

misma ley se señala a la SHF como responsable de aprobar las condiciones para los valuadores en el país y de dar a conocer las condiciones de mercado de los créditos garantizados.

PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

Publicidad en Medios

Durante 2003 se puso en marcha una campaña de publicidad en medios masivos de comunicación con el objetivo de colocar un mayor número de créditos y difundir entre la población la naturaleza y misión de la SHF. Así, uno de los logros del 2003 ha sido posicionar a la SHF como una institución del Gobierno de la República que contribuye y apoya el desarrollo del sector vivienda. La publicidad buscó despertar el interés del público sobre los créditos hipotecarios, lo que se tradujo en solicitudes de información sobre los contratos, las condiciones y el tipo de vivienda ofrecidos a través de la SHF. Las encuestas realizadas antes del inicio de la campaña muestran que en el mes de septiembre sólo el 5.3% de las personas conocían a la SHF, para diciembre estas encuestas mostraban un conocimiento del 47%.

En lo que se refiere a 2004, un aspecto fundamental en la estrategia de comunicación de la SHF consiste en difundir de manera clara, suficiente y oportuna las ventajas de los productos ofrecidos por la SHF a través de los intermediarios financieros.

Centro de Atención Telefónica

Con la intención de resolver dudas, brindar información e iniciar un registro de los contactos y el perfil de las personas interesadas en los productos de la SHF, se puso en funcionamiento un Centro de Atención Telefónica. En los últimos meses del 2003 se recibieron más de 200 mil llamadas, lo que representa un promedio de más de 5 mil llamadas por día.

Promoción

En el 2003, la SHF instrumentó el Plan de Acción de Promoción de Negocio con dos objetivos principales: i) actualizar a sus clientes objetivo creando conciencia y preferencia en el mercado mediante el posicionamiento de los productos y programas de financiamiento a la vivienda de la SHF; y, ii) identificar nuevas oportunidades de negocio para incrementar la colocación de créditos de la SHF. Estas estrategias de promoción serán reforzadas en el 2004 a través de las Oficinas Regionales de Promoción (ORP) de la SHF.

Delegaciones

La SHF cuenta con oficinas regionales de promoción ubicadas en Monterrey, Tijuana, Guadalajara, Veracruz y Cancún. En el 2003, las oficinas regionales proporcionaron capacitación, así como ayuda en eventos de promoción, foros, exposiciones de vivienda y construcción. Estas actividades estuvieron dirigidas a los intermediarios financieros, promotores y comercializadores de vivienda, OREVIS (Organismos Estatales de Vivienda), y público en general. En el 2004,