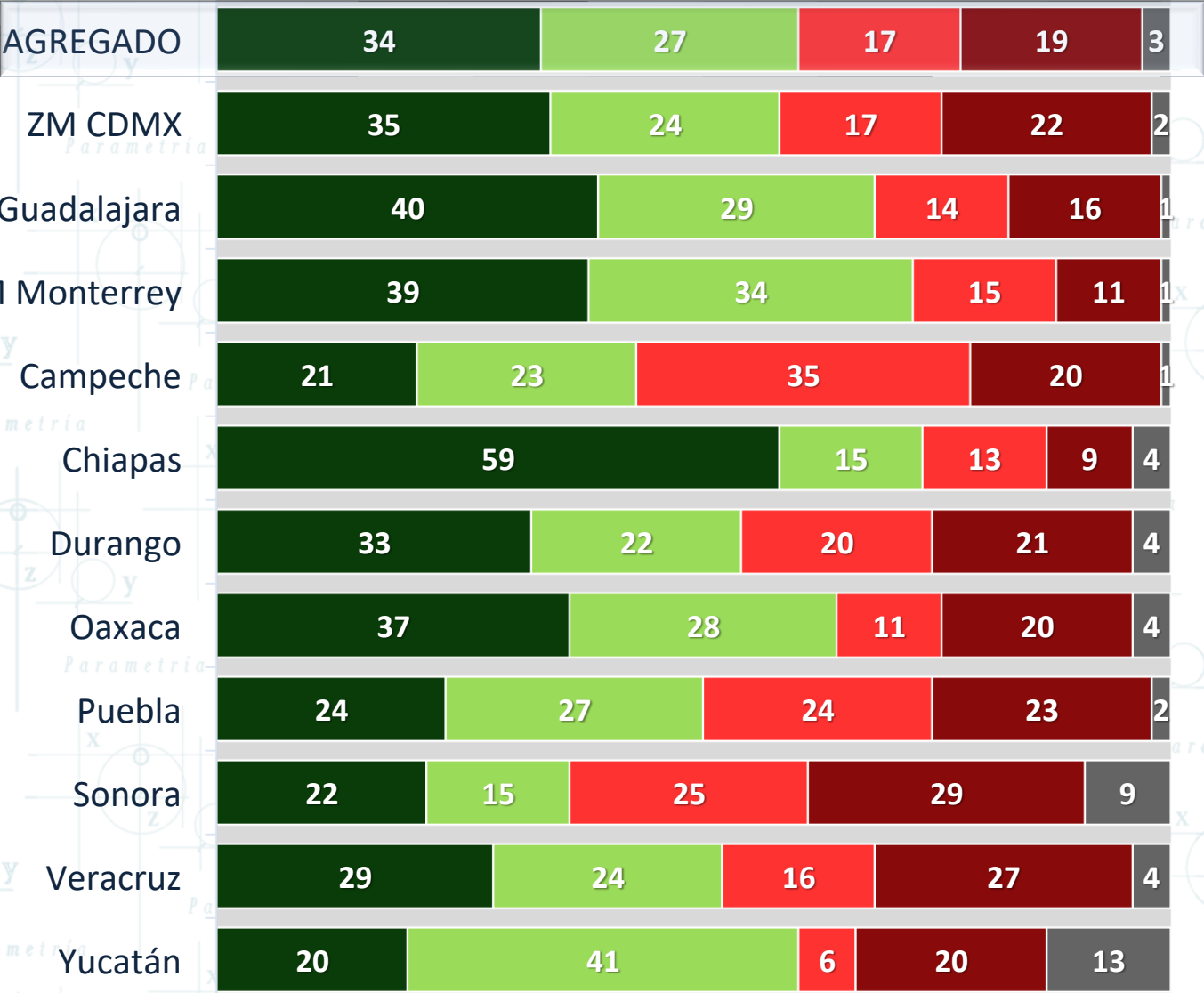
Poco

Nada

Ns / Nc



¿Qué tanto le benefician **a usted y su familia** las obras que se realizan con participación de Banobras?



Mucho

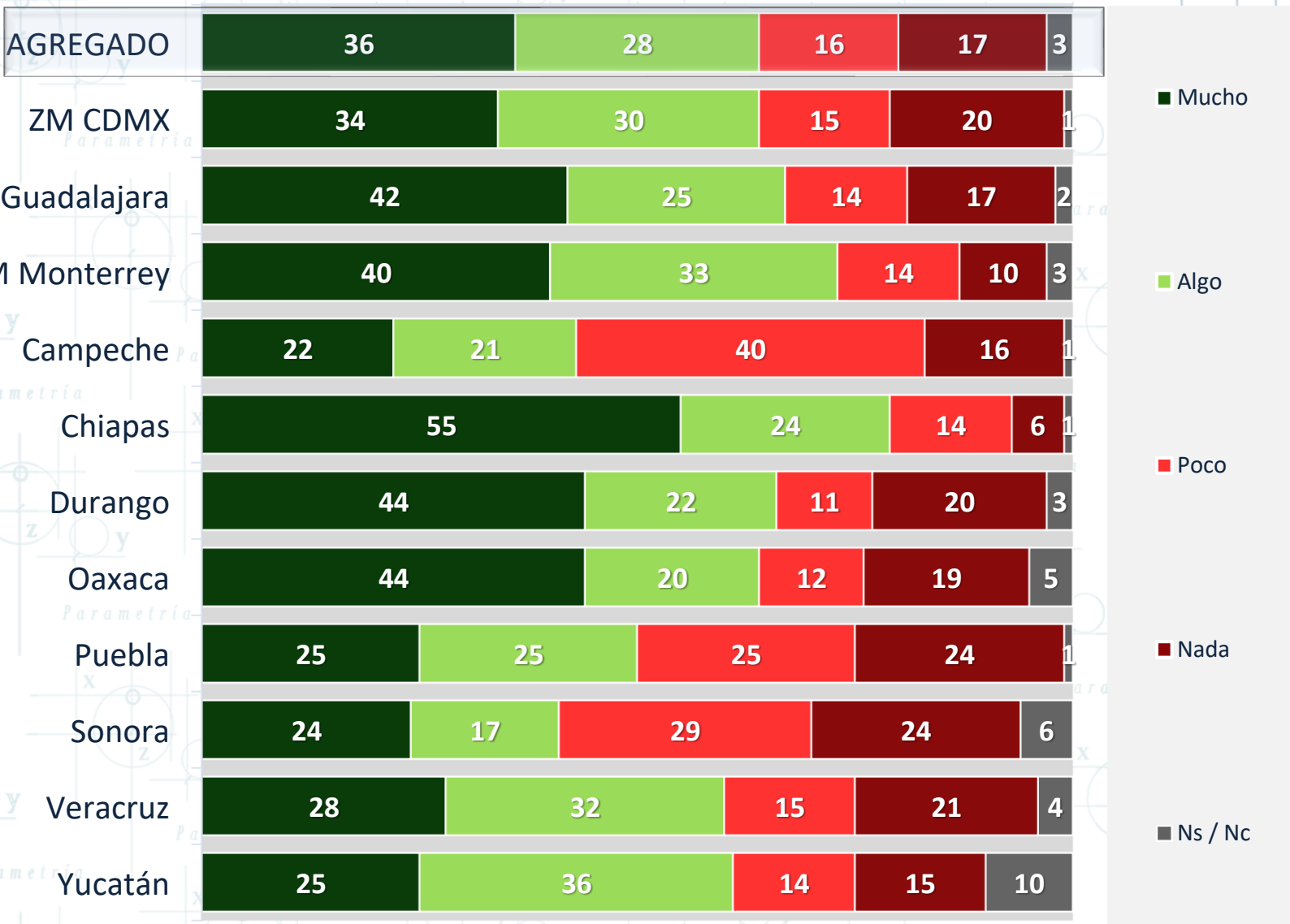
Algo

Poco

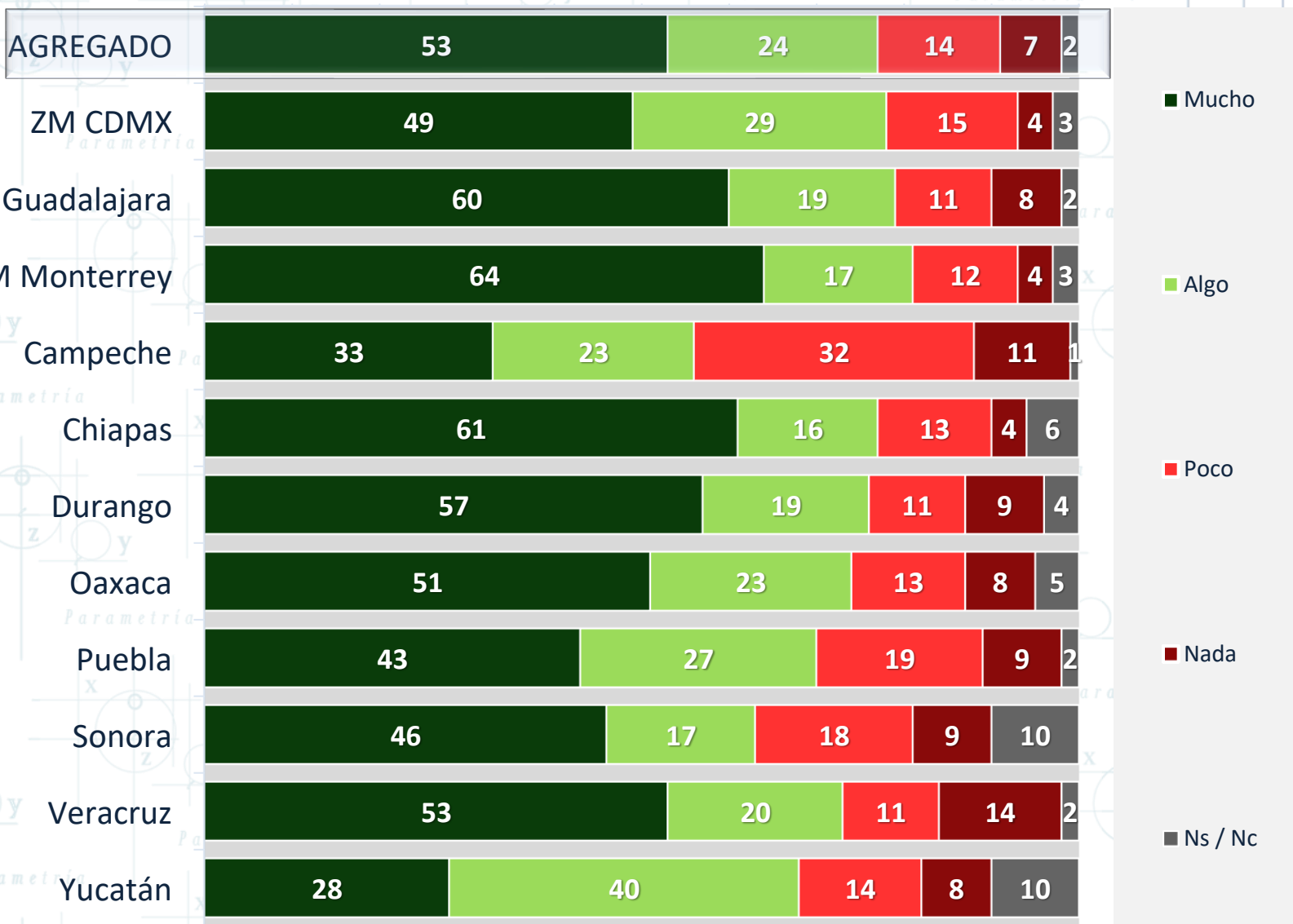
Nada

Ns / Nc

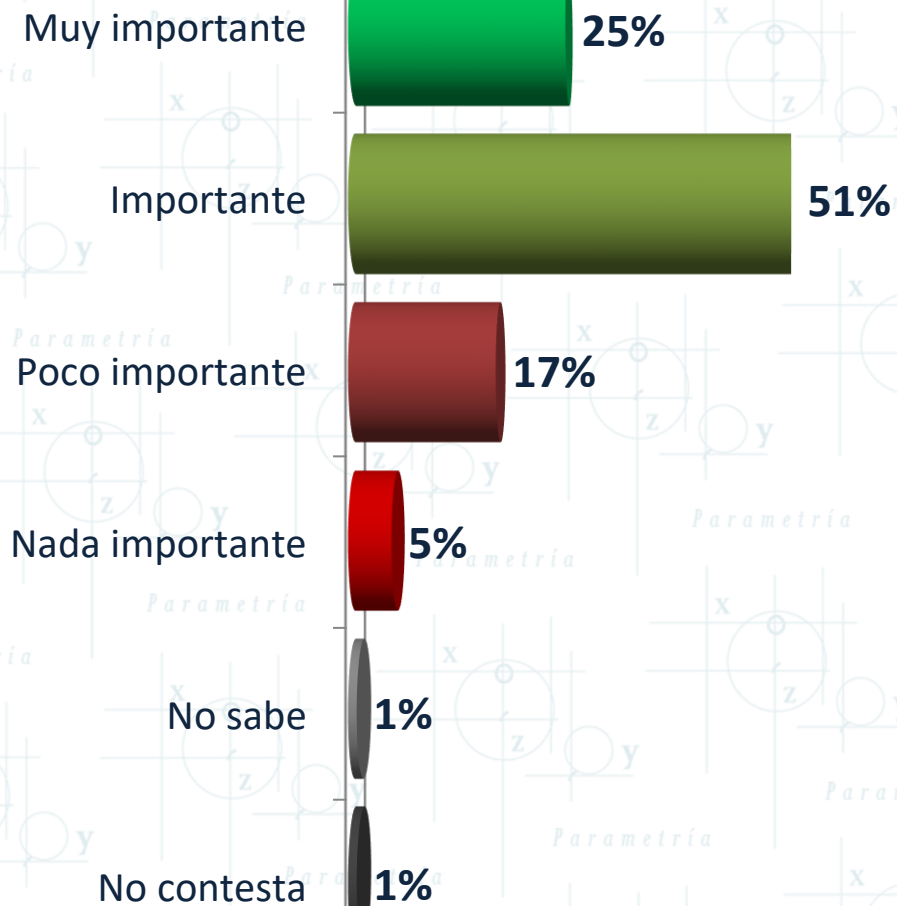
¿Qué tanto le benefician **a su localidad** las obras que se realizan con participación de Banobras?



¿Qué tanto le benefician **al país** las obras que se realizan con participación de Banobras?



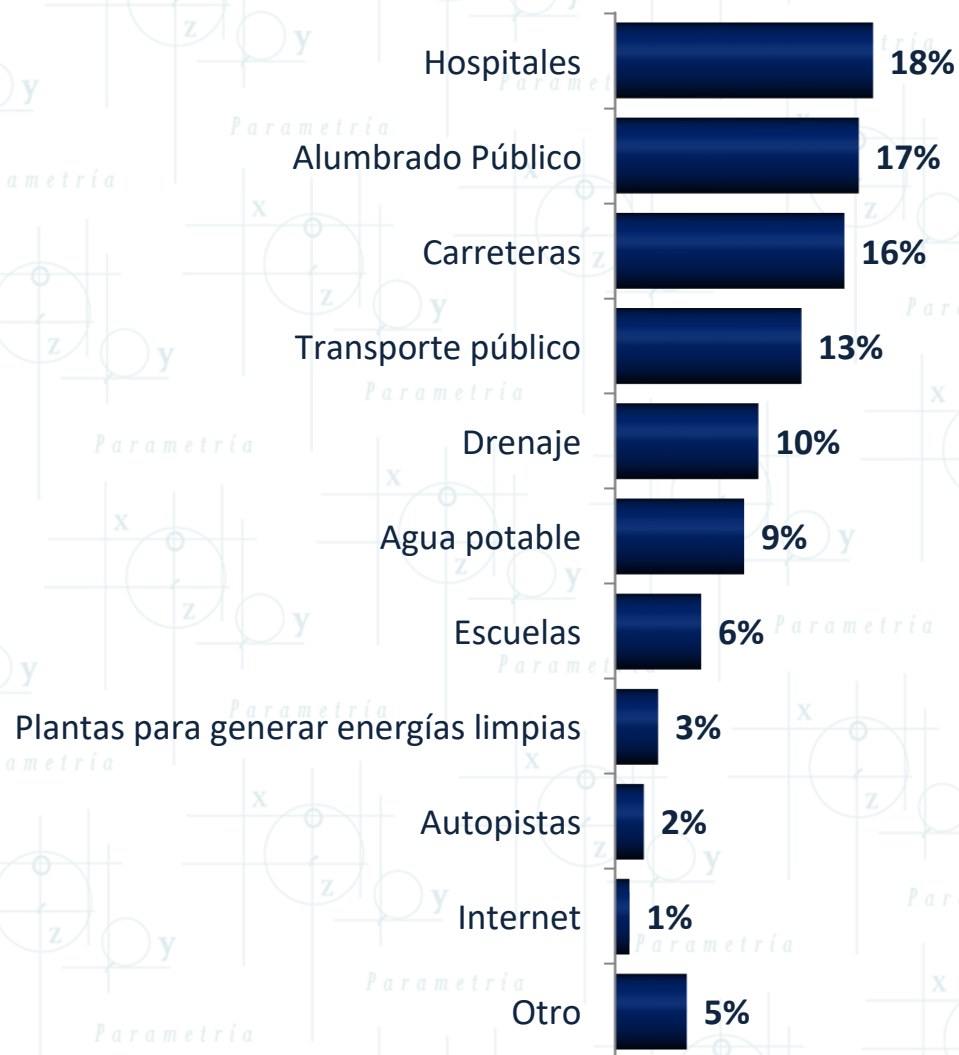
¿Qué tan importante considera que es lo que hace Banobras?



¿Qué tan importante considera que es lo que hace Banobras?



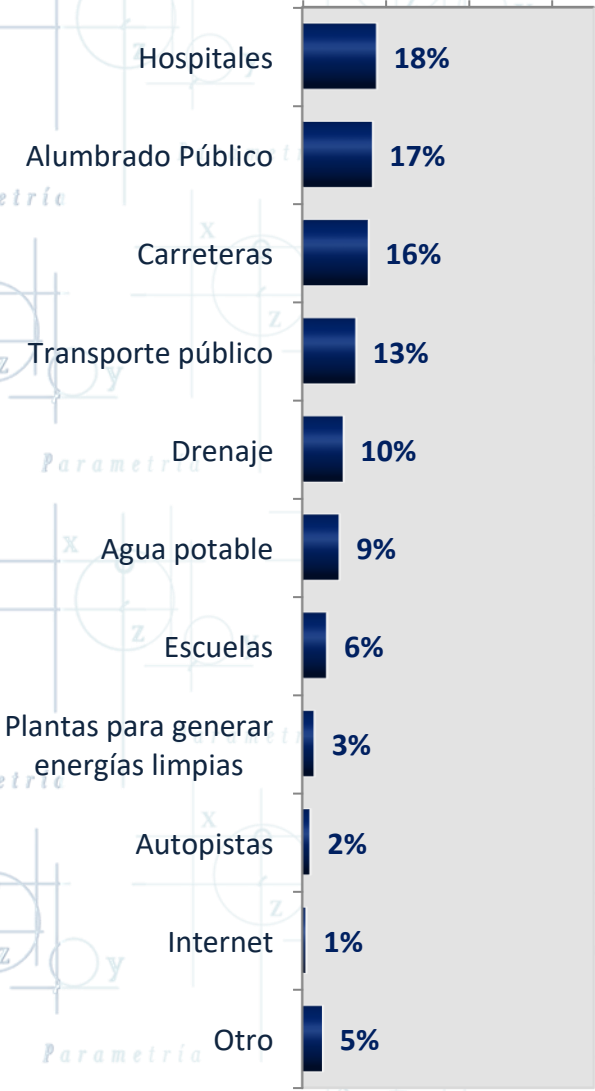
Pensando en la localidad donde vive,  
¿cuáles considera que son los dos principales tipos de obras que se necesitan y que podría apoyar Banobras?



NO suma 100%

Pensando en la localidad donde vive,  
¿cuáles considera que son los dos principales tipos de obras que se necesitan y que podría apoyar Banobras?

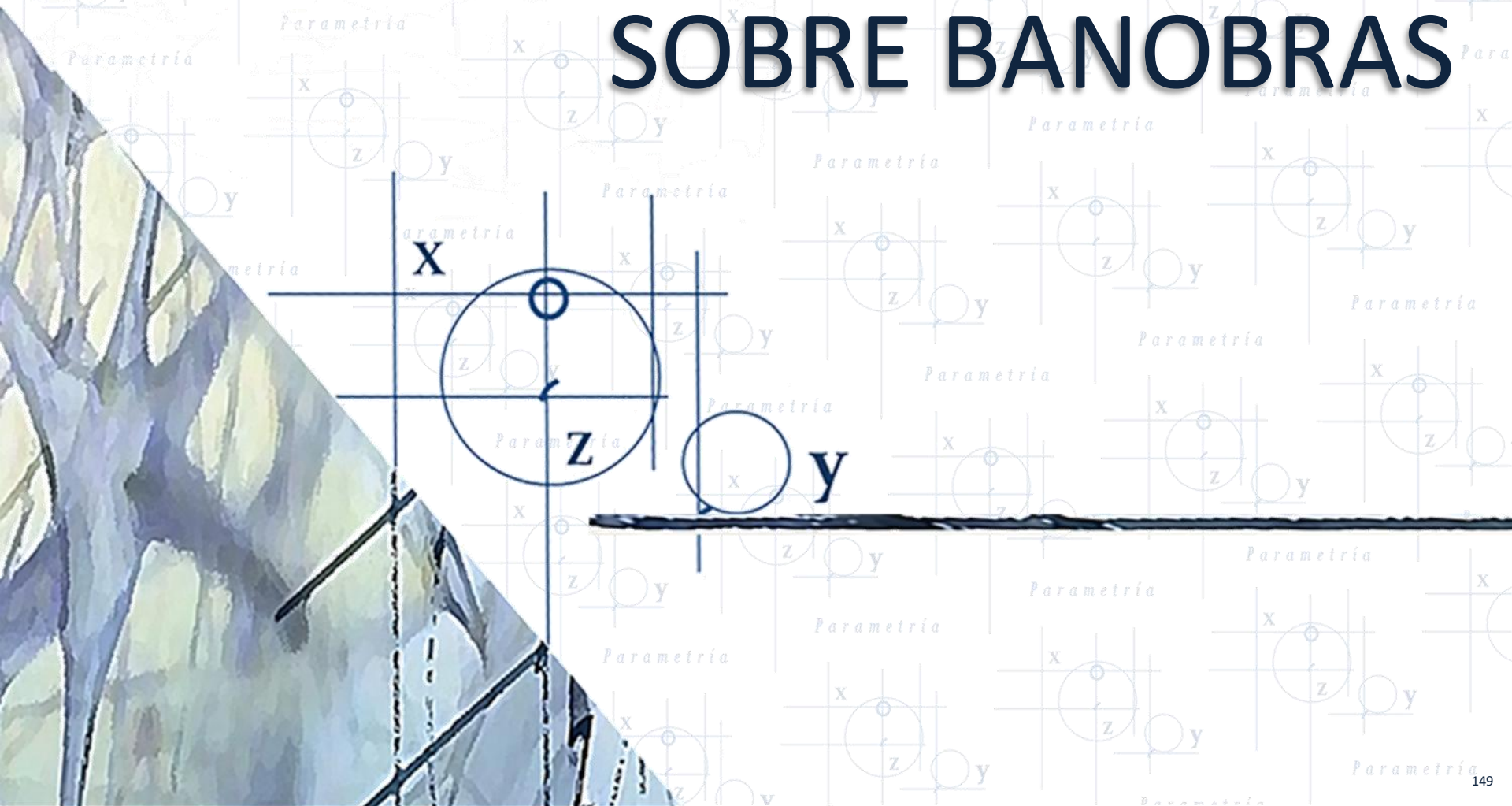
Agregado



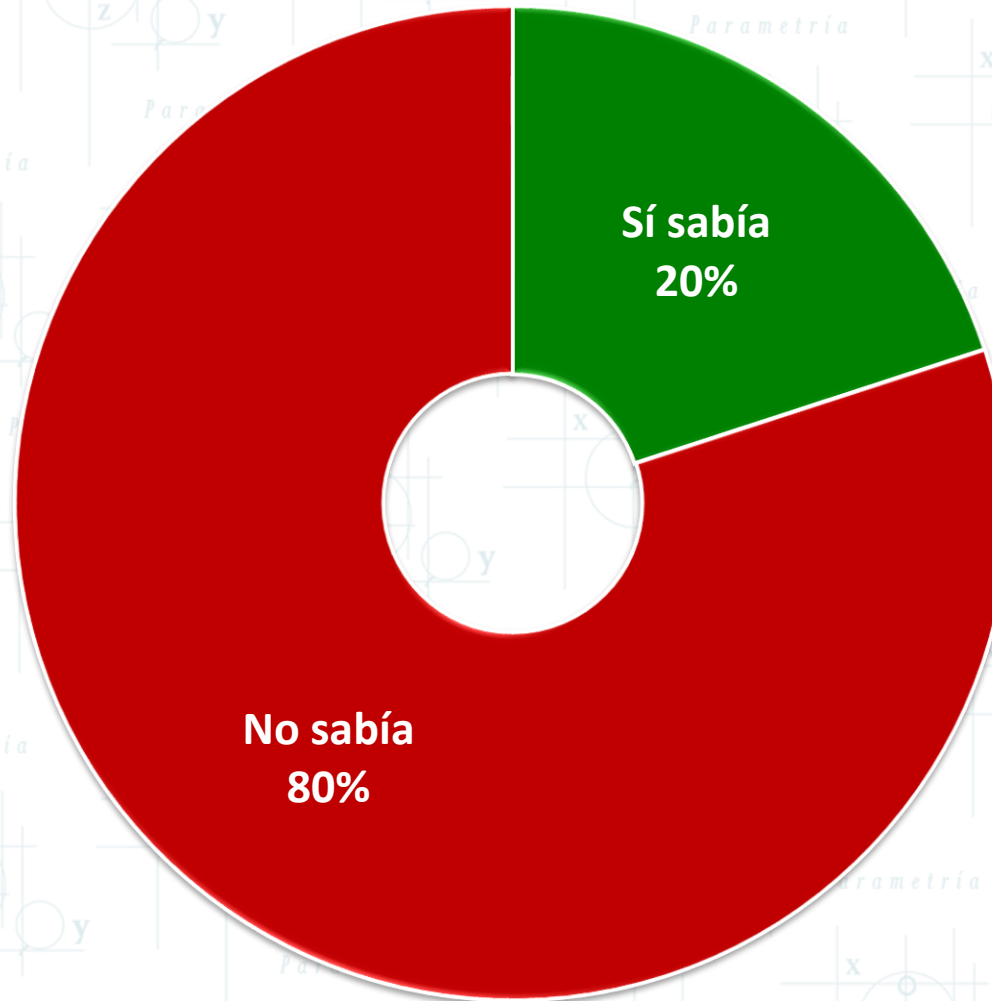
|                |             |                    |     |
|----------------|-------------|--------------------|-----|
| ZM CDMX        | 1ª. Mención | Alumbrado Público  | 22% |
|                | 2ª. Mención | Hospitales         | 19% |
|                | 3ª. mención | Agua potable       | 13% |
| ZM Guadalajara | 1ª. Mención | Carreteras         | 19% |
|                | 2ª. Mención | Transporte público | 16% |
|                | 3ª. Mención | Alumbrado Público  | 15% |
| ZM Monterrey   | 1ª. Mención | Transporte público | 21% |
|                | 2ª. Mención | Hospitales         | 20% |
|                | 3ª. Mención | Carreteras         | 16% |
| Campeche       | 1ª. Mención | Hospitales         | 19% |
|                | 2ª. Mención | Escuelas           | 18% |
|                | 3ª. Mención | Carreteras         | 17% |
| Chiapas        | 1ª. Mención | Carreteras         | 23% |
|                | 2ª. Mención | Hospitales         | 18% |
|                | 3ª. Mención | Alumbrado Público  | 17% |
| Durango        | 1ª. Mención | Carreteras         | 21% |
|                | 2ª. Mención | Hospitales         | 19% |
|                | 3ª. Mención | Agua potable       | 13% |
| Oaxaca         | 1ª. Mención | Carreteras         | 22% |
|                | 2ª. Mención | Hospitales         | 18% |
|                | 3a mención  | Agua potable       | 17% |
| Puebla         | 1ª. Mención | Carreteras         | 19% |
|                | 2ª. Mención | Hospitales         | 17% |
|                | 3ª. Mención | Alumbrado Público  | 16% |
| Sonora         | 1ª. Mención | Carreteras         | 39% |
|                | 2ª. Mención | Drenaje            | 29% |
|                | 3ª. Mención | Hospitales         | 6%  |
| Veracruz       | 1ª. Mención | Hospitales         | 19% |
|                | a.. Mención | Alumbrado Público  | 19% |
|                | 3ª. Mención | Agua potable       | 15% |
| Yucatán        | 1ª. Mención | Hospitales         | 22% |
|                | 2ª. Mención | Escuelas           | 16% |
|                | 3ª. mención | Carreteras         | 15% |

NO suma 100%

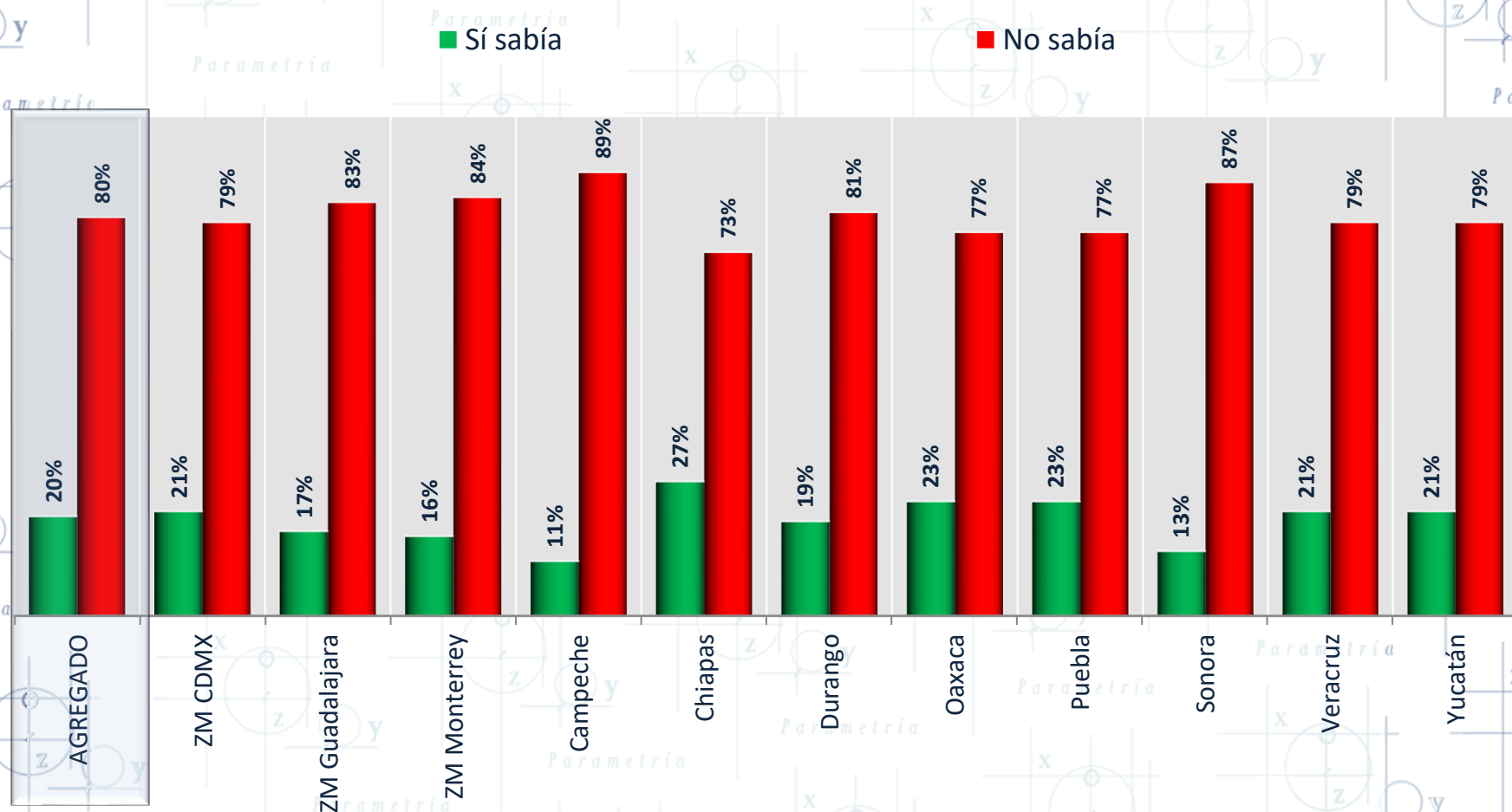
# NIVELES DE INFORMACIÓN SOBRE BANOBRAS



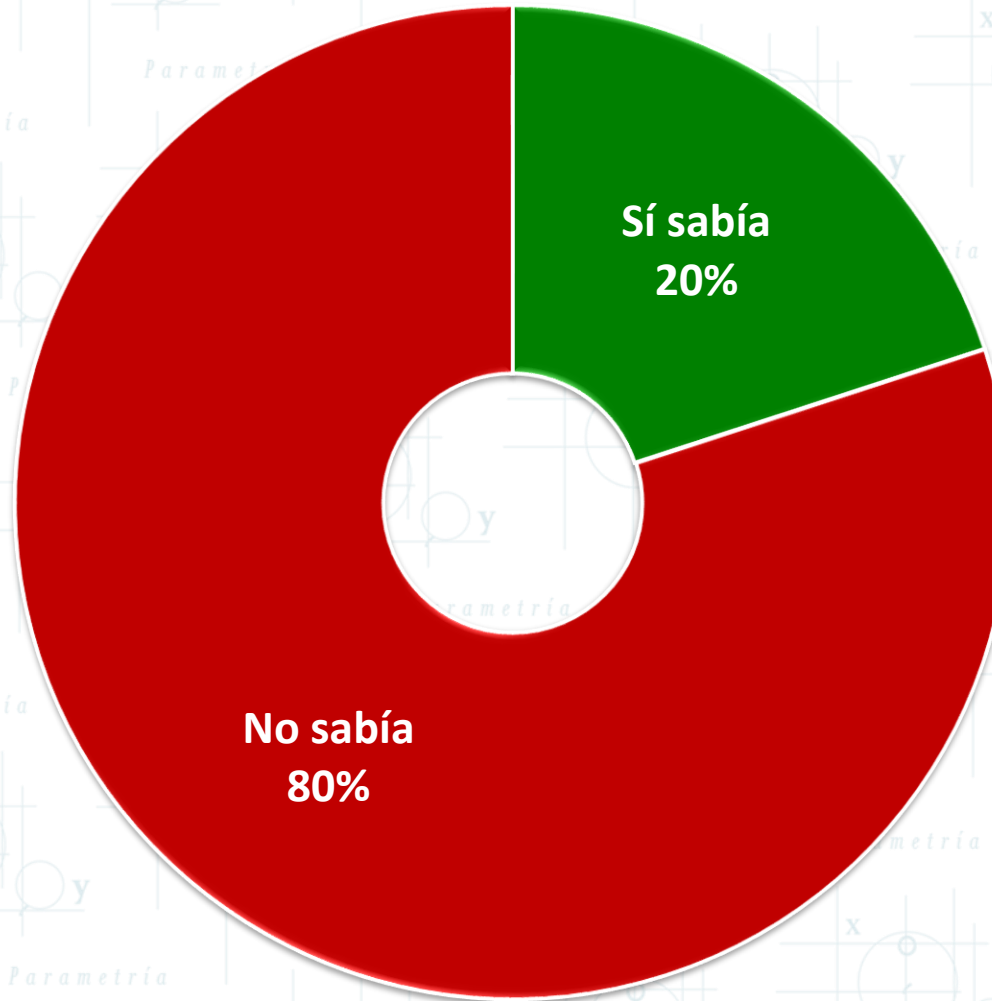
Antes de ver estos anuncios, ¿usted sabía que Banobras es un Banco del Gobierno de México?



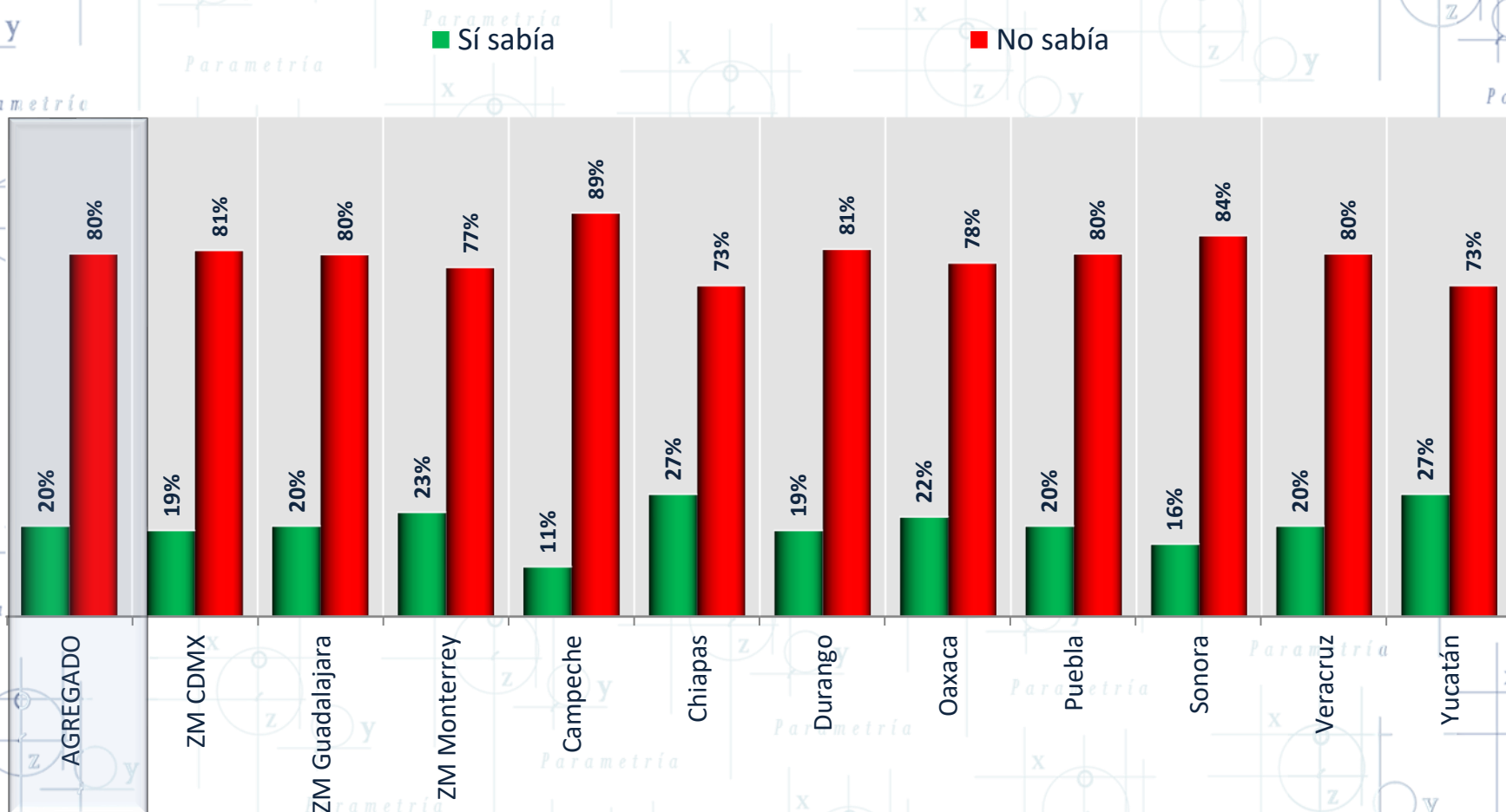
Antes de ver estos anuncios, ¿usted sabía que Banobras es un Banco del Gobierno de México?



Antes de ver estos anuncios, ¿usted sabía que Banobras es un Banco que financia proyectos de infraestructura que generan empleo y mejoran la calidad de vida de la población?



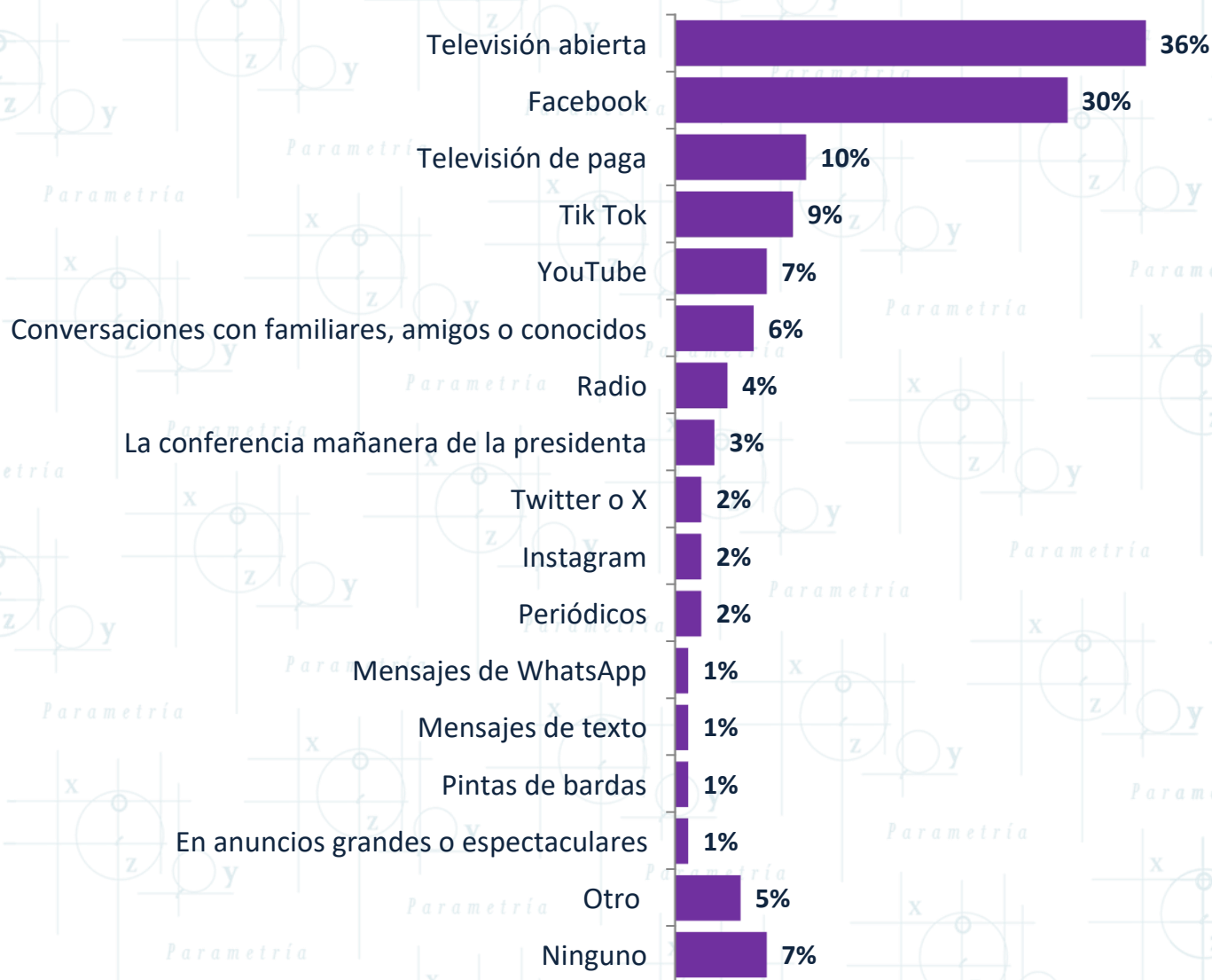
Antes de ver estos anuncios, ¿usted sabía que Banobras es un Banco que financia proyectos de infraestructura que generan empleo y mejoran la calidad de vida de la población?



# INFORMACIÓN DEL GOBIERNO



## ¿Cómo se entera de las acciones o información del Gobierno de México?



NO suma 100%

## ¿Cómo se entera de las acciones o información del Gobierno de México?

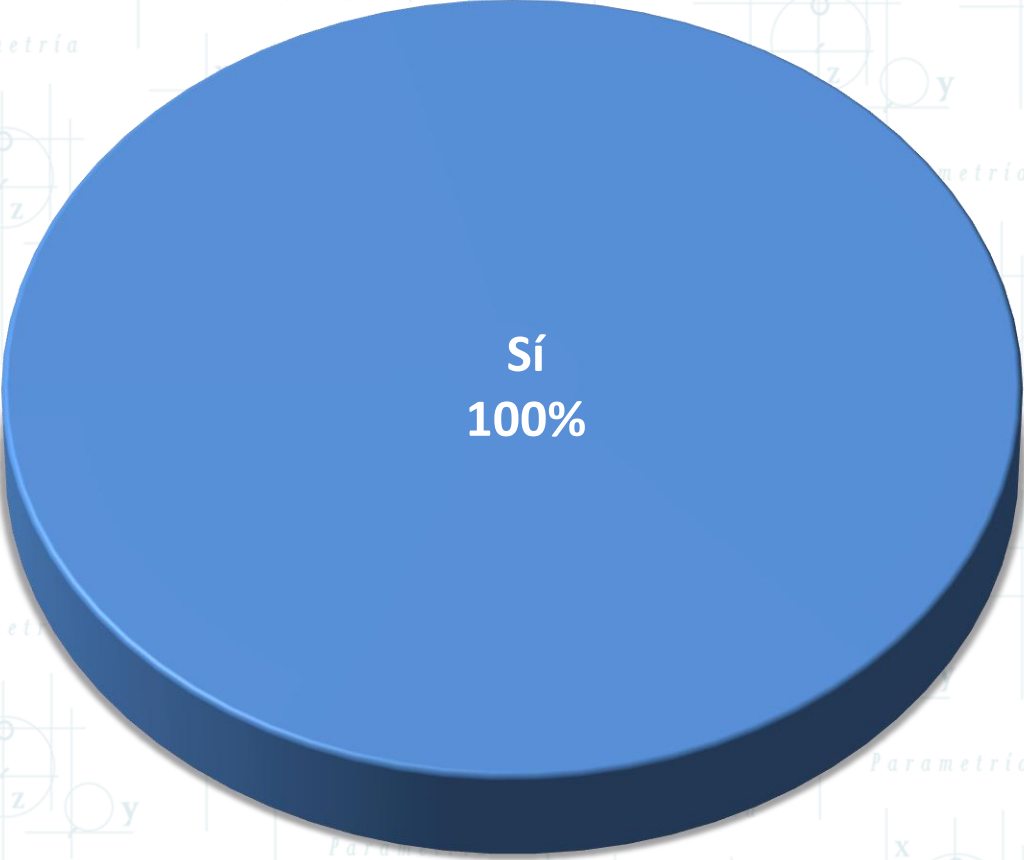
|                                                   | AGREGADO | ZM CDMX | ZM Guadalajara | ZM Monterrey | Campeche | Chiapas | Durango | Oaxaca | Puebla | Sonora | Veracruz | Yucatán |
|---------------------------------------------------|----------|---------|----------------|--------------|----------|---------|---------|--------|--------|--------|----------|---------|
| Facebook                                          | 30%      | 23%     | 39%            | 23%          | 66%      | 46%     | 33%     | 42%    | 31%    | 18%    | 38%      | 32%     |
| Twitter o X                                       | 2%       | 2%      | 2%             | 1%           | 2%       | 2%      | 2%      | 3%     | 5%     | 0%     | 0%       | 0%      |
| Mensajes de WhatsApp                              | 1%       | 2%      | 0%             | 2%           | 3%       | 0%      | 0%      | 1%     | 0%     | 2%     | 0%       | 0%      |
| Mensajes de texto                                 | 1%       | 2%      | 0%             | 1%           | 0%       | 0%      | 0%      | 2%     | 1%     | 0%     | 1%       | 0%      |
| Tik Tok                                           | 9%       | 8%      | 14%            | 6%           | 8%       | 11%     | 4%      | 13%    | 11%    | 3%     | 7%       | 4%      |
| Instagram                                         | 2%       | 2%      | 3%             | 1%           | 4%       | 4%      | 1%      | 2%     | 2%     | 0%     | 2%       | 0%      |
| YouTube                                           | 7%       | 8%      | 5%             | 6%           | 4%       | 8%      | 5%      | 5%     | 9%     | 8%     | 8%       | 2%      |
| Televisión abierta                                | 36%      | 41%     | 28%            | 46%          | 23%      | 45%     | 48%     | 29%    | 33%    | 27%    | 23%      | 30%     |
| Televisión de paga                                | 10%      | 8%      | 7%             | 27%          | 5%       | 10%     | 6%      | 4%     | 4%     | 6%     | 8%       | 3%      |
| Radio                                             | 4%       | 5%      | 1%             | 2%           | 1%       | 4%      | 3%      | 4%     | 10%    | 3%     | 7%       | 11%     |
| Periódicos                                        | 2%       | 3%      | 0%             | 2%           | 1%       | 0%      | 4%      | 2%     | 3%     | 0%     | 2%       | 6%      |
| Revistas                                          | 0%       | 0%      | 0%             | 0%           | 0%       | 0%      | 0%      | 0%     | 0%     | 0%     | 0%       | 0%      |
| Pintas de bardas                                  | 1%       | 0%      | 1%             | 0%           | 0%       | 2%      | 0%      | 0%     | 2%     | 0%     | 1%       | 0%      |
| Anuncios en camiones o paradas de autobús         | 0%       | 0%      | 1%             | 0%           | 1%       | 0%      | 2%      | 0%     | 0%     | 1%     | 1%       | 0%      |
| En anuncios grandes o espectaculares              | 1%       | 1%      | 1%             | 1%           | 0%       | 4%      | 2%      | 0%     | 2%     | 0%     | 1%       | 0%      |
| En folletos o cartas que han llegado a su casa    | 0%       | 1%      | 0%             | 0%           | 0%       | 0%      | 0%      | 0%     | 0%     | 0%     | 0%       | 0%      |
| Conversaciones con familiares, amigos o conocidos | 6%       | 8%      | 4%             | 5%           | 1%       | 7%      | 6%      | 4%     | 2%     | 6%     | 5%       | 7%      |
| La conferencia mañanera de la presidenta          | 3%       | 3%      | 3%             | 4%           | 1%       | 0%      | 1%      | 3%     | 3%     | 6%     | 2%       | 0%      |
| Otro                                              | 5%       | 5%      | 6%             | 2%           | 1%       | 0%      | 4%      | 9%     | 3%     | 2%     | 15%      | 2%      |
| Ninguno                                           | 7%       | 7%      | 5%             | 10%          | 10%      | 3%      | 5%      | 8%     | 4%     | 21%    | 6%       | 15%     |

# SOCIODEMOGRÁFICOS



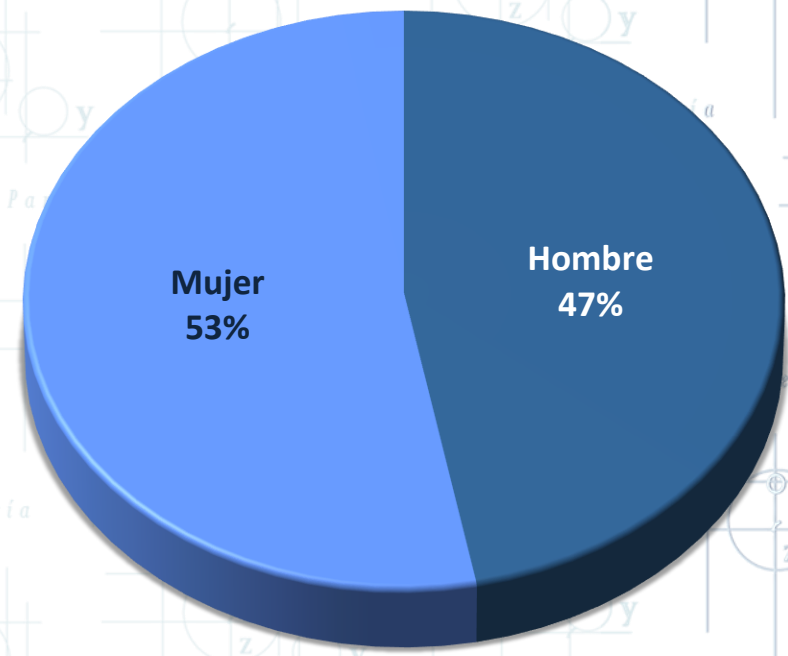
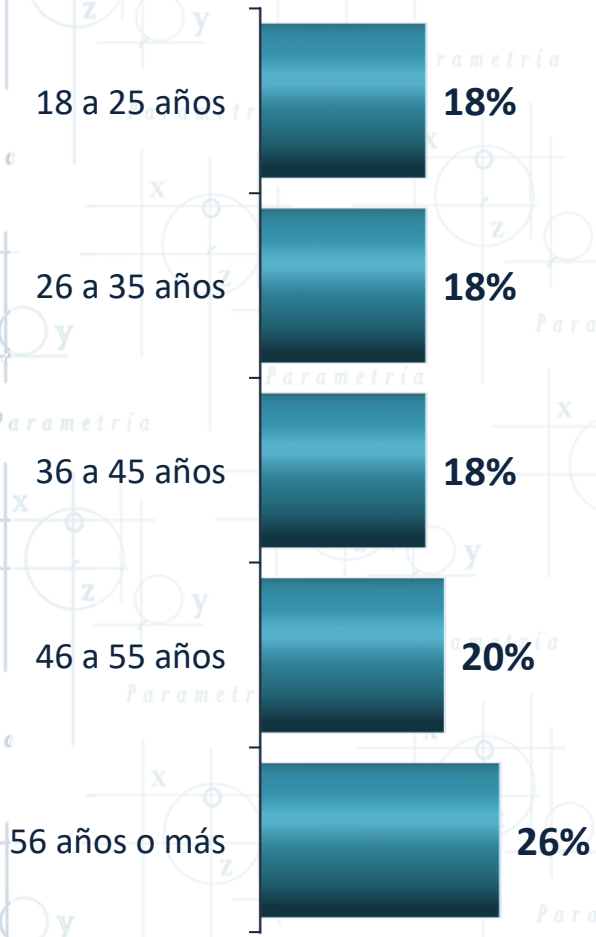
¿Usted vive en esta localidad?

Sí  
100%

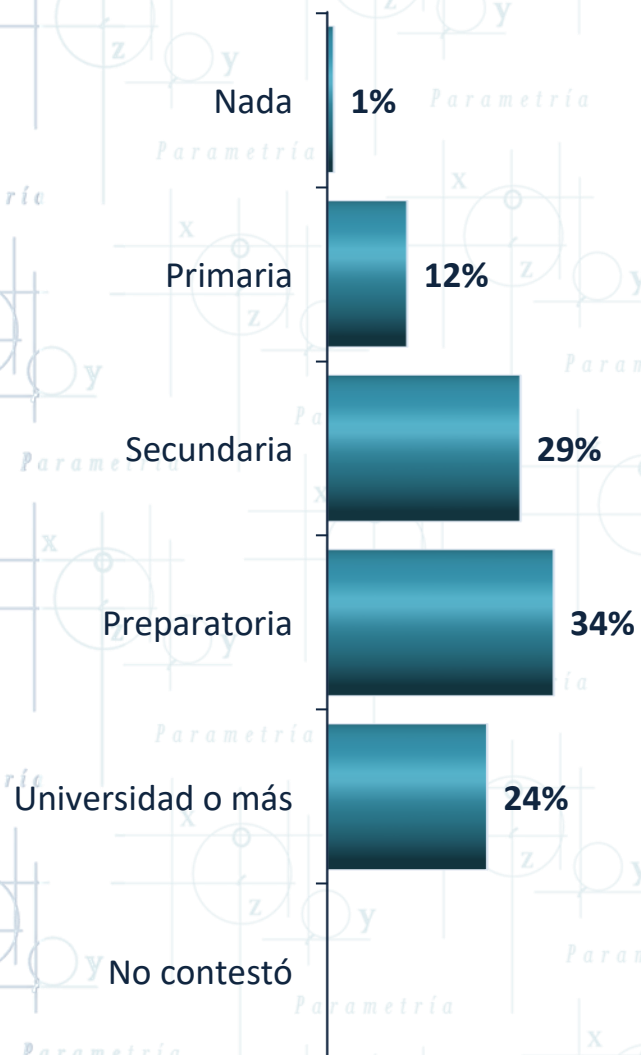


¿Qué edad tiene usted?

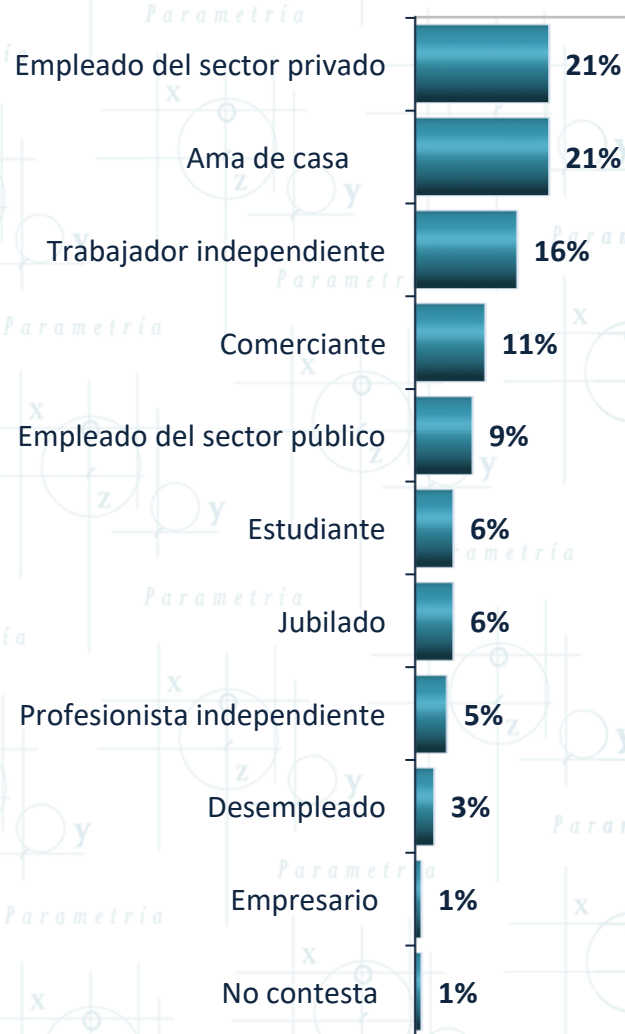
Sexo:



¿Hasta qué año estudió usted?



¿Cuál es su principal ocupación?



# NIVEL SOCIOECONÓMICO AMAI

