



BANCO DE MÉXICO®

# Resultados de estudios cuantitativos y cualitativos sobre efectivo 2021

Dirección General de Emisión

## Contenido

Tipos de estudios.....	4
Estudios cuantitativos .....	4
Estudios cualitativos.....	4
Resultados .....	5
Billetes actuales.....	5
Encuestas trimestrales .....	5
Nuevo billete de \$100 .....	6
Encuesta anual .....	6
Nuevo billete de \$1000 .....	7
Encuesta anual .....	7
Monedas metálicas .....	8
Encuestas trimestrales .....	8
Problemas de cambio.....	9
Encuestas trimestrales .....	9
Servicio que ofrecen los bancos.....	9
Encuestas trimestrales .....	9
Disposición de efectivo .....	10
Encuestas trimestrales .....	10
Acceso al efectivo.....	10
Encuesta trimestral .....	10
Medios de pago usados durante la pandemia .....	11
Encuesta anual .....	11
Encuesta trimestral .....	13
Ventana transparente .....	14
Estudios cualitativos, primera ronda de grupos focales .....	14
Moneda de 50 centavos.....	30
Estudios cualitativos, segunda ronda de grupos focales.....	30
Anexo I. Aspectos metodológicos de los estudios cuantitativos .....	39
Encuesta trimestral .....	39
Distribución de la muestra .....	40

Encuesta anual .....	41
Distribución de la muestra .....	41
Anexo II. Características de los estudios cualitativos.....	42
Anexo III. Encuesta anual: Gráficas y tablas.....	43
Nuevos billetes de \$100 .....	43
Nuevos billetes de \$1000 .....	50
Medios de pago usados durante la pandemia .....	57
Anexo IV. Encuesta trimestral: Gráficas y tablas.....	64
Evaluación de usos y hábitos.....	64
Cajeros, ventanillas y otros .....	70
Estado físico de los billetes y monedas.....	75
Billetes falsos y desinfección de billetes .....	84
Elementos de seguridad.....	92
Hábitos en el uso de efectivo .....	93
Medios de pago usados durante la pandemia .....	97
Anexo V. Grupos focales, primera ronda: Gráficas.....	99
Resultados por ciudad.....	99
Anexo VI. Grupos focales, segunda ronda: Gráficas .....	104
Resultados por ciudad.....	104

## Tipos de estudios

### Estudios cuantitativos

En 2021, la Dirección General de Emisión (DGE) realizó encuestas trimestrales y una encuesta anual en hogares, ambos estudios con representatividad nacional, para conocer la percepción del público acerca de temas relacionados con billetes y monedas<sup>1</sup>. Los temas que se abordan en la encuesta anual son diferentes cada año, mientras que en las encuestas trimestrales algunos temas son fijos, y otros no. Las cifras de resultados corresponden al promedio de los valores de los trimestres del año.

### Estudios cualitativos

Los estudios cualitativos que anualmente se realizan para la DGE se hacen mediante dos rondas de grupos focales<sup>2</sup>, las cuales consisten en un reducido número de personas que, con la guía de una persona moderadora, expresan sus opiniones de manera libre y espontánea sobre un tema particular. Aunque este tipo de estudios no son estadísticamente representativos de una población en particular, puesto que los entrevistados no provienen de una muestra aleatoria probabilística, constituyen una técnica cualitativa para entender las opiniones o actitudes de grupos específicos de la población, mediante el análisis de sus reacciones ante conceptos de productos y servicios, y así identificar deseos y necesidades.

Los resultados de los estudios de grupos focales realizados en 2021 corresponden a la opinión de 210 personas participantes, y sólo representan la opinión de ese número de personas. Las sesiones se llevaron a cabo en Ciudad de México, Chihuahua, Hermosillo, León, Zacatecas, Boca del Río y Ciudad del Carmen.

En la primera ronda de grupos focales se realizaron tres sesiones en cada ciudad: una con personas ciegas de nacimiento, otra de personas con ceguera adquirida y una más con población general de los niveles socioeconómicos C-/D+<sup>3</sup>, es decir, medio bajo y bajo<sup>4</sup>.

En la segunda ronda de grupos focales se realizaron tres sesiones en cada ciudad: una con adultos mayores<sup>5</sup>, otra de población general de los niveles socioeconómicos C-/D+<sup>6</sup> y una más de personas con ceguera.

En esta nota, se utilizará el término “normovisuales” para referirse a las personas participantes de las sesiones de adultos mayores y población general.

<sup>1</sup> Los aspectos metodológicos y distribución de la muestra se encuentran en el Anexo I.

<sup>2</sup> En el Anexo II se encuentran las características de los estudios cualitativos.

<sup>3</sup> Personas de 18 a 60 años.

<sup>4</sup> Los niveles socioeconómicos (NSE) de este estudio corresponden al índice de Niveles Socioeconómicos que publica la AMAI (Asociación Mexicana de Agencias de Inteligencia de Mercado y Opinión) en su página web <http://nse.amai.org/>

<sup>5</sup> Personas de 61 años o más.

<sup>6</sup> Personas de 18 a 60 años.

## Resultados

A continuación, se presentan los resultados obtenidos de los estudios cuantitativos<sup>7</sup> y cualitativos realizados en 2021, los cuales están agrupados por tema.

Cabe mencionar que los resultados de los estudios cuantitativos representan frecuencias expandidas a la población objetivo, es decir, personas de 18 a 79 años que viven en localidades de 50 mil y más habitantes, y que, en 2021, se estiman eran 49.6 millones de personas (mdp).

En la mayoría de los casos, además de un porcentaje, se incluye el número de personas al que expande o representa, esto, con el fin de dimensionar el número de personas de que se trata.

Debido a que se presentan porcentajes redondeados, los cálculos pueden presentar pequeñas variaciones. En particular, cuando se presentan todas las posibles respuestas, la suma de porcentajes podría no sumar cien. Cuando se trata de respuestas múltiples, la suma de porcentajes de las respuestas no suma cien.

## Billetes actuales

### Encuestas trimestrales

#### Estado físico de los billetes

El 84% (41.7 mdp) de la población consideró que los billetes que usa cotidianamente están en buen estado.

Al evaluar los billetes en circulación con respecto a su limpieza, señales de maltrato y falta de tinta, se obtuvo que las denominaciones de \$20 y \$50 se perciben como las más maltratadas, con una puntuación de 6.0 y 6.1, respectivamente<sup>8</sup>. La denominación mejor evaluada fue la de \$1,000, con una puntuación de 7.3. Las principales características de maltrato que se mencionaron para cada denominación, son las siguientes: los billetes de \$20 y \$50 están despintados, viejos, rasgados, desgastados o rotos; y los billetes de \$100, \$200, \$500 y \$1,000 están despintados, viejos o gastados.

#### Billetes falsos

El 9% de la población objetivo (4.6 mdp) dijo que en alguna ocasión, al momento de realizar una operación en la ventanilla de un banco, le indicaron que alguno de sus billetes era presuntamente falso; al 19% (9.6 mdp) le indicaron que alguno de sus billetes era falso al momento de realizar una operación en algún comercio o servicio, y al 17% (8.5 mdp) le indicaron que alguno de sus billetes era falso al darlo a otra persona.

Por otro lado, considerando los últimos tres meses con respecto al momento de responder la encuesta, el 8% de la población objetivo (4.2 mdp) indicó haber recibido billetes falsos, siendo más frecuentes las denominaciones de \$500 (44%, 1.8 mdp), \$200 (43%, 1.8 mdp) y \$100 (29%, 1.2 mdp). La principal característica que hizo que se dudara de la autenticidad fue el papel o textura.

<sup>7</sup> Las series históricas podrían variar debido a cambios en agrupaciones de variables, métodos de estimación o ajustes en las bases de datos.

<sup>8</sup> Las opciones de respuesta están en una escala categórica que va del "Muy malo" al "Muy bueno". Las respuestas obtenidas se convierten a la escala numérica del 0 a 10, donde 0="Muy malo" y 10="Muy bueno".

De quienes dijeron haber recibido una pieza falsa, el 7% (0.30 mdp) la llevó a un banco. De estas personas: al 24% (0.07 mdp) se le retuvo la pieza, al 12% (0.03 mdp) le sellaron o rompieron la pieza y al 8% (0.02 mdp) se lo devolvieron; mientras que el 21% (0.06 mdp) recuperó su dinero porque el billete era auténtico.

### Elementos de seguridad en los billetes

Al explorar cuáles elementos de seguridad conocen las personas, de quienes mencionaron al menos uno; en respuesta múltiple, el 85% (42.0 mdp) hizo mención a los hilos, el 43% (21.5 mdp) a la marca de agua, el 40% (19.8 mdp) al elemento que cambia de color, el 27% (13.4 mdp) a los relieves sensibles al tacto, el 25% (12.5 mdp) menciona el sustrato del billete, el 20% (9.8 mdp) el folio del billete, y el 16% (8.0 mdp) la ventana transparente. Con porcentajes muy bajos, entre 1% y 3%, también se mencionan al registro perfecto, textos microimpresos, fondos lineales y la fluorescencia.

### Desinfección de billetes

Por otro lado, desde que inició la pandemia, el 50% de la población objetivo (24.6 mdp) manifestó que desinfecta los billetes que recibe. Los productos más comunes que señalaron utilizar para desinfectarlos son: sanitizante, Lysol o aerosol (32%, 7.8 mdp); gel antibacterial (25%, 6.0 mdp); alcohol (23%, 5.6 mdp); agua con cloro (14%, 3.5 mdp); entre otras menciones.

De quienes suelen desinfectar sus billetes, el 10% (2.4 mdp) ha notado que algunos de ellos se decoloran o pierden su color. De estas personas, el 62% (1.5 mdp) paga con él, y el 10% (0.2 mdp) los lleva al banco.

Asimismo, durante la pandemia, el 21% de la población objetivo (10.3 mdp) ha recibido información sobre cómo tratar los billetes y monedas que recibe o entrega. De estas personas, al 76% (7.8 mdp) le proporcionaron información sobre desinfectar los billetes, y al 8% (0.8 mdp) sobre entregar y recibir billetes y monedas con guantes. El medio por el cual recibieron esta información fue la televisión (39%, 4.0 mdp), redes sociales (30%, 3.1 mdp), un familiar o conocido (11%, 1.1 mdp) o en el trabajo (6%, 0.6 mdp), entre otros.

## **Nuevo billete de \$100**

### **Encuesta anual**

#### Conocimiento del nuevo billete de \$100

En lo referente al nuevo billete de \$100 de la familia G, y sin presentar información a las personas, el 71% de la población (35.3 mdp) lo conoce o ha escuchado de él.

De estas personas, el 32% (11.5 mdp) se enteró porque se lo dieron en algún comercio; el 29% (10.3 mdp) por televisión; el 19% (6.8 mdp) a través de internet -Facebook, Twitter, Google, Yahoo, etcétera y al 10% (3.6 mdp) porque se lo dieron en el banco.

#### Recordación de color, anverso y reverso

En respuesta múltiple, el 47% (16.7 mdp) de quienes lo conocen mencionaron que es de color rosa, fucsia o rosa mexicano; mientras que un 46% (16.2 mdp) considera que es rojo, y el 21% (7.5 mdp) anaranjado, entre otras menciones.

Es de destacar que un alto porcentaje, 70% (24.8 mdp), no sabe o no recuerda quién es el personaje principal de este billete, y sólo un 20% (7.0 mdp) sabe que es Sor Juana Inés de la Cruz. De igual manera, al preguntarles sobre el reverso del billete, el 80% (28.2 mdp) no sabe o no recuerda qué hay. Sólo un 10% (3.6 mdp) sabe que hay mariposas.

#### Uso del billete y confusión con otras denominaciones

Un porcentaje alto de quienes conocen el billete mencionó que ya lo ha tenido en sus manos, 88% (31.1 mdp); y, de estas personas, el 96% (30.0 mdp) manifestó haberlo usado en sus compras o pagos.

Asimismo, un 7% (2.1 mdp) de quienes han tenido este billete, lo han confundido con alguna otra denominación al momento de hacer sus compras o pagos. Las denominaciones con las cuales lo han confundido son: \$50 (77%, 1.6 mdp), \$20 (8%, 0.2 mdp), \$500 (0.1 mdp). Las dos principales características que generaron la confusión son: los colores, 70% (1.5 mdp); y el material, 8% (0.2 mdp). Por el contrario, de quienes no han confundido este billete con otra denominación, el 60% (16.7 mdp) se fija en el número de la denominación, el 20% (5.6 mdp) en los colores, y el 7% (1.9 mdp) en el material o tipo de papel.

#### Evaluación del gusto, seguridad y confusión del nuevo billete de \$100

Para esta evaluación se mostró una imagen con ambos lados del nuevo billete de \$100, para que se tuviera la misma información.

#### Gusto por el billete

Al 50% de la población (24.7 mdp) le gustó más el reverso del billete (donde aparecen las mariposas), al 39% (19.2 mdp) el anverso (con Sor Juana Inés de la Cruz), al 9% (4.5 mdp) le gustaron ambos lados, y al 1% (0.6 mdp) ninguno de los dos lados. En cuanto a que el billete tenga dos colores, al 68% de la población (33.8 mdp) le gustó mucho, al 20% (10.0 mdp) le gustó poco, y al 4% (2.1 mdp) le gustó nada.

#### Seguridad del billete

El 42% de la población objetivo (20.9 mdp) considera que este nuevo billete de \$100 es más seguro que el billete anterior de \$100, con Nezahualcóyotl; un porcentaje similar, del 43% (21.2 mdp), lo considera igual de seguro, y el 10% (5.0, mdp) lo considera menos seguro. El resto no sabe o no respondió.

## **Nuevo billete de \$1000**

### Encuesta anual

#### Conocimiento del nuevo billete de \$1000

En lo referente al nuevo billete de \$1000 de la familia G, y con lo que sabían las personas, el 42% de la población (20.9 mdp) lo conoce o ha escuchado de él.

De estas personas, el 27% (5.6 mdp) se enteró de este billete por televisión; el 18% (3.7 mdp) a través de internet -Facebook, Twitter, Google, Yahoo, etcétera; el 16% (3.4 mdp) porque se lo dieron en algún comercio y al 13% (2.8 mdp) porque se lo dieron en el banco.

#### **Publicada-Usó General**

Información que ha sido publicada por el Banco de México

### Recordación de color, anverso y reverso

En respuesta múltiple, el 58% (12.0 mdp) de quienes lo conocen mencionaron que es de color azul; mientras que un 18% (3.8 mdp) considera que es morado, y sólo el 11% (2.2 mdp) mencionó que es gris, entre otras menciones.

Es de destacar que un alto porcentaje, 80% (16.8 mdp), no sabe o no recuerda quiénes son los personajes principales de este billete, y sólo un 5% (1.1 mdp) mencionó que uno de los personajes es Francisco I. Madero, y un 0.4% (0.08 mdp) a Carmen Serdán. De Hermila Galindo no hubo mención. De igual manera, al preguntar sobre el reverso del billete, el 87% (18.2 mdp) no sabe o no recuerda qué hay. Sólo un 7% (1.4 mdp) sabe que hay un jaguar.

### Uso del billete y confusión con otras denominaciones

De quienes conocen el billete, el 57% (11.9 mdp) mencionó que ya lo ha tenido en sus manos; y, de estas personas, el 83% (9.9 mdp) manifestó haberlo usado en sus compras o pagos.

Asimismo, un 19% (1.9 mdp) de quienes han tenido este billete, lo han confundido con alguna otra denominación al momento de hacer sus compras o pagos. Las denominaciones con las cuales lo han confundido son: \$20 (58%, 1.1 mdp) y \$500 (42%, 0.8 mdp). La principal característica que generó la confusión fue los colores, 92% (1.7 mdp). Por el contrario, de quienes no han confundido este billete con otra denominación, el 72% (5.8 mdp) se fijan en el número de la denominación y el 14% (1.1 mdp) en los colores.

### Evaluación del gusto, seguridad y confusión del nuevo billete de \$1000

Para esta evaluación se mostró una imagen con ambos lados del nuevo billete de \$1000, para que se tuviera la misma información.

#### Gusto por el billete

Al 52% de la población (25.6 mdp) le gustó más el reverso del billete (donde aparece el jaguar), al 39% (19.4 mdp) el anverso con los tres personajes, al 7% (3.3 mdp) le gustaron ambos lados, y al 1% (0.7 mdp) ninguno de los dos lados. En cuanto a que el billete tenga dos colores, al 63% de la población (31.2 mdp) le gustó mucho, al 26% (13.0 mdp) le gustó poco, y al 5% (2.7 mdp) le gustó nada.

#### Seguridad del billete

El 37% de la población objetivo (18.1 mdp) considera que este nuevo billete de \$1000 es más seguro que el billete anterior de \$1000, con Hidalgo; el 45% (22.5 mdp), lo considera igual de seguro, y el 10% (5.0, mdp) lo considera menos seguro. El resto no sabe o no respondió.

## **Monedas metálicas**

### **Encuestas trimestrales**

#### Estado físico de las monedas

Al evaluar el estado de las monedas en circulación, es decir, si se encuentran rayadas, dobladas, deformes, oxidadas, entre otras características, se obtuvo que las denominaciones de 10, 20 y 50



centavos se perciben como las más maltratadas; con una puntuación entre 8.3 y 8.4<sup>9</sup>. La denominación mejor evaluada fue la de \$20, con una puntuación de 9.3. Las principales características de maltrato que se mencionaron para las monedas de centavos, con porcentajes entre 20% y 31%, es que están desgastadas. Para las monedas en pesos, las principales características de maltrato son que están sucias, quemadas o rayadas, o desgastadas.

## Problemas de cambio

### Encuestas trimestrales

El 94% de la población objetivo (46.6 mdp) indicó que acostumbra usar efectivo en sus gastos diarios. El 14% (7.0 mdp) de la población objetivo dejó de hacer una compra o pago en efectivo por falta de cambio o morralla.

Considerando la última compra o pago en efectivo, el 36% de la población objetivo (17.8 mdp) dio el importe exacto, el 60% (29.6 mdp) recibió su cambio completo, y el 4% (1.9 mdp) no recibió su cambio completo.

## Servicio que ofrecen los bancos

### Encuestas trimestrales

El 13% de la población objetivo (6.4 mdp) ha ido al banco a cambiar billetes de denominaciones altas por denominaciones bajas; y, de ellos, al 89% (5.7 mdp) siempre le proporcionaron el servicio, al 5% (0.3 mdp) algunas veces, y al 6% (0.4 mdp) no le han dado el servicio.

El 14% de la población objetivo (6.8 mdp) ha ido al banco a cambiar billetes por monedas; y de ellos, al 85% (5.8 mdp) siempre le proporcionaron el servicio, al 6% (0.4 mdp) algunas veces, y al 9% (0.6 mdp) no le han dado el servicio.

El 13% de la población objetivo (6.2 mdp) ha ido al banco a cambiar monedas por billetes; y, de ellos, al 92% (5.8 mdp) siempre le proporcionaron el servicio, al 4% (0.3 mdp) algunas veces, y al 4% (0.2 mdp) no le han dado el servicio.

El 19% de la población objetivo (9.4 mdp) ha ido al banco a cambiar billetes maltratados por billetes en buen estado. Al 90% de ellos (8.5 mdp) siempre le han proporcionado el servicio, al 5% (0.4 mdp) algunas veces, y al 5% (0.5 mdp) no le han dado el servicio.

El 6% de la población objetivo (2.9 mdp) ha ido al banco a llevar un billete o moneda que parece falso para que lo envíen al Banco de México para su análisis. Al 86% de ellos (2.5 mdp), siempre le han proporcionado el servicio, al 2.5% (0.07 mdp) algunas veces, y al 12% (0.33 mdp) no le han dado el servicio.

<sup>9</sup> Las opciones de respuesta están en una escala categórica que va del "Muy malo" al "Muy bueno". Las respuestas obtenidas se convierten a la escala numérica del 0 a 10, donde 0="Muy malo" y 10="Muy bueno".

## Disposición de efectivo

### Encuestas trimestrales

El 42% de la población objetivo (20.7 mdp) obtuvo efectivo de cajero automático, el 29% (14.5 mdp) del pago que recibió, el 20% (9.8 mdp) de un familiar, y el 3% (1.5 mdp) de ventanilla bancaria.

El 49% de la población objetivo (24.3 mdp) acudió al cajero automático entre una y cinco veces al mes; el 4% (1.8 mdp) acudió entre 6 y 10 veces al mes, y el 1% (0.4 mdp) acudió más de 10 veces al mes. De todos ellos, el 47% (12.4 mdp) tardó hasta 10 minutos en trasladarse al cajero automático, el 33% (8.8 mdp) entre 11 y 20 minutos, el 15% (4.0 mdp) entre 21 y 30 minutos y el 5% (1.3 mdp) más de 30 minutos. Una vez que llega al cajero automático, el 8% (2.2 mdp) no tuvo que hacer fila para poder pasar, el 62% (16.5 mdp) hizo fila de 1 hasta 10 minutos, el 18% (4.8 mdp) de 11 a 20 minutos, el 8% (2.1 mdp) entre 21 y 30 minutos y el 4% (1.0 mdp) hizo fila de más de 30 minutos. Con respecto al gasto para trasladarse hasta el cajero automático, el 38% (10.0 mdp) no gasta nada, el 35% (9.3 mdp) gastó hasta \$20, y el 25% (6.6 mdp) más de \$20.

El 14% de la población objetivo (6.7 mdp) acudió a ventanilla bancaria a obtener efectivo entre una y cinco veces al mes; y el 0.4% (0.17 mdp) acudió más de 5 veces al mes. De todos ellos, el 41% (2.8 mdp) tardó hasta 10 minutos en trasladarse a la sucursal bancaria, el 31% (2.1 mdp) entre 11 y 20 minutos, el 20% (1.4 mdp) entre 21 y 30 minutos, y el 8% (0.5 mdp) más de 30 minutos. Una vez que se llegó a la sucursal bancaria, el 1% (0.09 mdp) no tuvo que hacer fila para pasar, el 45% (3.1 mdp) hizo fila de hasta 10 minutos, el 27% (1.9 mdp) de 11 a 20 minutos, el 16% (1.1 mdp) de 21 a 30 minutos, y el 11% (0.8 mdp) más de 30 minutos. Con respecto al gasto en trasladarse a una sucursal bancaria, el 37% (2.5 mdp) no gastó nada, el 33% (2.3 mdp) gastó hasta \$20, y el 28% (1.9 mdp) más de \$20.

## Acceso al efectivo

### Encuesta trimestral

El 96% de la población objetivo (47.7 mdp) acostumbra usar efectivo. De estas personas; el 40% (19.6 mdp) lo usa porque es más práctico, fácil o rápido; el 24% (11.6 mdp) porque sólo tiene esa forma de pago, y el 10% (5.2 mdp) porque es más seguro.

Al suponer que ya no se pudieran hacer pagos en efectivo; el 45% de la población objetivo (22.4 mdp) considera que quienes podrían tener más dificultades son las personas con bajos ingresos, el 43% (21.1 mdp) cree que serían las personas mayores, el 42% (21.1 mdp) considera que serían las comunidades rurales, y el 42% (21.0 mdp) las personas que no tienen acceso a buenas conexiones de internet, entre otras menciones. Por otro lado, en lo referente a lo que la gente considera que mejoraría si ya no se pudieran hacer pagos en efectivo; el 37% (18.4 mdp) cree que disminuiría la evasión fiscal; el 34% (16.8 mdp) piensa que disminuiría la corrupción; el 22% (11.0 mdp) que disminuiría el narcotráfico; mientras que el 19% (9.2 mdp) piensa que nada mejoraría.

El 33% de la población objetivo (16.4 mdp) acostumbra guardar efectivo en algún lugar que no sea un banco o institución financiera. De estas personas, el 39% (6.4 mdp) acostumbra guardar dinero para alguna eventualidad; el 26% (4.3 mdp) para ahorrar; el 7% (1.1 mdp) para tener tranquilidad,

entre otras menciones. El 39% de las personas (6.4 mdp) suele tener guardado, en promedio, hasta \$500; el 15% (2.4 mdp) guarda entre \$501 y \$1,000; mientras que el 11% (1.9 mdp) guarda entre \$1,001 y \$2,000.

## Medios de pago usados durante la pandemia

### Encuesta anual

#### Medios de pago usados

Algunos medios de pago presentaron una baja en su uso. De estos medios, el efectivo tuvo una mayor reducción; ya que, actualmente, el 87% de la población objetivo (43.2 mdp) lo utiliza, comparado con el 90% de la población (44.9 mdp) que acostumbraba usarlo antes de la pandemia. Asimismo, se observó una baja marginal en el uso de tarjetas de crédito; actualmente, el 5% (2.6 mdp) la utiliza, en comparación con el 6% (3.1 mdp) antes de la pandemia.

Por el contrario, el medio de pago que ha tenido un aumento más significativo es la tarjeta de débito, ya que el 21% de la población objetivo (10.3 mdp) la usa, comparado con el 17% (8.3 mdp) antes de la pandemia.

#### Cantidad de pagos en efectivo

En lo referente a la cantidad de pagos realizados en efectivo, actualmente, el 78% (38.8 mdp) paga todos o la mayor parte de ellos en efectivo, comparado con el 79% (39.1 mdp) antes de la pandemia.

#### Preferencia por un medio de pago según el monto a pagar

Bajo el supuesto de querer pagar algo en un establecimiento donde acepten cualquier forma de pago, en general, las personas prefieren el efectivo, independientemente del monto a pagar. Sin embargo, a medida que el monto aumenta, también lo hace la preferencia por usar tarjeta de débito o crédito.

Actualmente, si el monto es de hasta \$500, el 76% de la población objetivo (37.8 mdp) lo pagaría en efectivo, mientras que el 16% (7.9 mdp) con tarjeta de débito, y el 5% (2.6 mdp) con tarjeta de crédito. Si este monto estuviera entre \$500.01 y \$1000, el 64% (31.6 mdp) lo pagaría en efectivo, mientras que el 25% (12.4 mdp) con tarjeta de débito, y el 8% (3.8 mdp) con tarjeta de crédito. Para montos mayores a \$1,000, el 55% (27.2 mdp) lo pagaría en efectivo, el 30% (15.1 mdp) con tarjeta de débito, y el 9% (4.7 mdp) con tarjeta de crédito.

Se observaron tendencias similares en las preferencias por el medio de pago antes de la pandemia. Si el monto era de hasta \$500, el 75% de la población objetivo (37.3 mdp) lo pagaría en efectivo, mientras que el 17% (8.2 mdp) con tarjeta de débito, y el 5% (2.7 mdp) con tarjeta de crédito. Si este monto estuviera entre \$500.01 y \$1000, el 66% (32.8 mdp) lo pagaría en efectivo, mientras que el 24% (11.9 mdp) con tarjeta de débito, y el 6% (3.0 mdp) con tarjeta de crédito. Para montos mayores a \$1000, el 54% (26.9 mdp) lo pagaría en efectivo, el 29% (14.3 mdp) con tarjeta de débito, y el 10% (5.1 mdp) con tarjeta de crédito.

#### Uso de canales bancarios

En lo referente a canales bancarios o para hacer operaciones bancarias:

#### **Publicada-Usó General**

Información que ha sido publicada por el Banco de México

- El 58% (28.9 mdp) dijo usar los cajeros automáticos; y de estas personas, el 25% (7.3 mdp) los usa más, mientras que el 30% (8.7 mdp) los usa menos.
- El 51% (25.3 mdp) usa las sucursales bancarias; de quienes el 21% (5.4 mdp) las usa más, y el 42% (10.5 mdp) las usa menos.
- En cuanto a los comercios donde se pueden hacer operaciones bancarias -tipo Oxxo, 7Eleven-, el 50% (24.9 mdp) los usa; y de estas personas, el 30% (7.5 mdp) los usa más, mientras que el 27% (6.6 mdp) los usa menos.
- El 36% de la población (17.9 mdp) dijo usar la banca por celular (App); de quienes el 61% (11.0 mdp) la usa más, mientras que el 8% (1.4 mdp) la usa menos.
- En lo referente a la banca telefónica, el 27% (13.2 mdp) de la población la usa; de estas personas, el 47% (6.1 mdp) la usa más, y el 13% (1.8 mdp) la usa menos.
- Finalmente, el 18% (9.0 mdp) usa la banca por internet; de quienes el 54% (4.8 mdp) la usa más, y es menos usada por el 11% (1.0 mdp).

### Compras a través de distintos medios

Asimismo, en lo referente a realizar compras usando distintos medios se tiene que:

- El 88% de la población (43.9 mdp) realiza compras en el establecimiento, tienda o supermercado. De estas personas, y desde que comenzó la pandemia al día de hoy, el 35% (15.3 mdp) hace menos compras por este medio, mientras que el 53% (23.1 mdp) hace igual número de compras por este medio.
- El 35% (17.6 mdp) realiza pedidos a domicilio por teléfono. De estas personas, el 52% (9.2 mdp) realiza más pedidos por este medio desde que inició la pandemia, y el 17% (3.0 mdp) hace menos.
- En cuanto a las compras a través de internet, el 29% (14.3 mdp) hace compras por este medio. De estas personas, el 52% (7.5 mdp) realiza más compras por este medio desde que inició la pandemia, mientras que el 12% (1.7 mdp) hace menos.
- Finalmente, el 29% (14.2 mdp) hace pedidos a domicilio o a través de aplicaciones (Apps). De estas personas, el 60% (8.6 mdp) hace más pedidos por este medio desde que inició la pandemia, y sólo el 9% (1.3 mdp) hace menos.

### Forma de pago al terminar la pandemia

El 64% de la población (31.9 mdp) considera que, una vez que termine la pandemia, realizará sus pagos y compras de la misma manera que lo hace actualmente; mientras que el 32% (15.9 mdp) los realizará como lo hacía antes de la pandemia.

### Posibilidad de contagiarse de Covid-19

Por otro lado, con lo que se sabe o se ha escuchado, el 59% de la población objetivo (29.4 mdp) cree que podría contagiarse de Covid-19 usando billetes y monedas; mientras que sólo el 36% (18.0 mdp) ve riesgo de contagio al usar tarjeta de crédito o débito.

Para evitar contagiarse de Covid-19, el 56% de la población (27.8 mdp) considera que es más seguro usar tarjetas de crédito o débito, o hacer compras por internet, y sólo el 33% (16.2 mdp) considera que es más seguro usar billetes y monedas.

#### Retiro de efectivo de cajero automático o sucursal bancaria

Desde que comenzó la pandemia, el 11% de la población (5.4 mdp) manifestó haber retirado más dinero del banco de lo que acostumbraban. Asimismo, el 8% (3.8 mdp) dijo haber tenido problemas, o algún miembro de su hogar, para retirar efectivo de un cajero automático, el 2% (0.8 mdp) de una sucursal bancaria, y el 1% (0.3 mdp) de ambos. Entre los problemas que tuvieron están: se agotó el dinero (30%, 1.5 mdp), no había sistema (10%, 0.5 mdp), se atoró la tarjeta (9%, 0.5 mdp), se bloqueó la tarjeta (8%, 0.4 mdp), cajeros fuera de servicio (7%, 0.3 mdp), entre otras menciones.

### Encuesta trimestral

#### Medios de pago usados

Algunos medios de pago presentaron una baja en su uso durante 2021. De estos medios, el efectivo tuvo una mayor reducción; ya que, durante los 4 trimestres, el 82% de la población objetivo (40.6 mdp) lo utiliza, comparado con el 90% de la población (44.4 mdp) que acostumbraba usarlo antes de la pandemia.

Por el contrario, los medios de pago electrónicos son los que tuvieron un incremento en su uso. De estos, el medio de pago con un mayor aumento en su uso es la tarjeta de débito, ya que el 29% de la población objetivo (14.5 mdp) la usa, comparado con el 20% (10.1 mdp) antes de la pandemia. El 7% (3.7 mdp) utiliza la tarjeta de crédito, comparado con el 5% (2.6 mdp) antes de la pandemia. El SPEI® es usado por el 3% (1.6 mdp), comparado con el 0.8% (0.4 mdp) que lo usaba antes de la pandemia, y el CoDi® actualmente es usado por el 0.4% (0.2 mdp) de la población, y antes de la pandemia lo usaba el 0.2% (0.1 mdp).

## Ventana transparente

### Estudios cualitativos, primera ronda de grupos focales

#### ¿Cómo identifican los billetes de \$20 y \$50 (de la familia F)?<sup>10</sup>

CDMX	Tamaño del billete	✓	✓
	Tablilla de billetes	✓	
	Con una App	✓	✓
Chihuahua	Tamaño del billete	✓	✓
	Tablilla de billetes		✓
	Con divisiones en la cartera	✓	
Hermosillo	Tamaño del billete	✓	✓
	Relieves en la denominación		✓
León	Tamaño del billete	✓	✓
	Tablilla de billetes	✓	✓
	Con una App	✓	✓
Zacatecas	Tamaño del billete	✓	✓
	Tablilla de billetes	✓	✓
	Con una App	✓	
	Preguntando a la gente	✓	
Boca del Río	Tamaño del billete	✓	✓
	Tablilla de billetes	✓	✓
Ciudad del Carmen	Tamaño del billete	✓	✓
	Tablilla de billetes	✓	✓
	Con una App		✓

Una persona participante en CDMX y otra en Ciudad del Carmen mencionaron que utilizan como referencia la medida de los dedos de su mano para identificar el tamaño de los billetes y, por consiguiente, la denominación.

Entre las aplicaciones utilizadas para identificar la denominación de los billetes, las personas participantes ciegas en CDMX mencionaron: “Cash Reader” y otra más para identificar dólares, pero que sirve para los billetes mexicanos (se menciona la denominación en dólares, pero les sirve porque se identifica correctamente el número).

Las personas participantes que mencionaron una App coincidieron en que sólo pueden usarla en lugares donde se sientan seguras de utilizar su teléfono para no exponerse a que se los roben.

#### ¿Qué hay en la ventana transparente de los billetes de \$20 y \$50 (de la familia F)?<sup>11</sup>

Se mencionó que la ventana es transparente, que hay una mariposa en el billete de \$50, y se indicó que en la ventana está “el cambio de color”.

<sup>10</sup> Esta pregunta se realizó a las personas ciegas.

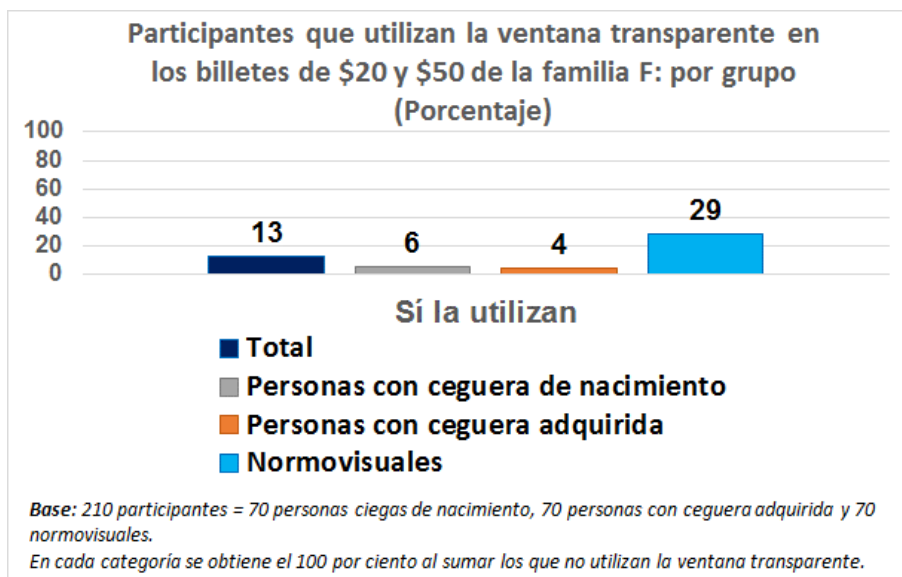
<sup>11</sup> Esta pregunta se realizó a las personas normovisuales.

En León, Boca del Río y Ciudad del Carmen también se mencionó que está la denominación. En Zacatecas mencionaron que hay unos puntos y la mariposa. En Ciudad del Carmen se indicó que hay relieve en la ventana transparente.

¿Utilizan la ventana transparente de los billetes de \$20 y \$50 (de la familia F)?

En el grupo de normovisuales, la pregunta se orientó al uso de la ventana transparente para verificar la autenticidad de los billetes. En los grupos con personas ciegas, la pregunta se orientó al uso de la ventana transparente para identificar la denominación de los billetes.

Al considerar al total de personas participantes, el 13% (27 personas) señalaron que utilizan la ventana transparente. Se identificó que el grupo de normovisuales es el que más utiliza la ventana transparente (29%, 20 personas). Los normovisuales que no la usan, explicaron que verifican la autenticidad de los billetes usando un plumón o verificando otros elementos de seguridad como el elemento que cambia de color o la textura. En Chihuahua se comentó que no sabían que ese elemento se podía revisar. En Boca del Río indicaron que revisan a partir de \$100 hacia arriba.



Las personas ciegas que no utilizan la ventana transparente indicaron que están acostumbradas a basarse en el tamaño de los billetes para identificar la denominación y, además, no logran percibir lo que hay en las ventanas transparentes; otros mencionaron que no logran identificar en dónde está la ventana porque no se siente.

Una persona en CDMX del grupo de personas con ceguera adquirida hizo la aclaración de que si el billete está maltratado o viejo entonces las marcas sobre la ventana transparente se pierden y dejan de ser útiles. El mismo comentario se hizo en la sesión de personas con ceguera de nacimiento en Boca del Río.

Por ciudad, se obtuvo que en la CDMX se utiliza más la ventana transparente (30%, 9 personas) mientras que ninguna persona participante la usa en León y Boca del Río.

Percepción de la ventana transparente en el billete \$100G



	Percepción
Personas con ceguera de nacimiento	Rayitas, un rectángulo, rasposo, ranuritas. Línea recta, un óvalo, dos relieves grandes y un cuadrado, una forma de letra L. Un cuadrado y en medio tiene un puntito y rayitas. Parecen números.
Personas con ceguera adquirida	Muchos bordes, rasposo, como un cepillito. Líneas, líneas verticales, rayitas para todos lados, muchos puntos formando líneas. Un rectángulo. Letras altas en relieve. Parece que intentaron hacer marcas en Braille. Se sienten puntos en relieve.
Normovisuales <sup>12</sup>	Pliegues, puntitos, un puntito, muchas bolitas, rayitas, líneas, corrugado, áspero, rasposo, como un lavadero pequeño, relieve. Se siente un número, pero no se sabe cuál. Un arco. Se siente como Braille.

En el grupo de personas con ceguera de nacimiento en CDMX y León, una persona de cada sesión identificó que se trataba del billete de \$100, pero ambas confesaron que se basaron en el tamaño del billete. En este mismo grupo, pero en Chihuahua y Zacatecas, dos personas participantes, una de cada sesión, sospecharon que se trataba del billete de \$100, pero no supieron explicar por qué.

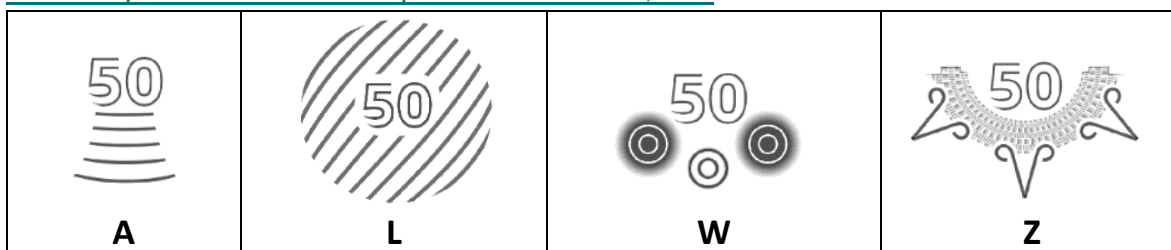
En la sesión de personas con ceguera adquirida en Chihuahua y Zacatecas, varios lograron identificar la denominación, pero se basaron en el tamaño.

En el grupo de normovisuales en Chihuahua, una persona pensó que era el de \$100 porque el billete se sentía nuevo; lo mismo sucedió en Boca del Río, pero en esa sesión fueron dos personas participantes. En este mismo grupo, pero en Zacatecas, cuatro personas indicaron que era el de \$100 basándose en el tamaño, mientras que en Ciudad del Carmen fue una persona.

<sup>12</sup> En este ejercicio, los normovisuales tocaron la ventana transparente del billete \$100G con los ojos tapados.



Relieves para la ventana transparente del billete \$50G



En la elección del relieve favorito para la ventana transparente del billete \$50G, se hizo una comparación con el relieve de la ventana transparente del billete \$100G, esto, para poder elegir aquel que permita diferenciarlos. En el grupo de normovisuales, las personas primero percibieron los relieves con los ojos tapados, y se descubrieron los ojos para hacer su elección.

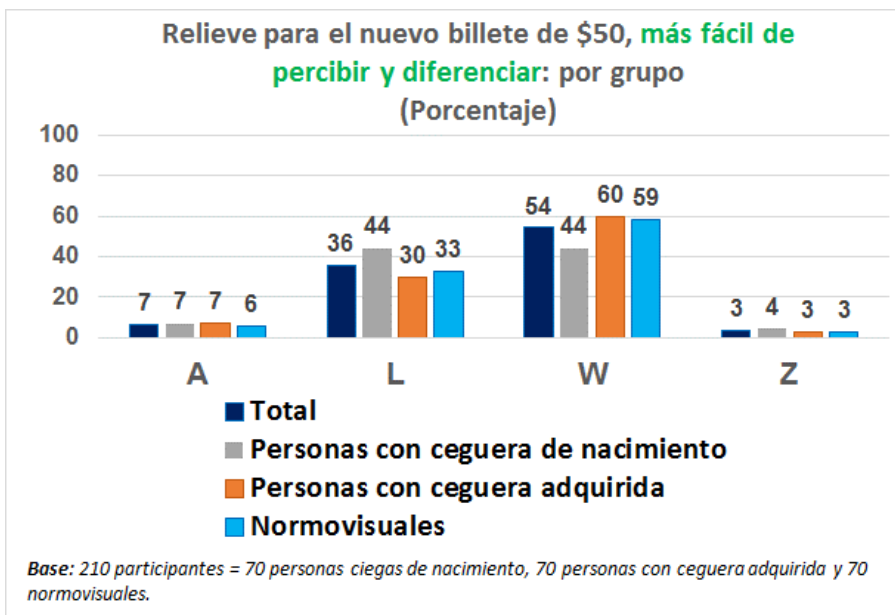
Los comentarios generales en torno a las opciones fueron los siguientes:

	Personas ciegas	Normovisuales
<b>A</b>	<p>Su tamaño es más pequeño que el de \$100. El relieve está horizontal. Es un triángulo y parece que tiene rayitas. Parece un cuadrado pequeño, un rectángulo, una “L”, una huella. Se siente como basurita, como tierra. No sabe qué forma tiene. Se confunde con el papel, casi no se siente. Se confundiría con otra parte del billete. Es más fácil identificar el relieve en el de \$100. El relieve es más más rústico, más realzado que el de \$100. En la parte de abajo se siente más el relieve. Se perdería el relieve al guardar el billete en la cartera. Si se toca el relieve de izquierda a derecha entonces no se siente, pero si se toca de arriba abajo, se siente más. La gente con diabetes no podría identificarlo.</p>	<p>Puntos más resaltados. De un lado se sienten más que de otro. El relieve se percibe menos, casi ni se siente, tiene poco relieve. El relieve se siente más en el de \$100. Se sienten 2 dígitos. Se percibe un hoyito. Se identifican dos ventanas.</p>
<b>L</b>	<p>Relieve redondo, ovalado, mientras en el de \$100 es un rectángulo. Parece una moneda. El tamaño es de la yema de un dedo pulgar. Se siente porque es amplio. Diseño más alargado. Hay más espacio entre relieves. Las rayas están formadas con puntitos. El círculo tiene rayas. La textura se siente menos. La textura es igual que el billete de \$100. Por delante se siente rasposo y por detrás se siente un grabado. Se siente corrugado. Se siente más el relieve del billete de \$100. Las líneas están más separadas que en el de \$100. Relieve poco perceptible. Rayas delgaditas. Es como una carita. La ventanita es redonda. Se identifican 2 ventanas.</p>	<p>El número se siente resaltado. En la parte superior derecha se siente corrugado. Está rasposito. Está mejor que el de \$100. Se sienten diagonales, como una huella. Tiene forma de círculo. Tiene líneas verticales. Se percibe más rápido.</p>

	Personas ciegas	Normovisuales
<b>W</b>	<p>Se siente como Braille aplanado. Tiene poco relieve.</p> <p>Se sienten puntitos más separados, como dos perforaciones. Bolitas resaltadas.</p> <p>Se perciben más los huecos del reverso. El relieve se siente por ambos lados, de un lado hacia afuera, y del otro, hacia adentro.</p> <p>Se sienten dos puntos y adentro un triángulo; dos puntos y en medio algo con menos relieve que casi no se percibe. En medio de los dos puntos se siente otra cosa.</p> <p>Se podría confundir con los agujeros que dejan las grapas.</p> <p>Es más pequeño, pero más realzado, se detecta por los puntitos.</p> <p>Ventana más chica que el de \$100. Es menos rugoso, pero más fácil de identificar.</p> <p>Se siente una "Q" como de "quinientos", se siente como una semilla.</p> <p>Aunque el billete esté viejo, este relieve no se perderá.</p> <p>Se detecta otra ventana abajo.</p>	<p>Se siente más resaltado. Se siente por los dos lados.</p> <p>Tiene puntos que sobresalen, son burbujas.</p> <p>Se siente un número 2.</p> <p>Casi se pueden contar los puntitos.</p> <p>Parecen puntos de Braille.</p> <p>No tiene líneas, es más angosto.</p> <p>"Si supiera Braille, sabría qué dice".</p> <p>Se siente forma de cruz. Se perciben dos ventanas.</p>
<b>Z</b>	<p>El relieve es más más pequeño. Está alargado.</p> <p>Casi no se siente, está plano, se confunde.</p> <p>En la parte de atrás se siente liso.</p> <p>Algunas partes se sienten más lisas que otras.</p> <p>El relieve es más grueso.</p> <p>Su forma es difícil de determinar, es irregular. Se siente como una mantarraya, un pez, una estrella, una mitad de un círculo, media luna, picos y un óvalo, un círculo con un pico de un triángulo, se siente como corona, tiene forma de "Z, ce siente como una letra "P".</p> <p>Se identifican 3 puntos. Es muy chiquito. Tiene un puntito.</p> <p>Se siente como calcomanía, no se percibe bien.</p> <p>Se parece al de \$100.</p> <p>Las líneas están más separadas.</p>	<p>Casi ni se siente.</p> <p>Se siente un número, círculos, se parece a los puntitos del número 100.</p> <p>El relieve se siente más marcado y más ancho.</p> <p>Se siente otra ventana.</p> <p>Tiene líneas, está alargado.</p> <p>Se siente como Braille.</p>

Considerando a todas las personas participantes, la opción más fácil de percibir y de diferenciar del billete \$100G fue la **W** (54%, 114 personas). Entre las personas con ceguera de nacimiento hubo empate entre las opciones **W** y **L** (44%, 31 personas).

Por ciudad, la opción **W** fue la favorita en CDMX, Chihuahua, León, Zacatecas y Boca del Río, mientras que la opción **L** fue la favorita en Hermosillo y Ciudad del Carmen.



Los que eligieron la opción **W** indicaron:

Sesión	Comentarios
<b>Personas con ceguera de nacimiento</b>	<p>Los puntos parecen Braille; el relieve se siente más que en las otras opciones; la marca se percibe por ambos lados (anverso y reverso del billete). Está más realzado, se identifica más rápido.</p> <p>Al comparar W con \$100, no se confunden. Este relieve es diferente a los demás. Para sentir el relieve en la ventana del de \$100 hay que rasparle y en W se percibe más fácilmente.</p> <p>Con la marca W no sería necesario hacer la comparación de tamaño para identificar la denominación.</p> <p>Da la sensación de que no se borrará cuando el billete esté usado.</p>
<b>Personas con ceguera adquirida</b>	<p>Los puntos parecen Braille; el relieve es más notorio; es más fácil y rápido de diferenciar.</p> <p>Los puntos están separados.</p> <p>El relieve/puntos se perciben por ambos lados del billete. Por el reverso se sienten huecos.</p> <p>Aunque esté viejo el billete, “la perforación” se podría palpar.</p> <p>La ventana se identifica rápidamente.</p>
<b>Normovisuales</b>	<p>Tiene relieves circulares. Se siente más. Es más distinguible el punto que la línea.</p> <p>Los 3 puntitos se sienten fácilmente, se sienten más.</p> <p>No se confunde con el de \$100.</p> <p>La ventana se identifica fácilmente.</p>

Sin embargo, hubo algunas sugerencias de parte de las personas ciegas para hacer cambios al relieve **W**, tales como:

- Colocar la marca en una esquina del billete, puesto que se les facilita tocar en las orillas para identificar elementos.
- Hacer los puntos con más relieve para que estén más altos y marcados, más realzados.

- Poner más puntos para formar una línea y distinguirlos de agujeros de grapa (los puntos de las orillas están más realzados que el de en medio, y se perciben como agujeros de grapas).
- Poner puntos de acuerdo a la denominación, si este es de 50 pesos entonces poner 5 puntos.
- Hacer con el relieve la forma de la denominación del billete.
- Hacer el relieve con el sistema Braille. Poner la denominación en Braille.
- Hacer relieves en formas geométricas para cada denominación (cuadrado, triángulo, etc.).
- Poner dos puntos arriba, dos en medio y dos abajo.
- Para ser más empáticos con las personas que tienen diabetes, sería mejor modificar las esquinas del billete en lugar de enfocarse en los relieves, puesto que no los sentirían. Las esquinas podrían ser diferentes para cada denominación: curvas, cuadradas, etc.

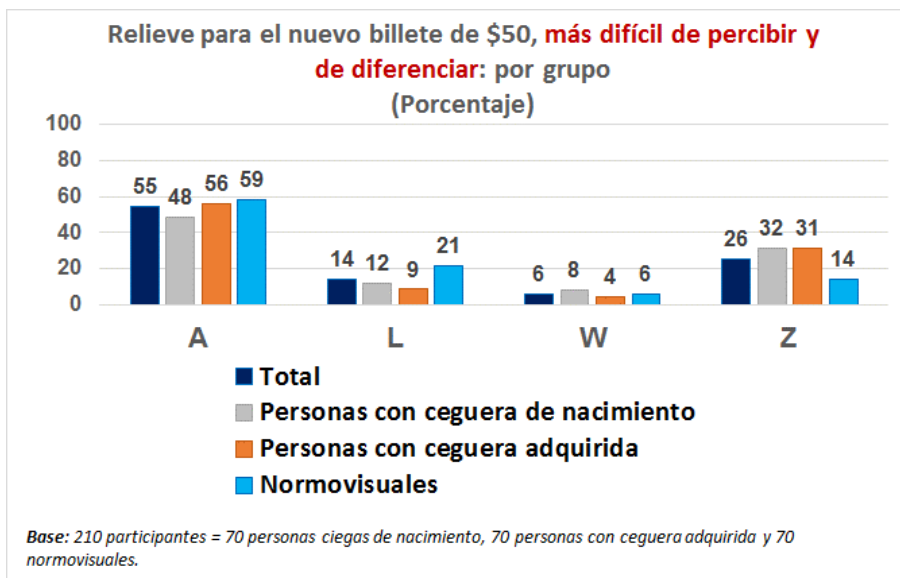
La opción **L** empató con la opción **W** en el grupo de personas con ceguera de nacimiento, y fue la opción que ocupó el segundo lugar a nivel general, en el grupo de personas con ceguera adquirida y en el grupo de normovisuales. Los que eligieron esta opción indicaron:

<i>Sesión</i>	<i>Comentarios</i>
<b>Personas con ceguera de nacimiento</b>	Más perceptible y amplia. Es circular. El círculo está remarcado con rayitas. Se encuentra fácilmente.
<b>Personas con ceguera adquirida</b>	El relieve se siente más y tiene más diseño. Es fácil de diferenciar del de \$100.
<b>Normovisuales</b>	Tiene más marcado el número. Las líneas son más fáciles de identificar, tiene textura. Gusta la forma.

Las sugerencias de cambios al relieve **L** fueron:

- Incluir caracteres en Braille.
- Hacer el relieve más marcado.
- Que la ventana esté en la misma posición en cada billete, independientemente de la posición.

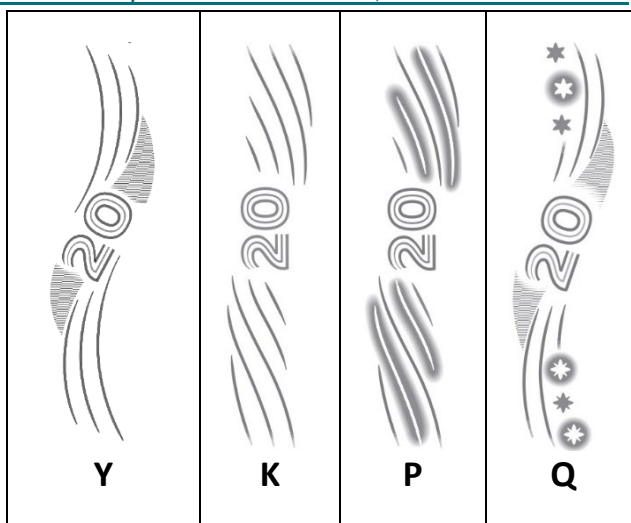
La opción **A** fue la más difícil de percibir y de diferenciar del billete \$100G al considerar a todas las personas participantes (55%, 109 personas) y a cada grupo de forma individual. Esta misma opción fue la que obtuvo más votos en cada ciudad.



Los que eligieron la opción **A** indicaron:

<i>Sesión</i>	<i>Comentarios</i>
<b>Personas con ceguera de nacimiento</b>	La marca es más pequeña. Es más difícil de percibir porque es la opción con menos relieve. Se va a borrar con el uso. No se identifica la figura. Se requiere mucho tiempo para identificarlo y buen sentido del tacto. La marca es muy tenue y se va a perder fácilmente con el tiempo.
<b>Personas con ceguera adquirida</b>	No se entiende la silueta resaltada. Casi no tiene relieve. El relieve se puede perder con otros elementos. Se siente como calcomanía. De izquierda a derecha se sienten rayas, pero de derecha a izquierda no se siente nada. Está más lisa de la parte de atrás.
<b>Normovisuales</b>	Casi no se siente el relieve y tiene pocas figuras. Tiene menos relieves. Se parece al relieve del billete de \$100. Las ondas se sienten iguales. Es tardado identificarlo. La ventana es más pequeña.

Relieves para la ventana transparente del billete \$20 conmemorativo



En la elección del relieve favorito para el billete de \$20 conmemorativo, se comparó con el relieve del billete \$100G y con la opción favorita para \$50G que cada persona eligió como la más fácil de percibir y de diferenciar. En el grupo de normovisuales, las personas participantes primero percibieron los relieves con los ojos tapados, y se descubrieron los ojos para hacer su elección.

En las sesiones de personas ciegas y de normovisuales en León, así como en la sesión de personas con ceguera de nacimiento en Hermosillo, las personas tardaron en hacer su elección. Comentaron que las cuatro opciones se parecen mucho, lo que dificultó el proceso de selección.

Los comentarios generales en torno a las opciones fueron los siguientes:

	Personas ciegas	Normovisuales
<b>Y</b>	<p>Menos remarcada, casi no se percibe.                      Está plano y largo. Muy angosto.                      Los relieves están más marcados, pero sólo de un lado del billete. Tiene rayas en la orilla. Las líneas están hacia la derecha. Está más a la orilla.                      La línea es más delgada. Las líneas están más juntas. Son como líneas. Se siente como una línea inclinada.                      Tiene muchas rayitas al principio de forma horizontal, luego sigue una figurita con rayitas verticales.</p> <p>La mitad de arriba tiene relieve y la mitad de abajo está lisa.                      En la parte de atrás se siente un agujero.                      Tiene puntitos en medio.                      La figura se siente más angosta.                      Parece viborilla, va de extremo a extremo.                      Se siente más el intento de punto que tiene en medio. Se siente una pequeña perforación.                      Está muy simple.                      Está más largo y ocupa todo lo ancho del billete.                      Tiene dos ventanas.</p>	<p>Más marcado de un lado que de otro.                      Más tenue el relieve. Líneas más delgadas.                      Ventana más angosta.                      Se siente un poquito “gordito”, más alargado y corrugado.                      Se siente algo esponjadito.                      Casi no se siente. Es una franja.                      Tiene dos líneas, una más larga que la otra.                      Se siente como un broquel, está hundido.                      Después de la marca hundida se sienten diagonales.                      Tiene onditas.</p>

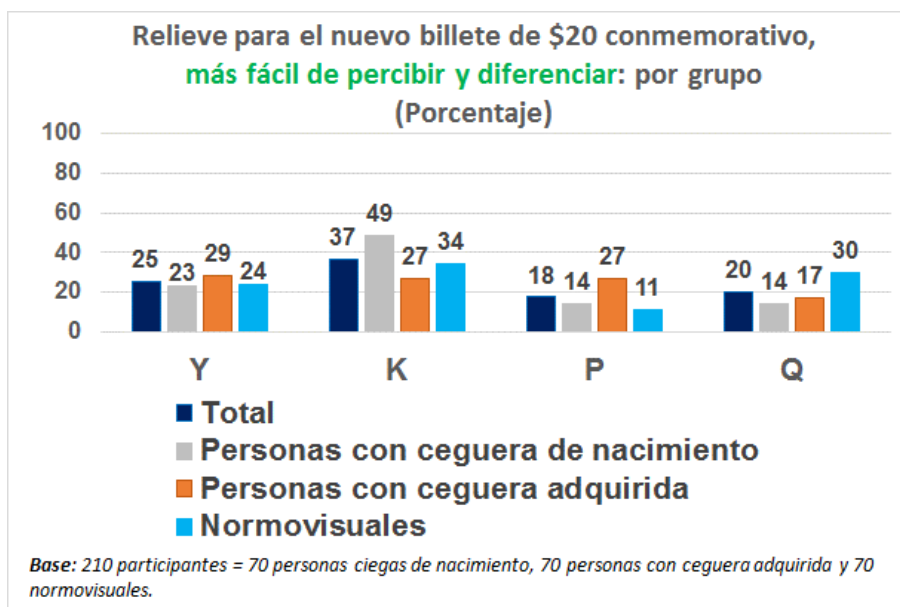
**Publicada-Usó General**

Información que ha sido publicada por el Banco de México

	Personas ciegas	Normovisuales
<b>K</b>	<p>Las líneas están inclinadas. Se sienten líneas hacia arriba. Se siente como una línea vertical. Se sienten tres líneas arriba y tres abajo. Se siente como una línea marcada. Se sienten más líneas. Las líneas llegan al final del billete. El relieve se siente de lado a lado. Se siente abombado. Hay partes lisas y partes rústicas, pero lo rústico sólo está en una pequeña parte. La barra que atraviesa se siente más tenue en la línea que atraviesa, pero en medio está más marcado. Líneas más separadas y más anchas que en el de \$100, lo que facilita su identificación. También es como una viborita, se siente más la parte de arriba que de abajo. Se siente como una espiga, como una forma de "S". En medio se siente "algo". En medio se siente una perforación. Se siente una letra. No se siente mucho. Hace falta que estén más marcados los relieves. Está plano y es más corto.</p>	<p>Más relieves de un lado que de otro; más ancho, poco más marcado. Líneas en diagonal. Se siente poco, la ventana está muy grande. Abarca todo el billete. Se sienten puntos, alas, parece ángel, un escudo.</p>
<b>P</b>	<p>Tiene más rayas, el relieve es menos perceptible, se parece al K. Las rayas están más separadas. El relieve se siente por ambos lados. El relieve se siente más. Se sienten dos relieves, diferentes texturas. Se sienten unas líneas y una "bombita". Está más liso. Tiene menos rayas. Muy marcado en la parte de arriba. Se siente menos marcado de un lado. Es una línea. Parece un cometa, se siente un "caminito". No se identifica qué es. Se siente más alargado, está más ancho. El grabado está en ambas caras del billete. Debajo tiene algunas rayas. Al doblarlo, no se sabe si es relieve o doblez. Se sienten unas ondas.</p>	<p>Son rayitas, se sienten más de un lado que de otro, puntitos de un lado. Se siente más alargado. Menos liso, tiene dos ventanas. El diseño está más elaborado. Casi no se percibe el relieve. Líneas largas. Tiene una bolita en el centro. Se siente el relieve, pero con más elementos. Se percibe algo en medio, sin saber qué es.</p>
<b>Q</b>	<p>Tiene el relieve más delgado, está en diagonal, está más marcado. El relieve se siente más en la parte superior y va perdiendo relieve al ir hacia abajo. Le falta relieve. Se siente un poco en la parte de atrás. Está liso, está difícil de detectar. Las orillas están más marcadas. Líneas más juntas, diseño más angosto. Se sienten unas ondas, pero tiene un puntito. Se siente como una antena, como manchones. Parece una serpiente, un rayón, un escudo, una escalerita, un lagarto, letras inclinadas. Tiene en medio como un corazón. Tiene tres grabados. No se distingue la figura.</p>	<p>Ventanas grandes, relieve ligero, hay 2 ventanas, se sienten puntitos. Se siente más pequeño. Está alargado. Disperso y estilizado. Más espacios entre líneas. Se siente hundido y con tres puntos arriba. Se sienten líneas, luego una rueda y luego más líneas. Se perciben diferentes formas. Se sienten números.</p>

Considerando a todas las personas participantes en su decisión respecto a la opción más fácil de percibir y de diferenciar del billete \$100G y de su elección para el billete \$50G, la opción favorita fue la K (37%, 77 personas). Esta opción coincide con la favorita entre personas con ceguera de nacimiento (49%, 34 personas) y normovisuales (34%, 24 personas), mientras que, en el grupo de personas con ceguera adquirida, la opción favorita fue la Y (29%, 20 personas).

Por ciudad, la opción Q fue la favorita en CDMX; la opción K en Chihuahua, Hermosillo, Zacatecas y Boca del Río, y la opción Y fue la favorita en León y Ciudad del Carmen.



Los que eligieron la opción K indicaron:

Sesión	Comentarios
<b>Personas con ceguera de nacimiento</b>	Es la opción que tiene el relieve más marcado. Líneas más gruesas y separadas, por eso se percibe más. Tiene los puntitos más realzados. Las líneas del centro están más realzadas. Las líneas se sienten mucho al tocar de arriba hacia abajo. Las líneas llegan al final del billete. Es como un renglón.
<b>Personas con ceguera adquirida</b>	Las rayitas se sienten de lado a lado. Se siente la ventana.
<b>Normovisuales</b>	Las líneas son más pronunciadas. El “gordito” es más pronunciado. El número 2 se alcanza a apreciar. Tiene una marca hundida. Se siente mejor la textura. De los dos lados se siente. Tiene muchos puntos en todas las líneas.



Las sugerencias de cambio para la opción **K** fueron las siguientes:

- Más relieve.
- Agregar algún tipo de punto como relieve.
- Marcar más relieve en la denominación.
- Marcar más el relieve del centro, donde están los puntos.
- Que las líneas estén por ambos lados.

Los que eligieron la opción **Y** indicaron:

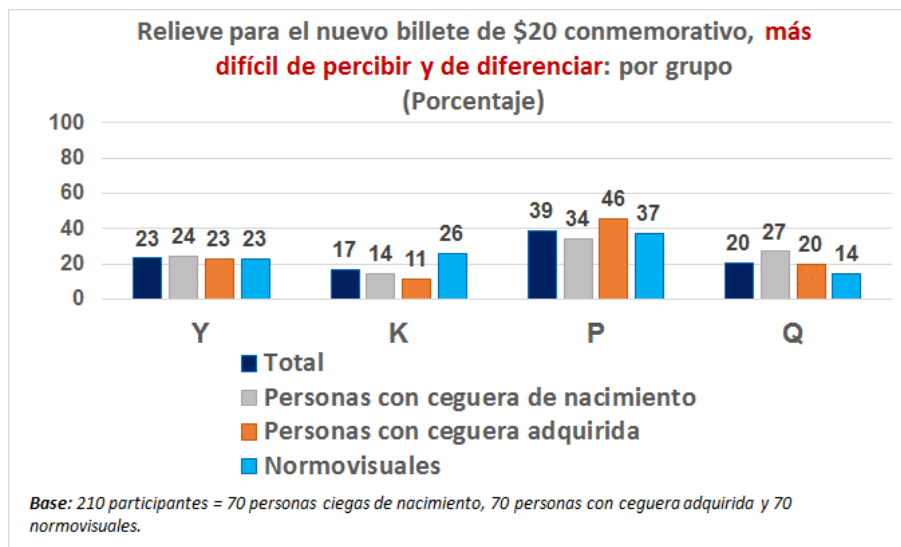
<i>Sesión</i>	<i>Comentarios</i>
<b>Personas con ceguera de nacimiento</b>	Se siente las rayas bien remarcadas de ambos lados, las rayas primero se sienten verticales y luego horizontales.
<b>Personas con ceguera adquirida</b>	Es el que se percibe un poquito más. Se identifica fácilmente.
<b>Normovisuales</b>	Tiene dos relieves muy marcados. El número está bien marcado.

Las sugerencias de cambio para la opción **Y** fueron las siguientes:

- Hacer el relieve más marcado.
- Que el relieve se sienta por ambos lados del billete.
- En familias anteriores, los billetes tenían unas marcas como escamitas, deberían volver a ponerlas.

En cuanto a la opción más difícil de percibir y de diferenciar del billete \$100G y de su elección para \$50G, al considerar a todas las personas participantes y a los grupos de forma individual, fue la **P**.

Por ciudad, la opción **Y** fue la que obtuvo más votos en Zacatecas, y la opción **P** en CDMX, Chihuahua, Hermosillo, León, Ciudad del Carmen y Boca del Río.



Los que votaron por esta opción indicaron:

Opción	Comentarios
P	<p>Tiene poco relieve, está menos realizado. Casi no se percibe. Está liso.</p> <p>Se siente como una arruga. Está muy separado, es confuso.</p> <p>No se siente el relieve de la parte de arriba.</p> <p>Al doblar el billete, el relieve podría confundirse con un doblez.</p> <p>Es difícil identificar la figura, parece un papalote.</p> <p>Al estar en la calle no se tendría tiempo de identificar este relieve.</p> <p>El relieve es difícil de detectar.</p>

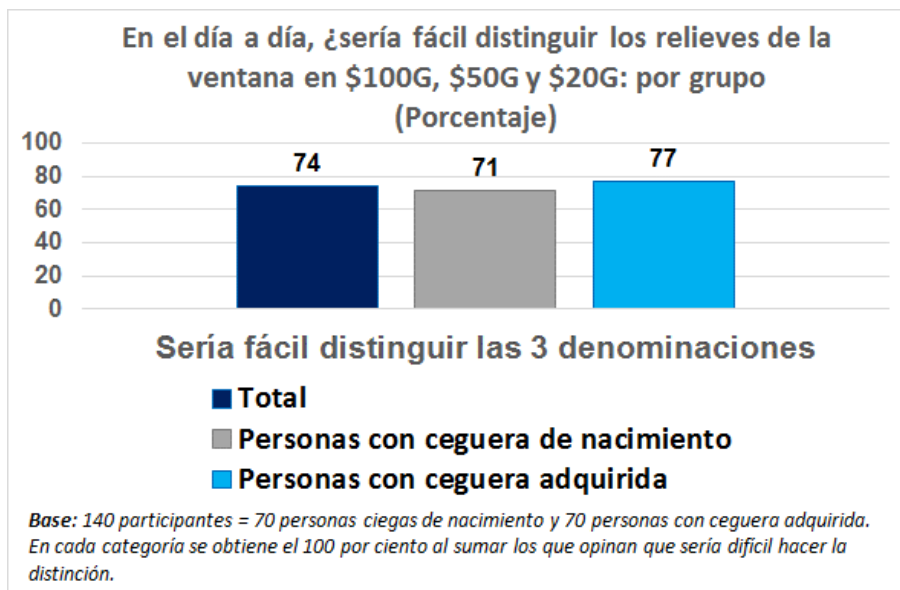
### Distinción de las marcas para los tres billetes

Se preguntó si la primera marca evaluada (\$100G) y las favoritas de las otras dos denominaciones para cada persona participante serían inconfundibles en el día a día<sup>13</sup>.

Los que sí distinguirían las tres denominaciones mencionaron que se diferenciarían por el tamaño y porque los diseños de los relieves en las ventanas transparentes son diferentes.

Los que opinaron que no podrían hacer la distinción indicaron que para ellos es más confiable identificar las denominaciones por el tamaño del billete; es muy tardado identificar el relieve y al hacerlo en el día a día se expondrían a que les quitaran el dinero; son diabéticos y no pueden confiar en su sentido del tacto; el relieve en la ventana se pierde con el tiempo.

<sup>13</sup> Esta pregunta sólo se hizo en los grupos de personas ciegas.



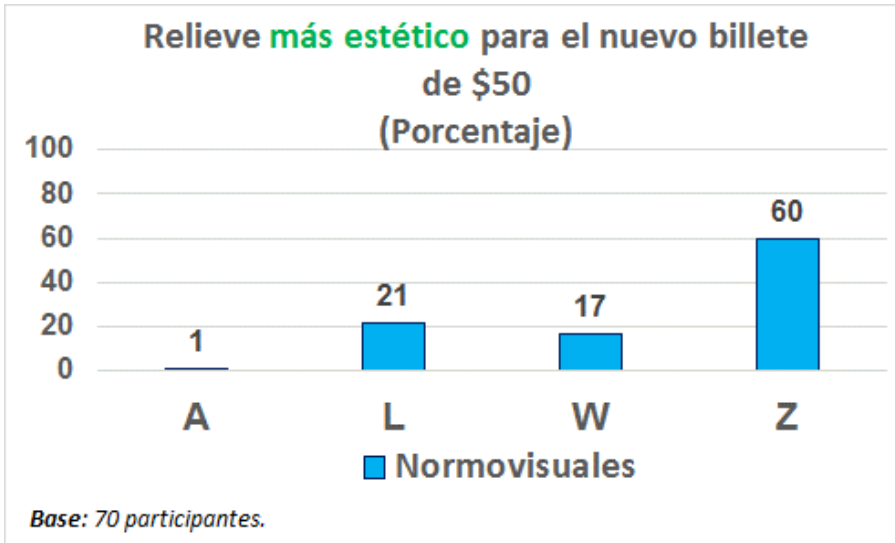
Por ciudad, todas las personas participantes en Hermosillo y León indicaron que sería fácil distinguir las tres denominaciones por su relieve en la ventana transparente; y las ciudades en donde hubo un mayor número de personas participantes, aproximadamente la mitad de ellas, que opinaron que se confundirían con las tres denominaciones fueron CDMX, Zacatecas y Ciudad del Carmen.

### Relieves más y menos estéticos

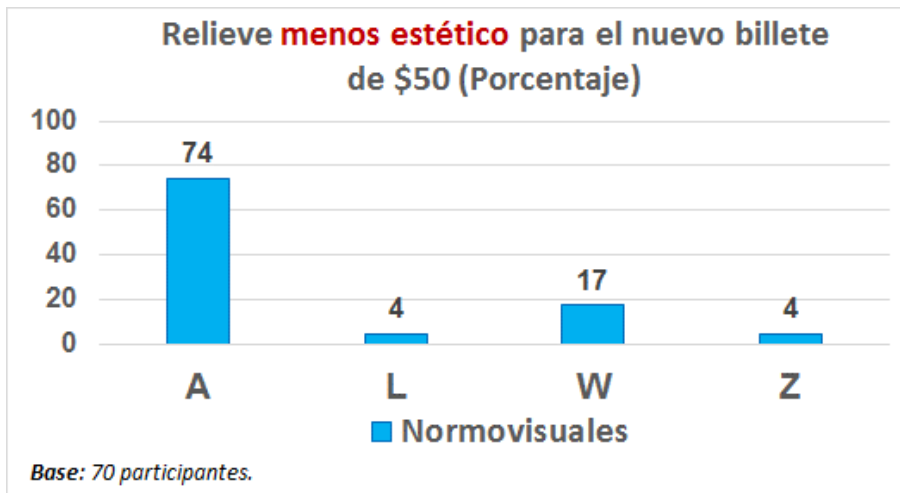
En la sesión con normovisuales se votó por el relieve más bonito, más estético, y por el menos estético.

La opción del relieve más estético para el billete \$50G fue la **Z**. Se comentó que el relieve está más complicado y que es el mismo diseño que tenía la moneda dorada de 50 centavos; parece un collar con puntos y un medio sol, es un diseño muy azteca, recuerda al sol azteca; parece escudo, estandarte, medallón; la parte de abajo es como una "M", está más estilizado; se ve muy mexicano.

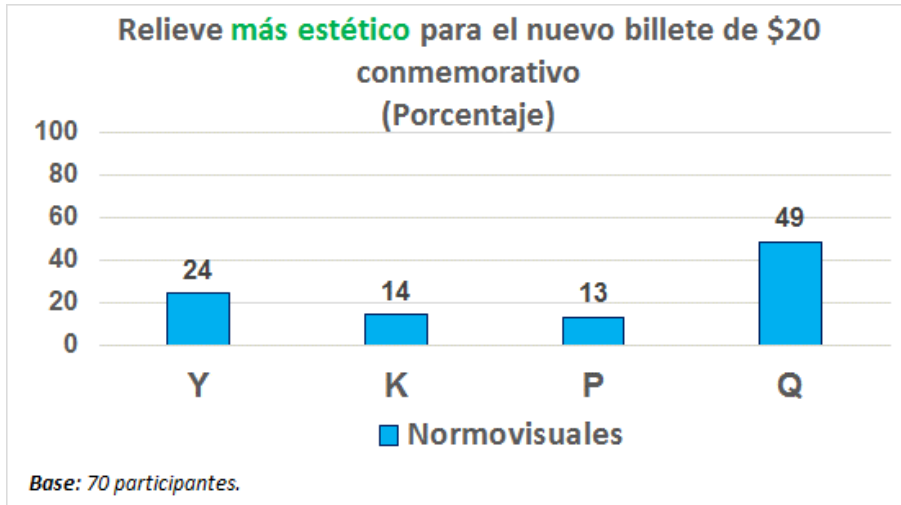
Por ciudad, la opción Z fue la favorita en CDMX, Chihuahua, León, Zacatecas, Ciudad del Carmen y Boca del Río. En Hermosillo, hubo empate entre las opciones W y L.



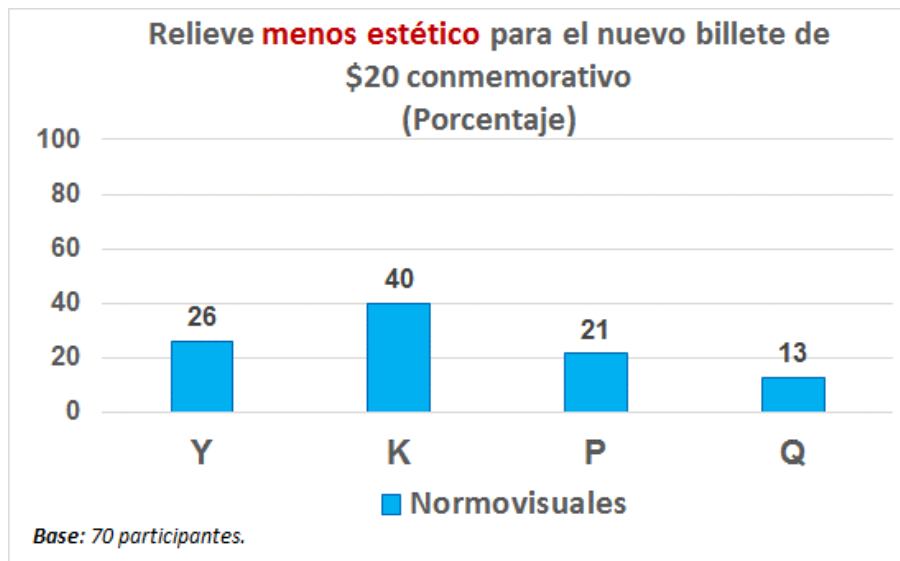
La opción del relieve que les pareció menos estético para el billete \$50G fue la **A**. Se comentó que es muy simple, sencillo, parece hecho por un niño, será fácil de falsificar; tiene unas rayitas sin chiste; las rayas de abajo no tienen sentido, parece pirámide. Por ciudad, también esta opción fue la que obtuvo más votos.



En cuanto al relieve más estético para el billete de \$20 conmemorativo, la opción ganadora fue la **Q**. Se comentó que el relieve se puede diferenciar de los demás; luce más que los otros, se distingue una “casita”, gustan las estrellas, tiene estrellas a cada lado, parece un euro, tiene muchos detalles.



Finalmente, con respecto al relieve menos estético para el billete de \$20 conmemorativo, la opción que obtuvo más votos fue la K. Se mencionó que no tiene nada, son puras líneas y casi ni se sienten; está muy simple, no se distingue la “casita”; parece un número muy chiquito; las líneas no tienen algo extraordinario.



Por ciudad, la opción K obtuvo más votos en León y Ciudad del Carmen, y esta opción empató con la Q en Chihuahua. En CDMX y Boca del Río, la opción P obtuvo más votos, y en Hermosillo y Zacatecas, la opción que obtuvo más votos fue la Y.

## Moneda de 50 centavos

### Estudios cualitativos, segunda ronda de grupos focales

#### Moneda de 50¢: actual y anterior (dorada)

El 96% (201 personas) dijo utilizar estas monedas. Las personas participantes mencionaron que las usan para pagar en la panadería, tortillería, mercado, transporte público, copias, en las máquinas de videojuegos, recargas de teléfono, dar propinas, limosna o cambio, comprar refrescos, cigarros, chicles, azúcar, leche, huevo, productos de la canasta básica, periódicos; para ahorrar en la alcancía, regalarlas a los nietos, jugar lotería y completar el pago de productos con precios fraccionarios, de modo que se pueda evitar el redondeo y no recibir su cambio completo. En el grupo de personas ciegas en Hermosillo, hubo quienes dijeron no conocer la moneda actual de 50¢.

Una práctica que comentaron en los grupos C-/D+ en CDMX y Zacatecas es el juntarlas y luego llevarlas a una tiendita para cambiarlas; en el grupo de adultos mayores en CDMX y en el grupo C-/D+ en Zacatecas, se mencionó la práctica de juntarlas para después cambiarlas en un banco, y en los grupos de personas ciegas y de adultos mayores en CDMX y Boca del Río, así como en el grupo de personas ciegas en Chihuahua y en los tres grupos en Hermosillo y Boca del Río, dijeron que las juntan hasta completar \$1 o cierta cantidad para poder usarlas.

Las personas participantes mencionaron que se prefiere la moneda dorada por su tamaño, color y forma, características que permiten distinguirla fácilmente; además, suena más al caer y es más manejable al momento de contar monedas. Comentaron que ahora se “batalla” con la moneda actual porque es difícil que la quieran aceptar, es difícil manipularla por su tamaño (no se pueden apilar fácilmente, es difícil contarlas) y es fácil perderla; además, se confunde con las de 10 y 20¢. **Su tamaño pequeño se asocia con poco valor**, por ejemplo, en el grupo de personas ciegas de Ciudad del Carmen, mencionaron que las personas “ya no quieren recibir las pequeñitas porque piensan que están devaluadas”.

En Hermosillo se obtuvo el valor más bajo con respecto al uso de monedas de 50¢ (83%, equivalente a 25 personas).

#### Comparación con una nueva moneda de 50¢ en 19 mm

Se utilizó una nueva moneda de 50¢ en 19 mm con diseño del Anillo de Aceptación de la Piedra del Sol, y se comparó con las monedas de la misma denominación de diseño actual (plateada), diseño anterior (dorada), y con las monedas de 20¢ anterior (dorada), \$1 y \$2.

En promedio, 9 de cada 10 personas considera que esta nueva moneda de 19 mm se puede distinguir de las demás. En los grupos de personas ciegas y adultos mayores se obtuvieron los valores más altos a favor de la opinión de que es fácil diferenciarla (91%, equivalente a 64 personas, y 93%, equivalente a 65 personas, respectivamente). Al respecto, se mencionó que esta moneda es más grande que la actual y que su tamaño está entre el de la moneda de 20¢ y la de \$1; tiene rayitas (canto), el color es distintivo, es más gruesa, más pesada, las caras de las monedas se sienten más, su relieve se siente más y su forma no es circular. **En el grupo de personas ciegas se mencionó que es más fácil de agarrar**. Algunos comentaron que su tamaño es similar al de la moneda de 20¢

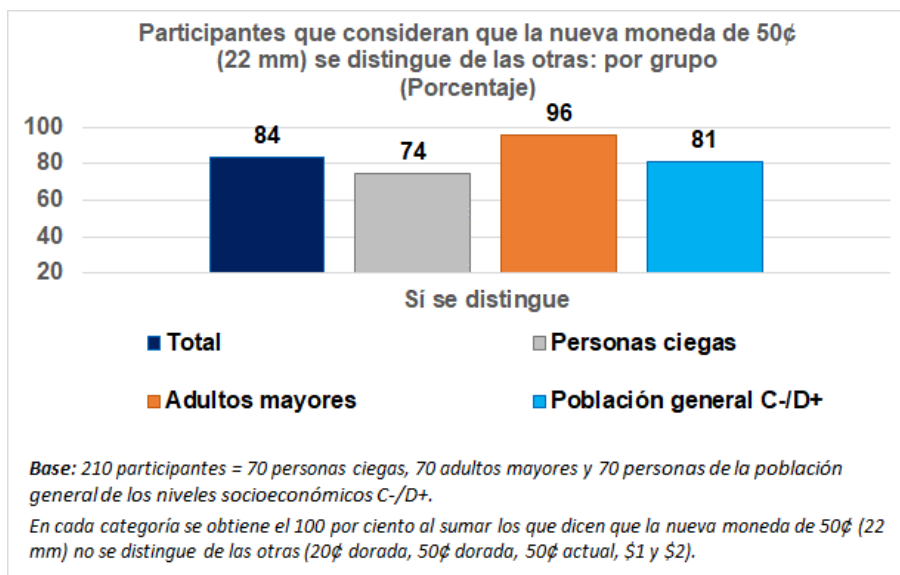
#### Publicada-Usó General

Información que ha sido publicada por el Banco de México



Zacatecas, Hermosillo y Ciudad del Carmen, **algunos hicieron referencia al sonido, pues una de sus prácticas es escucharlas al dejarlas caer en alguna superficie para distinguir la denominación, o bien, chocar una moneda con otra.** Adicionalmente, en Ciudad del Carmen algunas personas indicaron que a partir del sonido también pueden autenticar las monedas, particularmente las de mayor denominación.

Cabe destacar que, en el grupo de personas ciegas en Hermosillo, varias personas enfatizaron que únicamente podrían identificar esta nueva moneda si tuvieran más monedas de diferentes tamaños para compararlas. Por ello, si únicamente tuvieran esta nueva moneda entonces no sabrían cuál es.



Los que consideraron que esta moneda no se distingue bien de las otras es porque debido a su tamaño, se podría confundir con las de \$1 y \$2; el grosor y peso de la moneda de 19 mm son características más fáciles de identificar.

En Chihuahua y Ciudad del Carmen se obtuvieron los valores más bajos con respecto a la facilidad para diferenciarla (70%, equivalente a 21 personas en ambas ciudades).

### Tamaño favorito para una nueva moneda de 50¢

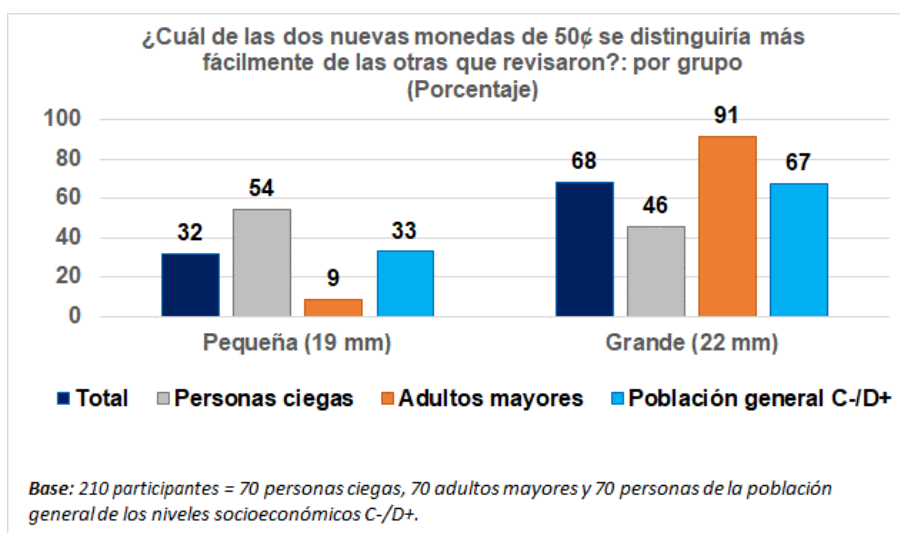
Al comparar ambos tamaños, 19 y 22 mm, para una nueva moneda de 50¢, el 68% (143 personas) prefirió la moneda en 22 mm. En el grupo de adultos mayores se obtuvo el valor más alto a favor de la moneda grande (91%, equivalente a 64 personas). Los que votaron por la moneda de este tamaño comentaron que la denominación se puede ver bien, es más práctica, se perdería menos, su peso ayudaría a distinguirla y sería más aceptada por su tamaño, que se asocia con valor. No obstante, en el grupo de personas ciegas en León y en los grupos C-/D+ y de personas ciegas en Ciudad del Carmen, se enfatizó que el tamaño de esta moneda no debería estar entre la de \$1 y \$2, ya que “su valor [nominal] es menor y tendría que ser más chica que la de \$1”. Tal como mencionó una persona: “lo único que le veo raro es que no debería ser más grande que la de una denominación más grande, se supone que debería ser más pequeña que la de \$1”.



El 32% (67 personas participantes) prefirió la moneda de 19 mm. Este tamaño fue el favorito entre las personas ciegas (54%, 38 personas participantes). Los que votaron a favor de este tamaño indicaron que su grosor y tamaño ayudarían a distinguirla, ya que la moneda de 22 mm podría confundirse con las de \$1 o \$2. En el grupo de personas ciegas en Ciudad del Carmen, varias personas explicaron la relevancia de que esta moneda no fuera mayor a la de \$1: “[las monedas] deberían llevar una lógica de denominación y tamaño”, en consecuencia “[el tamaño de la moneda de 50 ¢] debería estar antes de la de \$1”.

En el grupo de personas ciegas en Zacatecas y Chihuahua indicaron que se puede identificar mejor por su grosor, tamaño y peso. En León, Hermosillo y Ciudad del Carmen mencionaron que las rayas del canto se sienten más.

En Ciudad del Carmen, la opinión se dividió casi a la mitad entre quienes consideraron que la moneda de 19 mm no se confundiría y quienes opinaron que la moneda de 22 mm es la más distinguible.

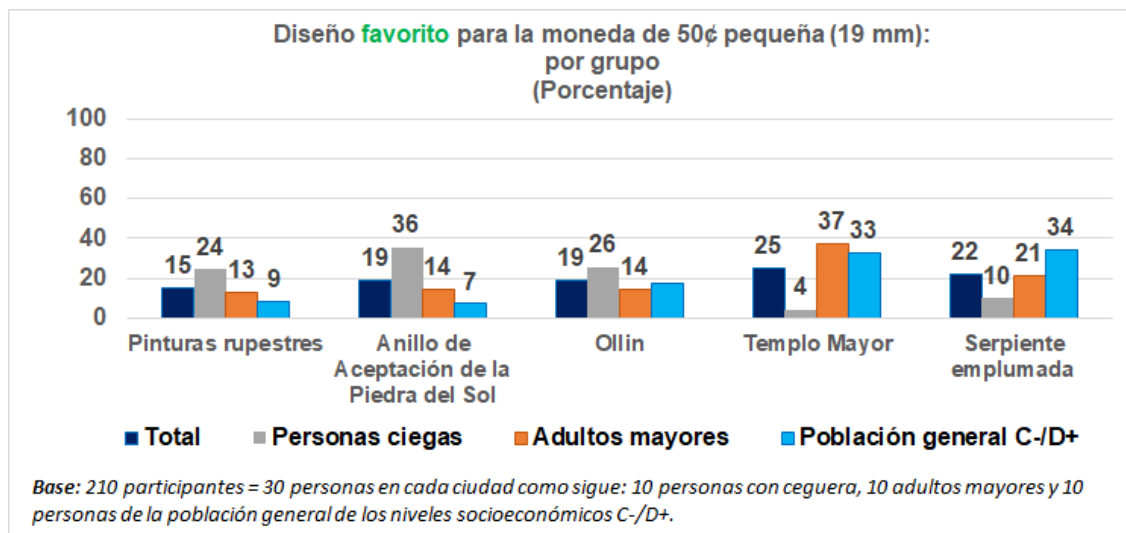


### Diferentes diseños para una nueva moneda de 50¢

#### Diseños en 19 mm

##### *El que más gustó*

A nivel general, el diseño que más gustó fue el del Templo Mayor (25%, 52 personas), seguido del diseño de la Serpiente Emplumada (22%, 46 personas). Por grupo, el diseño del Templo Mayor fue el favorito entre los adultos mayores (37%, 26 personas); en el grupo de personas ciegas, el diseño favorito fue el del Anillo de Aceptación de la Piedra del Sol (36%, 25 personas) y entre las personas participantes C-/D+ fue el de la Serpiente Emplumada (34%, 24 personas), seguido del diseño del Templo Mayor (33%, 23 personas).



Por ciudad, el diseño del Templo Mayor fue el favorito en Hermosillo y León, y en Zacatecas empató con el diseño de la Serpiente Emplumada. El diseño de la Serpiente Emplumada fue el favorito en Boca del Río y Chihuahua. El diseño del Anillo de Aceptación de la Piedra del Sol fue el favorito en Ciudad del Carmen. En la CDMX, el diseño favorito fue el de Pinturas Rupestres.

Los comentarios a favor del diseño del Templo Mayor fueron que representa a los mexicanos, nuestra cultura, nuestros antepasados, gustan las pirámides, el número “50” se ve claramente, se siente bien el relieve, tiene elementos detallados o complicados de troquelar, parece de colección, a los extranjeros les llamaría la atención conocer ese lugar.

Los que eligieron el diseño de Serpiente Emplumada dijeron que es muy nacionalista y se ve como las monedas de antes; gustó cómo la serpiente está alrededor de la moneda, las grecas del cuerpo de la serpiente, que la circunferencia de la moneda parece el cuerpo de la serpiente y también gustó el “hexágono”, tiene bordes internos. Es un diseño que no está saturado, es sencillo y fácil de identificar.

Los comentarios a favor del diseño del Anillo de Aceptación de la Piedra del Sol se orientaron a que es más conocido; el número se nota más, está más grande y está más resaltado el centro de la moneda.

Los comentarios positivos para el diseño Ollin fueron que se distingue bien el número 50 y que el relieve se siente más.

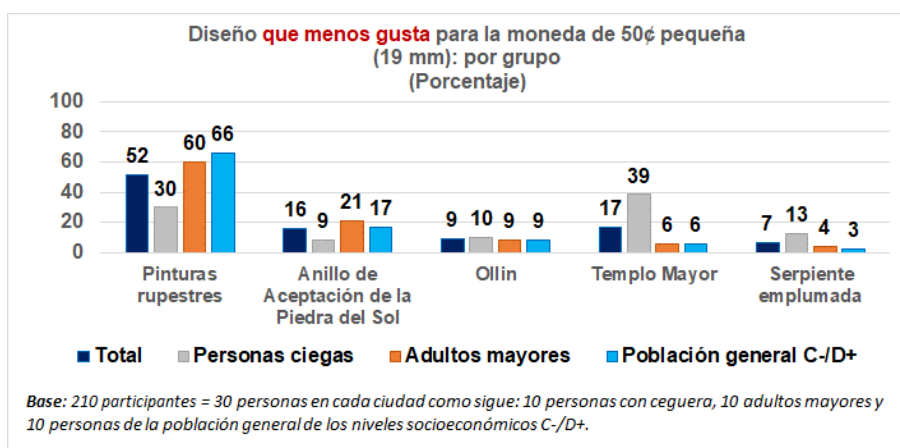
Los que prefieren el diseño de Pinturas Rupestres mencionaron que este diseño se siente “más rasposo”. En el grupo de personas ciegas en CDMX se mencionó que esta moneda “era la que sonaba mejor”. En el grupo de personas ciegas en León y Hermosillo se percibió más el estriado del canto en este diseño. En el grupo C-/D+ en Zacatecas gustó porque es un tema original.

### El que menos gustó

A nivel general, el diseño que menos gustó fue el de Pinturas Rupestres (52%, 109 personas), y sucedió lo mismo en los grupos de adultos mayores (60%, 42 personas) y C-/D+ (66%, 46 personas). En el grupo de personas ciegas, el diseño del Templo Mayor fue el que menos gustó (39%, 27 personas).

El diseño de Pinturas Rupestres no gustó porque hay muchas personas, no se alcanza a distinguir de qué se trata, parece una posada, una fiesta, un rinoceronte, una medalla religiosa, unos niños agarrados de la mano, un caballero atravesado; está muy saturado. Tiene menos relieve. No es representativo. El número 50 está muy pequeño, las letras no se distinguen y, además, como dijeron algunas personas: “¿quién conoce estas Pinturas Rupestres?”

En el grupo de personas ciegas se mencionó que en la elección del diseño que menos gustó, se consideró el menos perceptible, el de la imagen más lisa.



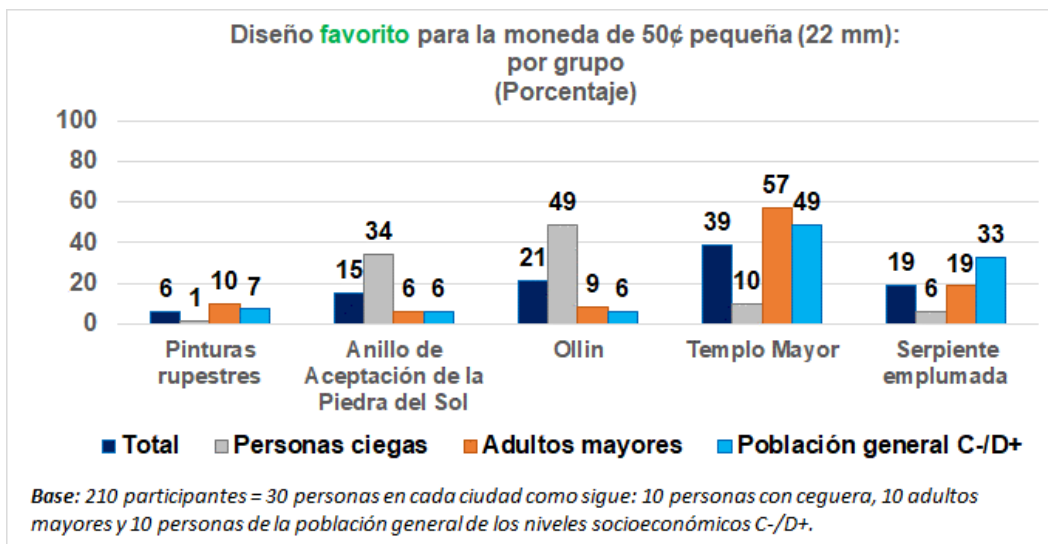
Por ciudad, en todas se eligió el diseño de Pinturas Rupestres como el que gustó menos.

### Diseños en 22 mm

#### El que más gustó

A nivel general (39%, 81 personas), el diseño favorito en tamaño de 22 mm fue el del Templo Mayor. Por grupo, este diseño también fue el favorito entre los adultos mayores (57%, 40 personas) y entre las personas participantes C-/D+ (49%, 34 personas). En el grupo de personas ciegas, el diseño favorito fue Ollin (49%, 34 personas) porque su diseño, y hasta la denominación, se identificaron como las más perceptibles. Mencionaron que se siente más el ranurado del canto y los relieves de las caras de las monedas se sienten distintas.

Los comentarios a favor de los diseños en 22 mm fueron los mismos que para los diseños en 19 mm, enfatizando que, al ser una moneda más grande, los detalles son más visibles.

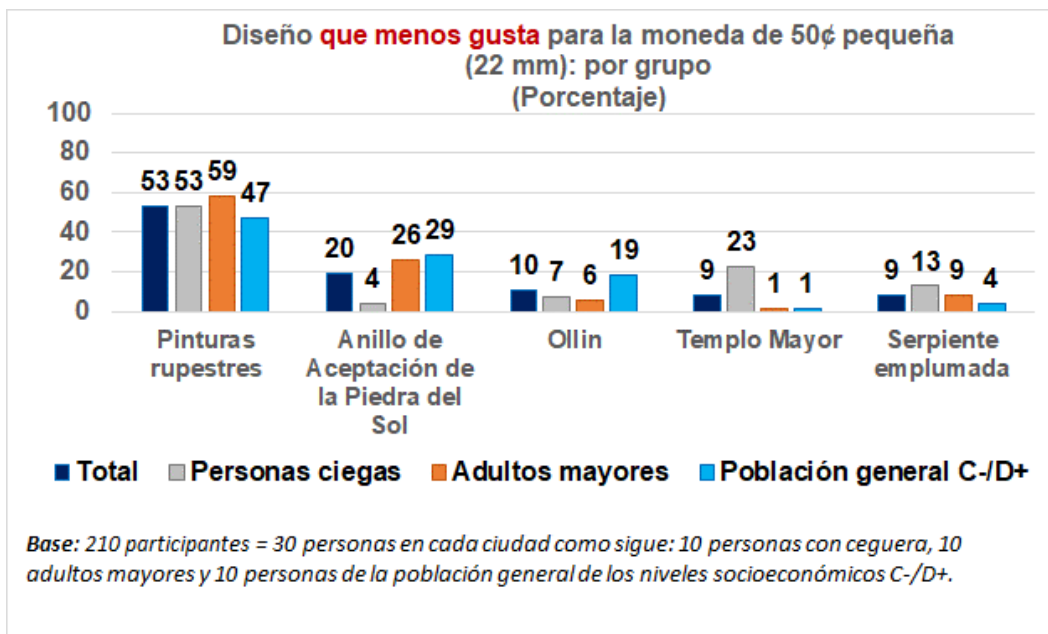


Por ciudad, el diseño del Templo Mayor fue el favorito en Hermosillo y León, en CDMX empató con el de Pinturas Rupestres y en Zacatecas empató con Serpiente Emplumada y Ollin. El diseño de la Serpiente Emplumada fue el favorito en Chihuahua y Boca del Río, y el del Anillo de Aceptación de la Piedra del Sol fue el que más gustó en Ciudad del Carmen.

### El que menos gustó

A nivel general, por grupo y por ciudad, el diseño que menos gustó en 22 mm fue el de Pinturas Rupestres.

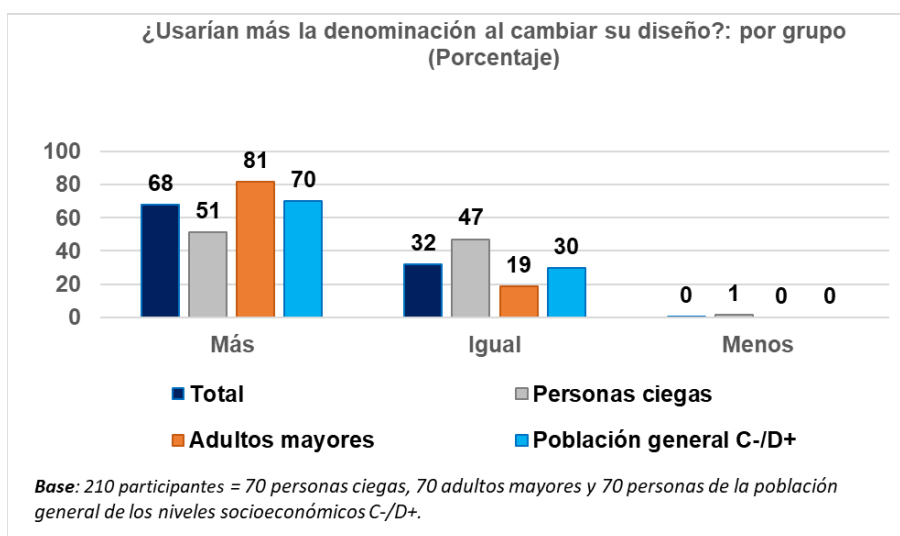
Este diseño siguió sin gustar porque, a pesar de ser un poco más grande, sigue sin parecer una pintura rupestre, es confuso, no se sabe qué es, no parece una moneda mexicana, el número “50” no se distingue, está muy pequeño, el relieve es más fino, más delicado, casi no se siente. En el grupo de personas ciegas en Zacatecas y León, se mencionó que hasta el canto se siente con menos rayitas, menos resaltado. En el grupo de personas ciegas en Chihuahua comentaron que la moneda se siente igual por ambos lados. En Ciudad del Carmen indicaron que las caras de la moneda se sentían muy planas y lisas.



Uso de la denominación de 50¢ con una de estas nuevas monedas

Retomando el tema con el que inició la sesión, donde se preguntó si usaban más o menos las monedas de 50¢ del diseño actual con respecto al anterior, en esta última parte se pidió considerar su opción favorita de un nuevo diseño, sin importar si se trata de un diseño en 19 mm o 22 mm, para determinar si esta denominación la usarían más, igual o menos.

En general, casi siete de cada diez personas participantes usarían más esta denominación si tuviera su nuevo diseño favorito. Por grupo, entre los adultos mayores y población C-/D+ coincidieron con el resultado general. Sin embargo, en el grupo de personas ciegas, la opinión estuvo dividida casi en la misma proporción entre quienes la usarían más (51%, 36 personas) y quienes la usarían igual (47%, 33 personas).



**Publicada-Usos Generales**

Información que ha sido publicada por el Banco de México

Por ciudad, en Zacatecas, la mayoría de las personas participantes indicaron que seguirían usando esa denominación igual que hasta ahora. En el resto de las ciudades, la votación se inclinó a usarla más si se tuviera su nuevo diseño favorito.

Los que la usarían más, lo harían porque sería una moneda más aceptada, ya que al ser más grande que la actual, sería más práctica y se percibiría como una moneda con valor; sería más difícil perderla, más fácil de identificar, la denominación se vería fácilmente y no se confundiría con otra denominación.

Para quienes la usarían igual que la moneda actual mencionaron que el cambio de diseño o tamaño es irrelevante pues sigue valiendo lo mismo.

## Anexo I. Aspectos metodológicos de los estudios cuantitativos

- Población objetivo en 2021: 49.6 millones de personas.
- El procedimiento de muestreo fue estratificado por subregión, usando un muestreo proporcional por tamaño (PPT) para seleccionar las unidades primarias de muestreo (localidad) y con selección aleatoria sistemática del resto de las unidades: AGEB (Área Geoestadística Básica), manzana, cuadra, vivienda, hogar y por último el individuo. Los ponderadores de la muestra fueron obtenidos como el inverso de la probabilidad de selección de cada individuo aplicando un factor de corrección primeramente por la población objetivo de cada subregión y posteriormente por mesorregión, sexo y edad.
- El universo del estudio fueron todas las personas de 18 a 79 años de edad de toda la República Mexicana, de ambos sexos y de los diferentes niveles socioeconómicos.
- El método empleado para la recolección de datos fue mediante una entrevista cara a cara en el domicilio de los entrevistados por medio de un dispositivo móvil.

### Encuesta trimestral

- Levantamiento:

<i>Encuesta</i>	<i>Periodo de levantamiento</i>
2021-I	11 de febrero al 12 de marzo de 2021
2021-II	22 de abril al 10 de mayo de 2021
2021-III	15 de julio al 8 de agosto de 2021
2021-IV	10 de octubre al 12 de noviembre de 2021
2020-I	15 de febrero al 10 de marzo de 2020
2020-II	No se realizó debido a la contingencia sanitaria provocada por COVID-19.
2020-III	19 de septiembre al 1 de noviembre de 2020
2020-IV	24 de octubre al 18 de noviembre de 2020
2019-I	16 de febrero al 8 de marzo de 2019
2019-II	24 de abril al 9 de mayo de 2019
2019-III	20 de julio al 12 de agosto de 2019
2019-IV	21 de noviembre al 11 de diciembre

Tamaño de la muestra:

<i>Encuesta</i>	<i>Casos exitosos</i>
2021-I	2,107
2021-II	2,081
2021-III	2,080
2021-IV	2,051
2020-I	2,071
2020-III	2,071
2020-IV	2,077
2019-I	2,077
2019-II	2069
2019-III	2063
2019-IV	2,050

Distribución de la muestra

Trimestre	Rango de edad				Total
	18 a 25	26 a 35	36 a 45	46 a 79	
2021-I	391 (19%)	452 (21%)	421 (20%)	843 (40%)	2107 (100%)
2021-II	422 (20%)	471 (23%)	417 (20%)	771 (37%)	2081 (100%)
2021-III	389 (19%)	483 (23%)	418 (20%)	790 (38%)	2080 (100%)
2021-IV	407 (20%)	459 (22%)	418 (20%)	767 (37%)	2051 (100%)
2020-I	451 (22%)	506 (24%)	476 (23%)	638 (31%)	2071 (100%)
2020-III	456 (22%)	531 (26%)	437 (21%)	647 (31%)	2071 (100%)
2020-IV	454 (22%)	520 (25%)	473 (23%)	630 (30%)	2077 (100%)
2019-I	458 (22%)	506 (24%)	475 (23%)	638 (31%)	2,077 (100%)
2019-II	459 (22%)	505 (24%)	470 (23%)	635 (31%)	2,069 (100%)
2019-III	456 (22%)	503 (24%)	470 (23%)	634 (31%)	2,063 (100%)
2019-IV	467 (23%)	487 (24%)	456 (22%)	640 (31%)	2,050 (100%)

Trimestre	Sexo		Total
	Femenino	Masculino	
2021-I	1097 (52%)	1010 (48%)	2107 (100%)
2021-II	1074 (52%)	1007 (48%)	2081 (100%)
2021-III	1101 (53%)	979 (47%)	2080 (100%)
2021-IV	1068 (52%)	983 (48%)	2051 (100%)
2020-I	1091 (53%)	980 (47%)	2,071 (100%)
2020-III	1085 (52%)	986 (48%)	2,071 (100%)
2020-IV	1110 (53%)	967 (47%)	2,077 (100%)
2019-I	1,095 (53%)	982 (47%)	2,077 (100%)
2019-II	1,085 (52%)	984 (48%)	2,069 (100%)
2019-III	1,088 (53%)	975 (47%)	2,063 (100%)
2019-IV	1,055 (51%)	995 (49%)	2,050 (100%)

### Publicada-Usó General

Información que ha sido publicada por el Banco de México



## Encuesta anual

- Levantamiento: 25 de junio al 16 de julio.

### Distribución de la muestra

#### Por sexo

Femenino	Masculino	Total
<b>1060 (52%)</b>	981 (48%)	2041 (100%)

Porcentajes redondeados, por lo que podría no sumar 100%.

#### Por rango de edad

18 a 25	26 a 35	36 a 45	46 a 79	Total
404 (20%)	466 (23%)	410 (20%)	761 (37%)	<b>2041 (100%)</b>

Porcentajes redondeados, por lo que podría no sumar 100%.

## Anexo II. Características de los estudios cualitativos

En cada ronda de grupos focales se realizaron tres sesiones de 10 personas cada una por ciudad; es decir, un total de 210 personas participantes.

En la primera ronda hubo una sesión con personas ciegas de nacimiento, otra con personas con ceguera adquirida y una más con población general de 18 a 60 años de edad del nivel socioeconómico medio bajo, que se denotará como C-/D+.

En la segunda ronda hubo una sesión con personas de los niveles socioeconómicos C-/D+, una con adultos mayores<sup>14</sup> y una más con personas con ceguera.

Las sesiones se realizaron en las siguientes ciudades:

- Ciudad de México,
- Chihuahua, Chihuahua,
- Hermosillo, Sonora,
- León, Guanajuato,
- Zacatecas, Zacatecas,
- Boca del Río, Veracruz y
- Ciudad del Carmen, Campeche.

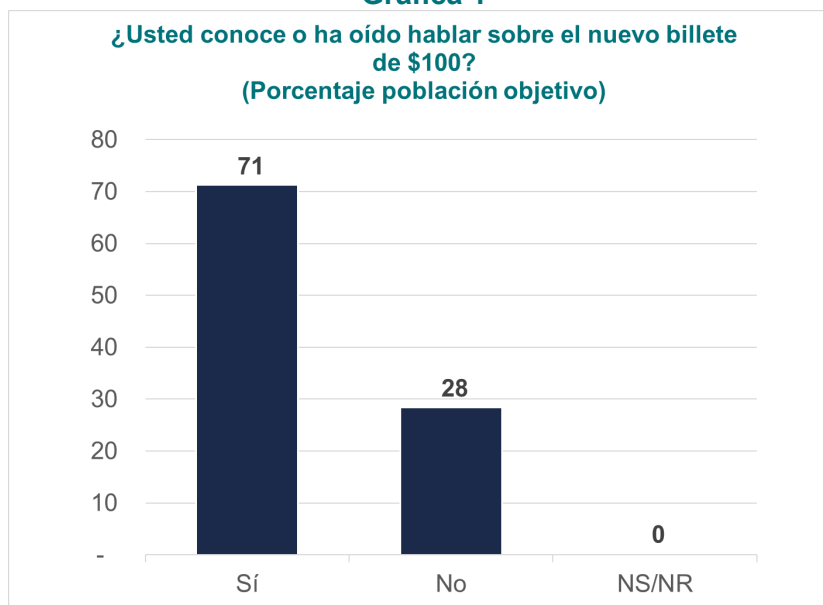
---

<sup>14</sup> Personas de 61 años o más.

## Anexo III. Encuesta anual: Gráficas y tablas<sup>15</sup>

### Nuevos billetes de \$100

**Gráfica 1**

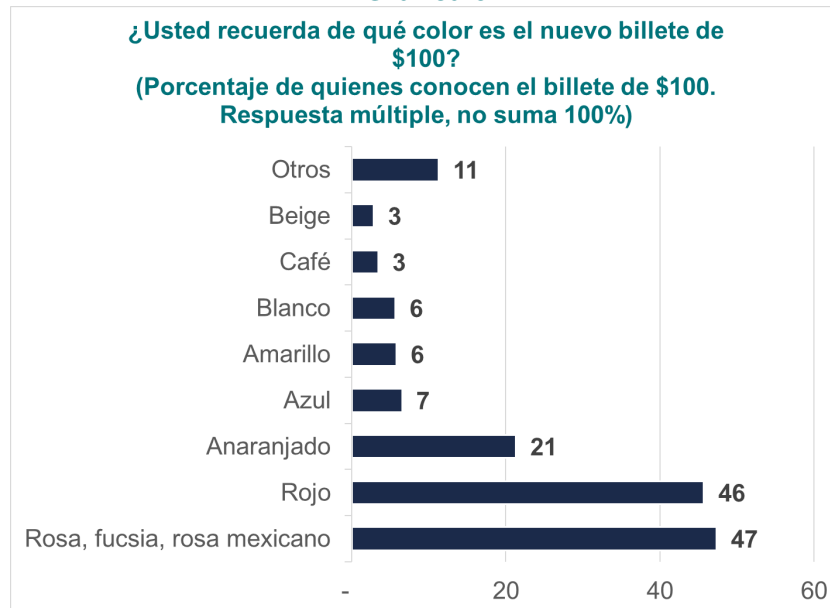


**Gráfica 2**

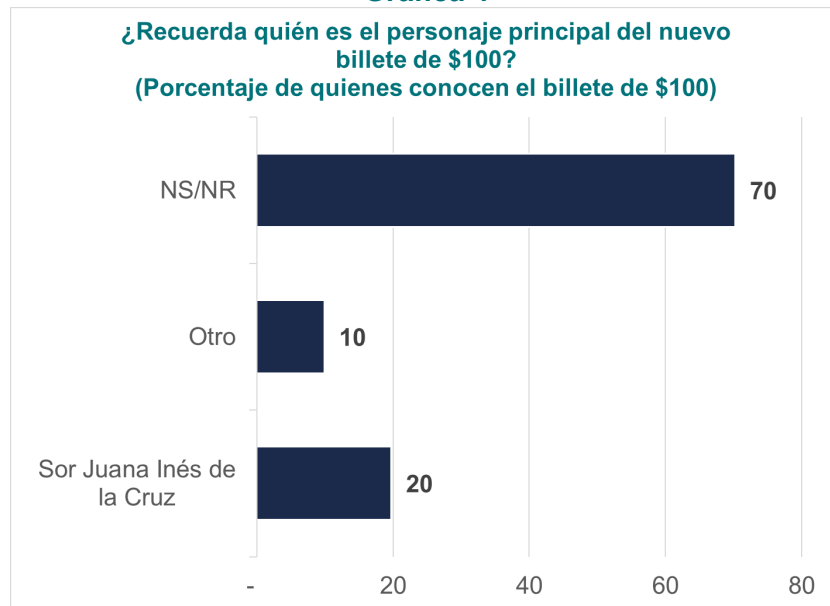


<sup>15</sup> Los porcentajes están redondeados, por lo que podrían no sumar 100%. NS/NR = No sabe /No respondió. Los ceros representan porcentajes menores a 0.5%. mdp = millones de personas.

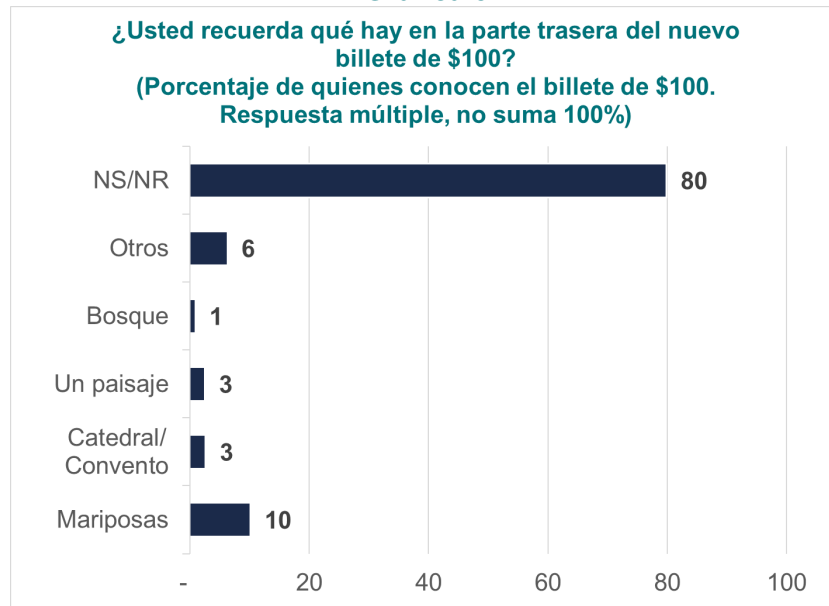
**Gráfica 3**



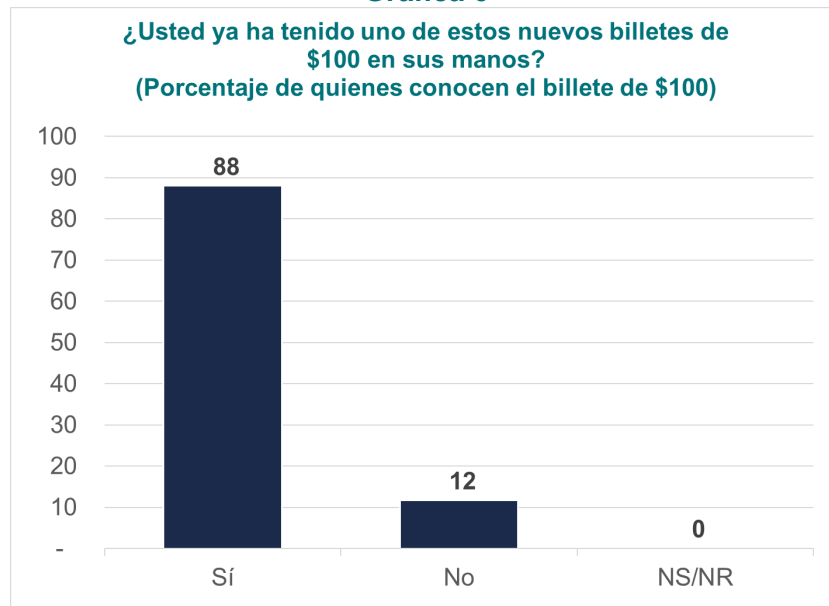
**Gráfica 4**



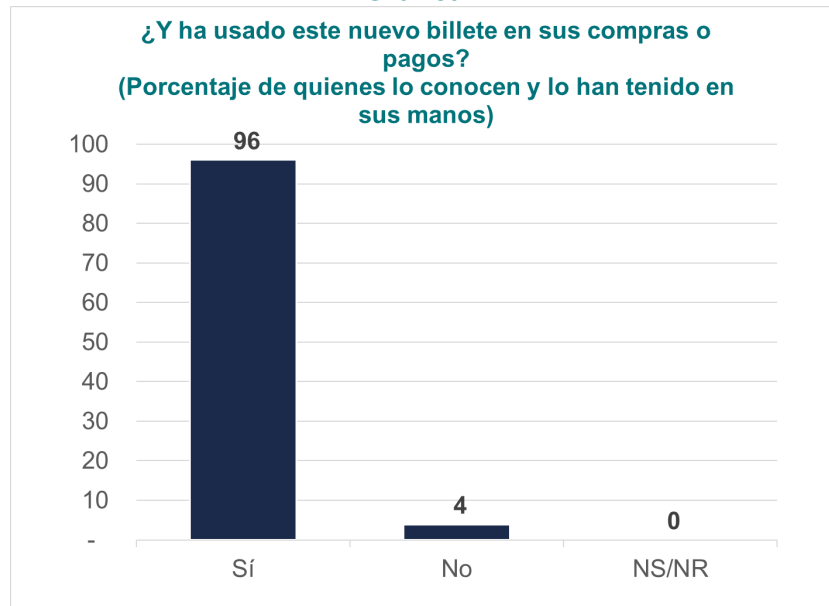
**Gráfica 5**



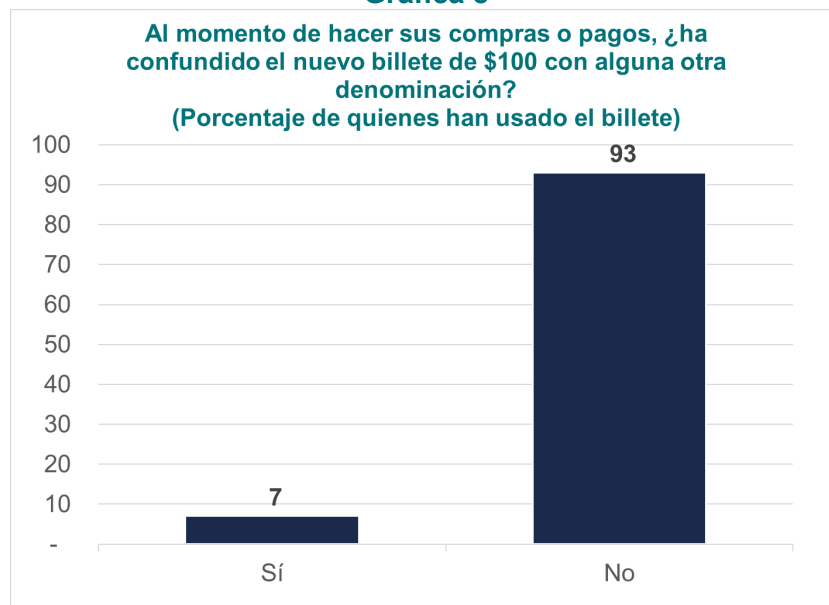
**Gráfica 6**



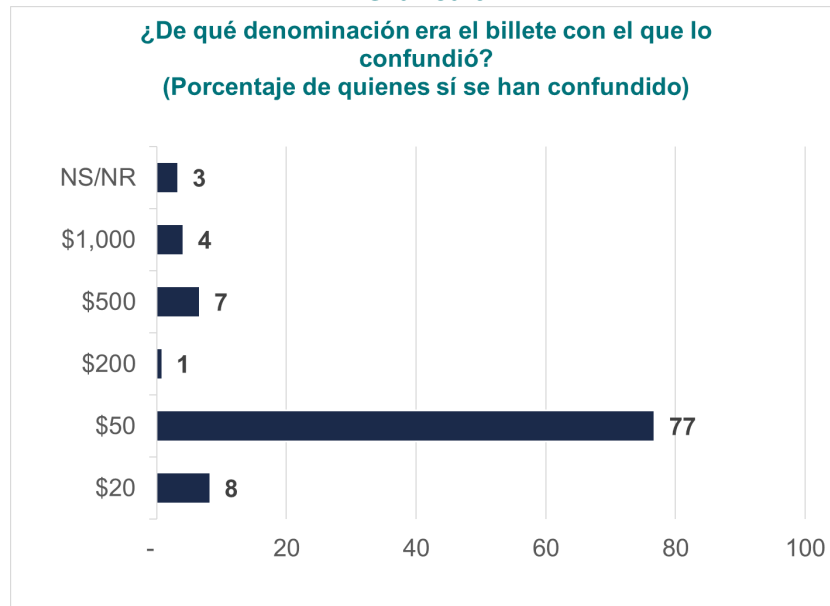
**Gráfica 7**



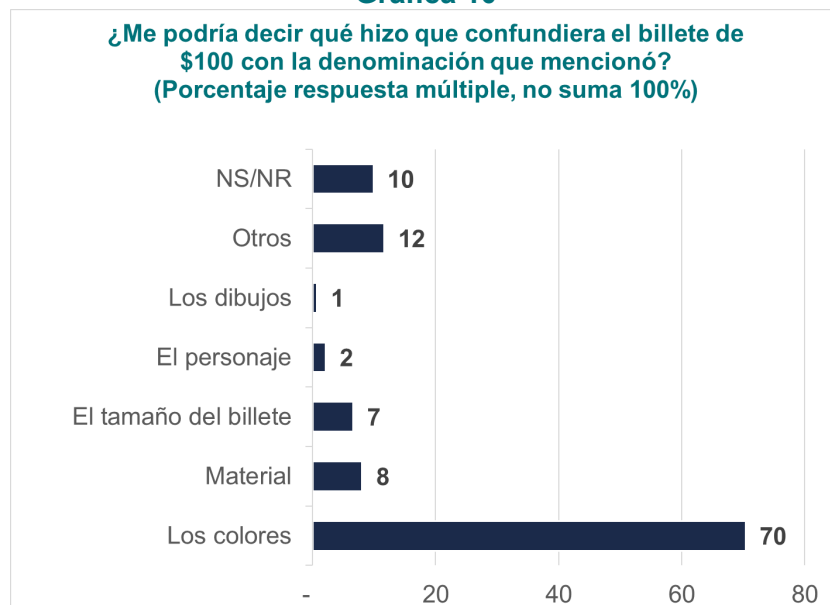
**Gráfica 8**



**Gráfica 9**

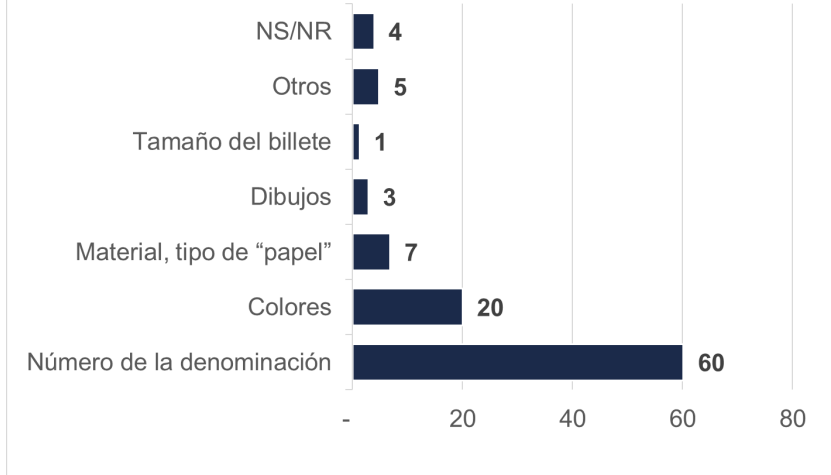


**Gráfica 10**



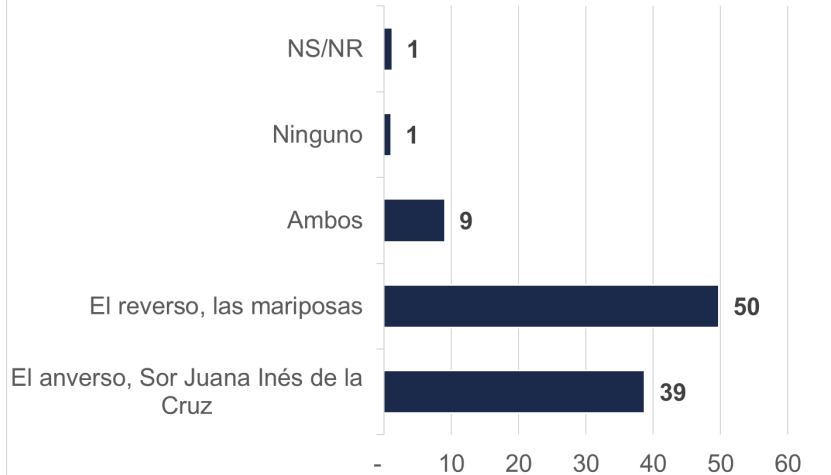
**Gráfica 11**

**¿En qué se fija para distinguir la denominación de estos billetes?  
(Porcentaje de quienes no se han confundido)**



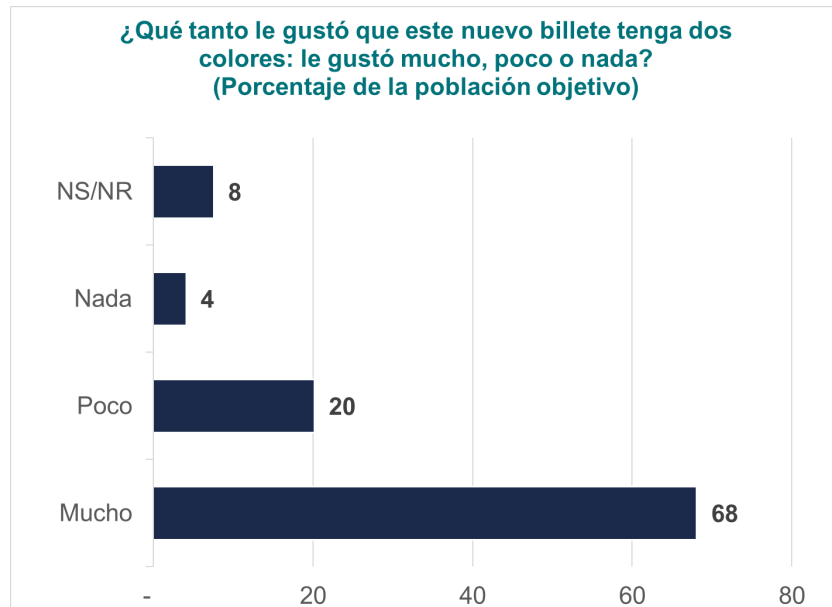
**Gráfica 12**

**¿Qué lado del nuevo billete de \$100 le gusta más, el anverso, donde aparece Sor Juana Inés de la Cruz, o el reverso, donde aparecen las mariposas?  
(Porcentaje de la población objetivo)**

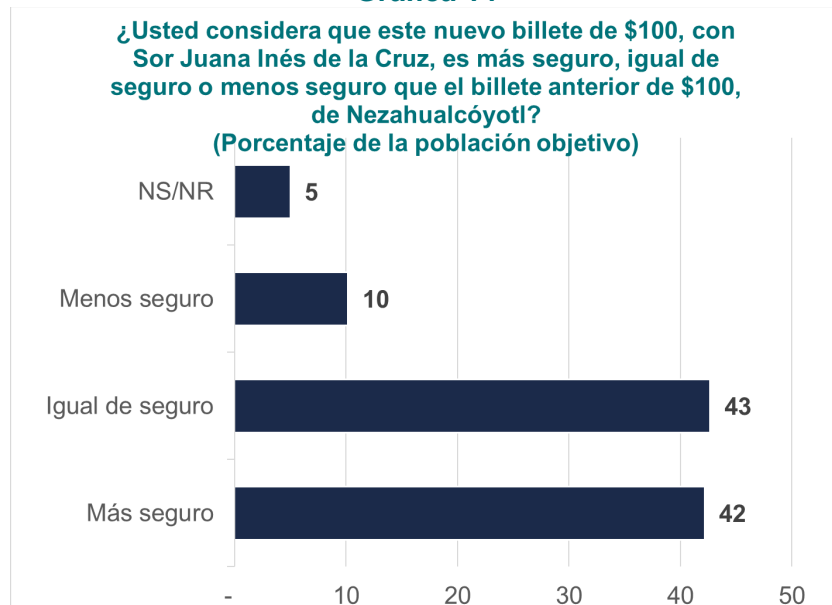




**Gráfica 13**

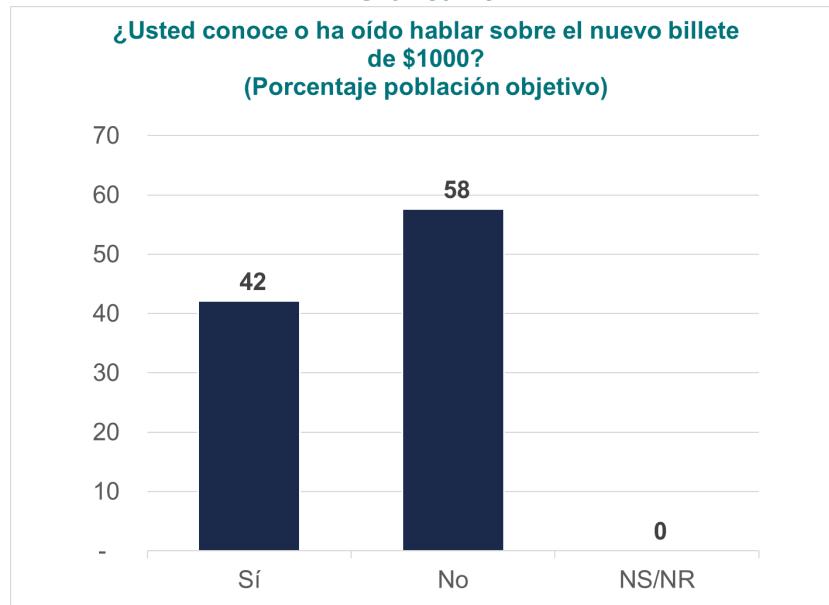


**Gráfica 14**



## Nuevos billetes de \$1000

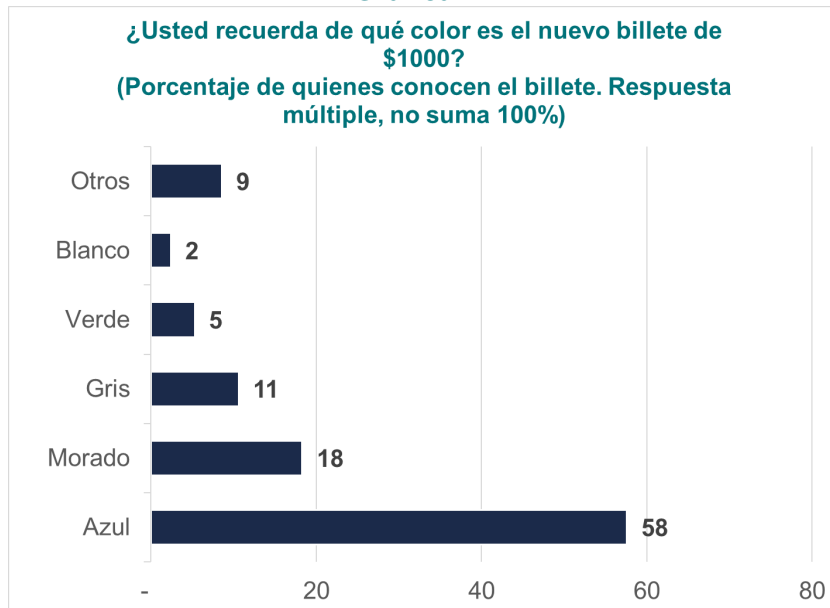
**Gráfica 15**



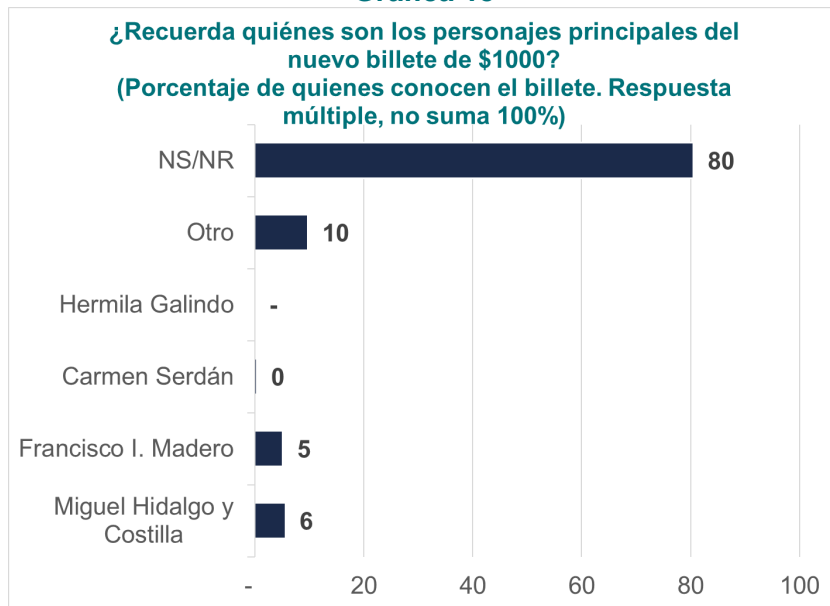
**Gráfica 16**



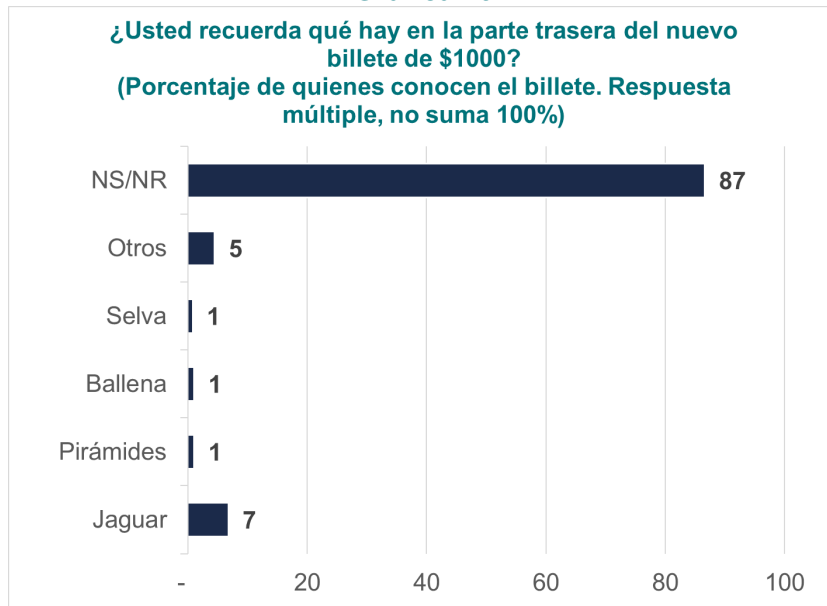
**Gráfica 17**



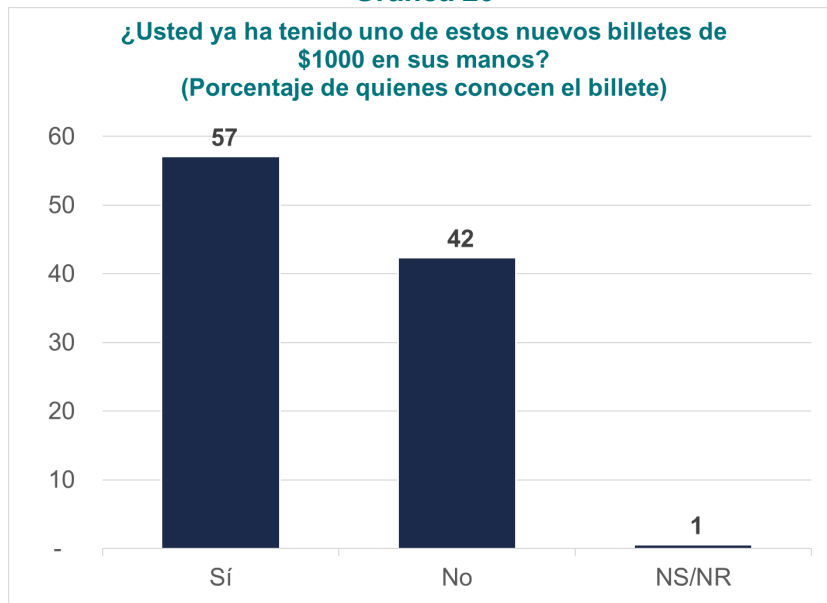
**Gráfica 18**



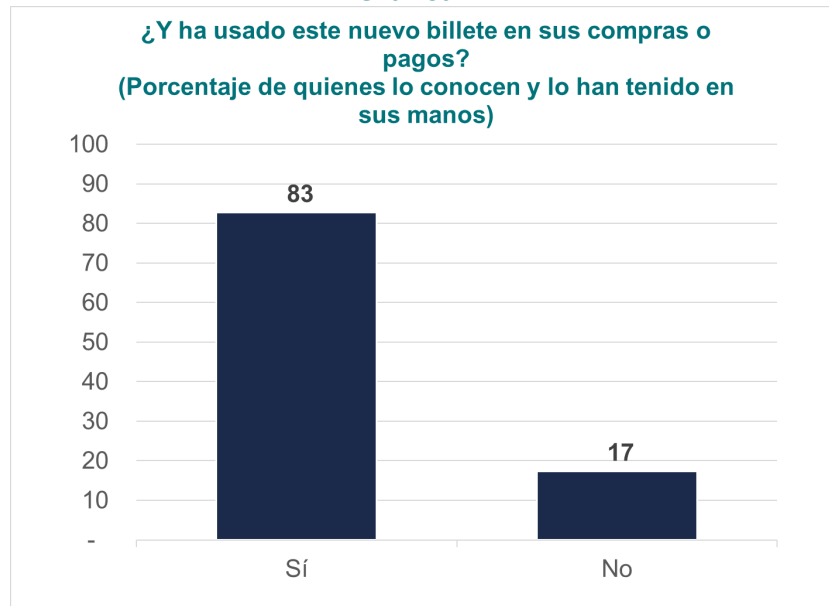
**Gráfica 19**



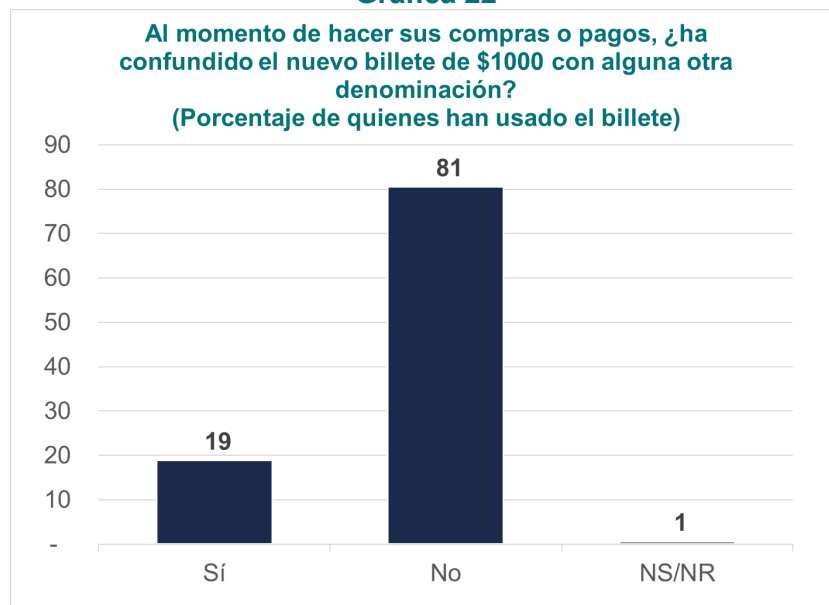
**Gráfica 20**



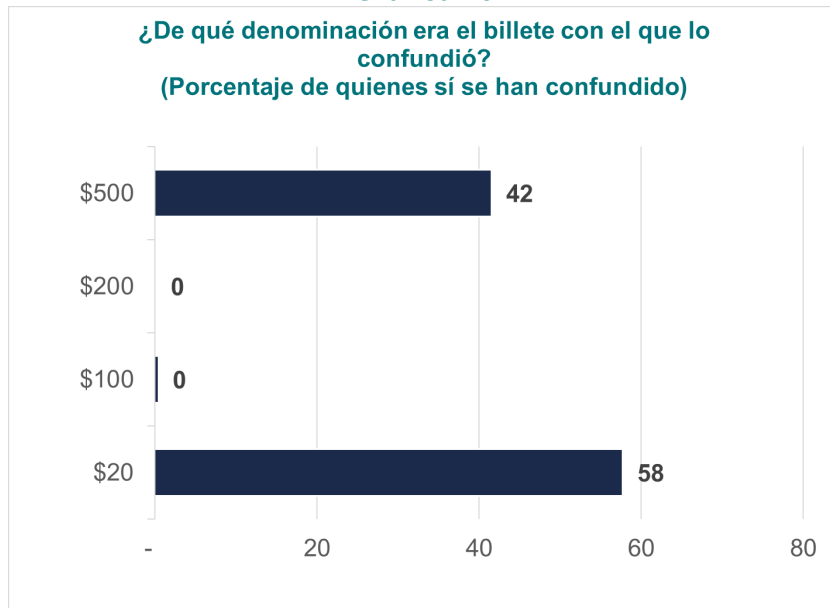
**Gráfica 21**



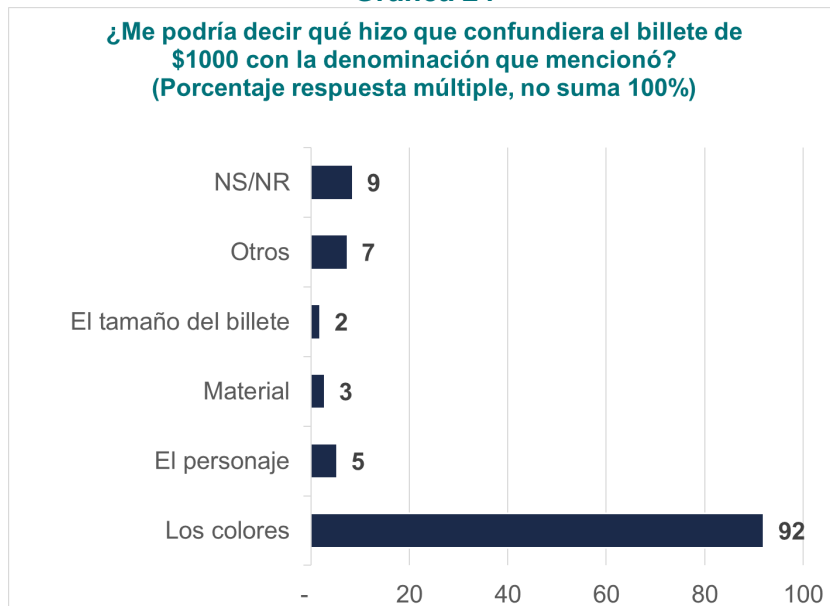
**Gráfica 22**



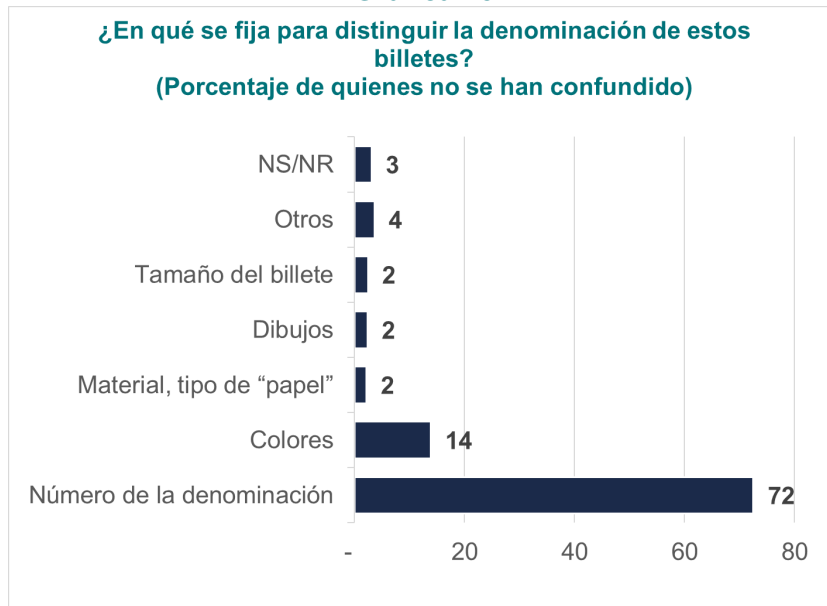
**Gráfica 23**



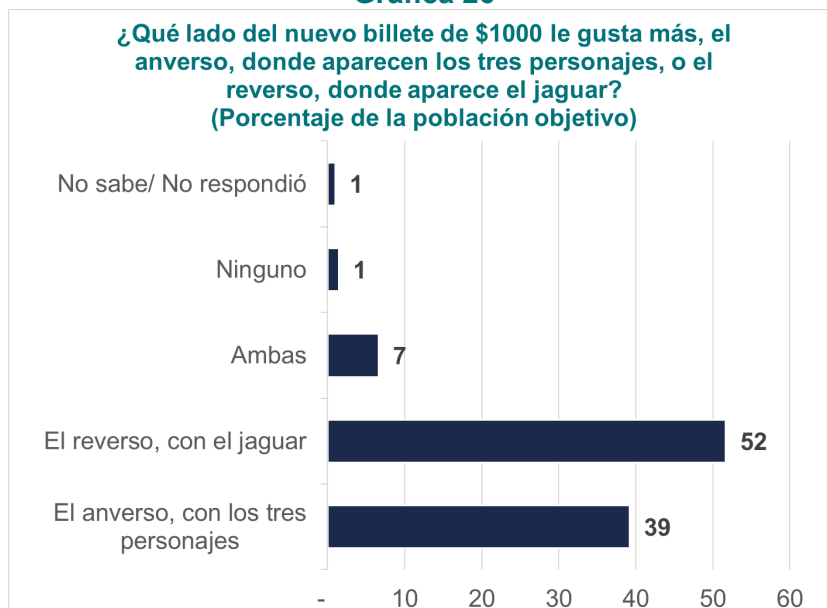
**Gráfica 24**



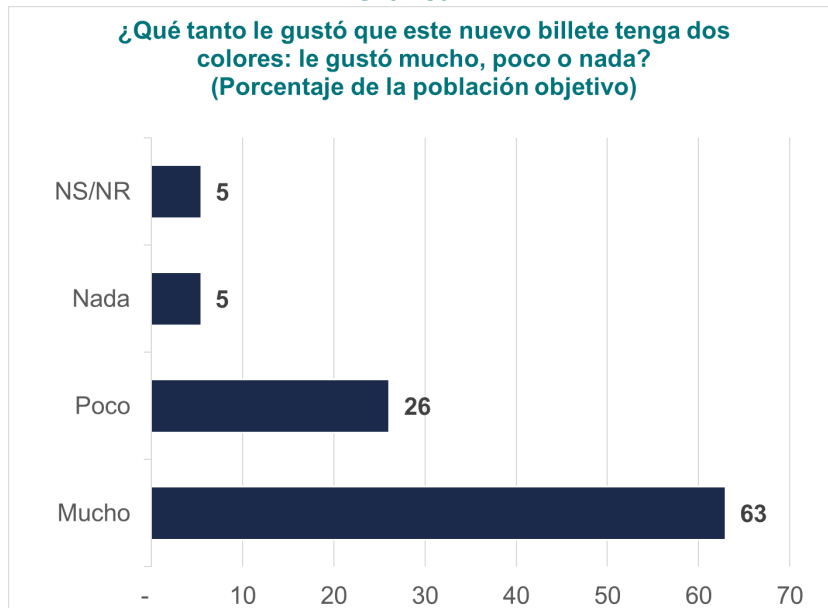
**Gráfica 25**



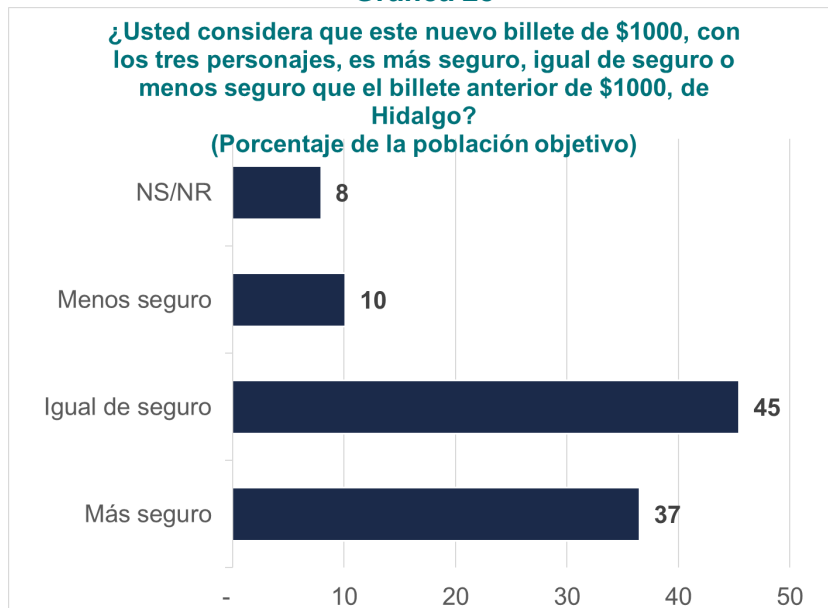
**Gráfica 26**



**Gráfica 27**



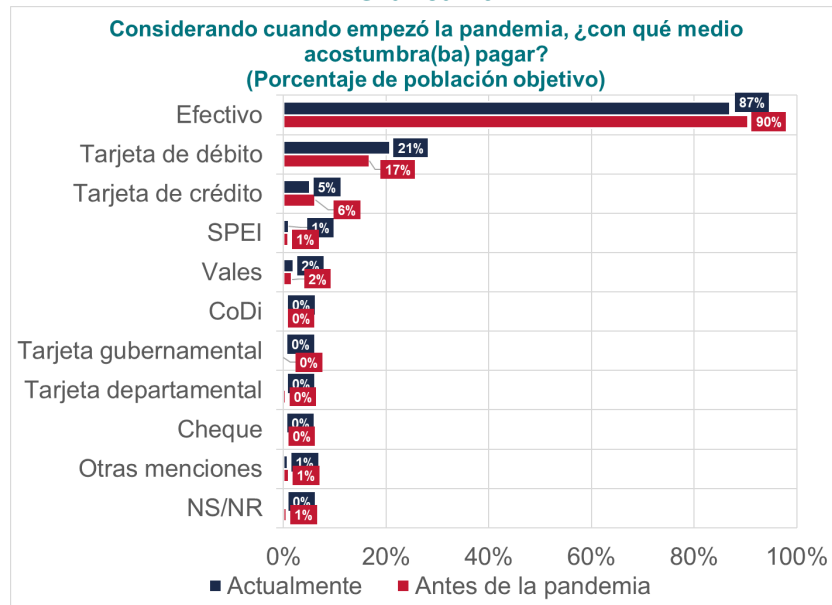
**Gráfica 28**



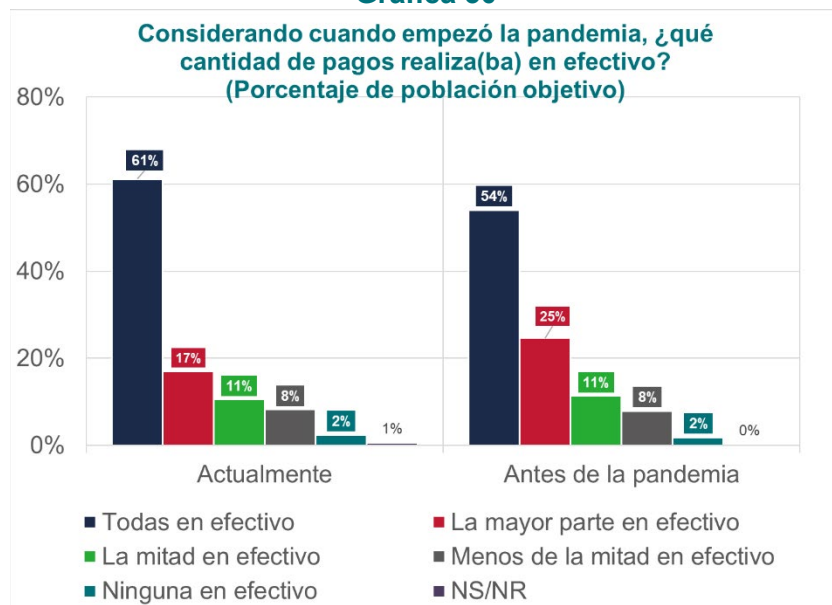


## Medios de pago usados durante la pandemia

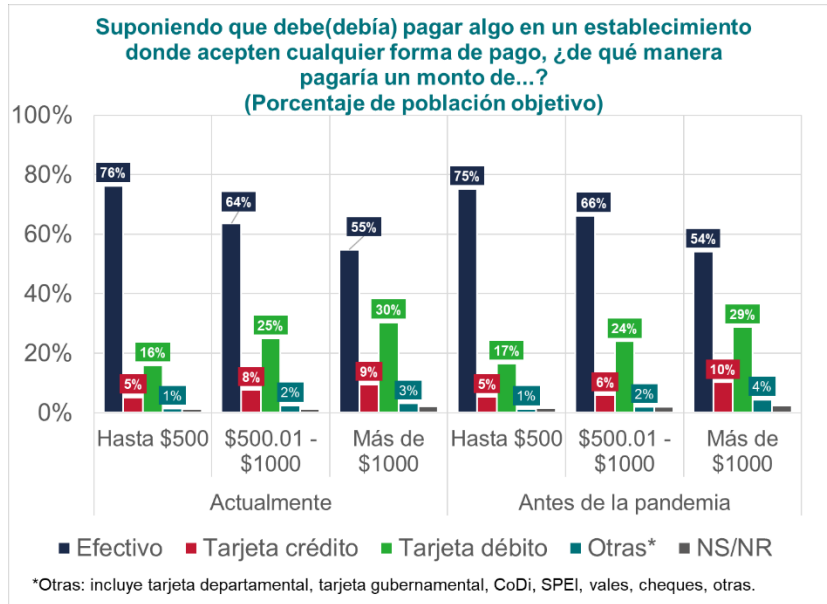
Gráfica 29



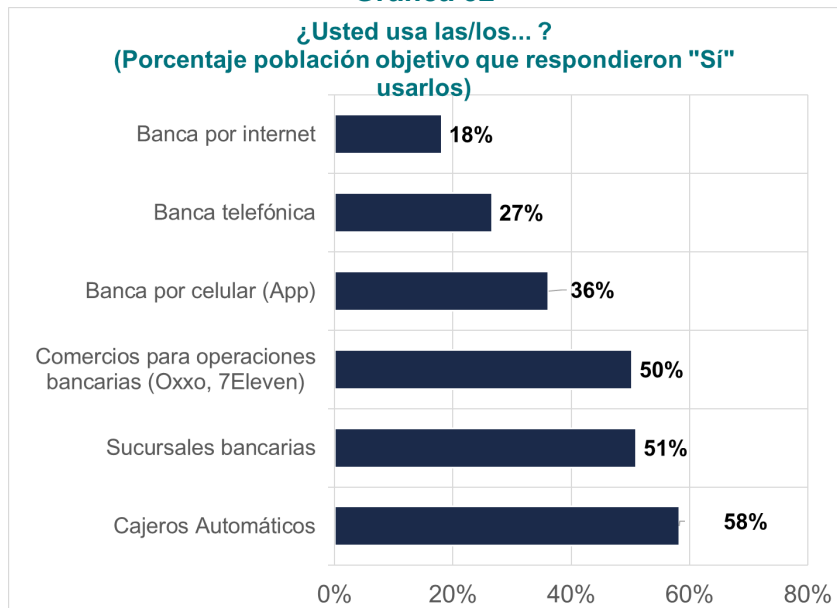
Gráfica 30



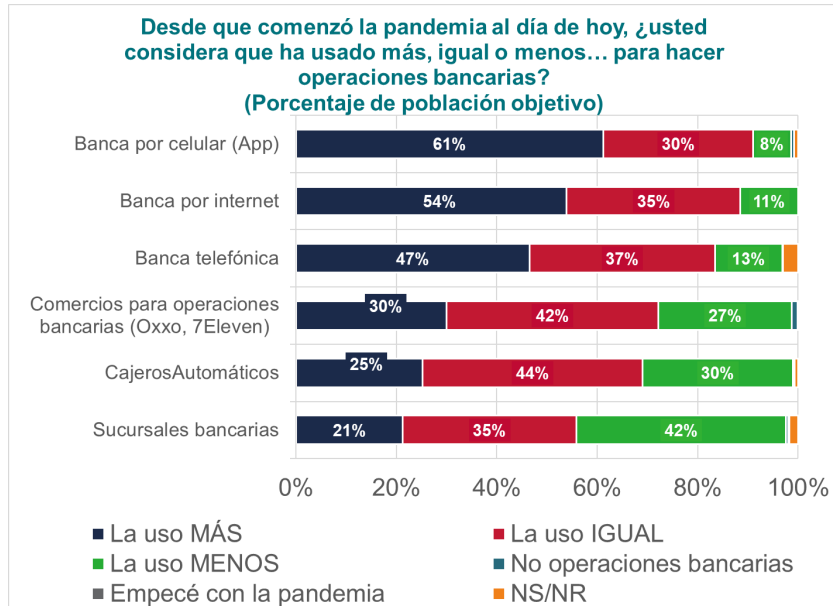
**Gráfica 31**



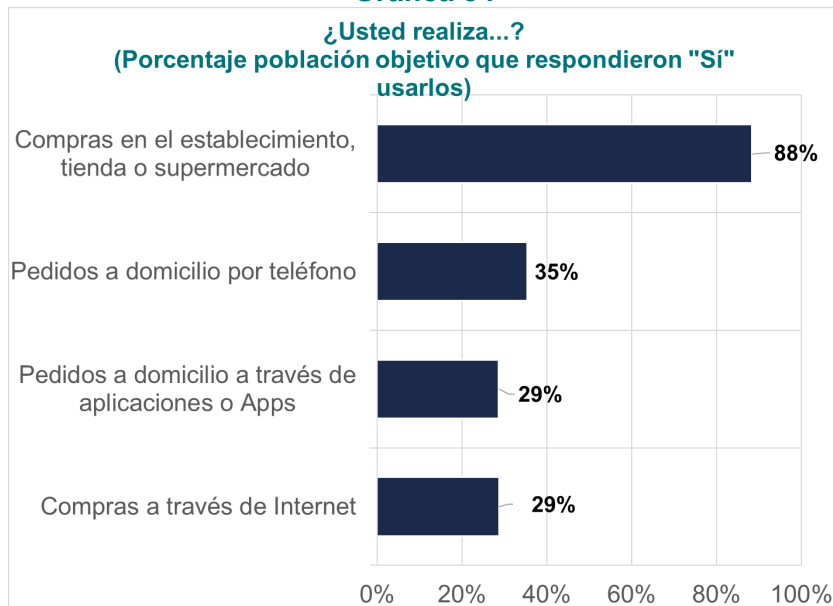
**Gráfica 32**



**Gráfica 33**



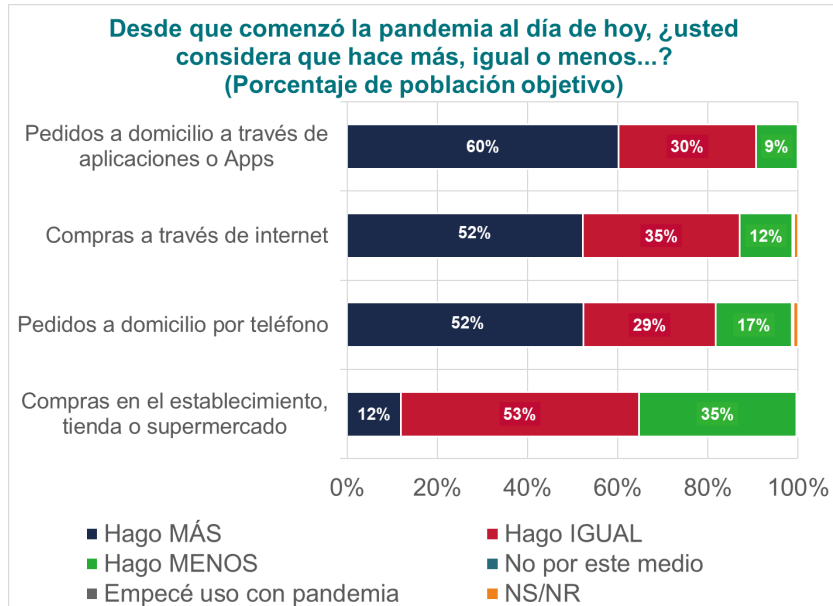
**Gráfica 34**



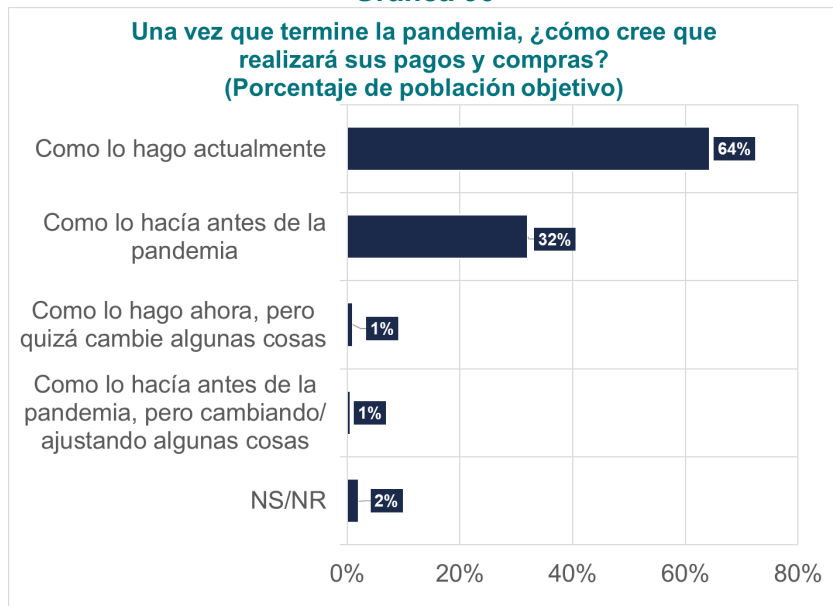
**Publicada-Usos General**

Información que ha sido publicada por el Banco de México

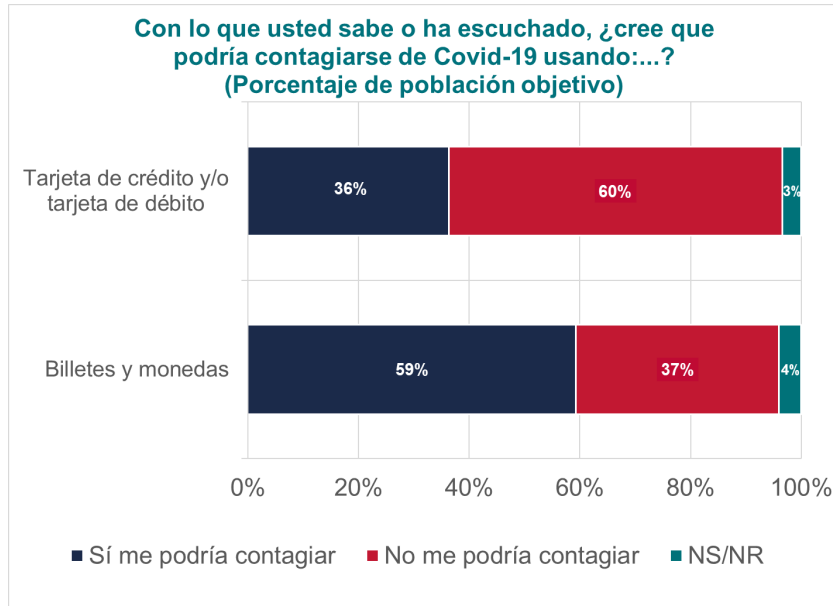
**Gráfica 35**



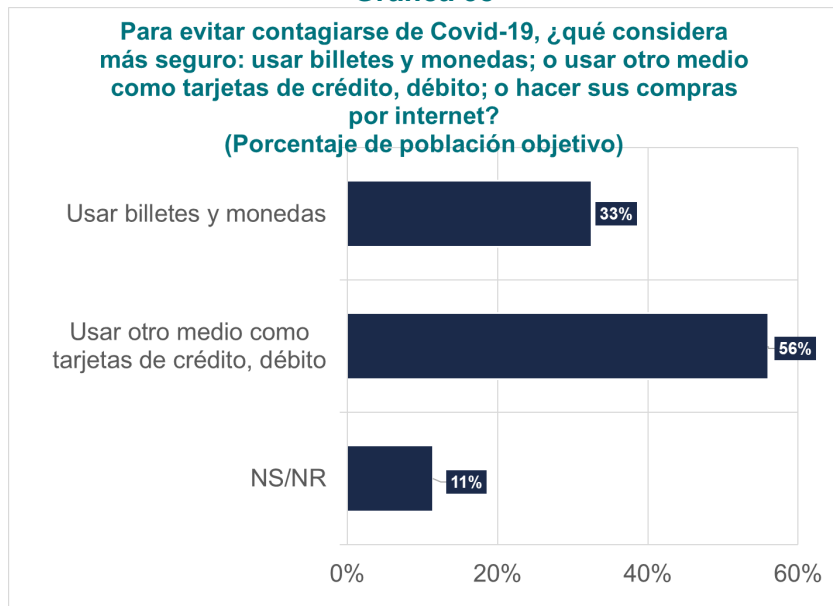
**Gráfica 36**



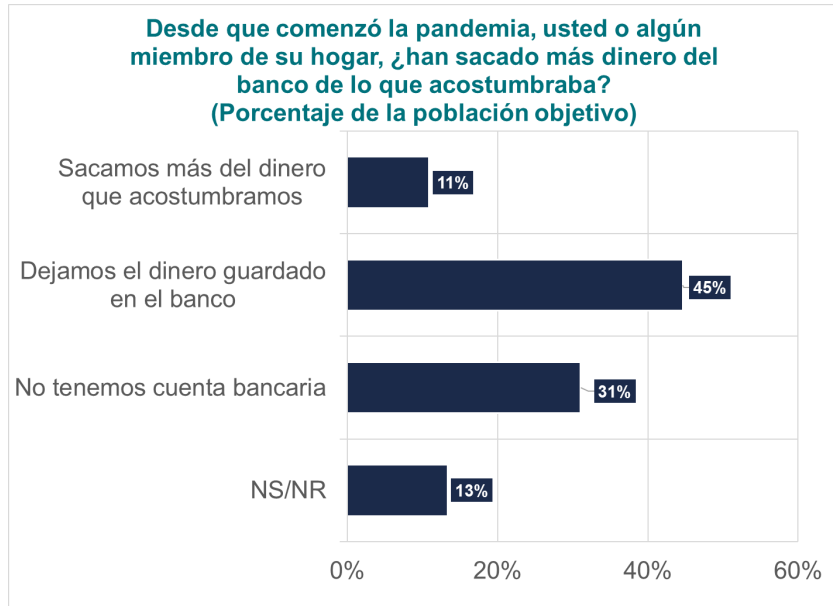
**Gráfica 37**



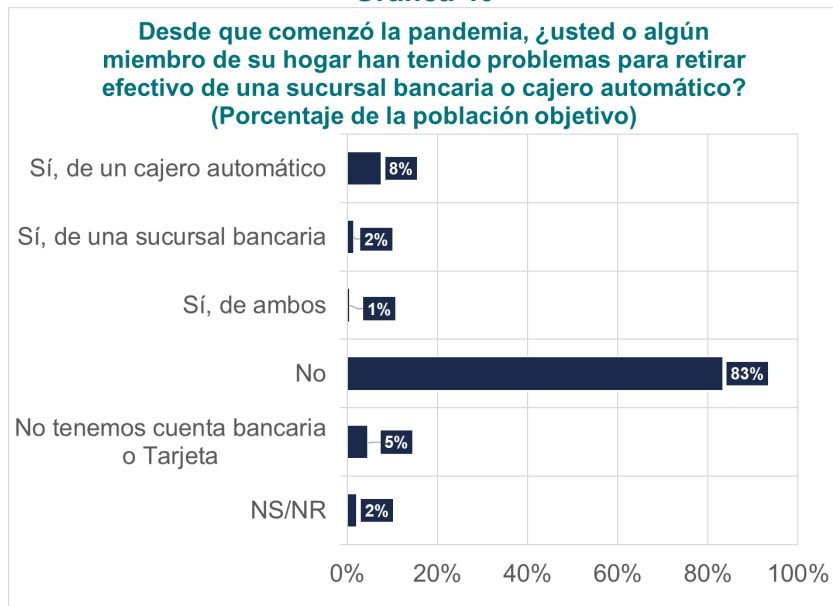
**Gráfica 38**



**Gráfica 39**



**Gráfica 40**



**Gráfica 41**

**¿Cuál fue el problema que tuvo?**  
**(Porcentaje de la población que sí tuvo un problema.**  
**Respuestas múltiple, no suma 100%)**



## Anexo IV. Encuesta trimestral: Gráficas y tablas

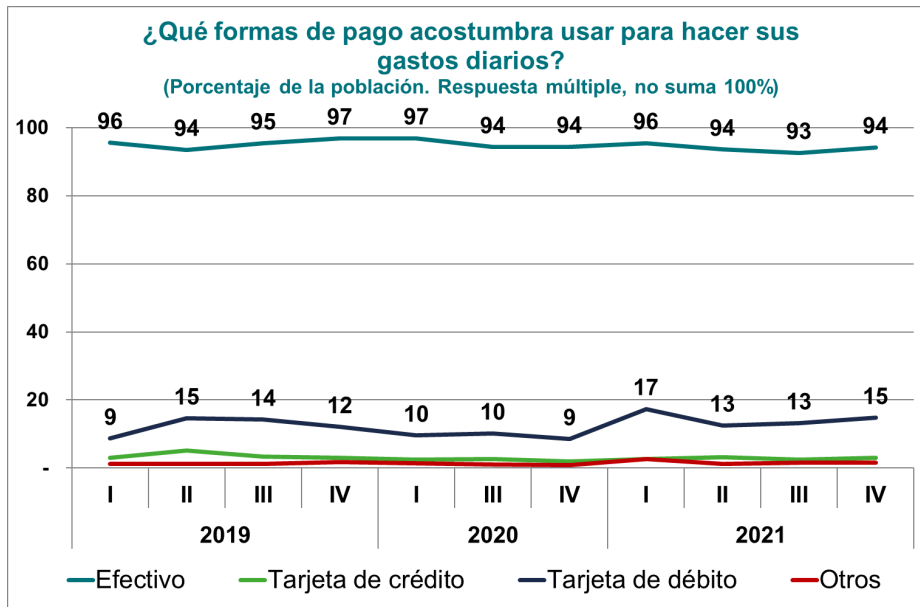
Los porcentajes están redondeados, por lo que podrían no sumar 100%.

NS/NR = No sabe /No respondió.

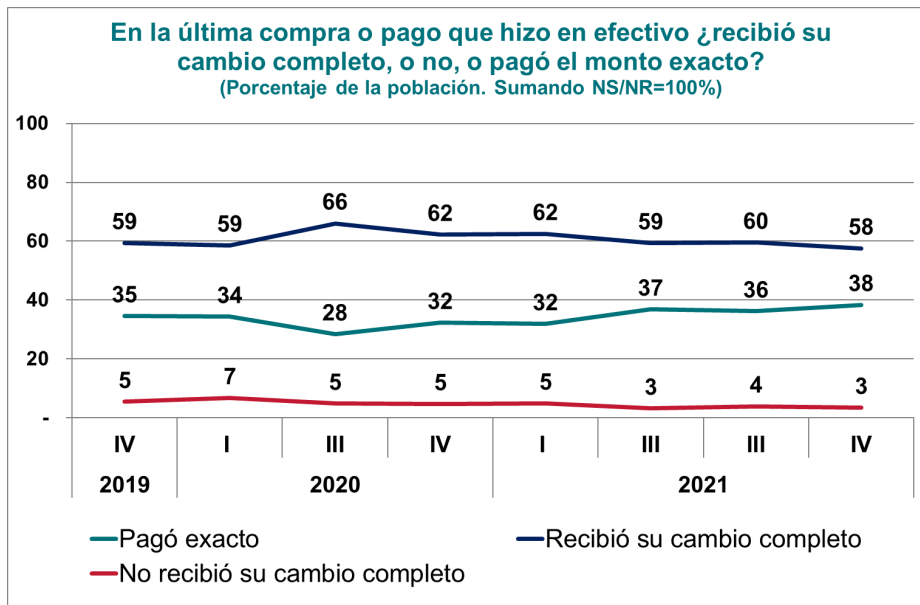
Los ceros representan porcentajes menores a 0.5%.

### Evaluación de usos y hábitos

Gráfica 42

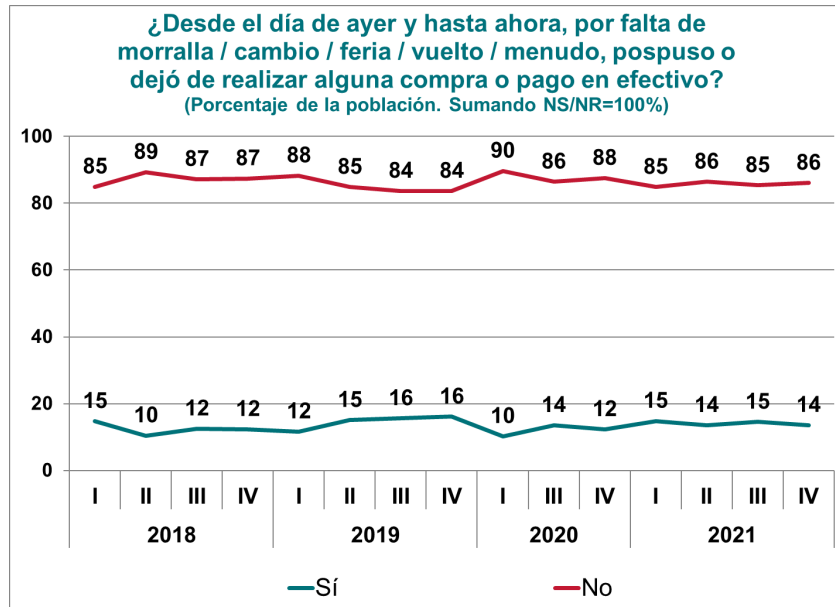


Gráfica 43

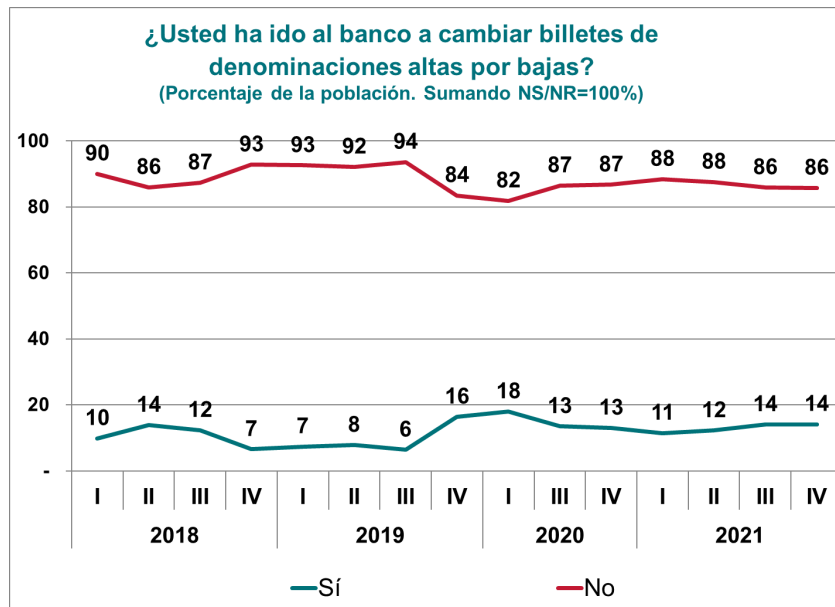




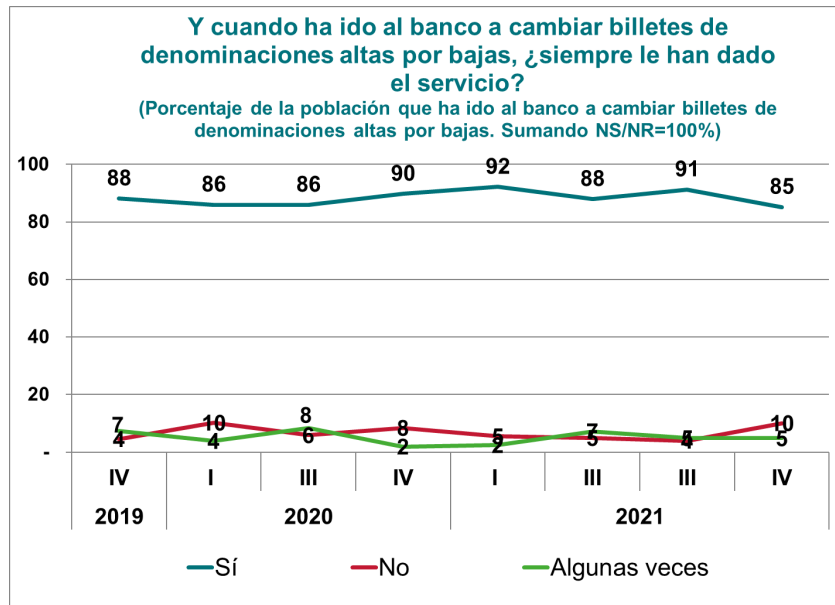
Gráfica 44



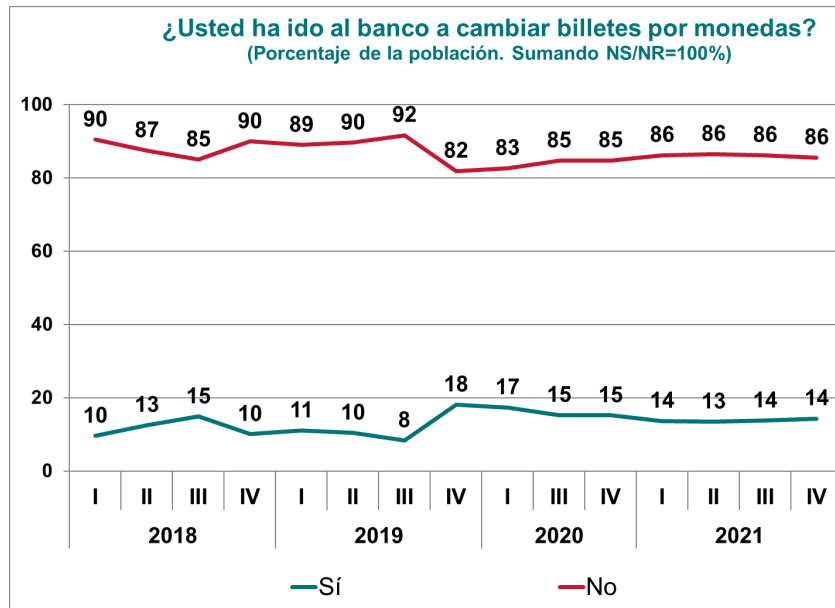
Gráfica 45



Gráfica 46



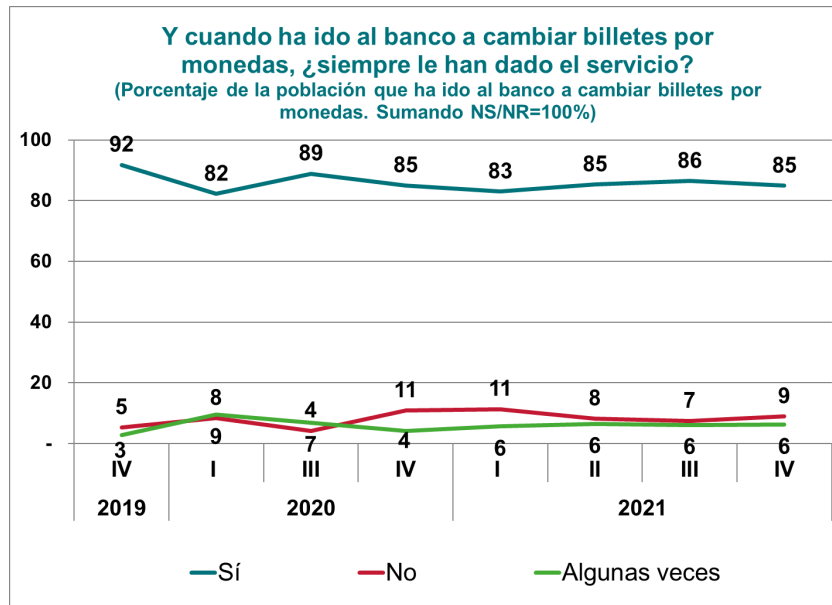
Gráfica 47



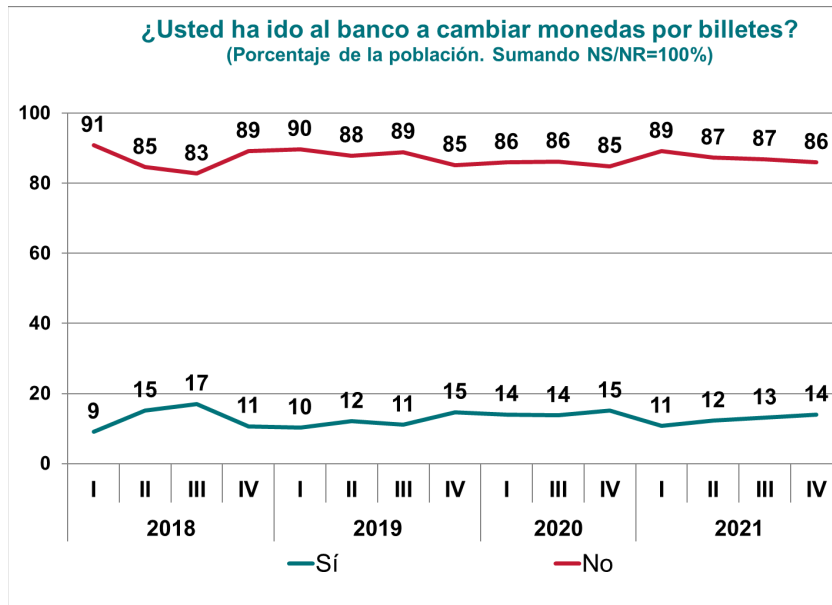
Publicada-Usu General

Información que ha sido publicada por el Banco de México

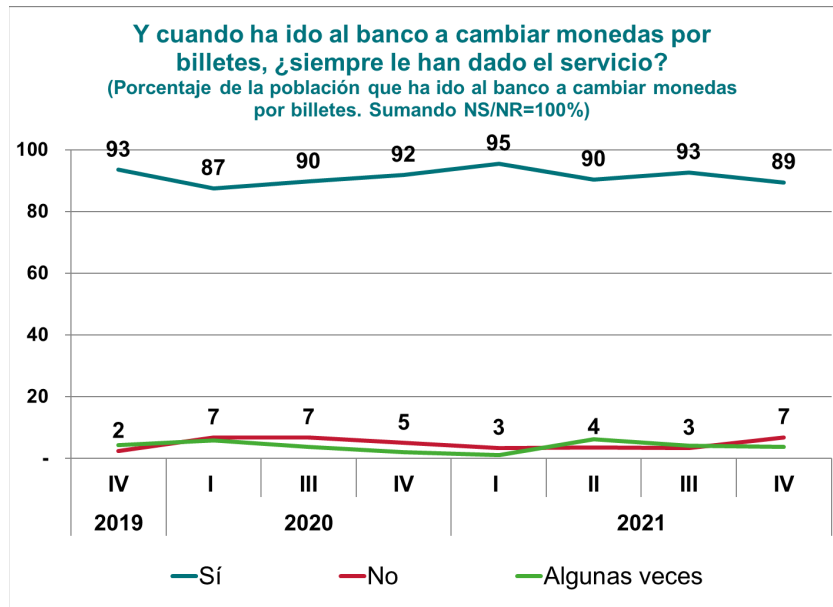
Gráfica 48



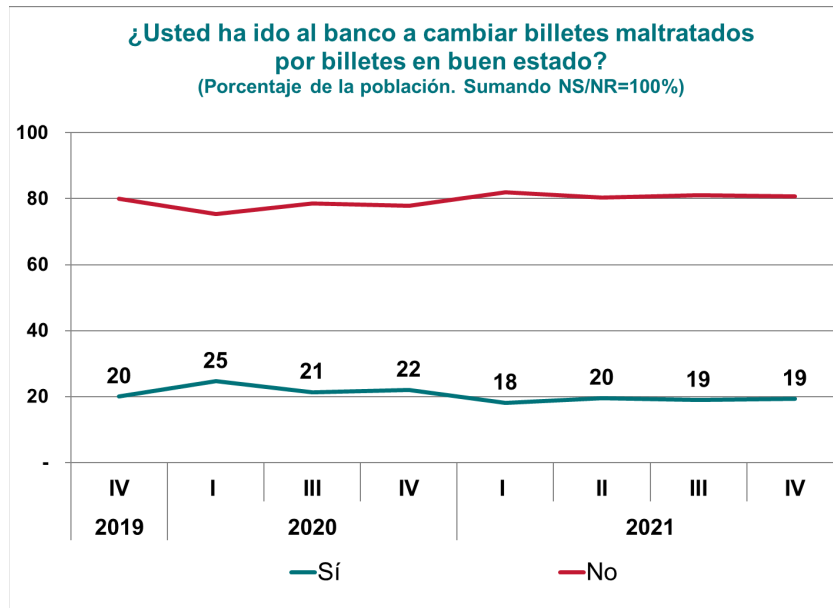
Gráfica 49



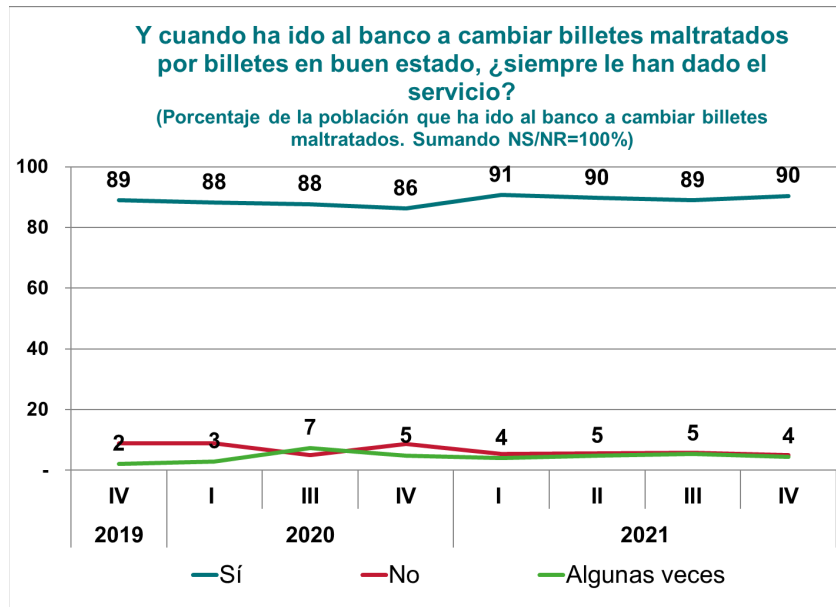
Gráfica 50



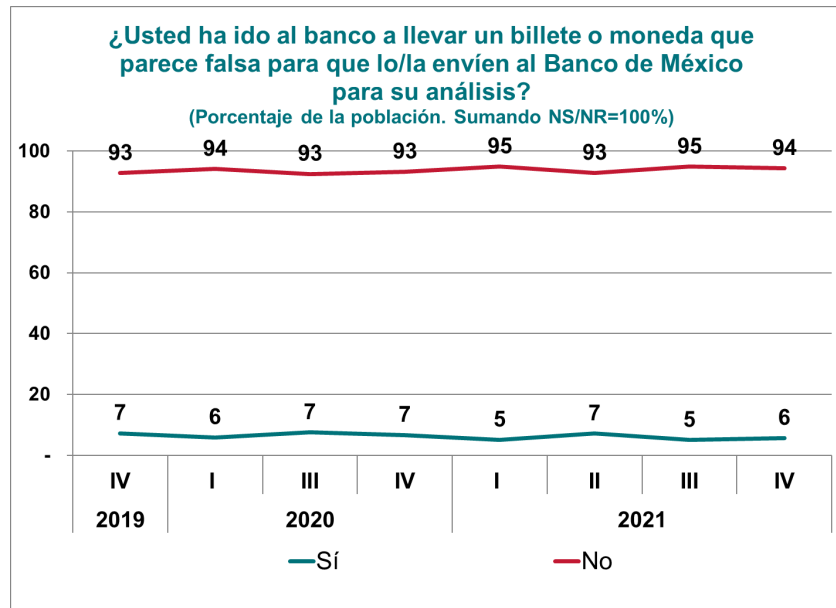
Gráfica 51



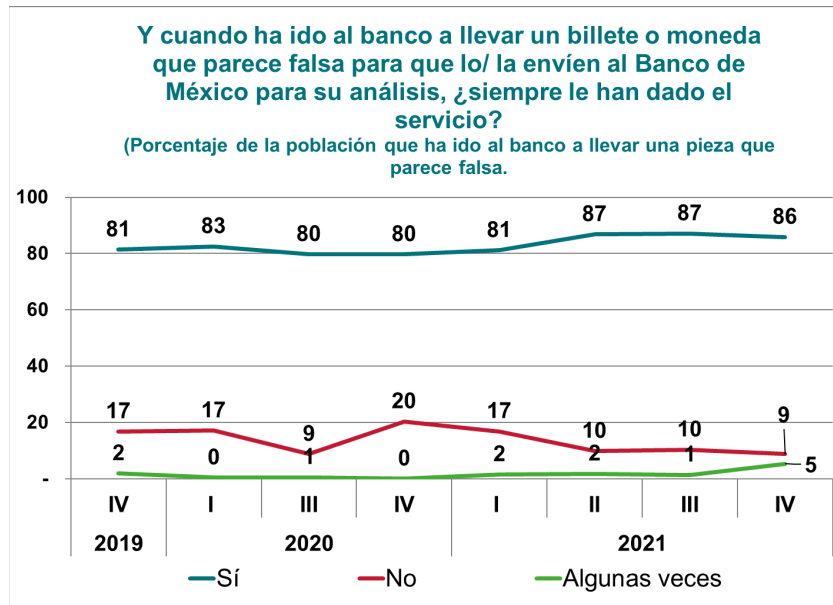
Gráfica 52



Gráfica 53

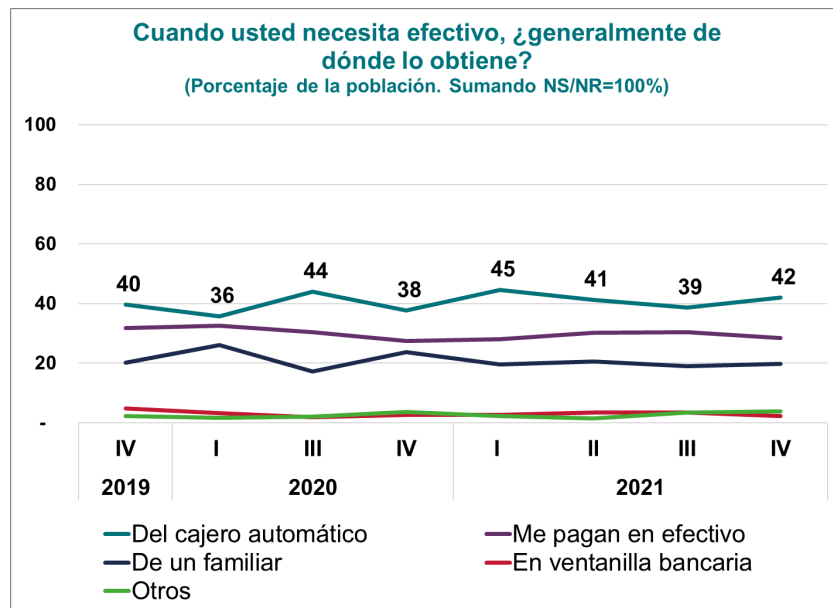


Gráfica 54

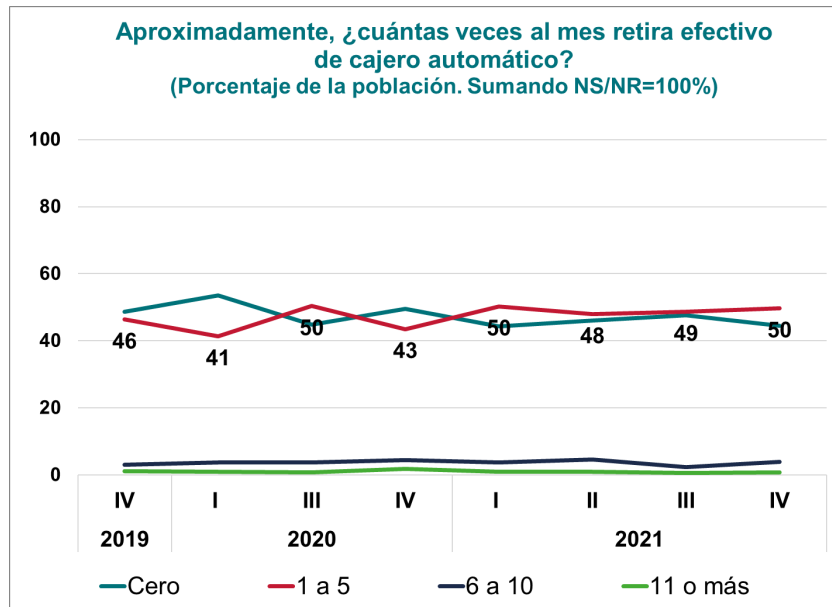


Cajeros, ventanillas y otros

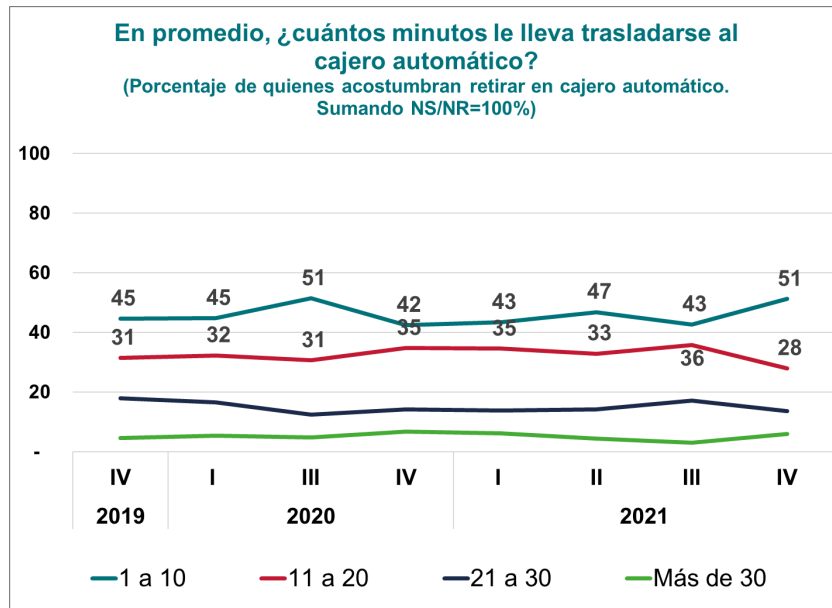
Gráfica 55



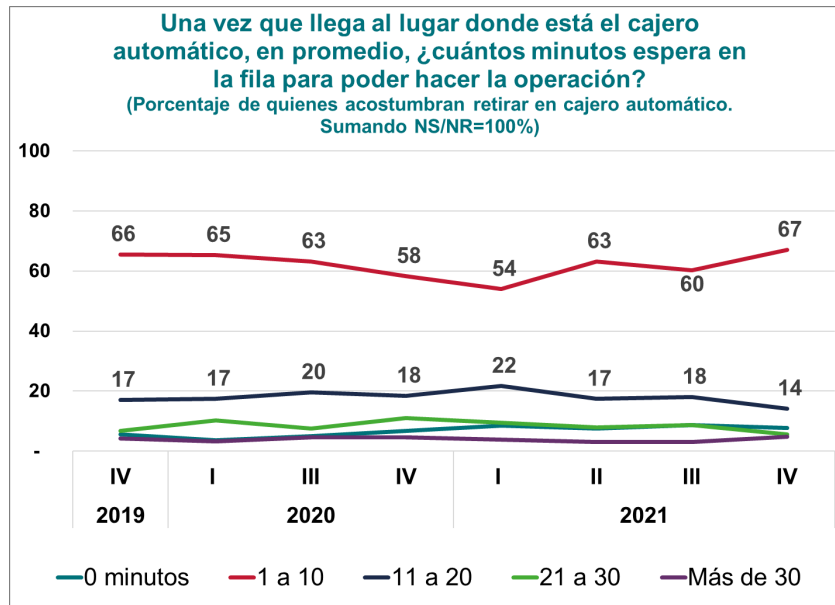
Gráfica 56



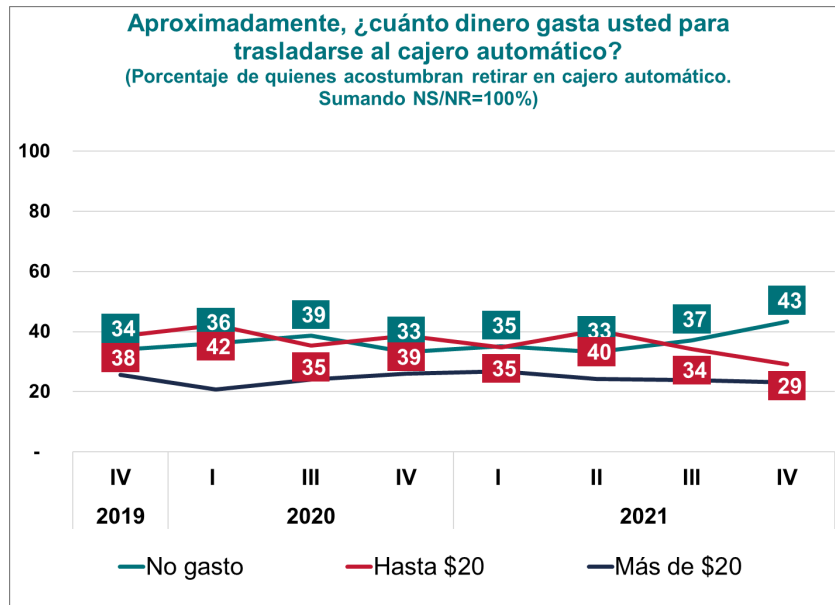
Gráfica 57



**Gráfica 58**

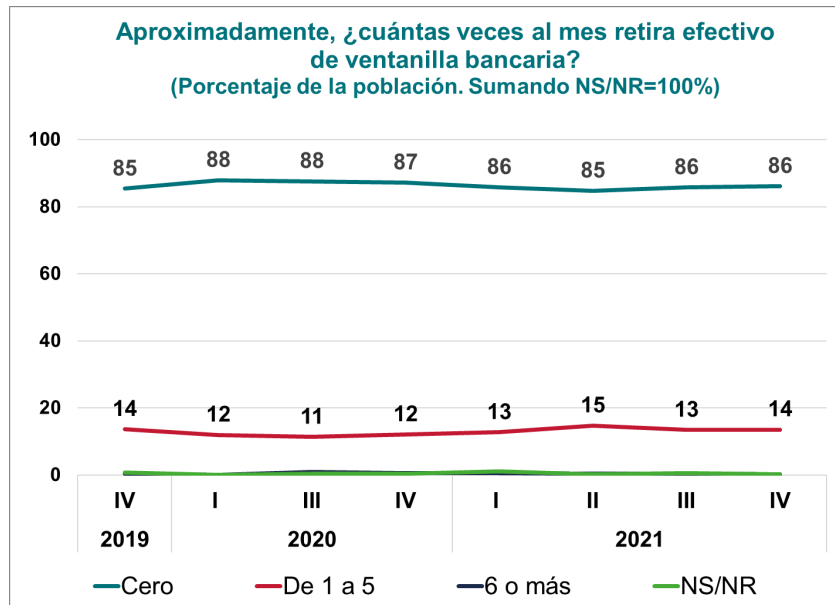


**Gráfica 59**

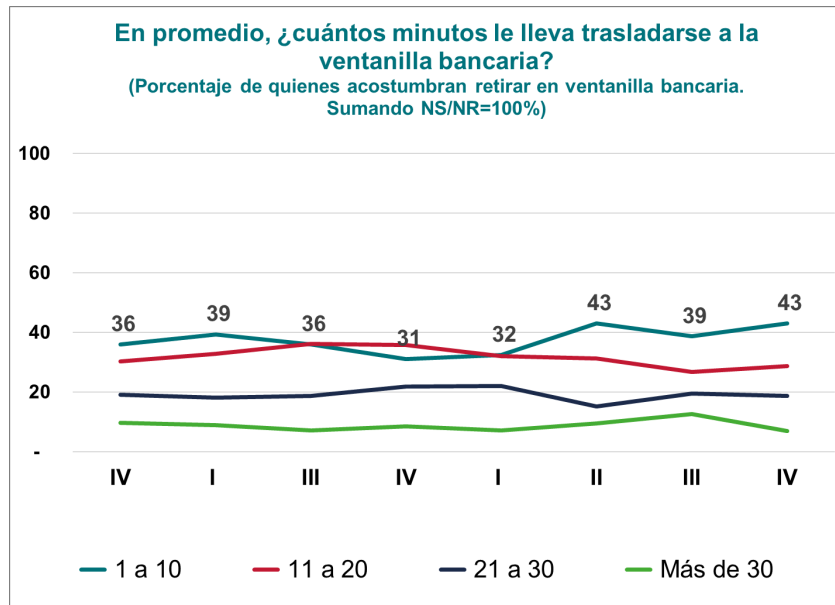




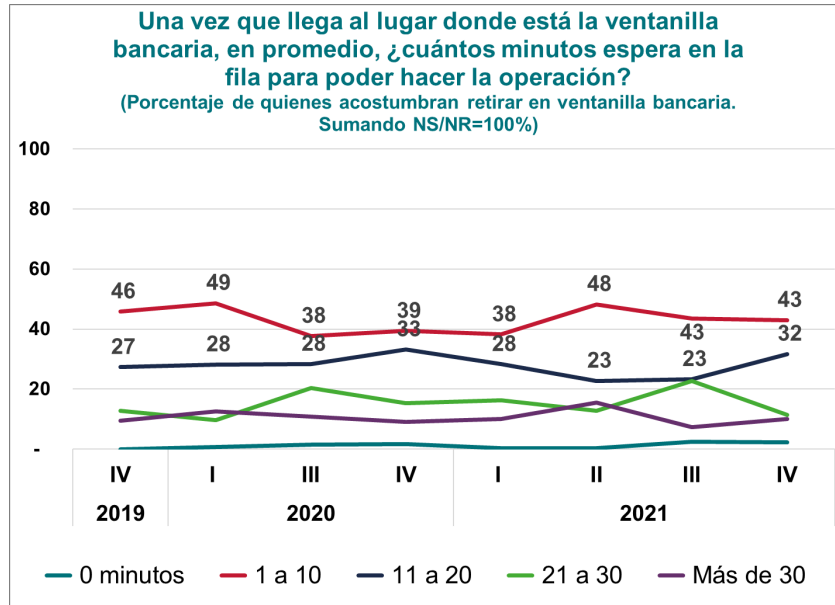
Gráfica 60



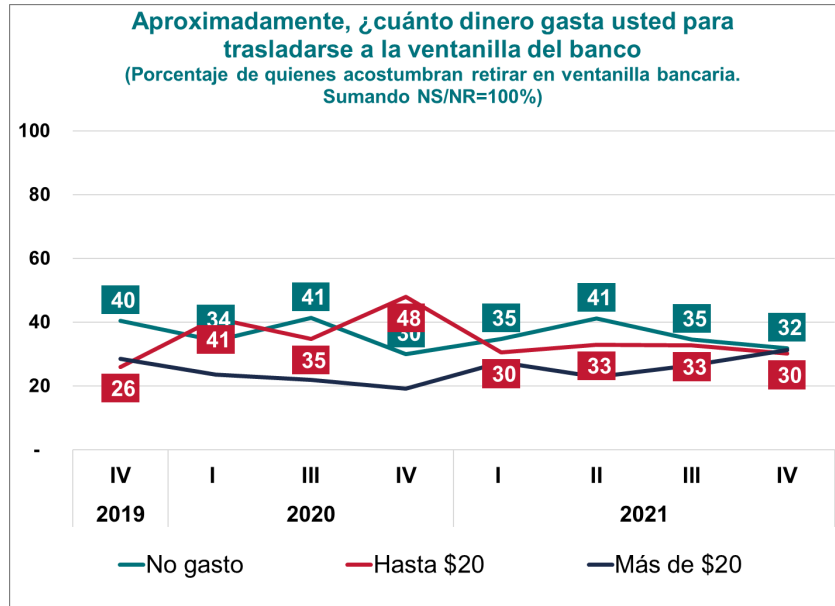
Gráfica 61



**Gráfica 62**

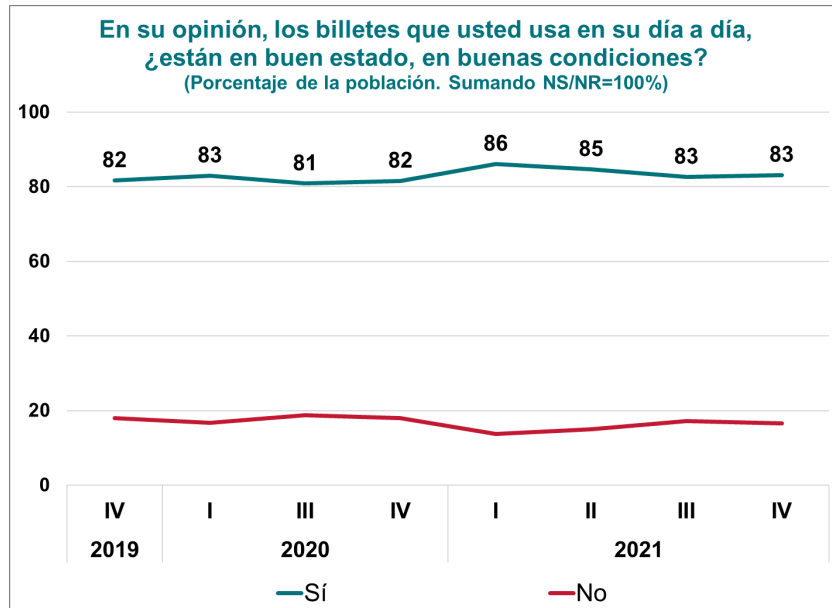


**Gráfica 63**

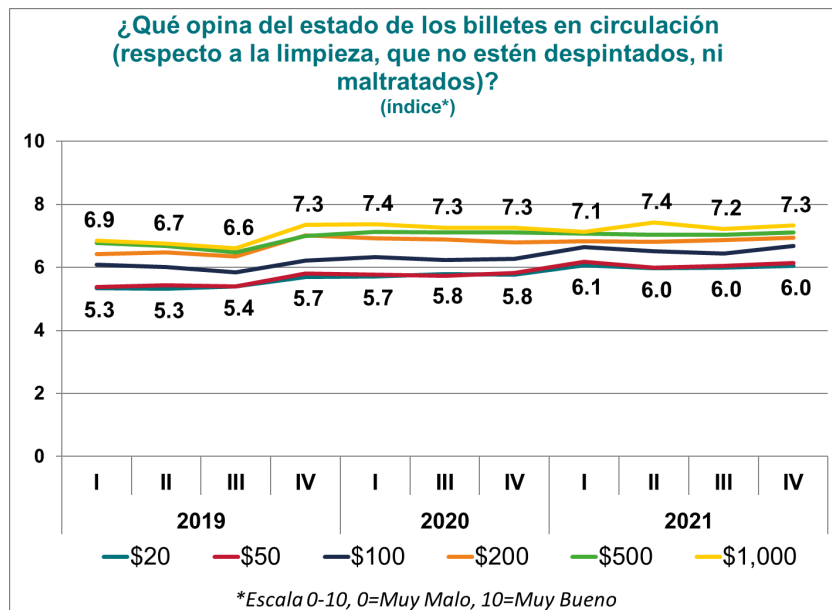


## Estado físico de los billetes y monedas

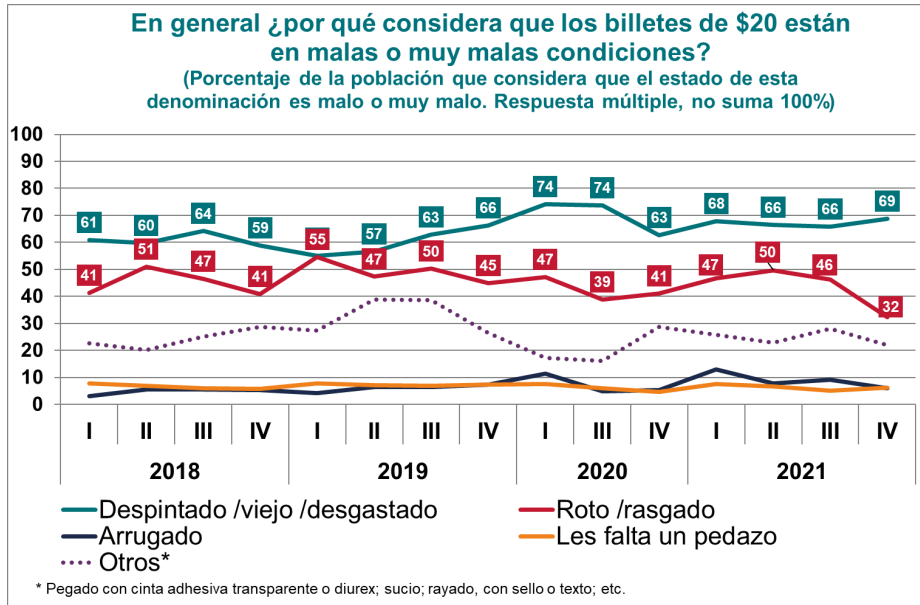
Gráfica 64



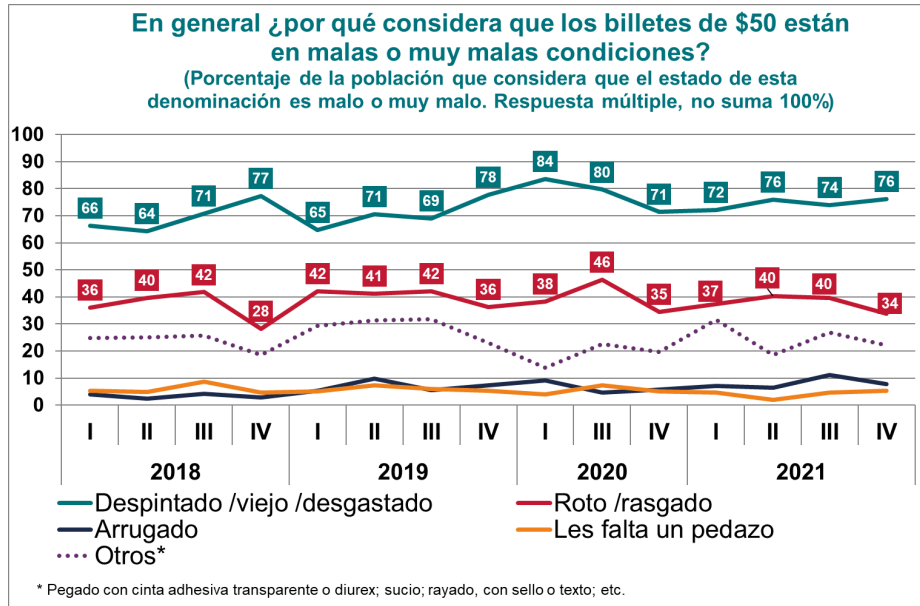
Gráfica 65



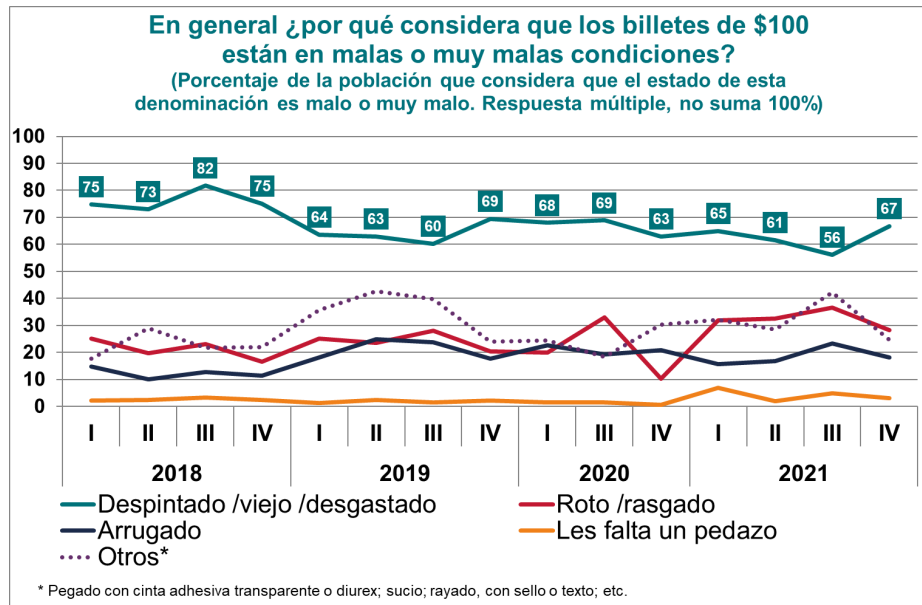
Gráfica 66



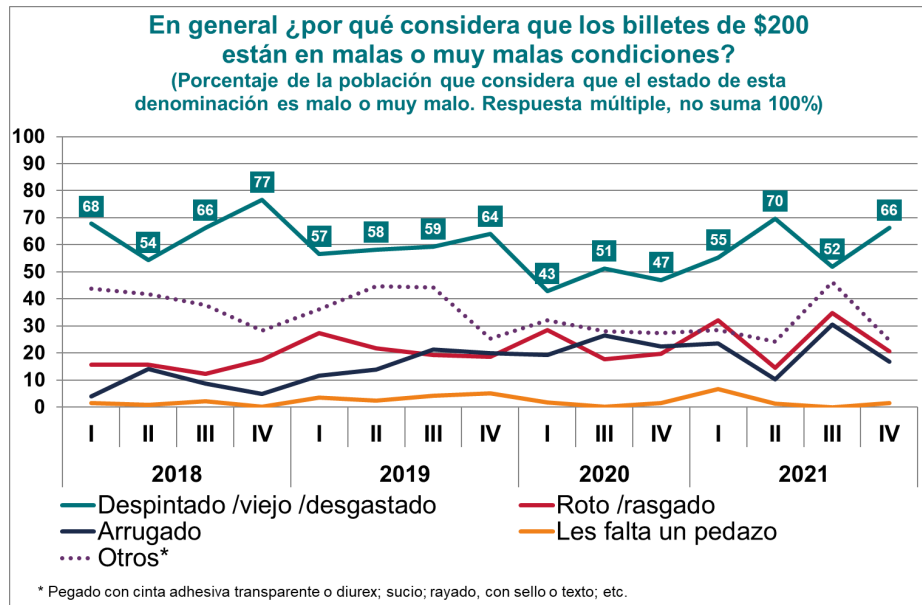
Gráfica 67



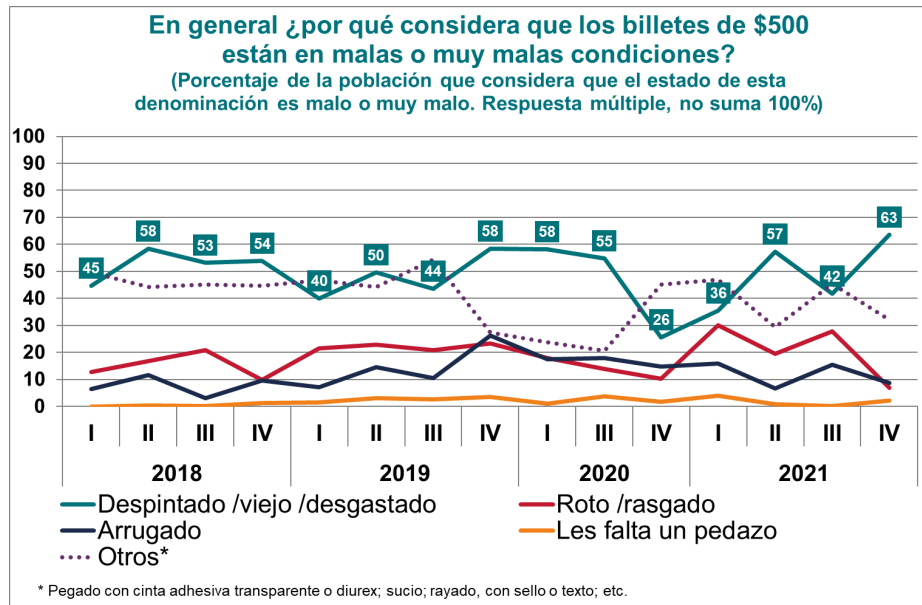
Gráfica 68



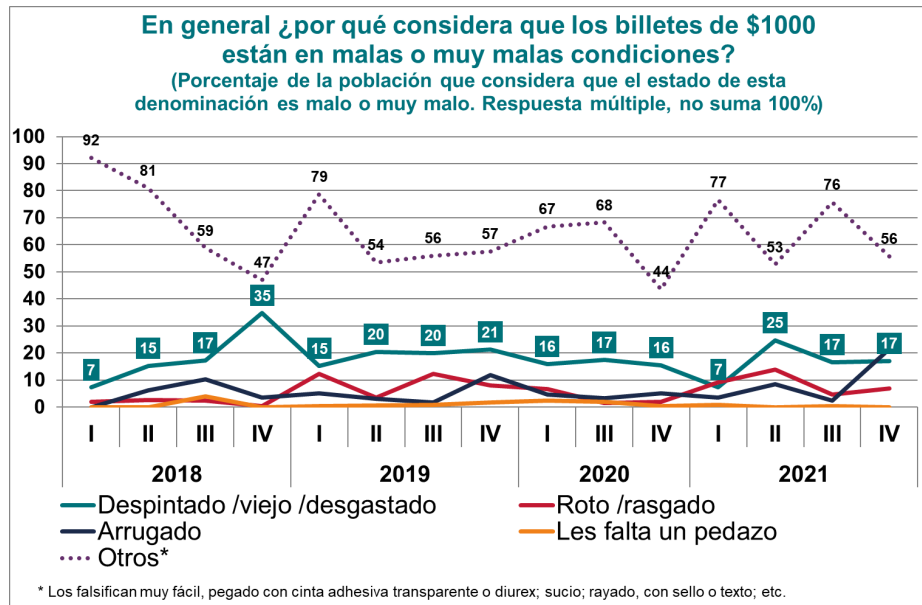
Gráfica 69



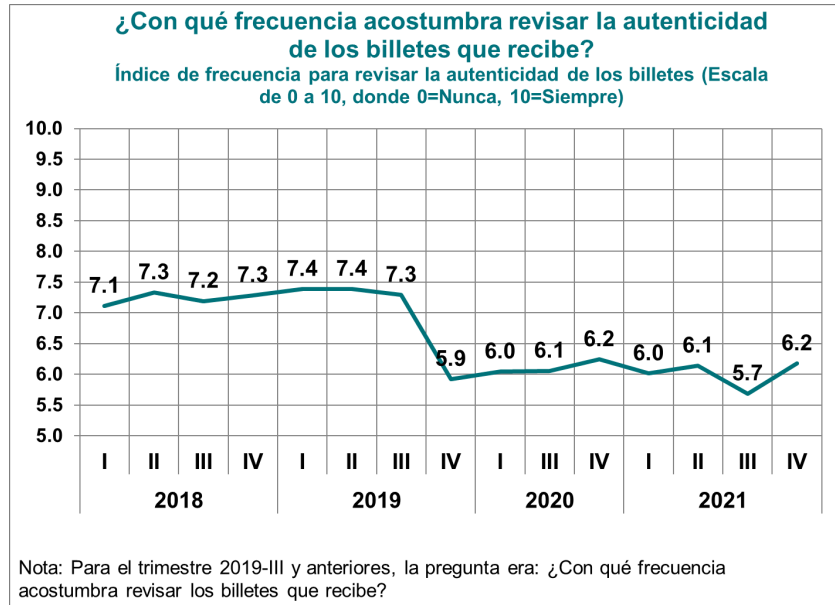
Gráfica 70



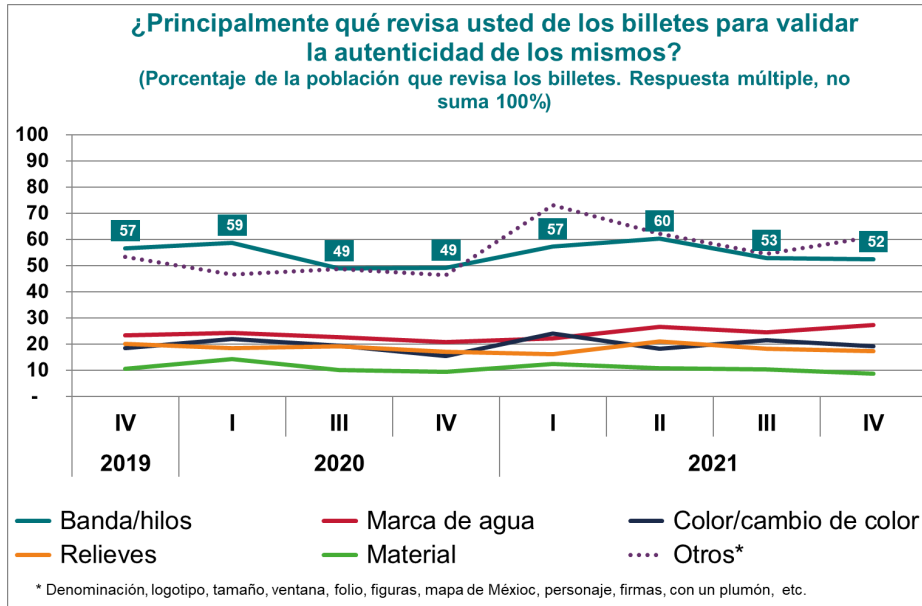
Gráfica 71



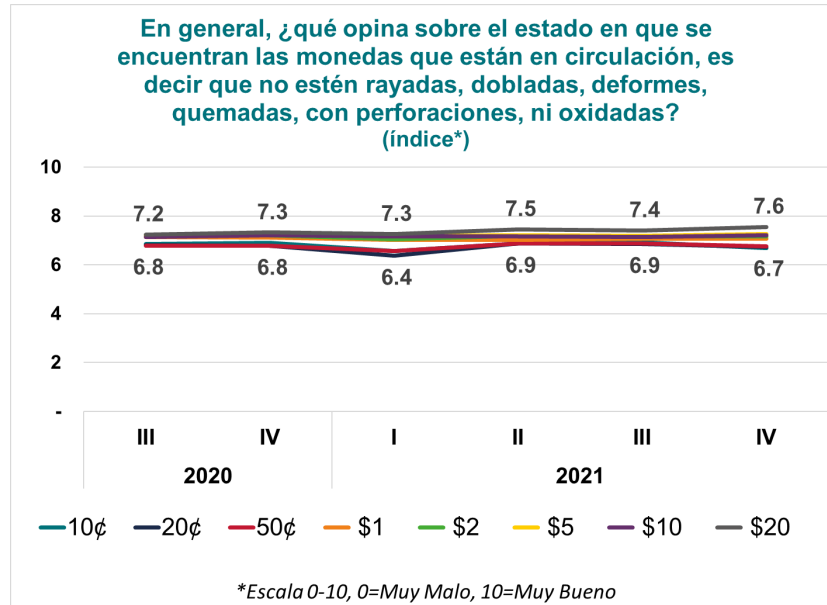
Gráfica 72



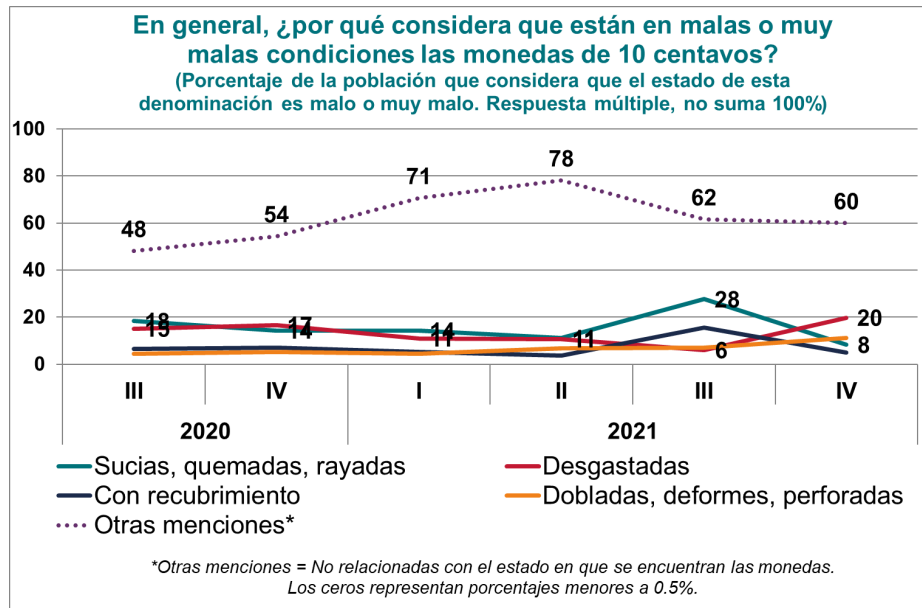
Gráfica 73



Gráfica 74

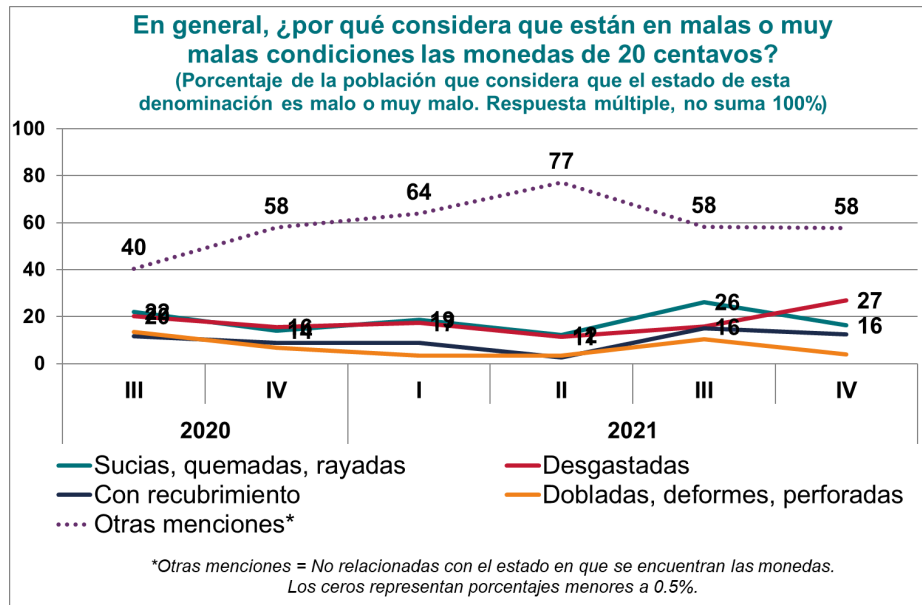


Gráfica 75

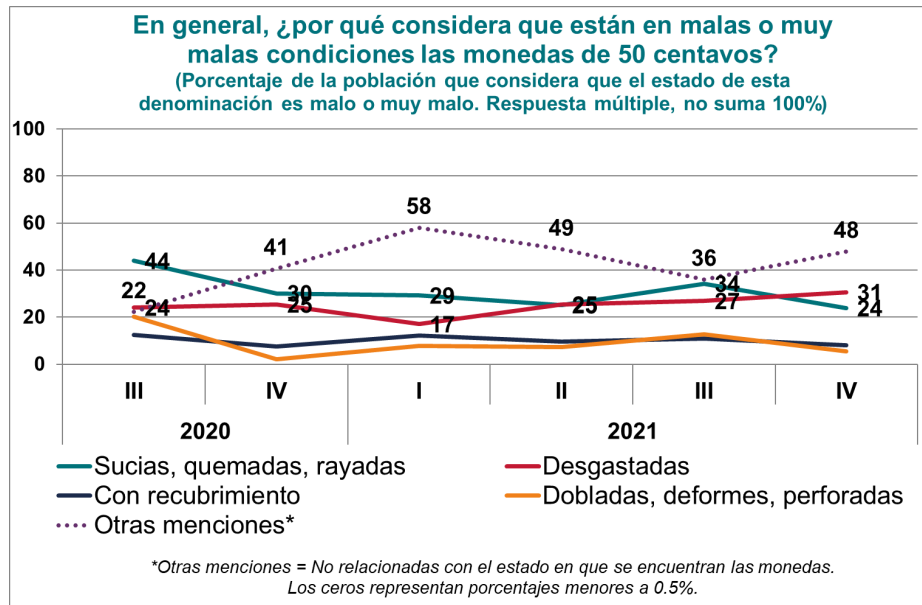




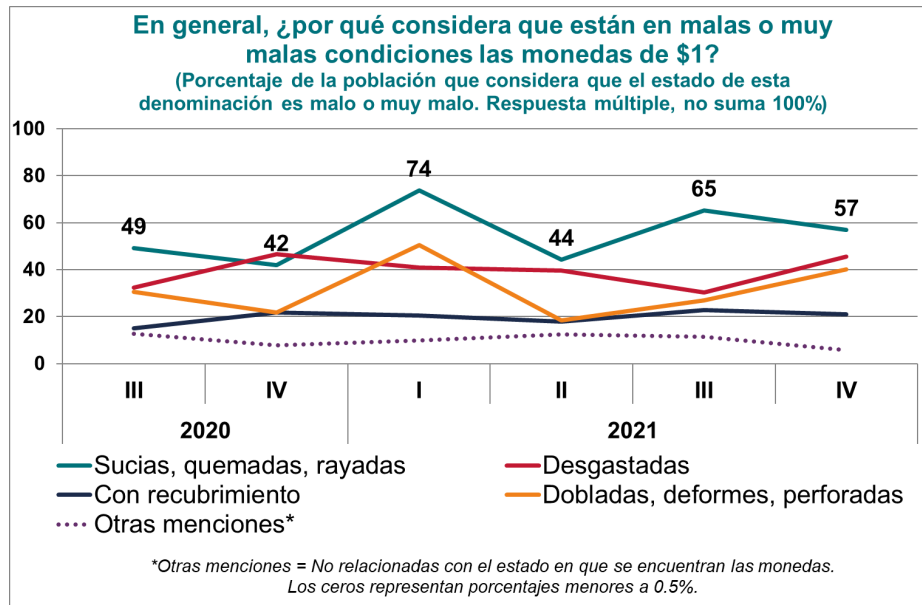
Gráfica 76



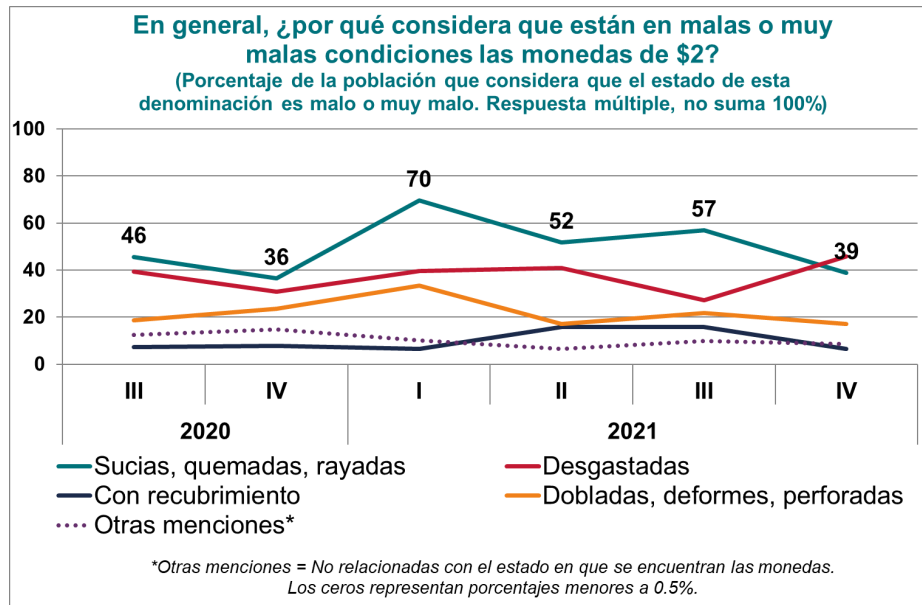
Gráfica 77



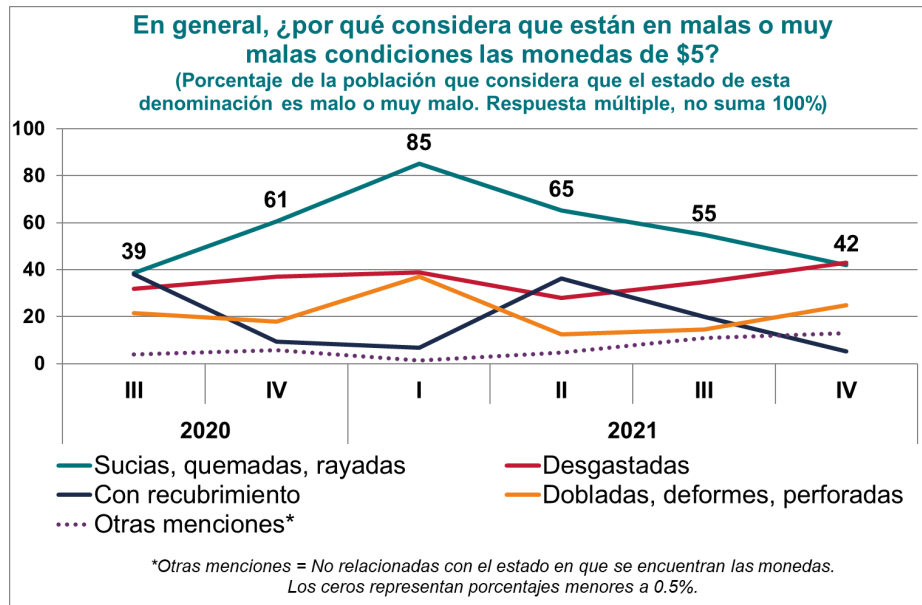
Gráfica 78



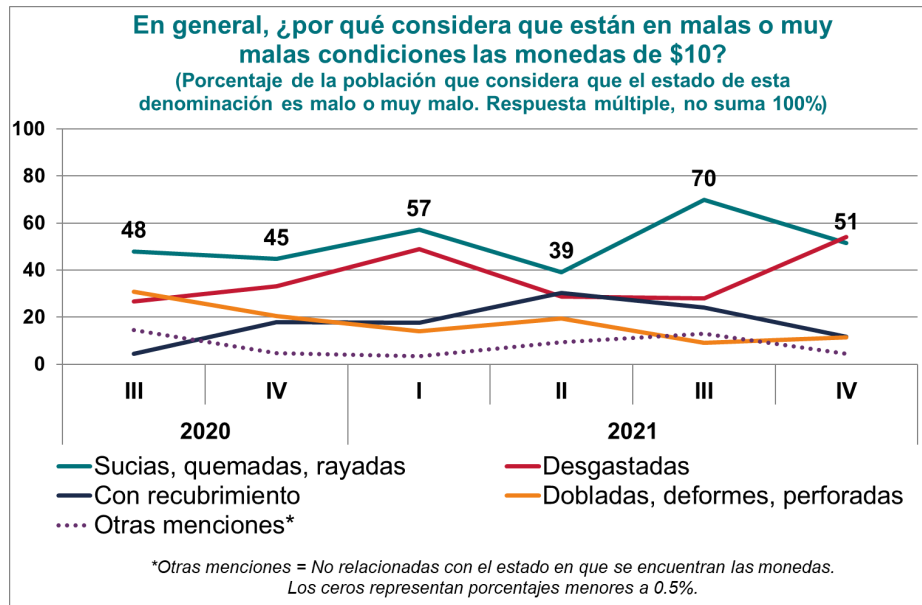
Gráfica 79



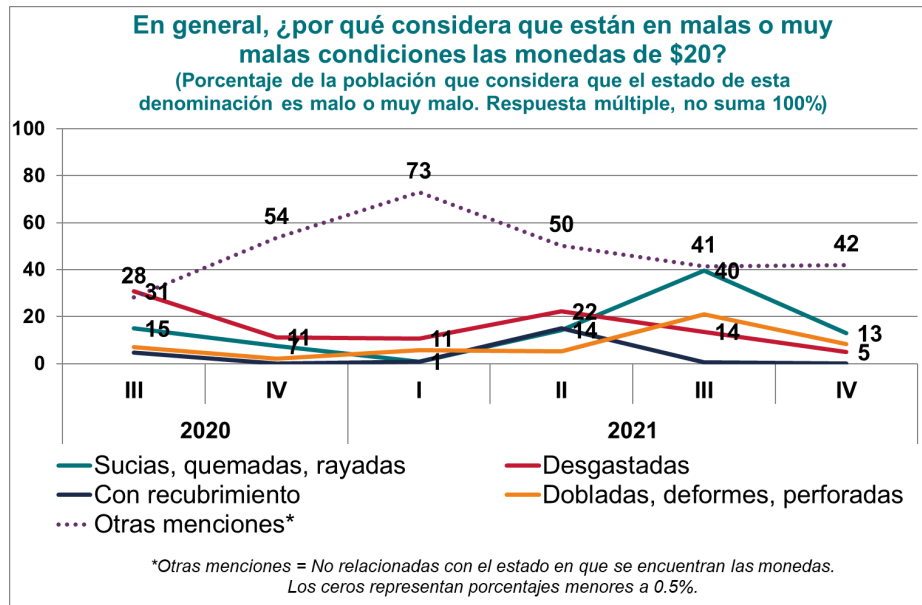
Gráfica 80



Gráfica 81

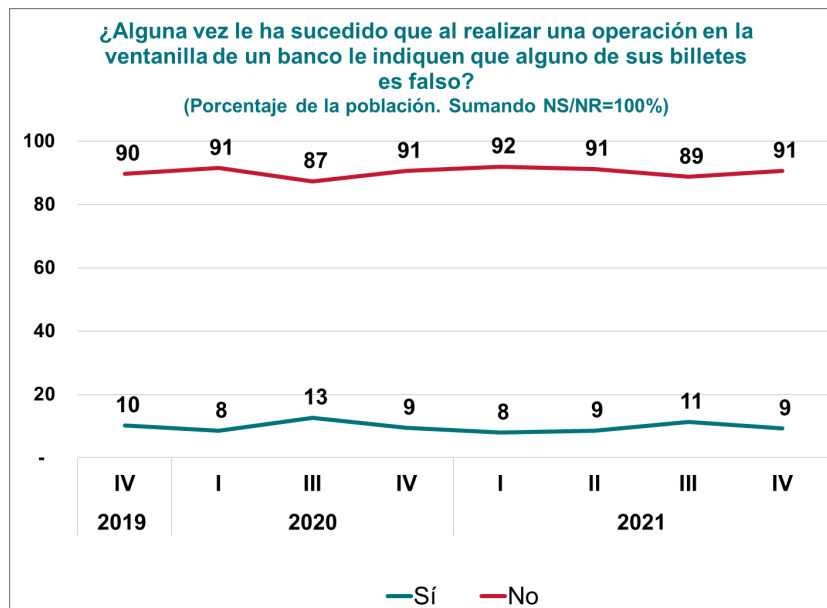


Gráfica 82

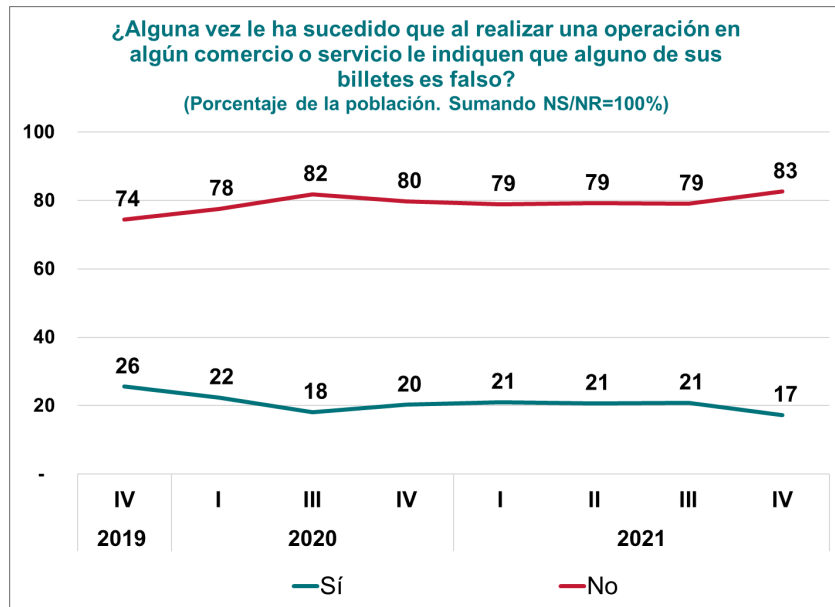


## Billetes falsos y desinfección de billetes

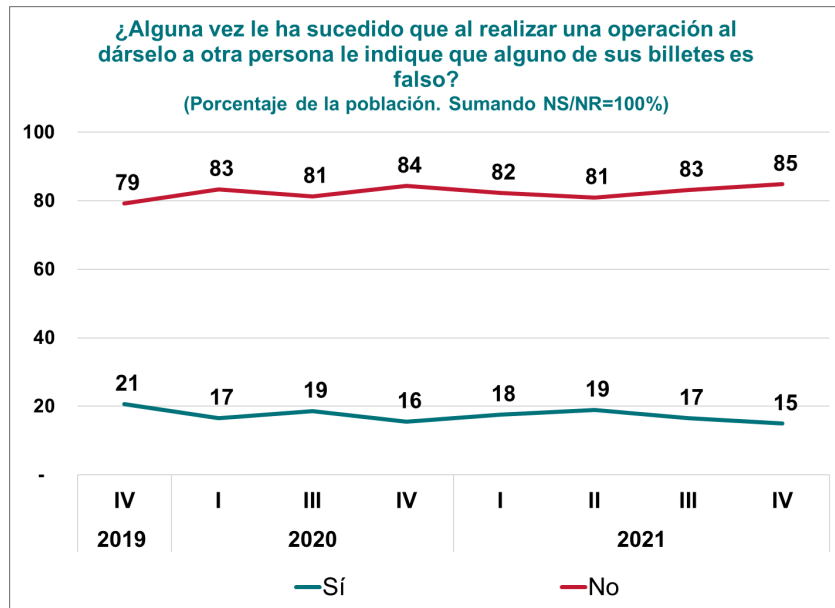
Gráfica 83



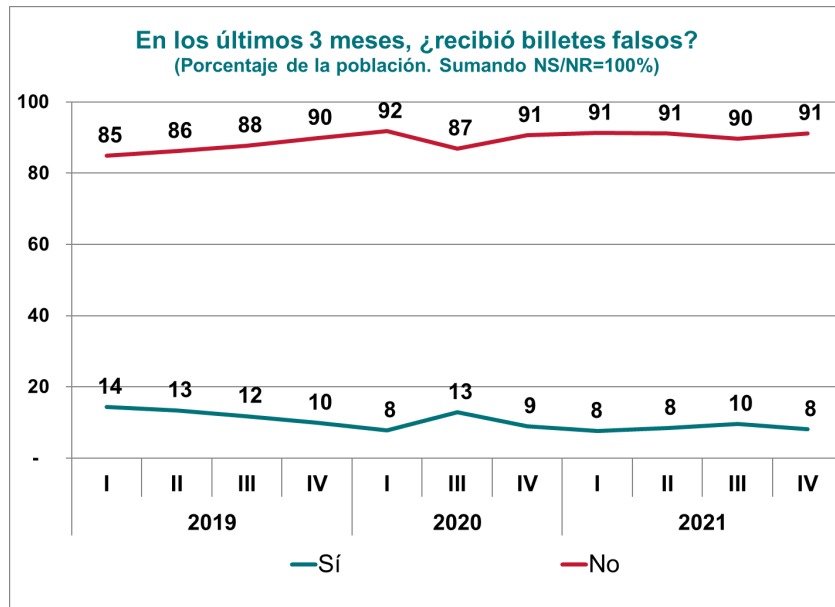
**Gráfica 84**



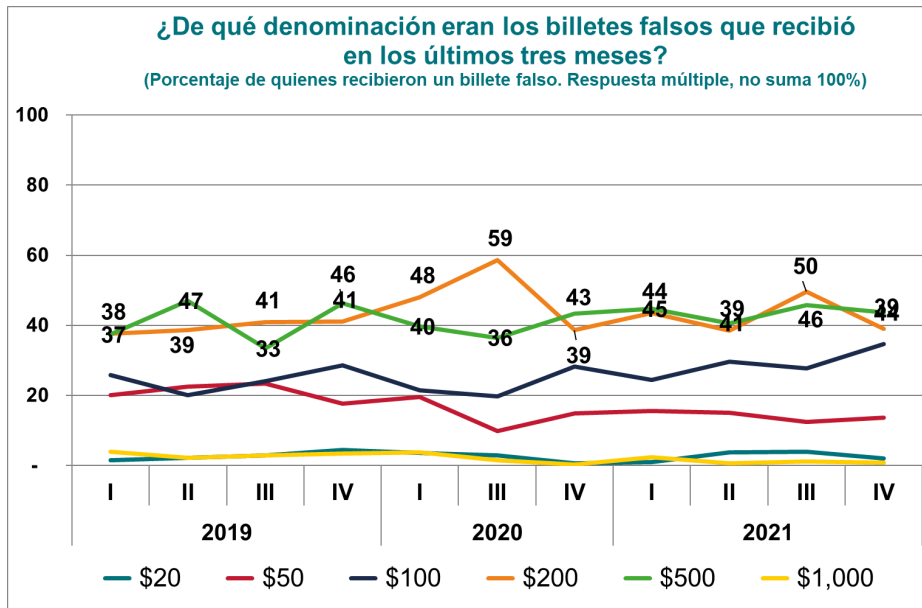
**Gráfica 85**



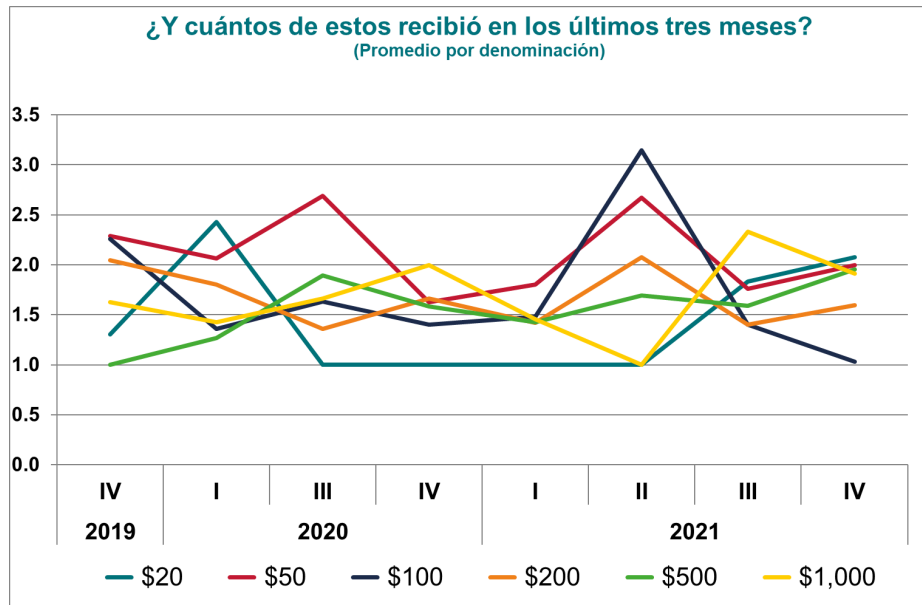
Gráfica 86



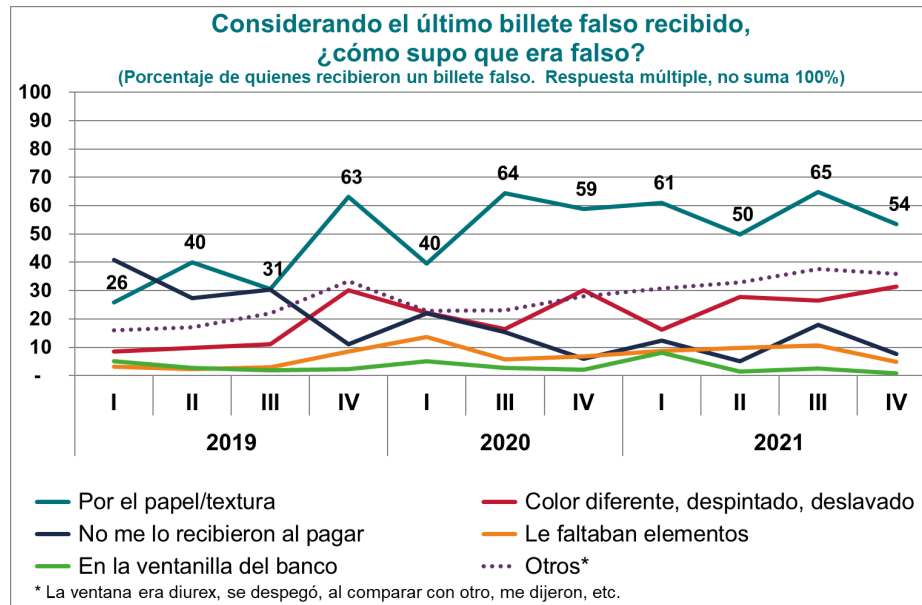
Gráfica 87



Gráfica 88



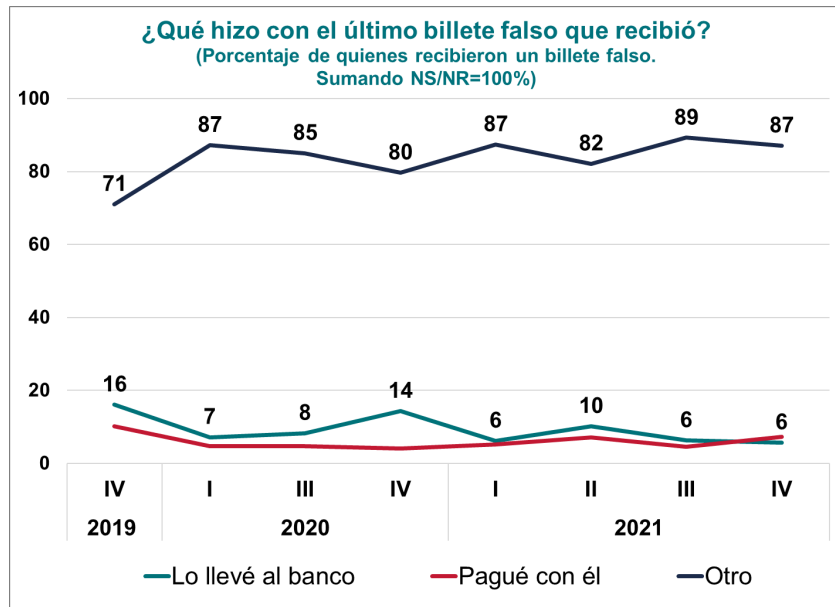
Gráfica 89



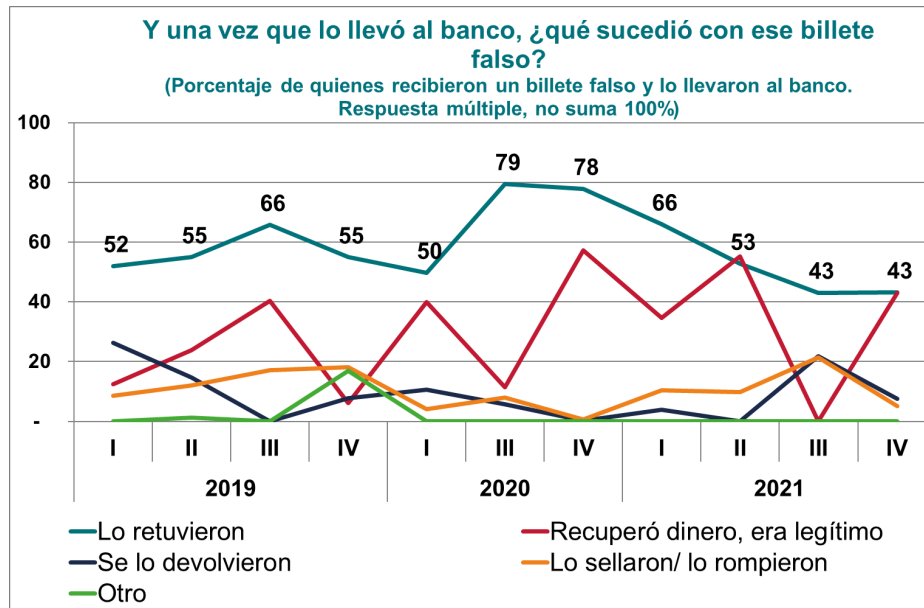
Publicada-Usa General

Información que ha sido publicada por el Banco de México

Gráfica 90

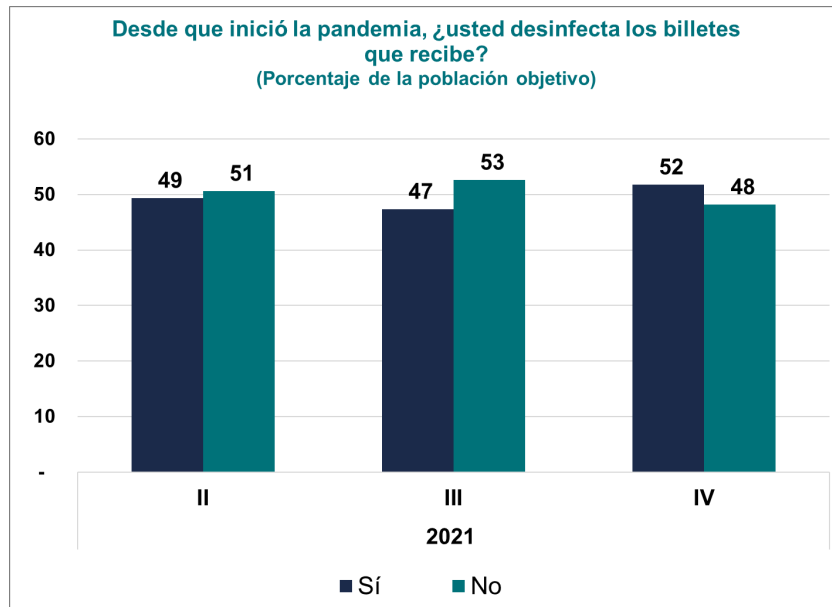


Gráfica 91

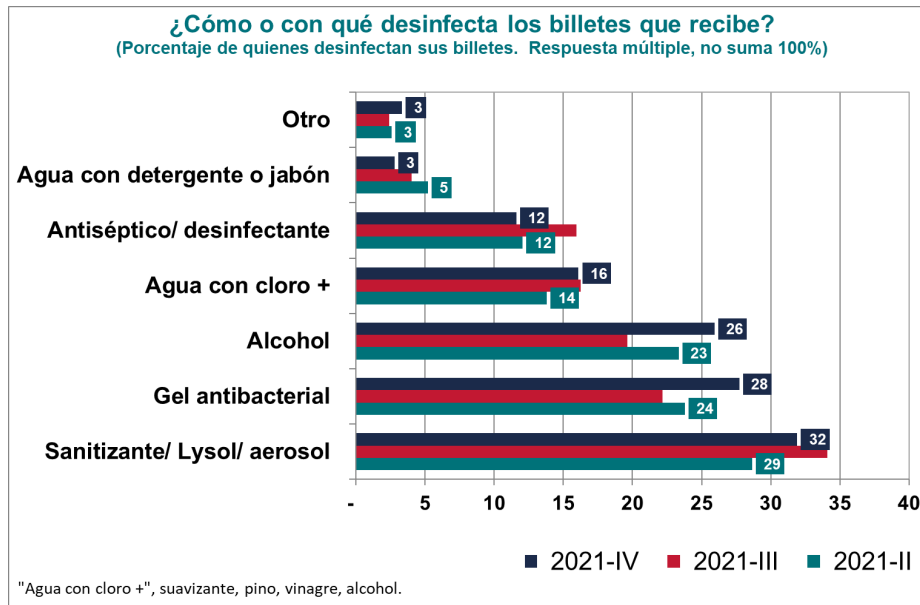




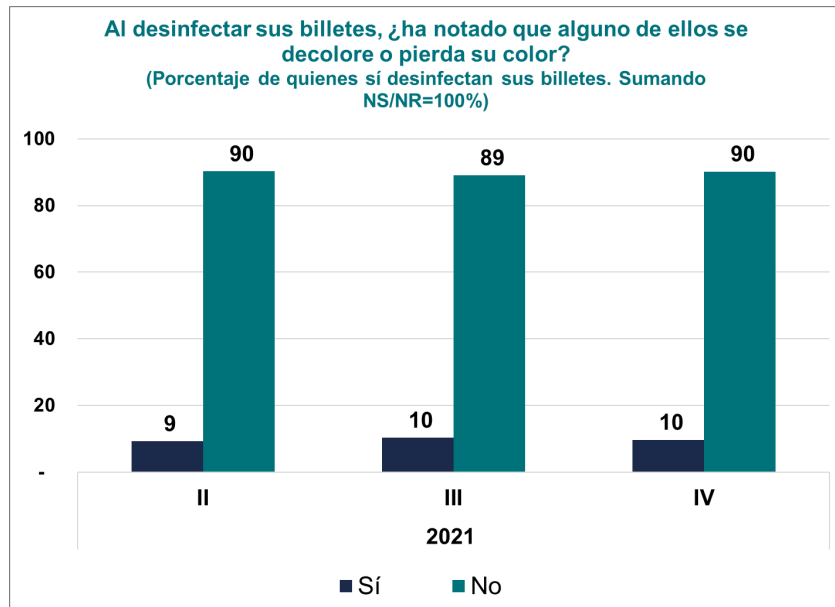
Gráfica 92



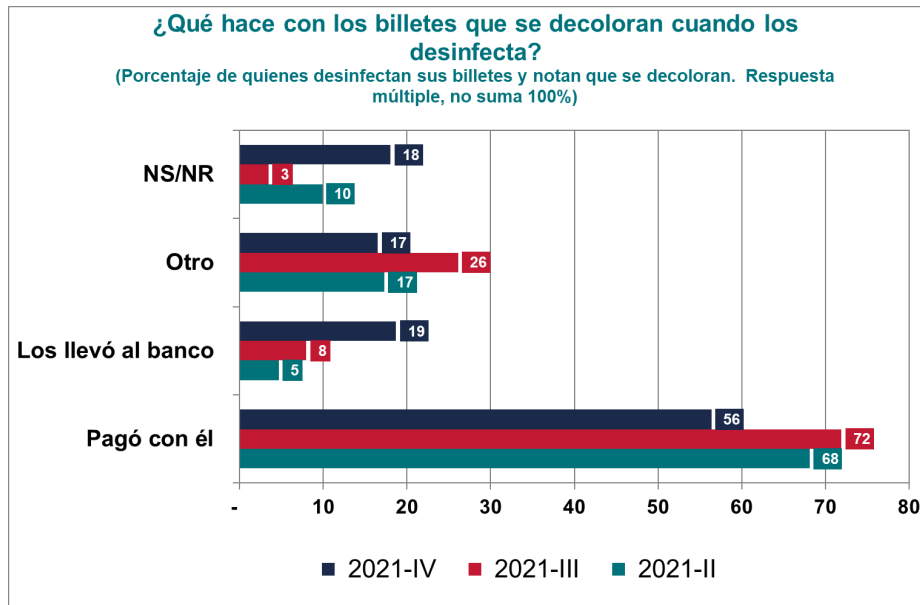
Gráfica 93



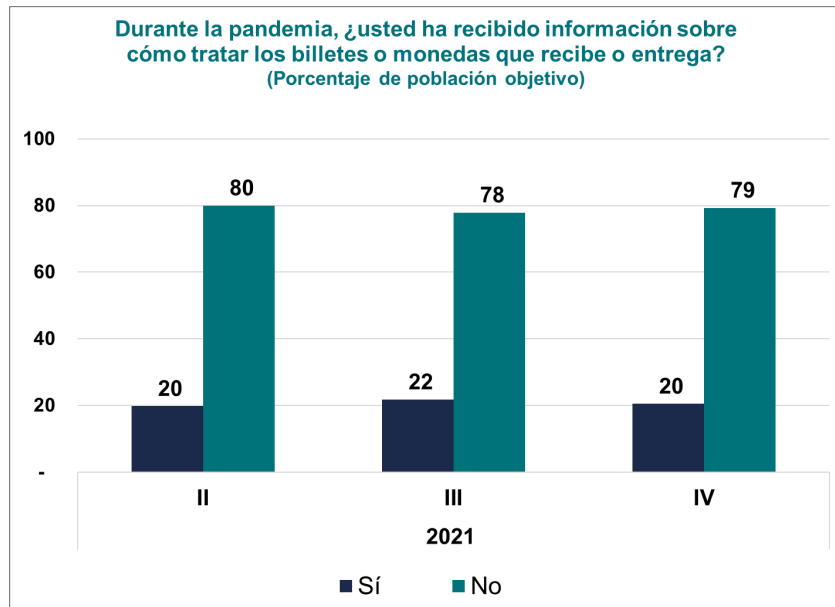
Gráfica 94



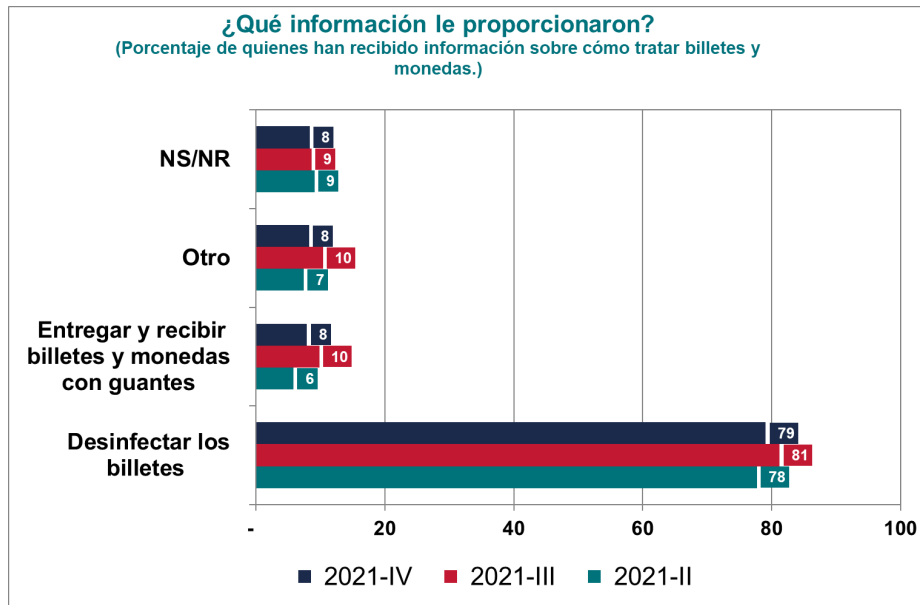
Gráfica 95



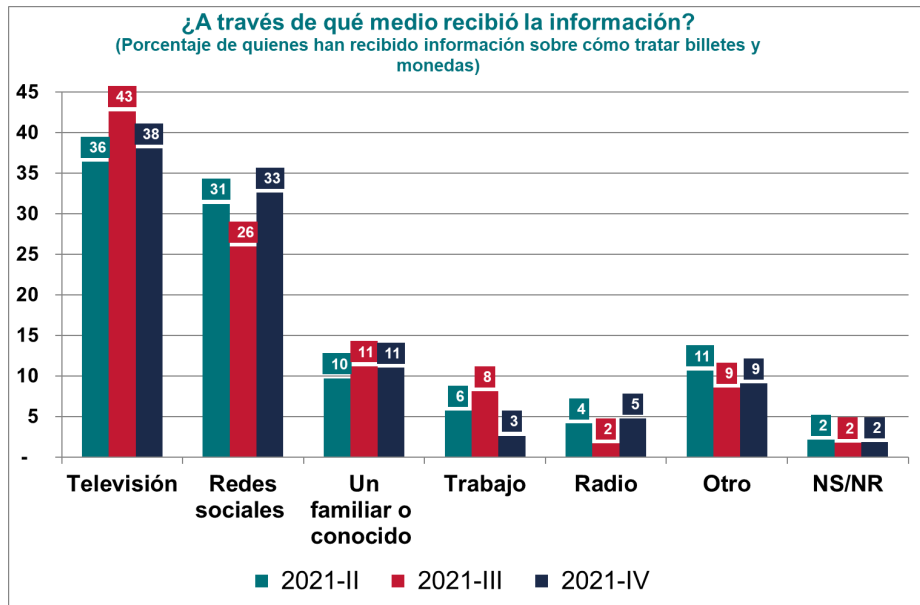
Gráfica 96



Gráfica 97

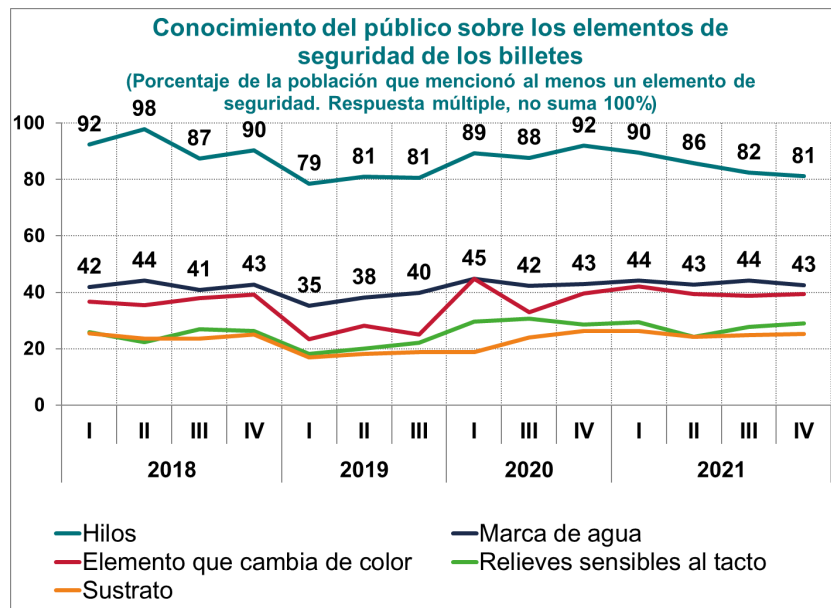


Gráfica 98

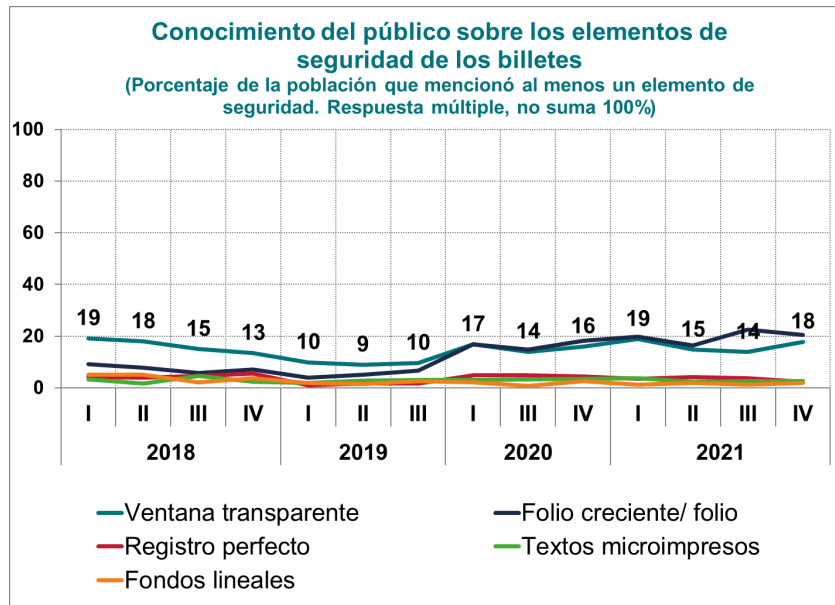


Elementos de seguridad

Gráfica 99

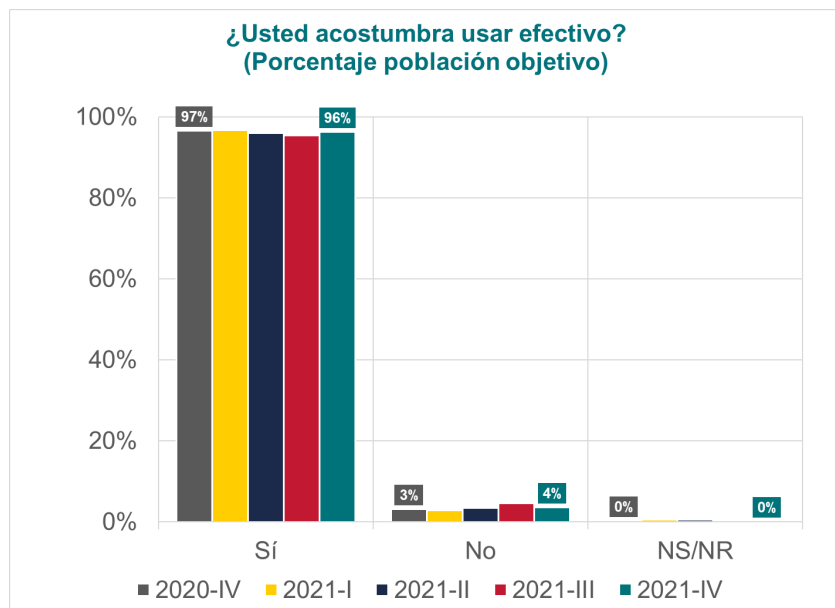


Gráfica 100



## Hábitos en el uso de efectivo

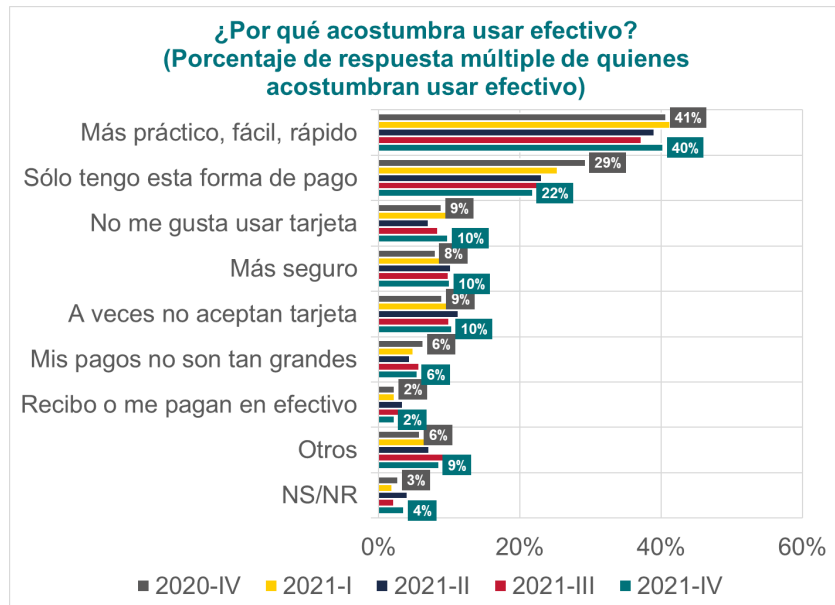
Gráfica 101



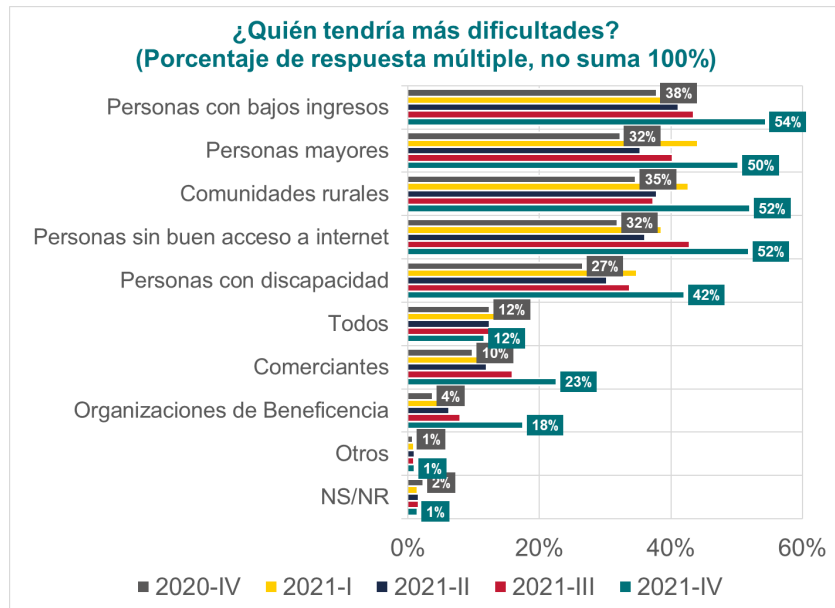
### Publicada-Usó General

Información que ha sido publicada por el Banco de México

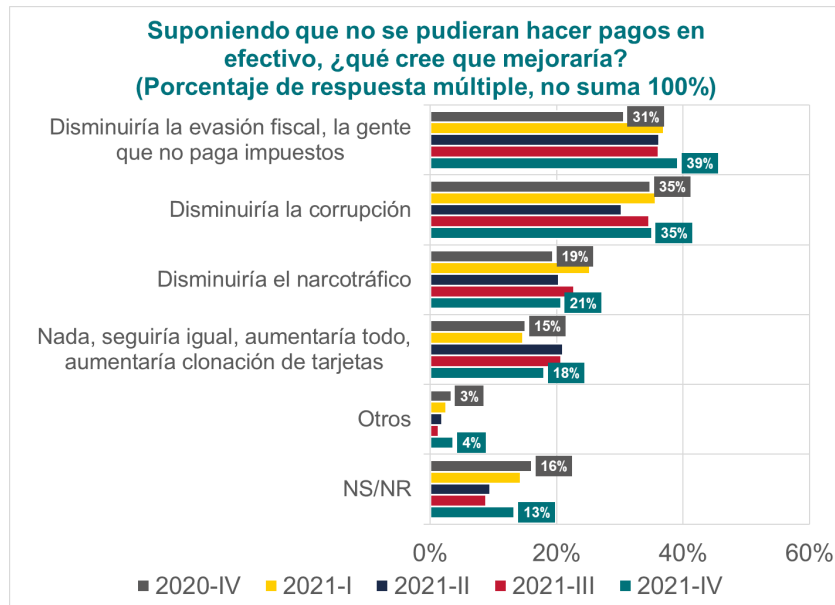
Gráfica 102



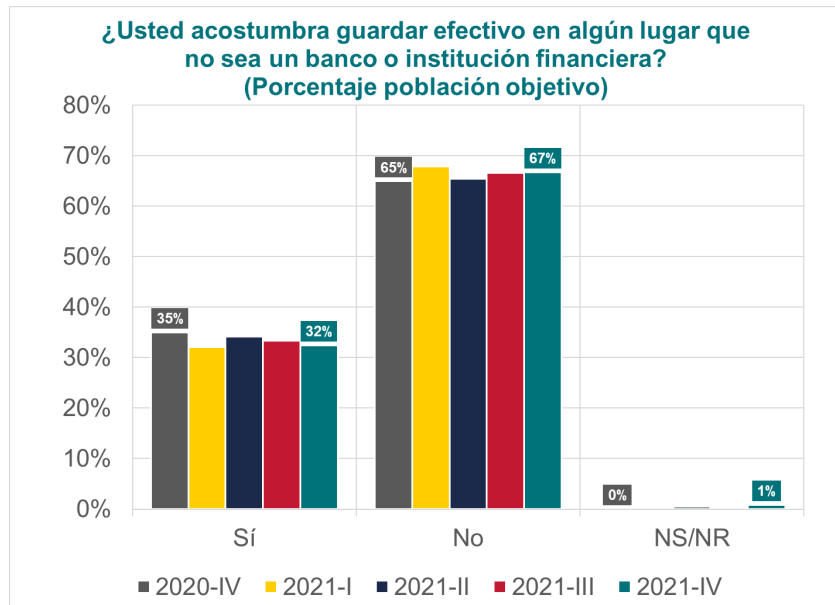
Gráfica 103



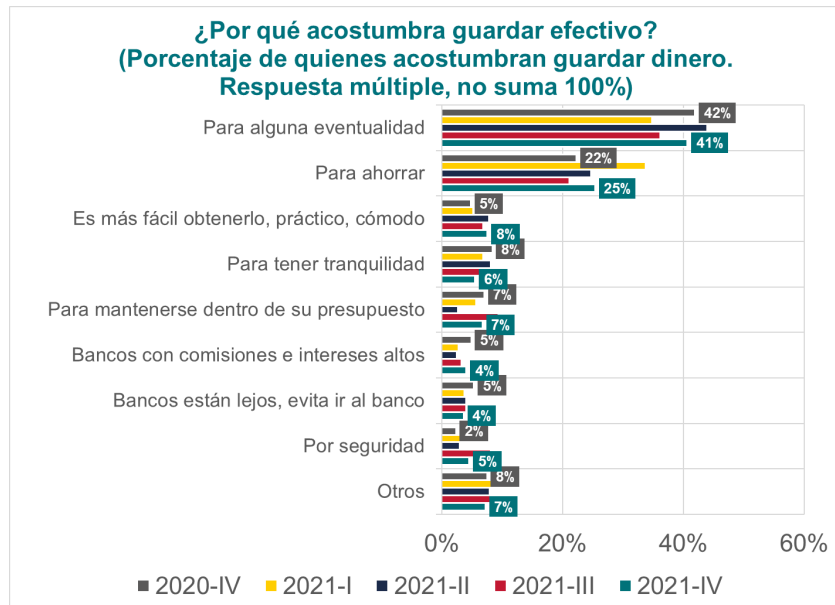
Gráfica 104



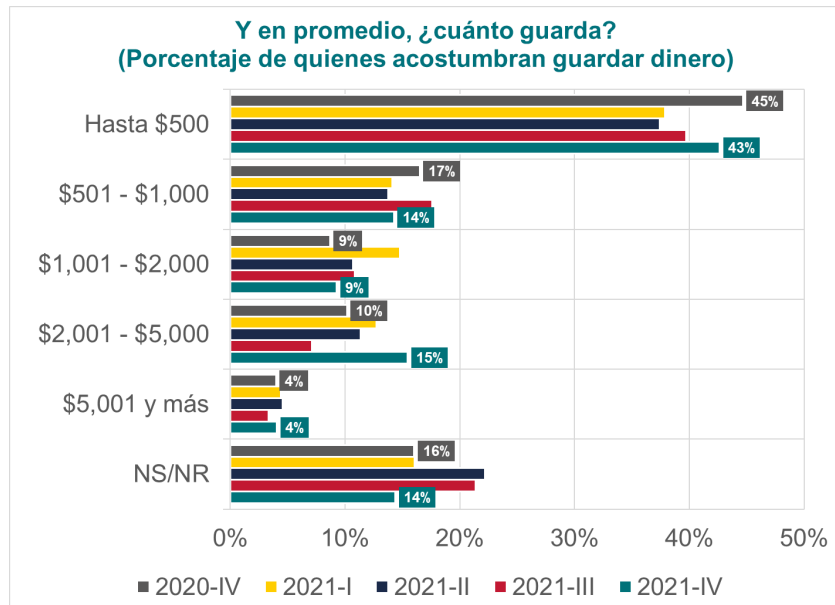
Gráfica 105



Gráfica 106



Gráfica 107





## Medios de pago usados durante la pandemia

Gráfica 108



Gráfica 109



Gráfica 110



Gráfica 111

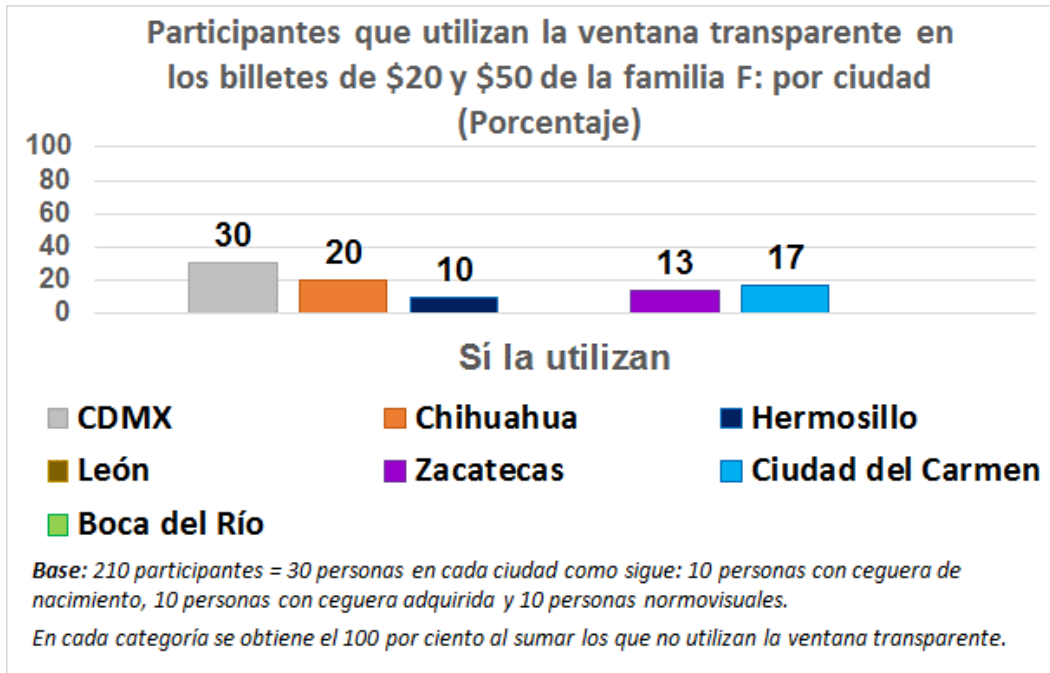


## Anexo V. Grupos focales, primera ronda: Gráficas

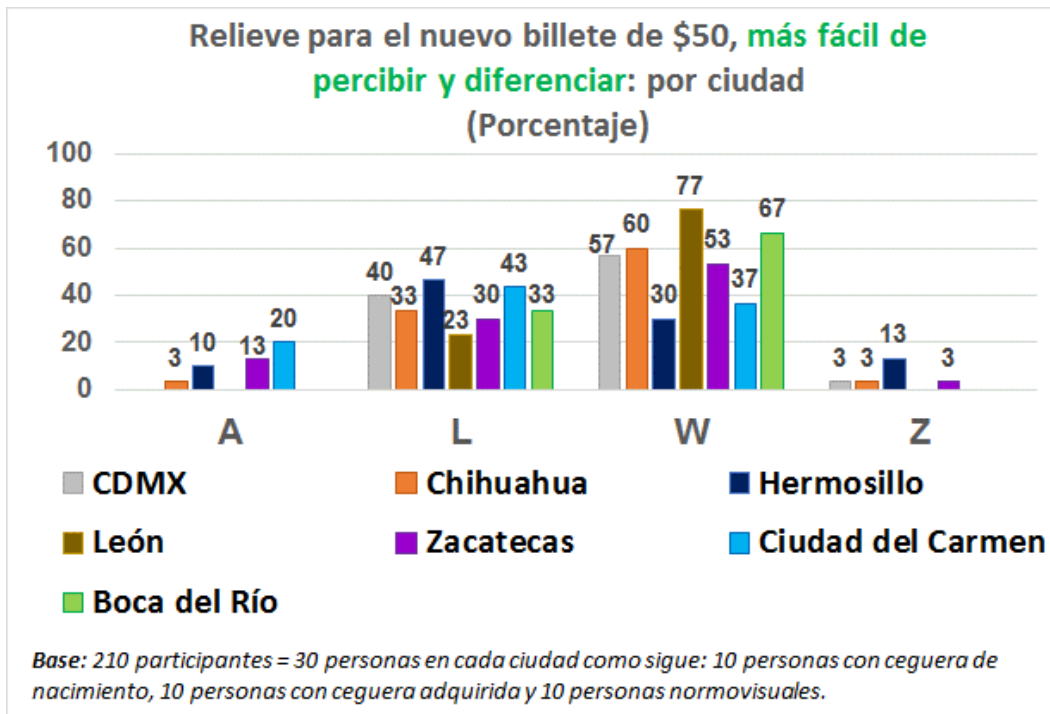
Es posible que, en algunos casos, los datos no sumen 100% debido al redondeo.

### Resultados por ciudad

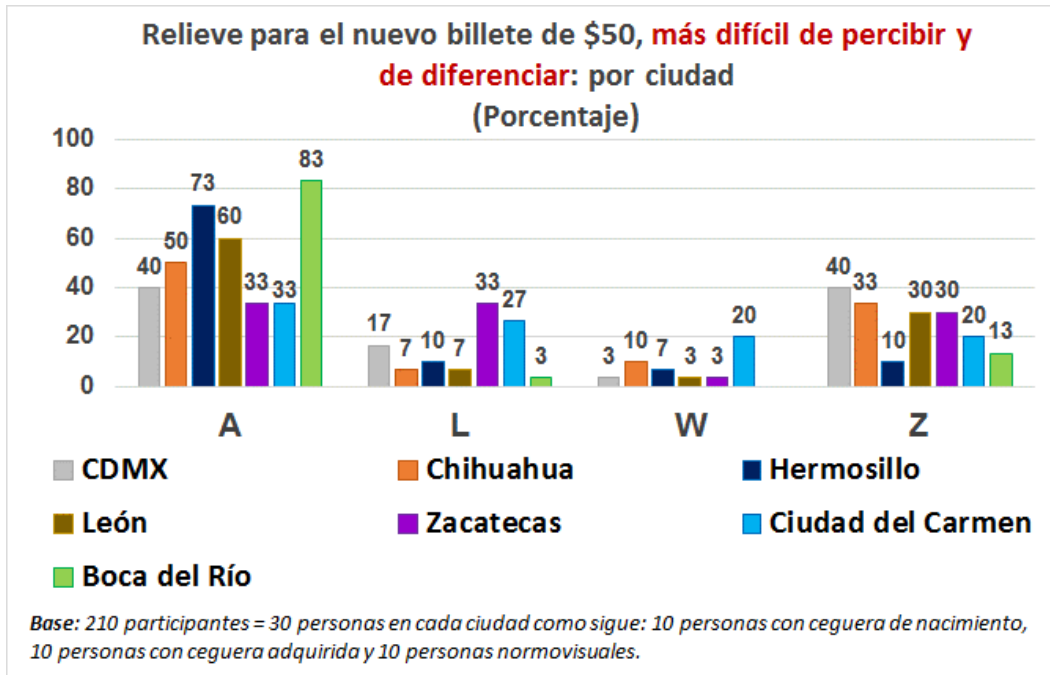
Gráfica 112



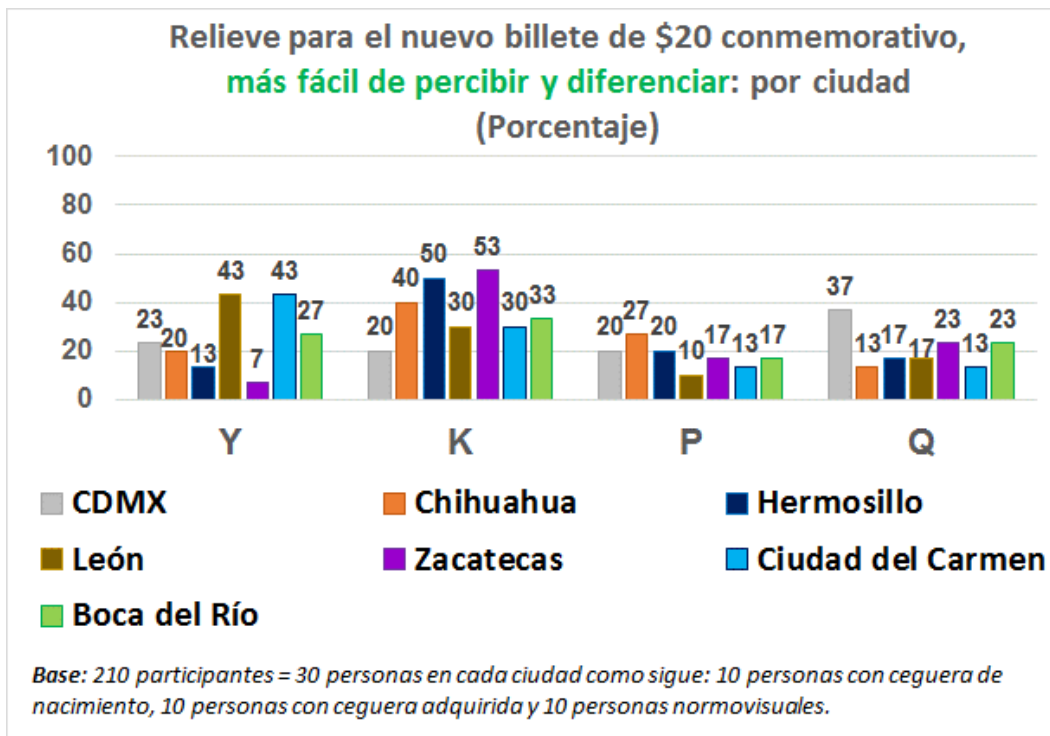
Gráfica 113



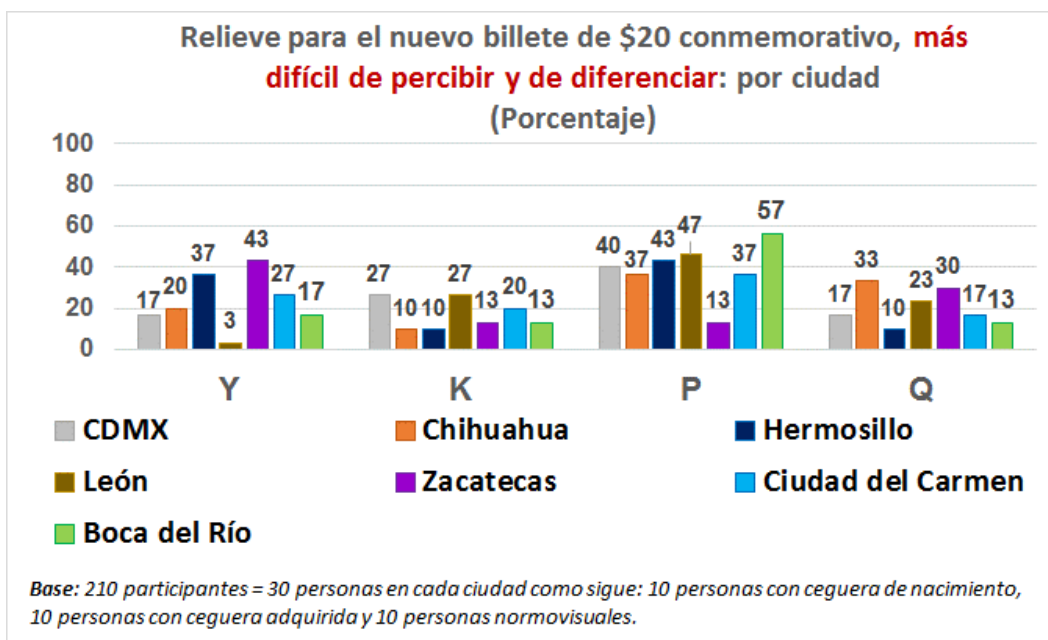
Gráfica 114



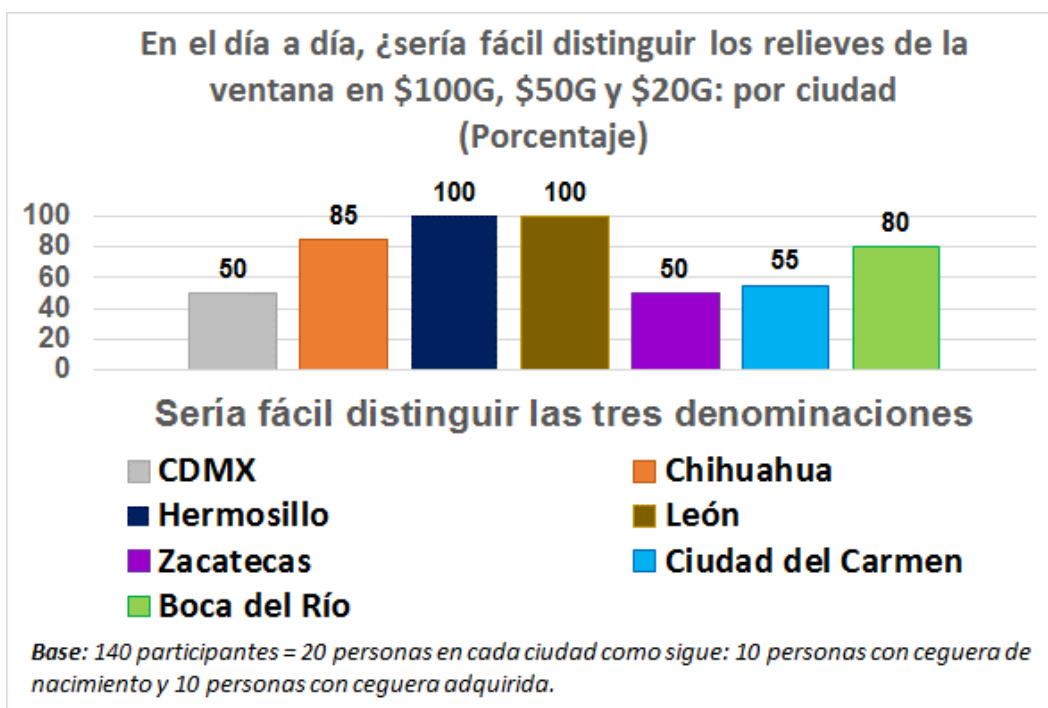
Gráfica 115



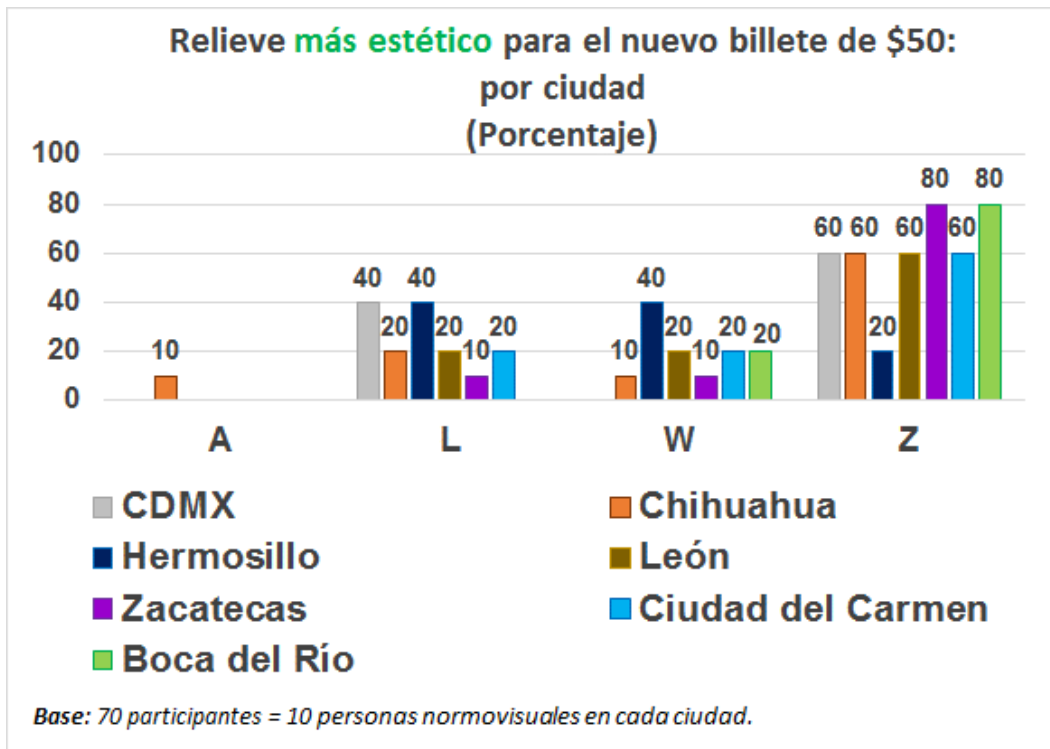
Gráfica 116



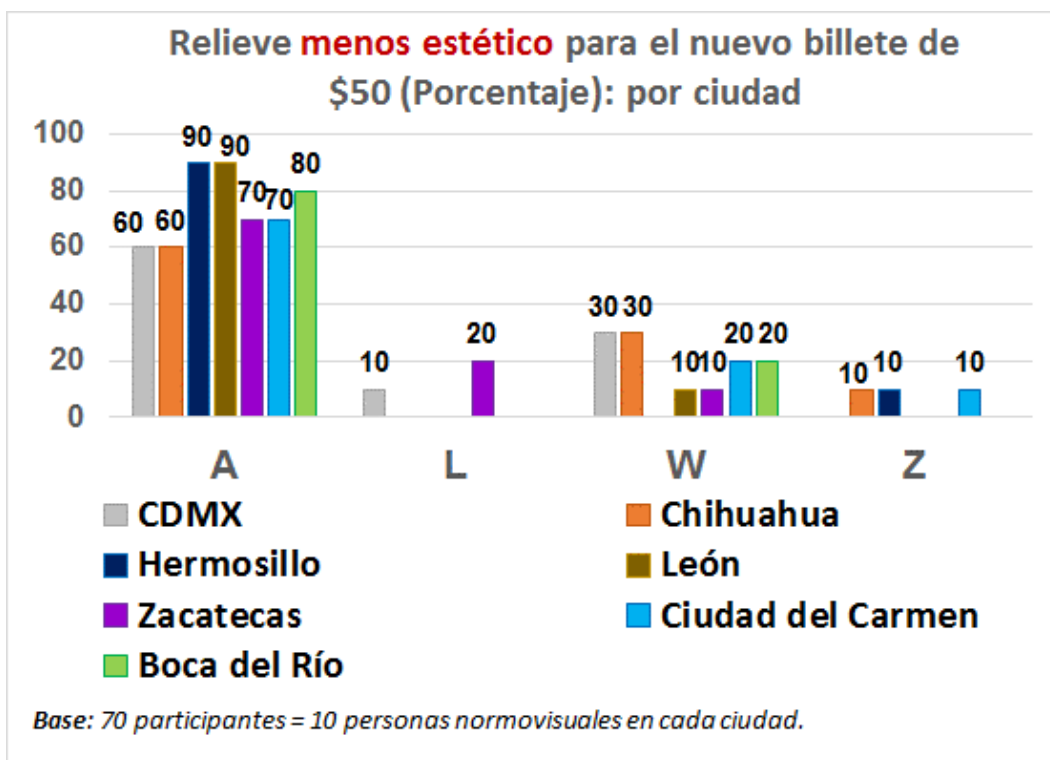
Gráfica 117



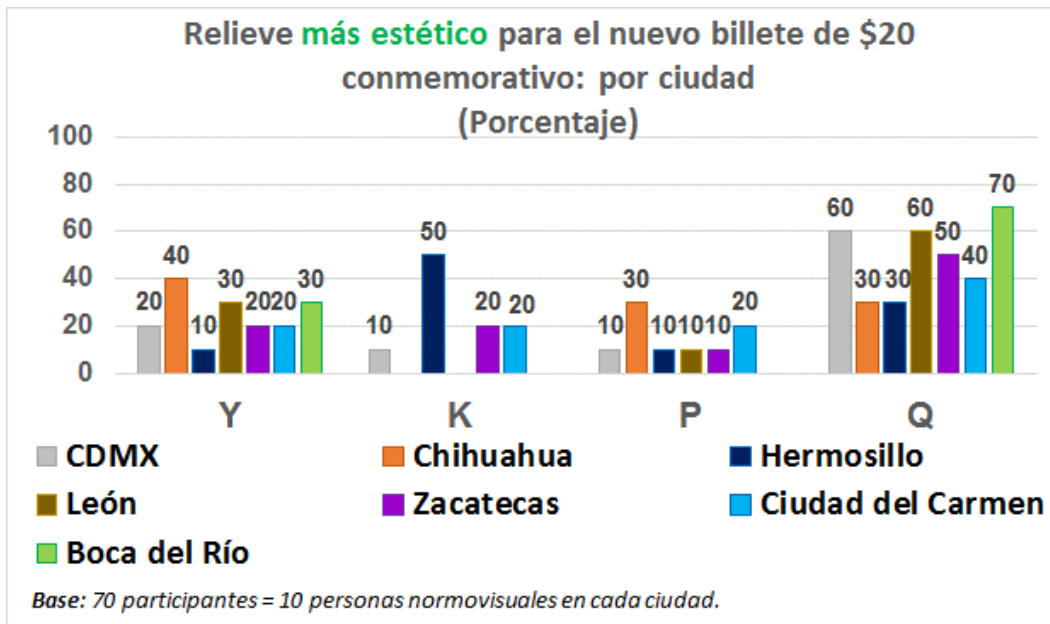
Gráfica 118



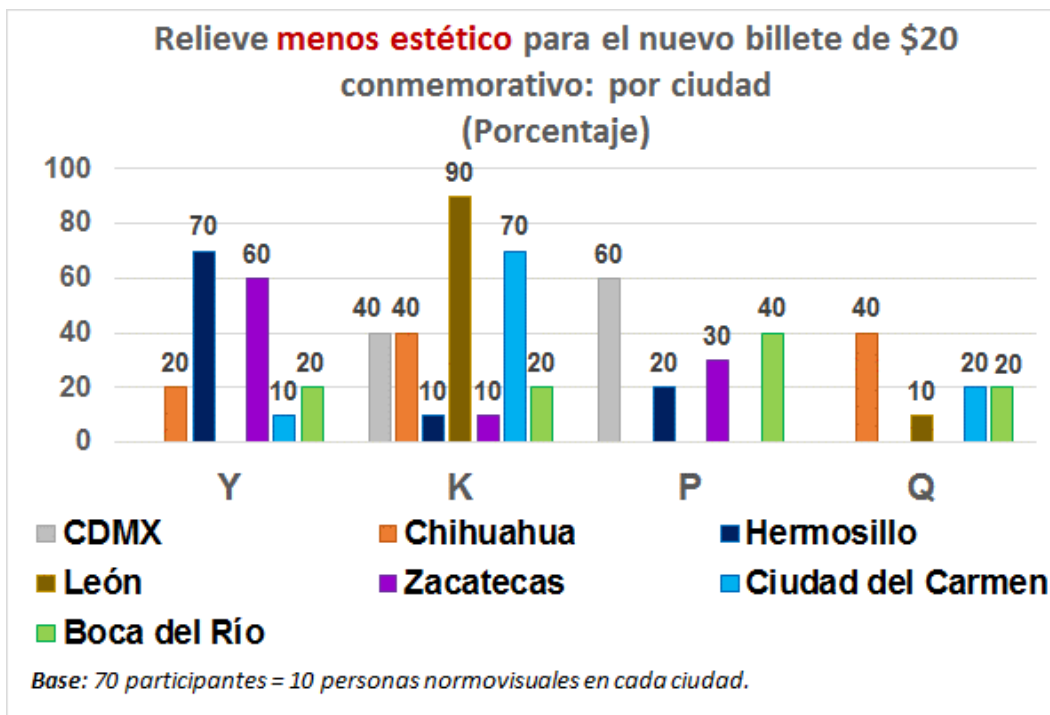
Gráfica 119



Gráfica 120



Gráfica 121

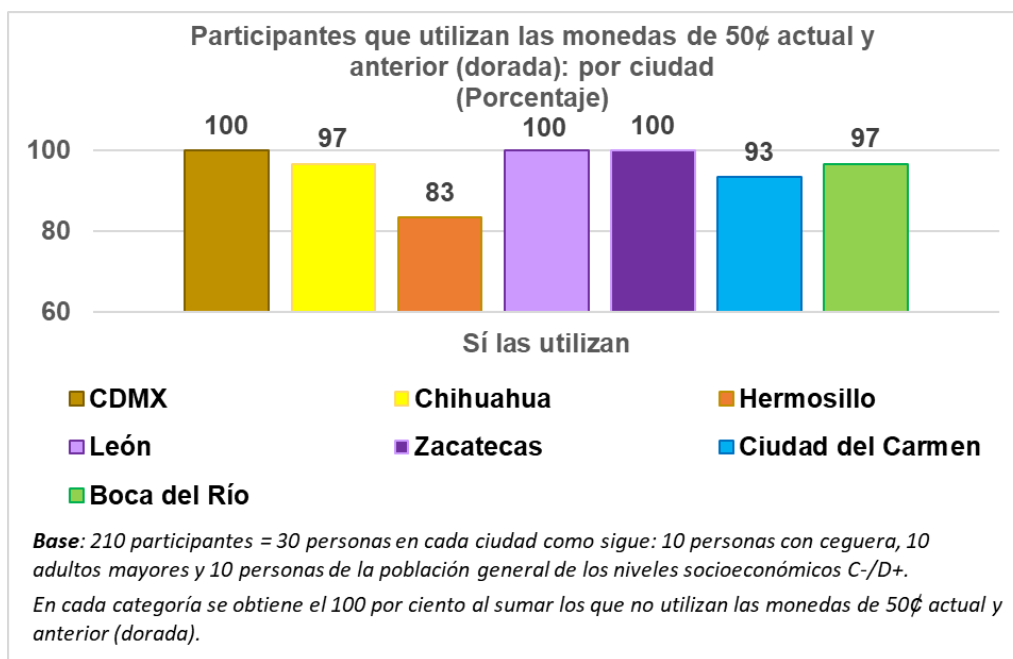


## Anexo VI. Grupos focales, segunda ronda: Gráficas

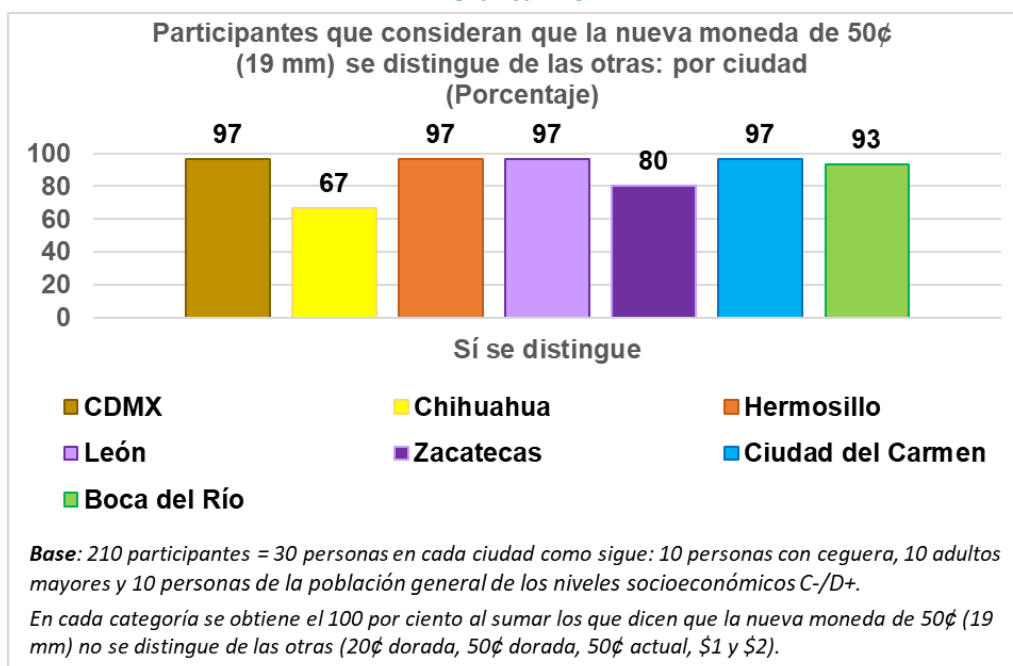
Es posible que, en algunos casos, los datos no sumen 100% debido al redondeo.

### Resultados por ciudad

Gráfica 122

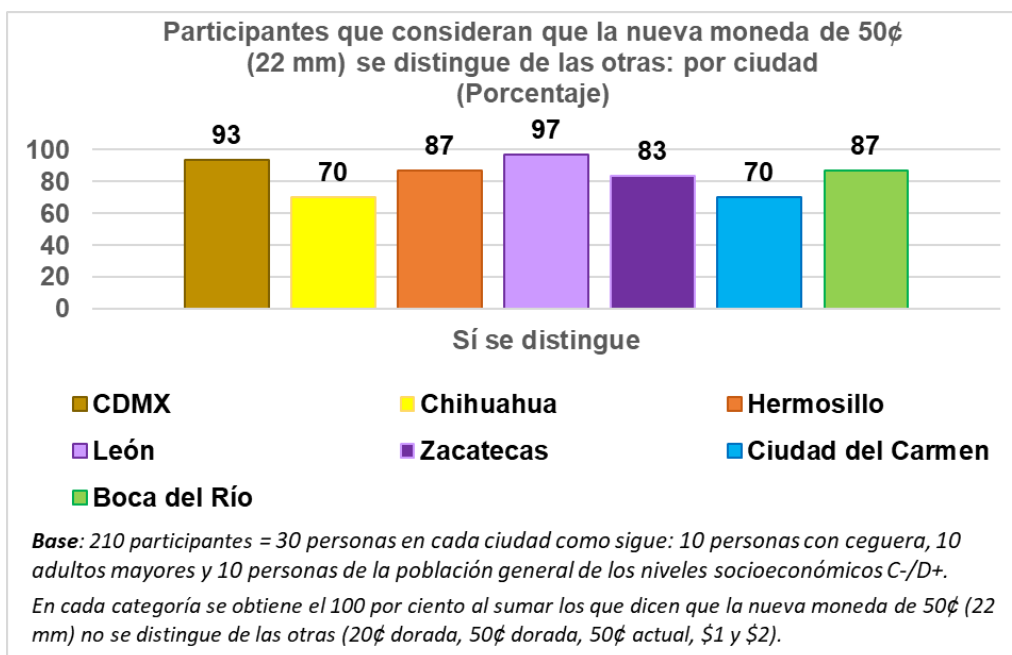


Gráfica 123

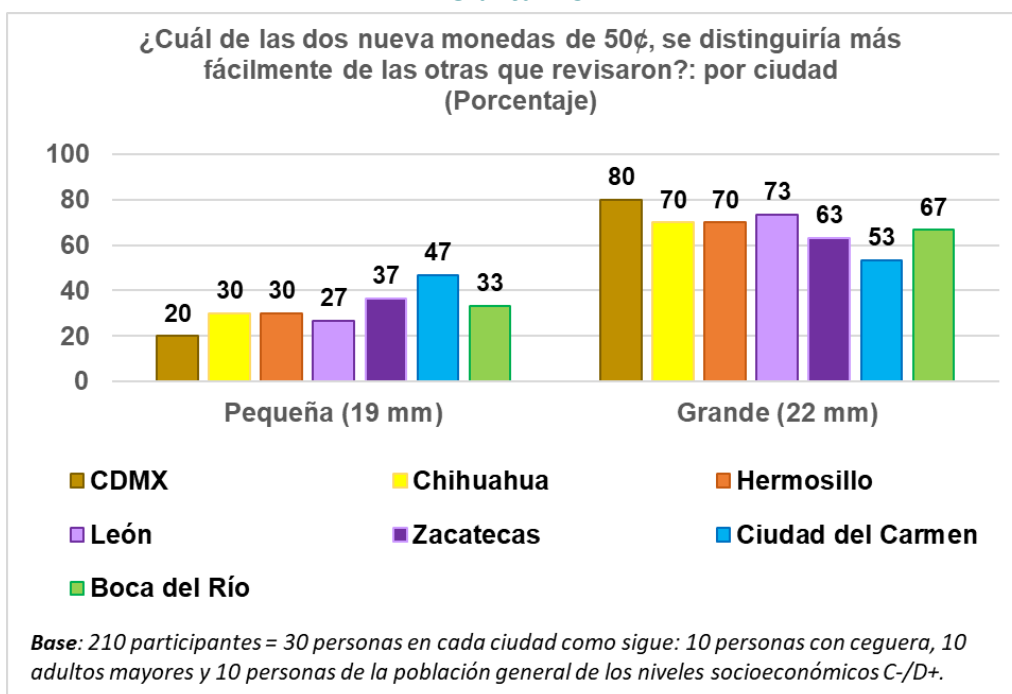




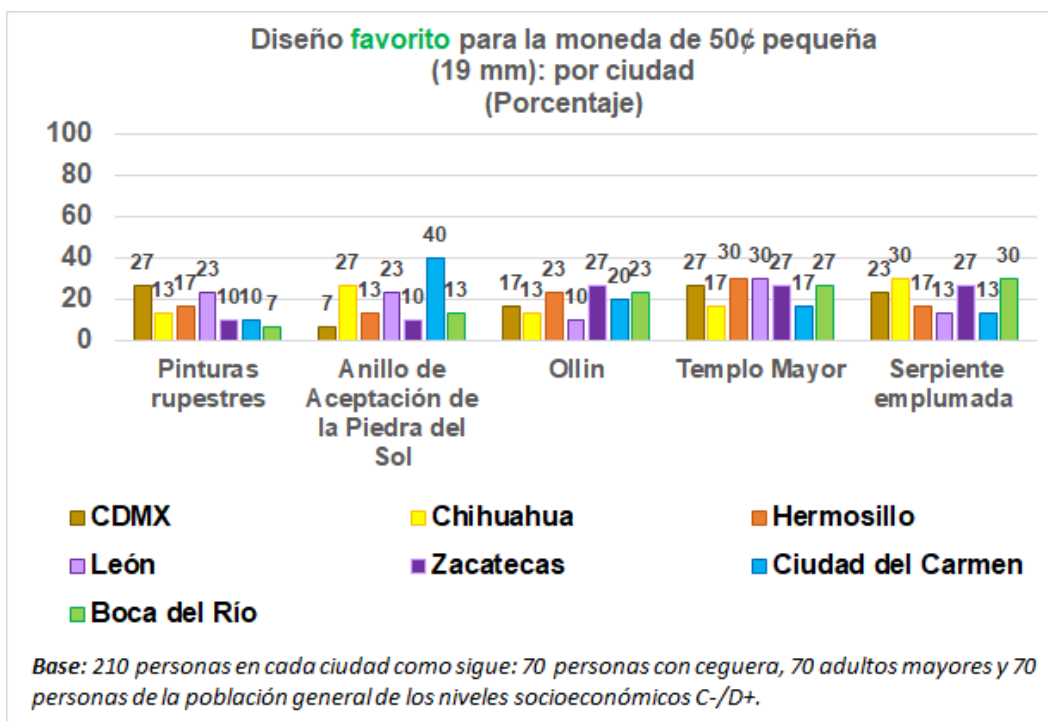
Gráfica 124



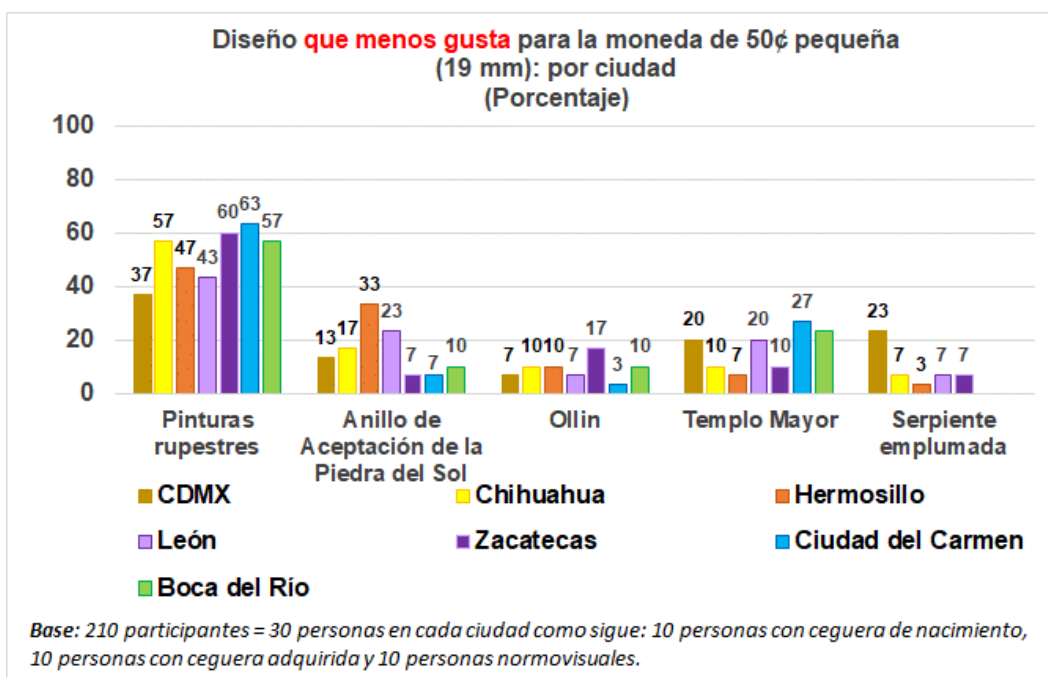
Gráfica 125



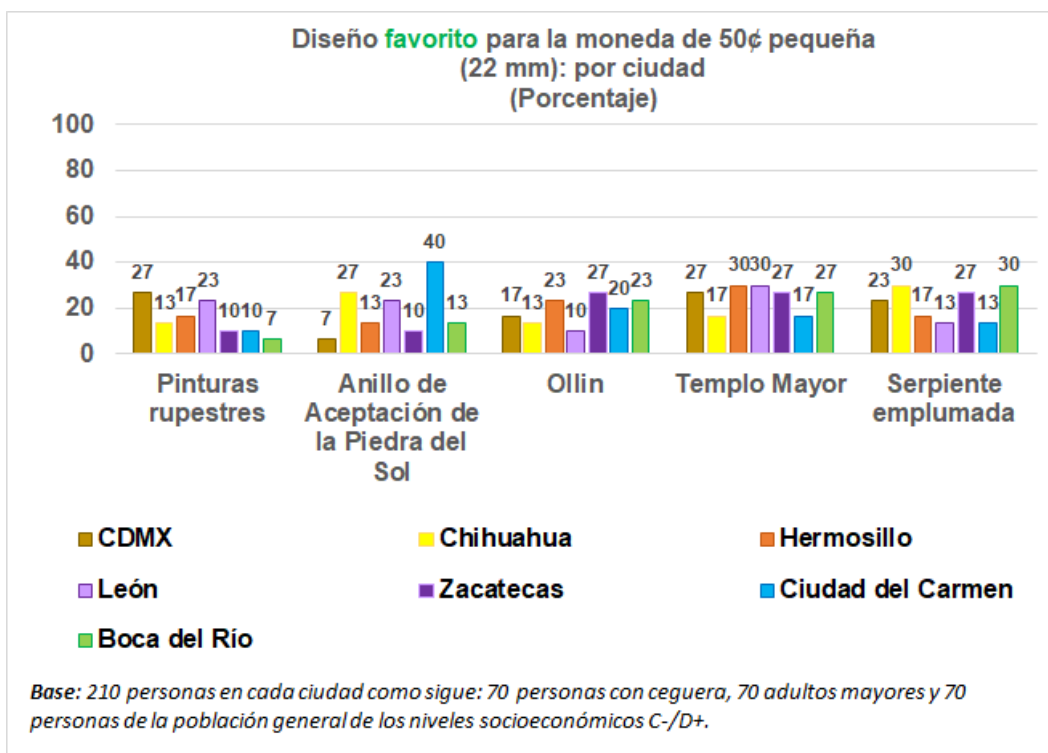
Gráfica 126



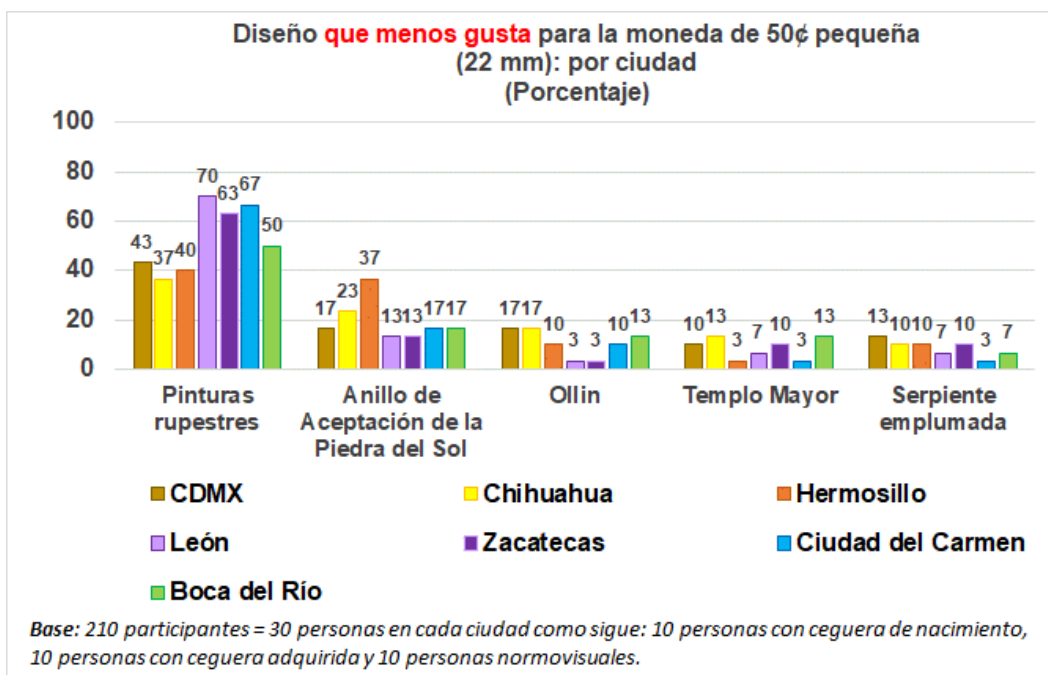
Gráfica 127



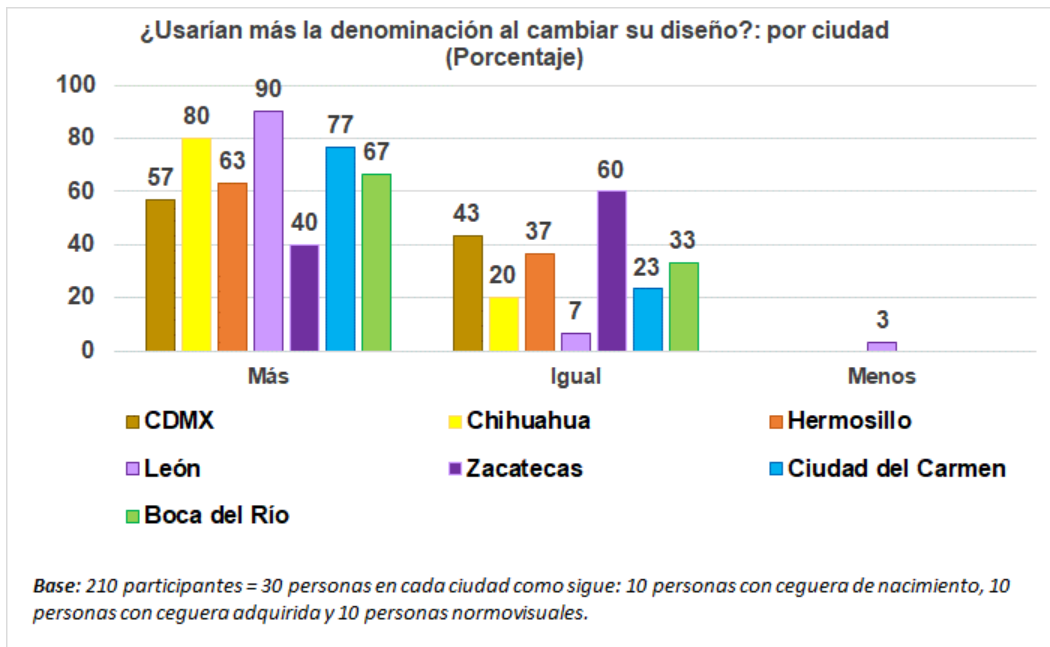
Gráfica 128



Gráfica 129



Gráfica 130





BANCO DE MÉXICO®

[www.banxico.org.mx](http://www.banxico.org.mx)