



BANCO DE MÉXICO

# Resultados de estudios cuantitativos y cualitativos sobre efectivo 2017

## Dirección General de Emisión

## Contenido

Tipos de estudios .....	5
Estudios cuantitativos (encuesta anual y encuestas trimestrales) .....	5
Estudios cualitativos .....	5
Resultados .....	6
Billetes actuales.....	6
Encuestas trimestrales .....	6
Monedas.....	8
Estudios cualitativos, segunda ronda de grupos focales .....	8
Encuestas trimestrales .....	9
Problemas de cambio .....	15
Estudios cualitativos, segunda ronda de grupos focales .....	15
Encuestas trimestrales .....	16
Servicio que ofrecen los bancos .....	16
Encuestas trimestrales .....	16
Disposición de efectivo .....	16
Encuestas trimestrales .....	16
Hábitos de consumo y pago.....	17
Encuestas trimestrales .....	17
Aplicaciones para dispositivos móviles .....	19
Estudios cualitativos, segunda ronda de grupos focales .....	19
Encuestas trimestrales .....	22
Evaluación de marcas en billetes.....	24
Estudio cualitativo con personas ciegas .....	24
Funcionamiento de la tablilla de billetes.....	25
Estudio cualitativo con personas ciegas .....	25
Elementos para el diseño de un billete .....	26
Estudios cualitativos, primera ronda de grupos focales .....	26
Estudios cualitativos, segunda ronda de grupos focales .....	40
Encuestas trimestrales .....	50
Temas financieros .....	52
Encuesta anual .....	52
Anexo I. Aspectos metodológicos de los estudios cuantitativos.....	57

Encuesta anual.....	57
Distribución de la muestra.....	57
Encuesta trimestral.....	58
Distribución de la muestra.....	59
Anexo II. Características de los estudios cualitativos .....	60
Anexo III. Encuesta anual: Gráficas y tablas .....	61
Datos generales de hogar.....	61
Economía del hogar.....	61
Ahorro para el retiro.....	66
Productos y servicios financieros.....	67
Conductas y actitudes hacia el dinero (ahorro/gasto).....	73
Evaluación de conceptos .....	75
Datos educativos y laborales .....	79
Anexo IV. Encuesta trimestral: Gráficas y tablas .....	85
Usos y hábitos del efectivo .....	85
Cajeros automáticos, ventanilla bancaria y otros .....	88
Preferencia de las denominaciones de billetes y monedas .....	92
Billete de \$1,000.....	93
Estado físico de los billetes.....	94
Billetes falsos.....	96
Elementos de seguridad en los billetes.....	97
Campañas de comunicación.....	98
Aplicaciones para dispositivos móviles .....	101
Elementos para el diseño de un billete .....	107
Uso de moneda .....	112
Hábitos de consumo y pago (Personal) .....	113
Hábitos de consumo y pago (Hogares).....	118
Atesoramiento de monedas .....	119
Ahorro en monedas (tipo de ahorro) .....	120
Tiempo ahorrando y cantidad de monedas ahorradas .....	122
Uso del dinero ahorrado .....	123
Anexo V. Grupos focales, primera ronda: Gráficas.....	125
Elementos para el diseño de un billete .....	125

Personaje, comentarios escritos.....	125
Fauna, comentarios escritos .....	128
Anexo VI. Grupos focales, segunda ronda: Tablas y gráficas.....	132
Aplicación para verificar la autenticidad de un billete .....	132
Elementos para el diseño de un billete .....	134
Personaje, comentarios escritos.....	134
Fauna, comentarios escritos .....	136
Anexo VII. Estudio cualitativo para personas ciegas: Tablas y gráficas.....	140

## Tipos de estudios

### Estudios cuantitativos (encuesta anual y encuestas trimestrales)

En el 2017 se levantó una encuesta relacionada con temas sobre capacidades e inclusión financieras en la población<sup>1</sup>. Esta encuesta se realizó por primera vez en México, bajo la metodología desarrollada por la Red Internacional de Educación Financiera de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD/INFE por sus siglas en inglés), con el fin de que nuestro país sea incluido en un ejercicio comparativo a nivel de todos los miembros del G20.

Ese mismo año, se realizaron encuestas trimestrales en hogares de representatividad nacional a población de 18 años o más con temas de interés para el Banco de México<sup>2</sup>; algunos de estos temas son fijos y otros temporales. Las cifras que se presentan para los resultados de las encuestas trimestrales corresponden al promedio anual<sup>3</sup>.

### Estudios cualitativos

Los estudios cualitativos que anualmente se realizan para el Banco de México se hacen mediante dos rondas de grupos focales, los cuales consisten en un reducido número de personas que, con la guía de un moderador, expresan sus opiniones de manera libre y espontánea sobre un tema particular. Estos estudios permiten identificar “tendencias” y los resultados no son estadísticamente representativos de una población en particular puesto que los entrevistados no provienen de una muestra aleatoria probabilística.

Adicionalmente, los participantes de los grupos focales de la segunda ronda registran sus pagos en efectivo durante 15 días en un Diario elaborado por el Banco de México. El Diario es un librito en donde se registran las compras que la persona realizó, obteniendo detalles de las compras realizadas en efectivo, tales como denominaciones de billetes y monedas con que se hicieron los pagos (especificando cuántas piezas de cada denominación se entregaron), denominaciones de billetes y monedas recibidas de cambio (especificando cuántas piezas de cada denominación se recibieron), entre otros.

En el Anexo II se encuentran las características de los estudios cualitativos que se realizaron en 2017.

Además de los grupos focales, se realizó un estudio cualitativo en la Ciudad de México con 20 personas ciegas para evaluar el funcionamiento de la tablilla para denominar billetes y el reconocimiento táctil de las “marcas” en los billetes actuales, para los distintos grados de deterioro. Este estudio se realizó del 23 al 24 de enero de 2017.

---

<sup>1</sup> Esta encuesta se realizó en conjunto con la Dirección General de Asuntos del Sistema Financiero (DGASF) del Banco de México. Los aspectos metodológicos y distribución de la muestra se encuentran en el Anexo I.

<sup>2</sup> Idem.

<sup>3</sup> En algunos casos es necesario utilizar escalas de likert, para posteriormente establecer una calificación de 0 a 10.

## Resultados

A continuación se presentan los resultados obtenidos de los estudios cuantitativos y cualitativos realizados en 2017, los cuales están agrupados por tema. Con respecto a los temas de los estudios cualitativos, unos se abordan también en alguno de los estudios cuantitativos y otros son completamente diferentes.

Cabe mencionar que los resultados de los estudios cuantitativos representan frecuencias expandidas a la población objetivo, que son personas de 18 y más años, que viven en localidades de 50 mil y más habitantes; mientras que los resultados de estudios cualitativos se utilizan para identificar tendencias y no son representativos de alguna población.

## Billetes actuales

### Encuestas trimestrales

#### Preferencia de denominaciones

Las denominaciones favoritas de billetes para realizar pagos en efectivo son las de \$50, \$100 y \$200, con porcentajes de 44, 72 y 48, respectivamente. Las denominaciones de billetes que menos gustan para realizar transacciones son las de \$500 y \$1,000, con porcentajes de 57 y 62, respectivamente.

Con respecto a las monedas, las denominaciones favoritas para hacer pagos son las de \$5 y \$10, con porcentajes de 88 y 91, respectivamente. Las denominaciones de monedas que menos gustan para realizar transacciones son las 10, 20 y 50 centavos, con porcentajes de 59, 55 y 59.

#### Estado físico de los billetes

Al evaluar los billetes en circulación con respecto a su limpieza, falta de tinta y maltrato, se obtuvo que la denominación de \$20 se percibe como la más maltratada. Esta denominación alcanzó una puntuación de 5.2 puntos<sup>4</sup>. La denominación mejor evaluada fue la de \$1,000, con una puntuación de 7 puntos. Las principales características de maltrato que se perciben en cada denominación son las siguientes: el billete de \$20 está roto, rasgado o despintado, el billete de \$50 está despintando, y los de \$100, \$200, \$500 y \$1,000 están viejos o desgastados.

Tomando como referencia los tres meses previos a responder la encuesta, al menos una vez se recibió un billete viejo (73%), roto (69%), pegado con cinta adherible transparente (69%), arrugado (66%) o incompleto (56%). El principal destino de los billetes maltratados que se recibieron fue regresar a la circulación (62%).

#### Billete de \$1,000

El 87% de la población objetivo conoce los billetes de \$1,000; sin embargo, sólo el 20% de estas personas lo usa. De las personas que sí utilizan esta denominación, las principales razones son:

- Les pagan con ellos (74%)

---

<sup>4</sup> Escala de 0 a 10, donde 0=muy malo y 10=muy bueno.

- Son prácticos de llevar (17%)
- Llevan menos cambio (14%)
- Los dan en el cajero automático o ventanilla bancaria (10%)
- Es más fácil contarlos (5%)

Por otro lado, las personas que conocen el billete de \$1,000, pero que no lo usan (79%), argumentan que se debe a que:

- No llegan a sus manos (37%)
- Es difícil cambiarlos (28%)
- No se los reciben (17%)
- Hay pocos en circulación (11%)
- Creen que son falsos (10%)
- Es traer mucho dinero en un billete (6%)
- No se los dan en el cajero automático ni en ventanilla bancaria (4%)
- Manejan poco dinero (3%)

Adicionalmente, se planteó la existencia de un nuevo diseño para el billete de \$1,000 que tuviera elementos de seguridad que fueran modernos y confiables, de modo que hicieran al billete muy seguro y difícil de falsificar. Ante este supuesto, el 59% de la población indicó que utilizaría un billete de \$1,000 con esas características en sus compras y pagos, siendo sus principales razones, las siguientes:

- Serían más seguros (66%)
- Prácticos (33%)
- Estarían en circulación (32%)

Aquéllos que no utilizarían un billete de \$1,000 con estas características (37%) indicaron que sería debido a:

- La dificultad para cambiarlos (44%)
- No los aceptarían / recibirían (20%)
- La inseguridad (14%)
- Se podrían falsificar (14%)
- Sería mucho dinero en un billete (11%)
- Manejan poco dinero (10%)
- No llegaría a sus manos (7%)

A las personas que no utilizarían este billete se les preguntó qué debería tener o qué debería suceder para que lo usaran, y se obtuvieron las siguientes respuestas:

- Fácil de cambiar (27%)
- Difícil de falsificar (15%)
- Aceptado en todos lados (14%)
- Que ganara más dinero (12%)
- De todos modos no lo usarían (10%)
- Que hubiera más en circulación (8%)
- Que hubiera menos inseguridad (8%)
- Que hiciera compras o pagos grandes (7%)
- Que fuera más fácil de identificar (2%)
- Que se difundiera información del billete (1%)

### Billetes falsos

El 14% de la población objetivo indicó haber recibido un billete falso durante los últimos tres meses, siendo más frecuentes las denominaciones de \$50 (25%), \$100 (26%) y \$500 (24%). La principal característica que hizo que se dudara de la autenticidad fue el papel o textura.

Las piezas se recibieron principalmente en un comercio (37%) y a través de un cliente que llegó a su negocio (21%).

Los destinos principales de las piezas falsas recibidas fueron el asumir su pérdida, es decir, no hacer nada con ellas (45%), regresarlas a la circulación (46%) y llevarlas a una sucursal bancaria (8%).

### Elementos de seguridad en los billetes

El principal elemento de seguridad que se conoce o recuerda es el hilo 3D (69% de la población objetivo).

La frecuencia con que se revisan los billetes es de 7.1 puntos<sup>5</sup>. El principal motivo por el cual se revisan los billetes es para verificar su autenticidad.

## **Monedas**

### Estudios cualitativos, segunda ronda de grupos focales

#### Monedas de 10 y 20 centavos

La mayoría de los participantes consideran que las monedas de 10 y 20 centavos no son funcionales porque casi nadie las acepta debido a que no gustan. Se van perdiendo porque la gente no las quiere; incluso las máquinas tampoco las aceptan y hasta hay lugares donde tienen

---

<sup>5</sup> Escala de 0 a 10, donde 0=nunca y 10=siempre.



un letrero indicando que no se aceptan. Además, es difícil identificar su denominación y se necesitan muchas de ellas para poder comprar algo.

Algunos mencionan que en los cambios deben exigirse las monedas de centavos para no regalar su dinero, y afirman que deben seguir existiendo, aunque no todos las acepten, para evitar la práctica del redondeo. Se sugiere hacer estas monedas más grandes para incentivar su uso en lugar de desaparecerlas, ya que mientras los precios lleven centavos deben existir estas denominaciones. Se comenta que el problema es cuando los comerciantes no las aceptan ya que se manda el mensaje de que no tienen valor. En este sentido, se dice que es más fácil que los supermercados acepten monedas de centavos.

Adicionalmente, se indica que si hubiera suficientes monedas en circulación como para dar cambio entonces estaría bien que continuaran en circulación. También se menciona que si se juntan muchas, se pueden cambiar en el banco.

Los que llegan a recibir estas monedas de cambio indican que pagan con ellas en la primera oportunidad o las guardan en la alcancía.

## Encuestas trimestrales

### Uso de monedas

Las monedas de pesos que más se utilizan para realizar pagos, son:

- \$10 (80% de la población objetivo)
- \$5 (72%)
- \$1 (32%)
- \$2 (23%)

Y de las monedas de centavos:

- 50¢ (71% de la población objetivo)
- 20¢ (5%)
- 10¢ (5%)
- 25% no utiliza monedas de centavos.

Por otro lado, al indagar si la gente ha tenido problemas para conseguir monedas de cada denominación, los valores más altos fueron para las monedas de 10 y 20¢ (23% y 25% de la población objetivo, respectivamente). Cabe resaltar que para estas denominaciones, el 17% y 18% de la población objetivo, respectivamente, respondió que no las usa.

Sin tomar en cuenta las denominaciones de 10 y 20¢, el 42% de la población objetivo percibe que actualmente hay menos monedas de 50¢, y el 30% de \$2, comparado con un año atrás.

### Monedas de centavos

Las dificultades que el público ha enfrentado con las monedas de centavos son las siguientes<sup>6</sup>:

Dificultad	10¢	20¢	50¢
No las reciben o aceptan	<b>52%</b>	<b>21%</b>	13%
Se pierden fácilmente	21%	19%	13%
No valen o no son útiles	14%	14%	3%
Se confunden	7%	6%	4%
Escasas o no circulan	5%	7%	4%
Aplican redondeo o no dan cambio	3%	2%	1%
Incómodas, estorban	2%	1%	1%
Ninguna dificultad	17%	20%	<b>67%</b>

Destaca que las quejas se refieren principalmente a falta de aceptación de la moneda de 10¢.

En cuanto a los lugares en donde habitualmente se reciben monedas de centavos, se obtuvo lo siguiente<sup>7</sup>:

Lugar	10¢	20¢	50¢
Supermercado	<b>38%</b>	<b>37%</b>	32%
Tienditas o mini súper	31%	27%	<b>51%</b>
No me han dado esas monedas	21%	26%	2%
Transporte público	7%	6%	17%
Cualquier comercio	5%	4%	20%
Mercado o tianguis	4%	3%	9%
Panadería, tortillería, farmacia, gasolinera	4%	3%	8%
En mi negocio, clientes	1%	1%	1%
Trabajo, familiares o amigos	1%	1%	1%
Banco	1%	1%	1%

Se observa que las monedas de 10 y 20¢ se entregan principalmente en supermercados (Walmart, Soriana, Comercial Mexicana, Chedraui, etc.), mientras que las monedas de 50¢ se entregan principalmente en tienditas o mini súper (Oxxo, K-mart, Seven-11, etc.).

Con respecto al destino de las monedas de centavos una vez que las personas las reciben<sup>8</sup>, se identificó que las de 10 y 20¢ principalmente se guardan o acumulan (46% de la población objetivo en cada caso), y las de 50¢ se utilizan principalmente para pagar (77%).

Al evaluar la idea de sacar de circulación las monedas de centavos, el 77% de la población objetivo estuvo de acuerdo para la moneda de 10¢, el 75% para la moneda de 20¢ y el 16% para la de 50¢; y las principales razones son:

<sup>6</sup> Respuesta múltiple, no suma 100%

<sup>7</sup> Idem.

<sup>8</sup> Idem.

Motivo	10¢	20¢	50¢
No las reciben o aceptan	<b>34%</b>	<b>36%</b>	23%
No valen o no son útiles	30%	31%	23%
No las uso	14%	13%	10%
Se pierden fácilmente	13%	12%	<b>26%</b>
Para que no apliquen redondeo	4%	3%	4%
<i>Los porcentajes por denominación son respecto a quienes están de acuerdo en que se retiren de la circulación.</i>			

Al 19% de la población objetivo le parece que es una mala idea sacar de circulación la moneda de 10¢, 22% para la moneda de 20¢ y 82% para la de 50¢; y las principales razones son:

Motivo	10¢	20¢	50¢
Se ajustarán o redondearán los precios	<b>42%</b>	<b>38%</b>	16%
No habría cambio, son necesarias	37%	<b>39%</b>	<b>68%</b>
Es manejable, vale más	-	-	5%
Se afectaría la economía, se devaluaría el peso	10%	10%	3%
Tienen valor, sirven para pagar	3%	3%	2%
<i>Los porcentajes por denominación son respecto a quienes no están de acuerdo en que se retiren de la circulación.</i>			

Para finalizar esta sección de la encuesta, se brindó la siguiente explicación:

*Actualmente, se producen 1 moneda de 10¢ por habitante por año, y 1 moneda de 20¢ por cada dos habitantes por año. La fabricación de cada una de estas monedas en 2014 tuvo un costo aproximado de 40¢; es decir, la moneda de 10¢ cuesta cuatro veces su valor, y la de 20¢ cuesta el doble de su valor.*

*Estos costos los pagamos todos y, sin embargo, son monedas que se usan poco y en varios lugares no son aceptadas.*

Y posteriormente, se volvió a evaluar la idea de sacar de circulación las monedas de centavos, en particular, las de 10 y 20¢, obteniéndose un incremento en las opiniones a favor:

Opinión	10¢		20¢	
	Sin información	Con información	Sin información	Con información
Buena idea	77%	<b>82%</b>	75%	<b>81%</b>
Mala idea	19%	16%	22%	17%
No sabe / no respondió	4%	2%	3%	2%

Ante el supuesto de la desaparición de las monedas de 10 y 20¢ se planteó la necesidad de un ajuste de precios de productos a 50¢, y se volvió a evaluar la idea de sacarlas de circulación, obteniéndose los siguientes cambios en los porcentajes de las respuestas:

Opinión	10¢		20¢	
	Con información de costos de acuñación	Considerando ajuste de precios	Con información de costos de acuñación	Considerando ajuste de precios
Buena idea	<b>82%</b>	<b>64%</b>	<b>81%</b>	<b>65%</b>
Mala idea	16%	33%	17%	33%
No sabe / no respondió	2%	3%	2%	2%

En los tres casos (sin información, con información de costos de acuñación y considerando ajuste de precios), más del 60% de la población objetivo está a favor de retirar de la circulación las monedas de 10 y 20¢.

### Atesoramiento de monedas

#### *Monedas conmemorativas*

##### Conocimiento y uso de monedas conmemorativas en circulación

El 61% de la población objetivo conoce las monedas conmemorativas que están en circulación. Al mostrar una tarjeta con monedas de \$5, \$10, \$20 y \$100 conmemorativas que están en circulación, el 84% recuerda haber visto la moneda de \$10, el 80% la de \$5, el 76% la de \$20, y el 38% la de \$100.

Si tuvieran monedas conmemorativas y no conmemorativas, el 48% de la población objetivo preferiría pagar con monedas no conmemorativas, mientras que al 40% le es indistinto con cuales pagar.

##### Coleccionistas de monedas conmemorativas

El 23% de la población objetivo mencionó que en su hogar alguien coleccionaba diferentes monedas de \$5, \$10, \$20 o \$100. De quienes coleccionan algunas de estas denominaciones, el 65% colecciona monedas de \$5, el 45% de \$10, el 53% de \$20, y el 21% de \$100. El 36% de las personas que coleccionan estas monedas lleva 5 años o más haciéndolo.

En cuanto al número de monedas conmemorativas; en promedio, las personas tienen entre 30 y 39 monedas de alguna denominación, esto es, el 30% de las personas tiene monedas de \$5 en este rango; el 57% monedas de \$10, el 70% monedas de \$20, y el 81% monedas de \$100.

### Ahorro en monedas

El 37% de la población objetivo mencionó que en su hogar han ahorrado en monedas. De estas personas, el 65% dijo que en su hogar ahorran en monedas desde antes de 2014.

#### *Reto de los diez pesos*

De las personas que han ahorrado en monedas, el 53% conoce o ha escuchado sobre el “reto de los diez pesos”. Los medios por los que se enteraron de este reto son: internet (51% de las personas), por conocidos o familiares (21%), o por televisión (20%). El 81% de las personas mencionó que después de haberse enterado de este reto, en su hogar empezaron a ahorrar.

### *10 pesitos al día*

Asimismo, de quienes han ahorrado en monedas, el 27% conoce o ha escuchado sobre la campaña “10 pesitos al día” de la CONSAR. Estas personas se enteraron de esta campaña por televisión (53%), por internet (22%), radio (15%), o conocidos o familiares (5%). El 60% mencionó que después de haberse enterado de esta campaña, en su hogar se motivaron para ahorrar.

### *Tiempo ahorrando y cantidad de monedas ahorradas*

De las personas que han ahorrado en monedas, el 48% lo suele hacer en una alcancía o cochinito, el 14% en una botella de 2 litros, y el 13% en una botella de entre 2 y 10 litros. Aproximadamente, la mitad de las personas que han ahorrado en monedas empezaron a hacerlo en el 2015. El 38% lo hace de manera eventual, mientras que el 31% lo hace una vez a la semana, y el 26% a diario.

En cuanto a las denominaciones que ahorran, el 83% ahorra monedas de \$10, el 66% monedas de \$5, el 32% monedas de \$1, y el 26% monedas de \$2.

### *Monto ahorrado*

Una de cada cinco personas no sabe cuánto dinero ha ahorrado, mientras que casi una de cada cinco personas de quienes han ahorrado tienen entre \$200 y \$500 en su alcancía o cochinito, una proporción similar tiene ahorrado entre \$500 y \$1,000.

### *Uso del dinero ahorrado*

En cuanto a la finalidad que se le dará a las monedas ahorradas, el 45% de las personas lo destinará para realizar un pago, y el 26% las llevará a un banco para cambiarlas por billetes.

De las personas que han ahorrado en monedas, la mitad solía sacar dinero de las alcancías, botellas o recipientes donde las tenían guardadas. De estas personas, el 62% tomaba dinero de manera eventual, el 19% una vez al mes, y el 14% una vez a la semana. En cuanto a la cantidad de monedas, el 87% retira sólo algunas, mientras que el 13% saca todas las monedas. El 75% de las personas suele tomar monedas de \$10, el 51% monedas de \$5, el 12% monedas de \$1, y el 10% monedas de \$2. Cuando retiran monedas de las alcancías o recipientes, el 36% lo hace por alguna urgencia, el 33% para pagar algo, y el 19% para pagar el pasaje. Si las personas han cambiado o quisieran cambiar monedas por billetes, el 42% lo haría en un banco, el 38% en un comercio, y el 16% realizaría un pago para hacerse de cambio.

Finalmente, de la población objetivo, el 37% dijo tener tarjeta de débito, y el 12% de crédito (bancaria o departamental).

### *Campaña de recirculación de monedas*

En 2016 se lanzó una campaña de comunicación para invitar al público a usar o cambiar sus monedas en sucursales bancarias. Con este propósito, se transmitió un anuncio en radio y televisión a partir del 14 de junio, el cual terminó en radio el 29 de agosto, y en televisión, el 24 de octubre. Asimismo, se difundió información a través de redes sociales, internet (YouTube y Google Display Network), revistas (Muy Interesante, TV Novelas y TV Notas), pantallas del tren suburbano, Interjet y de autobuses Estrella Blanca, así como en la Asociación de Bancos de México (ABM) y comercios afiliados a la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales, A.C. (ANTAD).

En la encuesta del primer trimestre de 2017 se incluyó una sección de preguntas relacionadas con esta campaña, no sólo para identificar si el público vio o escuchó el anuncio, sino también para saber si su contenido tuvo alguna influencia en sus acciones con respecto a las monedas.

- De forma espontánea, es decir, sin proporcionar información del contenido de las campañas, se obtuvo que el 29% de la población objetivo<sup>9</sup> recordó haber visto o escuchado algún anuncio acerca de monedas. De ellos, el 55% (que representa 6.7 millones de personas) recordó correctamente contenidos de los anuncios.
- Al proporcionar información acerca de los anuncios que se estuvieron transmitiendo, el porcentaje que recordó alguno de ellos aumentó de 29% a 40%, siendo la televisión el principal medio a través del cual conocieron la campaña.
- De las personas que recordaron la transmisión de algún anuncio, casi la mitad dijo que no tenía monedas guardadas, mientras que el 25% reaccionó como se esperaba después de conocer la campaña: 18% recirculó las monedas que tenía olvidadas o guardadas al usarlas para pagar, y 7% acudió a una sucursal bancaria para cambiarlas.
- De las personas que tenían monedas olvidadas o guardadas, el 44% mencionó que tenía menos de \$100 almacenados, y el 19%, entre \$101 y \$500.

### Campaña “10 pesitos al día”

La Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro (CONSAR), lanzó una campaña de difusión en radio y televisión para incentivar el ahorro voluntario entre los trabajadores, particularmente los jóvenes, concientizándolos de la importancia de empezar a ahorrar desde edades tempranas para acumular más recursos y disfrutar de un buen retiro.

En la encuesta del primer trimestre de 2017 se incluyeron algunas preguntas relacionadas con esta campaña para saber si su contenido tuvo alguna influencia con respecto al ahorro de monedas. Antes de iniciar las preguntas, se explicó al encuestado el objetivo de la campaña “10 pesitos al día”.

- El 40% de la población objetivo recordó haber visto o escuchado algún anuncio sobre esta campaña, y de ellos, sólo el 11% después comenzó a ahorrar monedas para su afore.
- De las personas que comenzaron a ahorrar monedas para su afore, el 40% mencionó que llevaba más de un año.
- El 45% de las personas que ahorran, acumulan hasta \$50 en monedas de forma semanal.
- La moneda que más se ahorra es la de \$10.

---

<sup>9</sup> La población objetivo son las personas de 18 años y más que viven en localidades de más de 50 mil habitantes. Esta población representa a 42.7 millones de personas.

## Problemas de cambio

### Estudios cualitativos, segunda ronda de grupos focales

#### Solicitud de otras denominaciones de billetes al hacer pagos

Los participantes indican que es una práctica común en los comercios, y a veces hay que esperar a que otro cliente pague para que el comercio tenga cambio. En algunos lugares no quieren aceptar billetes de alta denominación por temor a que sea falso, y no tanto por la falta de cambio. De forma generalizada se mencionan tiendas de conveniencia, además de tienditas de las colonias y mercados, y aunque esta práctica es menos frecuente en supermercados, también se mencionaron algunos casos.

#### Solicitud de monedas para dar menos cambio<sup>10</sup>

El solicitar monedas para dar menos cambio (por ejemplo, si el monto total es de 67 pesos es probable que se soliciten 2 pesos o 7 pesos para dar menos cambio) es otra práctica común en los comercios y transporte público, así como pedir que se pague el monto exacto. Se mencionan experiencias al pagar en puestos ambulantes, tintorerías, taxis, pollerías, tienditas de las colonias. Se comenta que en tiendas de autoservicio también ocurre, principalmente en las mañanas, que es cuando apenas empiezan y tienen menos cambio, y en ocasiones, los cajeros sacan de sus propias monedas para completar el cambio.

Se menciona que esta práctica puede ser consecuencia de que no hay monedas suficientes para dar cambio, o bien, es una “maña” de los comerciantes para agilizar las operaciones.

#### Redondeo<sup>11</sup>

Se señala que actualmente, el redondeo para una causa altruista es menos común en supermercados, pero en Oxxo todavía se hace y no siempre preguntan si se acepta, simplemente lo aplican. El caso del Oxxo es generalizado y también se mencionan farmacias, gasolineras, Soriana, Comercial Mexicana, Aurrerá, Walmart, Chedraui, Seven Eleven y HEB.

El redondeo se aplica en contra del consumidor aunque en pequeños establecimientos es más fácil que redondeen a favor del comprador.

Se tienen dudas con respecto a que el dinero, producto del redondeo, realmente sea para el fin altruista anunciado puesto que no hay ningún documento oficial que testifique lo recaudado y entregado; además, se señala que el dinero que los supermercados recaudan para alguna causa lo hacen deducible de impuestos a costa de todos los clientes.

En general, no se exige el cambio de cantidades de centavos, sin embargo, al pensar en todos los montos pequeñitos que deben quitar a los clientes, se opina que se debe obtener una gran suma. Algunos comentan que no se dan cuenta de que redondearon su total hasta que observan el ticket de compra, y los que indican que han llegado a exigir su cambio de centavos han recibido

---

<sup>10</sup> Idem.

<sup>11</sup> Idem.

como contestación que no hay monedas, y de todos modos les redondean su total, por ello se percibe escasez de moneda fraccionaria.

Asimismo, se menciona que disgusta ver precios como \$599.99, ya que no hay monedas de centavos para pagar exactamente esas cantidades y se cobra el precio redondeado hacia arriba.

### Encuestas trimestrales

El 53% de la población objetivo ya había utilizado efectivo el mismo día que respondieron la encuesta, y el 75% había realizado entre uno y cinco pagos desde el día anterior a la encuesta y hasta antes de responderla. Desde el día anterior a la encuesta, el 11% no pudo realizar un pago o compra en efectivo por falta de cambio.

De los que utilizaron efectivo desde el día anterior a la encuesta y hasta antes de responderla, lo hicieron principalmente en tiendas de abarrotes, misceláneas y tienditas (37%), y en supermercados o tiendas de membresía (21%). En los pagos realizados durante ese intervalo de tiempo, el 41% pagó el monto exacto, y al 7% le pidieron otros billetes o monedas para facilitar la entrega de cambio. Asimismo, al 19% le preguntaron si aceptaba el redondeo para algún fin altruista.

Considerando únicamente la última compra realizada en efectivo, el 44% de la población objetivo pagó el importe exacto, al 51% le dieron cambio, y no tuvieron cambio en el 5% de los casos. Al 96% le dieron cambio completo, el 24% considera que le entregaron muchas monedas de cambio, y el 15% considera que le entregaron muchos billetes de cambio. Al 56% le faltaron monedas de centavos en el cambio que recibió, y al 31% le faltaron monedas de pesos. La cantidad que debían recibir de cambio fue entre \$11 y \$100 para el 30%.

El recibir muchas monedas de cambio se calificó con 5.6 puntos<sup>12</sup>; y el recibir muchos billetes de cambio se calificó con 4.4.

## Servicio que ofrecen los bancos

### Encuestas trimestrales

El 9% de la población objetivo acostumbra ir al banco a cambiar billetes de denominaciones altas por denominaciones bajas; el 12% acostumbra ir a cambiar billetes por monedas, y el 13% acostumbra ir a cambiar monedas por billetes.

## Disposición de efectivo

### Encuestas trimestrales

El 47% de la población objetivo acostumbra acudir a cajeros automáticos para obtener efectivo. De las personas que retiran efectivo en cajero automático, el 85% lo hace entre 1 y 5 veces al mes. La última vez que se recibió efectivo de un cajero automático, el 35% recibió billetes de \$200, el 29% recibió de \$100 y el 26% recibió billetes de \$500. Al 77% le parecieron bien las denominaciones que recibió. La última vez que se obtuvo dinero de un cajero automático, el 37% obtuvo montos menores a \$1,000 y el 34% obtuvo montos de \$1,000 a \$2,000; el 20% recibió

---

<sup>12</sup> Escala de 0 a 10, donde 0=me parece muy mal y 10=me parece muy bien.



algún billete maltratado (sucio, desgastado, roto o pintado), y de ellos, el 34% fueron billetes de \$200, el 37% fueron de \$100 y el 19% de \$500.

El 14% acostumbra obtener efectivo en ventanilla bancaria. De estas personas, el 82% acude entre 1 y 5 veces al mes. La última vez que se recibió efectivo en ventanilla bancaria, el 32% recibió billetes de \$200, el 25% recibió billetes de \$100 y el 27% recibió billetes de \$500. Al 83% le parecieron bien las denominaciones que recibió. La última vez que se obtuvo dinero de ventanilla bancaria, el 26% obtuvo montos menores a \$1,000 y otro 25% obtuvo montos entre \$1,000 y \$2,000; el 23% recibió algún billete maltratado, y de ellos, 32% fueron billetes de \$200, 30% fueron de \$100 y 24% de \$500.

Sin considerar cajero automático ni ventanilla bancaria, el 27% obtiene efectivo de algún familiar, el 16% obtiene efectivo de su patrón, el 15% de sus clientes y el 3% de otro medio como una beca o pensión. De las personas que obtienen efectivo de otro medio distinto a cajero automático y ventanilla bancaria, el 69% lo obtiene entre 1 y 5 veces al mes. La última vez que se recibió efectivo de un medio diferente a cajero automático o ventanilla bancaria, el 29% recibió billetes de \$200 y el 28% recibió billetes de \$100. Al 89% le parecieron bien las denominaciones que recibió. La última vez que se obtuvo dinero de un medio diferente a cajero automático o ventanilla bancaria, el 62% obtuvo montos mayores a \$4,000; el 29% recibió algún billete maltratado, y de ellos, el 33% fueron billetes de \$100, el 21% de \$200 y el 21% de \$50.

## Hábitos de consumo y pago

### Encuestas trimestrales

#### Personal

##### *Hábitos de compra hace 5 años y actualmente*

Hace 5 años, el 95% de la población objetivo acostumbraba pagar en efectivo sus gastos personales como transporte, alimentos, despensa. En cuanto a otros medios de pago, el 8% pagaba con tarjeta de débito, el 4% con tarjeta de crédito, y un porcentaje similar con vales de despensa. Actualmente, esta distribución porcentual en los hábitos de pago no ha tenido una variación considerable, ya que el 95% sigue pagando en efectivo, el 10% con tarjeta de débito, el 5% con tarjeta de crédito, y un porcentaje similar con vales de despensa.

A pesar de que un alto porcentaje acostumbra pagar con efectivo; hace 5 años, el 28% elegía otro medio de pago distinto al efectivo a partir de cierta cantidad; actualmente, este porcentaje ha aumentado al 33%. Asimismo, hace 5 años el 73% realizaba todas sus compras y gastos diarios personales solamente con efectivo, porcentaje que actualmente se mantiene sin diferencias significativas: 71%.

El 22% considera que de 5 años a la fecha ha cambiado la forma en que realiza pagos porque ahora siempre utiliza efectivo, es más rápido y seguro, además de no contar con otro medio de pago; el 15% no ha cambiado sus hábitos de pago.

En lo referente a los lugares donde las personas realizaban las compras hace 5 años, el 55% lo hacía en supermercados (Chedraui, Walmart, Comercial Mexicana, etc.), el 38% en mercados, el 33% en tiendas de abarrotes, misceláneas, tienditas, estanquillos, el 24% en tianguis o mercados

sobre ruedas. Actualmente, la preferencia de lugares de compra se mantiene similar a como era hace 5 años.

#### *Preferencias en el uso del efectivo*

El 30% de la población objetivo suele usar a la semana entre \$500 y \$1,000 para todos los pagos y compras personales que realiza, y el 29% usa más de \$1,000.

Bajo el supuesto de que una persona realizara un pago por \$40, y para ello tuviera \$40 en monedas y \$40 en billetes; el 44% usaría tanto monedas como billetes en su pago, el 34% usaría sólo monedas, y el 20% usaría sólo billetes.

#### *Pago con monedas*

Al realizar un pago, en general, el 42% de la población objetivo prefiere pagar con monedas de alta denominación, el 40% con monedas de baja denominación, y al 18% le es indistinto, o con ambas.

De las personas que prefieren pagar con monedas de alta denominación, el 45% lo hace por facilidad o sencillez, el 24% para obtener cambio, y el 16% lo hace porque no le gusta traer cambio o cargar muchas monedas.

De las personas que prefieren pagar con monedas de baja denominación, al 51% no le gusta traer o cargar cambio o monedas, y el 14% prefiere no guardar monedas de baja denominación.

De las personas que les es indiferente, el 36% es por el monto que tiene que pagar, el 17% por facilidad o sencillez, y al 16% porque no le gusta traer cambio o monedas.

#### *Pago con billetes*

En lo referente a billetes, al realizar un pago, el 46% de la población objetivo prefiere pagar con billetes de baja denominación, el 36% con billetes de alta denominación, y al 18% le es indistinto, o con ambos.

De las personas que prefieren pagar con billetes de baja denominación, el 28% lo hace porque no le gusta traer o cargar muchos billetes, el 20% por el monto que tiene que pagar, y el 13% para obtener cambio.

De las personas que prefieren pagar con billetes de alta denominación, el 60% lo hace para obtener cambio, y el 11% porque no le gusta traer o cargar muchos billetes.

De las personas a quienes les es indiferente, el 46% es por el monto que tiene que pagar, al 10% porque no le gusta traer o cargar muchos billetes.

#### *Otros temas*

Por otro lado, en el supuesto de que tuviera que realizar una compra por \$200 en un establecimiento que acepta tarjeta, el 73% de la población objetivo preferiría pagar con efectivo, y el 24% con alguna tarjeta de débito o crédito.

Asimismo, durante la semana previa a la entrevista, el 31% gastó \$20 o menos en propinas para el “viene, viene”, limosnas, parquímetros, cerrillos del súper; mientras que el 17% gastó entre \$21 y \$50. Al momento de la entrevista, el 40% de las personas contaba en su bolsa, cartera o monedero con menos de \$30 en monedas, el 17% llevaba entre \$30 y \$50, y un 23% no llevaba monedas consigo.

Cuando las personas necesitan conseguir cambio para pagos como transporte, parquímetros, cerillos del súper, “franeleros”, limosnas, el 44% las consigue en una tienda, mientras que el 27% haría una compra para cambiarlas, el 11% las consigue con un familiar, y sólo el 4% en un banco.

En general, el 39% considera que en su hogar, durante los últimos 3 meses, se ha usado más efectivo que antes para pagar gastos personales o los del hogar porque no utilizan tarjetas, sólo efectivo (29%); todo es más caro (17%); es más fácil o práctico (15%); por seguridad, clonan la tarjeta, es más difícil que te roben (9%); entre otros.

### En el Hogar

#### *Hábitos de compra hace 5 años y actualmente*

El 95% de la población objetivo mencionó que hace 5 años, para pagar los gastos de su hogar, acostumbraba pagar en efectivo los gastos generales como transporte, alimentos, despensa. En cuanto a otros medios de pago, el 5% pagaba con tarjeta de débito, el 3% con tarjeta de crédito, y un 2% con vales de despensa. Actualmente, esta distribución porcentual en los hábitos de pago no ha tenido una variación considerable, ya que el 96% sigue pagando en efectivo, el 7% con tarjeta de débito, el 3% con tarjeta de crédito, y un porcentaje similar con vales de despensa.

Respecto a los bienes y servicios adquiridos en el hogar hace 5 años, el 75% de la población objetivo hizo todos los pagos en efectivo, y el 15% la mayor parte de ellos en efectivo. Actualmente, esos porcentajes no han cambiado de manera significativa, ya que el 70% hace todos estos pagos en efectivo, y el 19% la mayor parte de ellos.

En lo referente a los lugares donde las personas solían realizar compras hace 5 años, el 57% de la población objetivo lo hacía en supermercados (Chedraui, Walmart, Comercial Mexicana, etc.), el 39% en mercados, el 29% en tiendas de abarrotes, misceláneas, tienditas, estanquillos, el 24% en tianguis o mercados sobre ruedas, y 7% en tiendas de conveniencia (Oxxo, 7-eleven, Círculo K, Extra, etc.). Actualmente, la preferencia de lugares de compra aumentó en los supermercados (65%), y en tiendas de conveniencias (10%), y disminuyó ligeramente para mercados (37%), tiendas de abarrotes (28%), y tianguis o mercados sobre ruedas (22%).

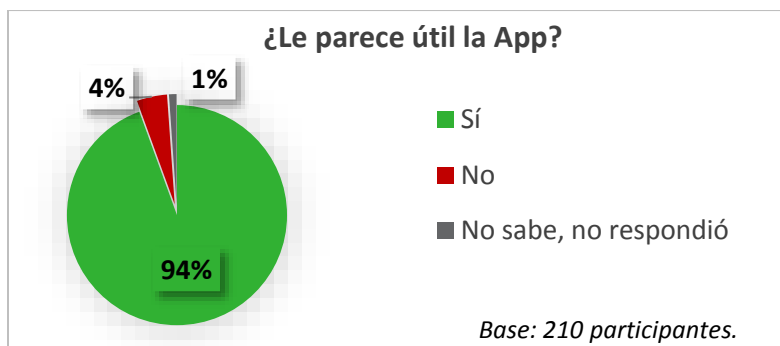
## **Aplicaciones para dispositivos móviles**

### **Estudios cualitativos, segunda ronda de grupos focales**

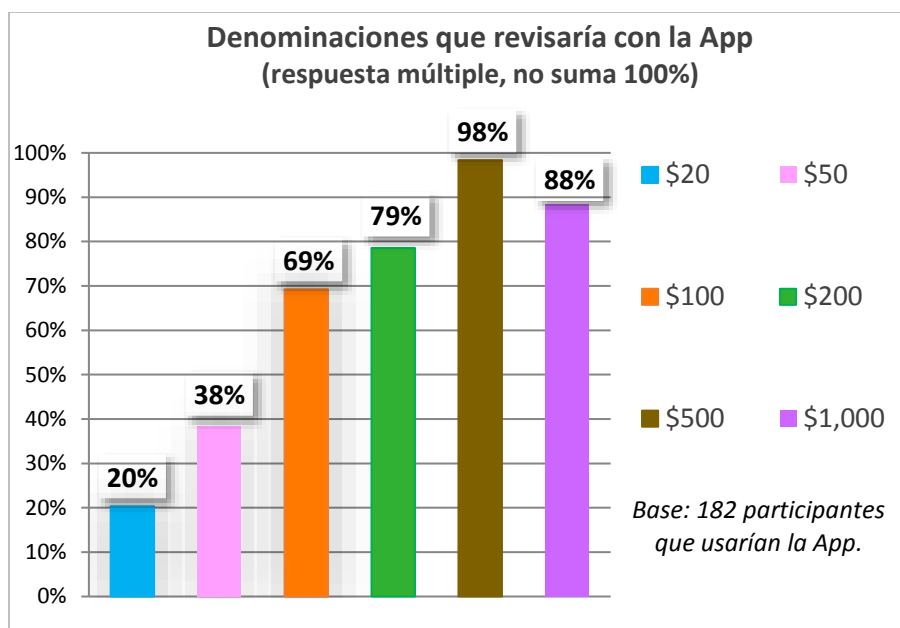
#### Aplicación para verificar la autenticidad de un billete

El Banco de México está desarrollando una aplicación (App) para dispositivos móviles, la cual permitirá revisar la autenticidad de un billete. Para conocer la opinión de los participantes, se proyectaron dos videos de 30 segundos cada uno; en el primero, se mostró el funcionamiento de la App al revisar un billete auténtico, y en el segundo, se ejemplificó la revisión de una pieza falsa.

La mayoría de los participantes utilizaría la App para revisar los billetes de los que dude de su autenticidad o a los que les falte “el hilo”.



Mencionaron que será una aplicación muy útil, sobre todo para revisar los billetes de \$1,000 porque no se encuentran seguido. También se indica que será muy útil para los adultos mayores y para revisar billetes en gasolineras. En particular, 87% de los participantes (182 personas) usaría esta App para para revisar diferentes denominaciones, como sigue:



Con respecto a revisar los billetes dependiendo de su procedencia, el 81% (170 personas) la usaría para billetes de cajero automático; 69% (144 personas) para billetes de ventanilla bancaria; 95% (200 personas) para billetes procedentes de familiares o amigos, y 97% (203 personas) para billetes procedentes de comercios. Esto refleja que se tiene menos confianza en los billetes que se reciben en comercios y de familiares o amigos, y se confía más en los billetes procedentes de ventanilla bancaria. Las personas desconfían de los billetes que reciben de familiares o amigos porque creen que no saben identificar si estos billetes son falsos.

Denominaciones que revisaría	Cajero automático	Ventanilla bancaria	Familiares o amigos	Comercios
\$20	-	1%	-	1%
\$50	4%	1%	-	2%
\$100	7%	4%	5%	4%
\$200	8%	6%	6%	8%
\$500	16%	10%	12%	9%
\$1,000	12%	7%	9%	6%
Todas	40%	41%	44%	<b>51%</b>
Sólo de las que dude	38%	<b>45%</b>	41%	36%
<i>BASE (participantes que usarían la App en billetes de...)</i>	170	144	200	203
Ninguna	19%	31%	<b>5%</b>	<b>3%</b>
<i>BASE (número total de participantes)</i>	210			

*Respuesta múltiple, no suma 100%*

Con respecto a la confianza en la App, gusta que tenga el respaldo del Banco de México, “¿Quién mejor que el que los hace?, además, es quien tiene la base de datos de los billetes”. La mayoría opina que no le gustaría que fuera una aplicación de la banca porque podrían tener favoritismos hacia sus clientes, además, terminarían cobrando algo. Se confía más en Google que en la banca: “los bancos son muy ratas”. Los que opinan que no tienen inconveniente en que una empresa o institución diferente al Banco de México lance la aplicación, señalan que éste deberá respaldarla.

El 92% de los participantes (193 personas) confiaría en el resultado que arrojará la App mientras que el 3% no confiaría (7 personas), y el resto, no sabe o no respondió.

Varios participantes se quedan con la impresión de que la App tarda mucho en dar la respuesta, les parece que no es fácil ni rápido centrar la imagen para fotografiar al billete. Preocupa que se requiera internet para poder usar la App porque no hay en todos lados, también inquieta que tengan que consumir datos de su celular al usarla, ya que sería un costo indirecto. Además, surgen algunas inquietudes en torno a la seguridad; se teme que la base de datos del Banco de México sea *hackeada*, y eventualmente, la App no sea confiable; otros mencionan que podría haber una aplicación pirata que diera resultados incorrectos. También se duda de la certeza del resultado al revisar un billete maltratado.

Se sugirió que esta verificación se integre en los cajeros automáticos para tener certeza de que los billetes que se obtienen de ellos son auténticos.

<b>Algunos comentarios</b>	
<b>Positivos</b>	<b>Negativos</b>
<i>“Me parece bueno porque no tienes que estar revisando los elementos”</i>	<i>“Nosotros que somos comerciantes y no siempre tenemos conexión a internet va a ser un problema”</i>
<i>“A mi esta aplicación sí me gustaría bastante, hay veces que tenemos lonas y no se distinguen bien los colores de los billetes”</i>	<i>“Es útil pero tarda mucho”</i>
<i>“Se supone que la aplicación la está haciendo el Banco de México, me da más confianza”</i>	<i>“Debería el Banco de México absorber el costo del uso de los datos”</i>
<i>“Me parece que está bien para checarlo porque he sacado dinero del cajero y he ido a Oxxo y no lo quieren porque es falso”</i>	<i>“Difícil estar checando los billetes en el banco, da miedo que saliendo te asalten”</i>
<i>“Que lo pongan adentro del cajero y ya que vengan revisados”</i>	<i>“Yo no le veo la utilidad, yo voy y reviso lo que ya trae y no me tardo nada, tardarme ocho o diez segundos en checar cada billete, yo lo haría en menos”</i>
<i>“El celular es una herramienta que siempre uno trae”</i>	<i>“Que no falle por cualquier cosa porque si no, deja de ser confiable”</i>
<i>“Lo que me gustó mucho en lo que vi es que la letra es grande, porque yo que tengo papás que igual no ven del todo bien y necesitan los lentes... dice en grande que es falso y correcto, está súper”</i>	<i>“Las Apps son hackeables”</i>

## Encuestas trimestrales

### Aplicación Gogol

El Banco de México está desarrollando una aplicación para dispositivos móviles que permita al público revisar, de forma gratuita, la autenticidad de un billete. En las encuestas trimestrales de 2017 se incluyó una sección de preguntas relacionadas con esta aplicación para identificar si sería útil.

En promedio, el 49% de la población objetivo<sup>13</sup> indicó que tiene un teléfono inteligente. De quienes tienen un teléfono inteligente, el 79% (que representa 16.7 millones de personas), descargaría una aplicación gratuita del Banco de México para verificar la autenticidad de los billetes.

Por otro lado, de quienes no tienen un teléfono inteligente (50% de la población objetivo), el 53% (11.3 millones de personas) descargaría una aplicación gratuita del Banco de México para verificar la autenticidad de los billetes, asumiendo que tuvieran un teléfono inteligente.

<sup>13</sup> La población objetivo son las personas de 18 años y más que viven en localidades de más de 50 mil habitantes. Esta población representa a 42.7 millones de personas.

De las personas que descargarían la aplicación, ya sea que tengan o no un teléfono inteligente (28 millones de personas), el 97% (27.1 millones de personas) la usaría para revisar la autenticidad de sus billetes.

De las personas que usarían la aplicación, el 63% indicó que si ya la tuviera la habría usado de 1 a 10 veces durante el último mes, 32% la habría usado más de 10 veces, el 1% no la habría usado y el 4% no supo<sup>14</sup>. De los que usarían la aplicación, se observa que entre mayor sea la denominación del billete, más personas los revisarían, ya que prácticamente, al menos el 90% la usaría para revisar la autenticidad de los billetes de \$100, \$200, \$500 y \$1000.

Pensando en que el proceso de validación de la autenticidad de un billete incluye: sacar el teléfono inteligente, abrir la aplicación, tomarle foto al billete que se desea validar, y esperar la respuesta de la validación; de aquéllos que usarían la aplicación, entre el 54% y el 63% estaría dispuesto a invertir hasta 5 minutos en la revisión de un billete recibido en cajero automático, ventanilla bancaria, comercio o de un amigo, conocido o familiar<sup>15</sup>.

Los que usarían la aplicación, lo harían principalmente para revisar sólo aquéllos billetes para los que dudaran de su autenticidad, sin importar su procedencia.

El 95% de las personas dijo que confiaría en el resultado de la verificación de un billete, realizada por medio de la aplicación.

### Aplicación Ubicajeros

La aplicación Ubicajeros es una aplicación gratuita del Banco de México que sirve para conocer la ubicación de cajeros automáticos y consultar las comisiones que cobran los bancos operadores a los tarjetahabientes de otros bancos. Permite navegar al cajero seleccionado mediante la aplicación de mapas del dispositivo.

En promedio, el 10% de la población objetivo conoce o ha escuchado acerca de la aplicación Ubicajeros; de estas personas, el 85% sabe correctamente el propósito de la aplicación.

Después de explicar en qué consiste la aplicación gratuita Ubicajeros, se obtuvo que del 49% de la población objetivo que tiene un teléfono inteligente, el 72% (que representa 15.1 millones de personas), descargaría la aplicación<sup>16</sup>.

De los que respondieron que no tienen teléfono inteligente (50% de la población objetivo), el 55% (11.8 millones de personas) usaría la aplicación Ubicajeros, asumiendo que tuvieran un teléfono inteligente.

De las personas que descargarían la aplicación Ubicajeros, ya sea que tengan o no un teléfono inteligente (25.6 millones de personas), el 91% (23.2 millones de personas), indica que la usaría.

---

<sup>14</sup> Esta pregunta fue abierta en la encuesta 2017-1; sin embargo, a partir del segundo trimestre se solicitó que se cerrara para tener menos variabilidad en las respuestas.

<sup>15</sup> Se recodificaron las respuestas de las tres mediciones trimestrales, a partir del tercer trimestre, con el fin de reducir el sesgo en las estimaciones.

<sup>16</sup> A partir de la encuesta 2017-2 se agregó un filtro igual al que se usó para la aplicación Gogol; es decir, primero se preguntó si se descargaría la aplicación, y a los que respondieron afirmativamente se les preguntó si la usarían. En el trimestre 2017-1 sólo se preguntó si usarían la aplicación.

De aquéllos que descargarían y usarían la aplicación Ubicajeros (23.2 millones de personas), el 22% lo haría para buscar el cajero automático más cercano a su ubicación, el 5% la usaría para consultar información de comisiones de retiro, y el 72% la usaría para ambas cosas.

De los que usarían la aplicación, el 86% indicó que si ya la tuviera, la habría usado de 1 a 10 veces durante el último mes, el 8% la habría usado más de 10 veces y el 2% no la habría usado.

## Evaluación de marcas en billetes

### Estudio cualitativo con personas ciegas

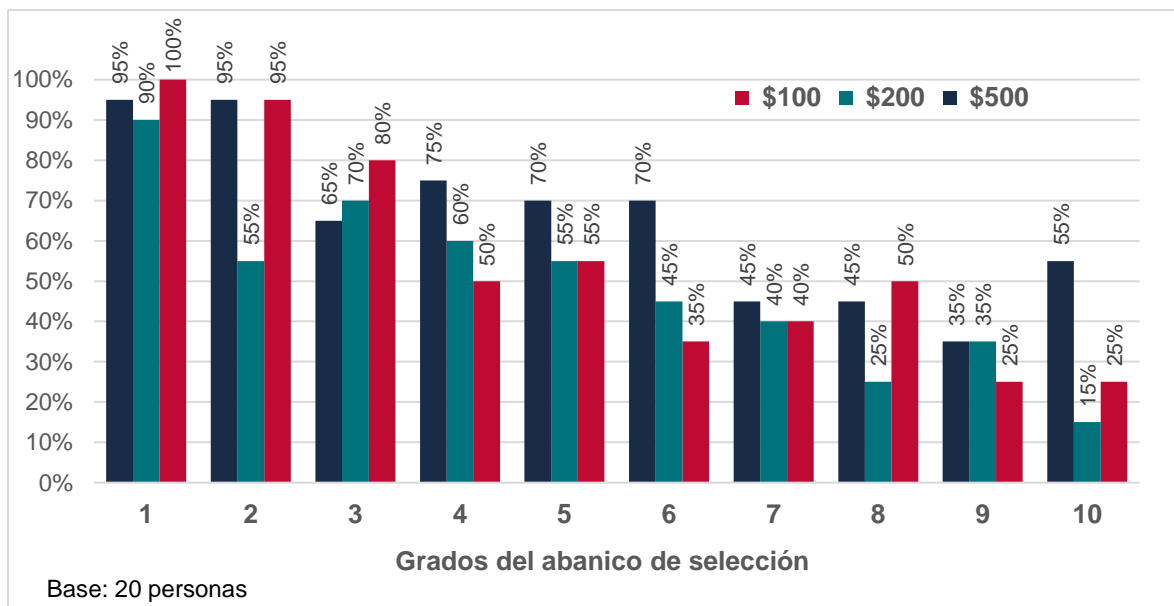
#### Marcas en los billetes de \$100, \$200 y \$500 de los 10 grados de deterioro

El ejercicio consistió en evaluar hasta qué punto las personas ciegas identifican las marcas de los billetes de \$100, \$200 y \$500, y pueden identificar la denominación de sus billetes con estas marcas para los 10 grados del abanico de selección.

Al respecto, al menos el 50% de las personas pudo percibir marcas en las tres denominaciones para los grados abanico del 1 al 5; sin embargo, se observó que la mayoría de las personas no fue capaz de describir la figura de la marca de manera adecuada, y sólo algunas personas pudieron decir cuál era la denominación del billete que estaban evaluando.

Para los grados abanico del 6 al 10, el porcentaje de personas que mencionaron sentir las marcas, disminuyó, aunque en ningún caso fue igual a cero, a pesar del grado abanico de deterioro; lo cual sugiere que aunque el billete esté clasificado con un alto nivel de deterioro, las personas ciegas podrían percibir la marca en el billete.

#### Porcentaje de personas que identificaron las marcas, por denominación y grado abanico



En cuanto a identificar la denominación de los billetes con las marcas, en general, menos de 2 personas lograron identificar la denominación de los billetes para alguno de los grados abanico. Sólo para el caso del billete de \$100 con grado 2 del abanico de selección, 4 personas lograron



identificar correctamente la denominación del billete. Algunas personas mencionaron que les genera confusión que las figuras de las marcas estén formadas por líneas discontinuas.

Al estar realizando la evaluación, varias personas comentaron que para identificar la denominación de sus billetes utilizan los tamaños de los mismos junto con la tablilla, y que no sabían cómo denominar con las marcas táctiles porque no las usan, ya que el billete se va desgastando y con el uso las marcas se vuelven imperceptibles o no identificables.

## **Funcionamiento de la tablilla de billetes**

### **Estudio cualitativo con personas ciegas**

#### *Funcionamiento de la tablilla con billetes de la familia F y piezas de otros tamaños*

Este ejercicio consistió en que las personas ciegas usaran la tablilla para denominar piezas en papel moneda (las cuales no eran propiamente billetes), con los tamaños de los billetes de las familias F y otros tamaños; para evaluar si las personas tienen dificultad al momento de denominar cada uno de los billetes al estar revueltos. Las piezas se evaluaron de manera aleatoria para cada persona.

En todas las piezas, las personas cometieron errores al momento de denominar varias de ellas, sin embargo, se cometieron menos errores con las piezas de la familia F, ya que los aciertos oscilaron entre el 78 y 93%; mientras que para las piezas de otros tamaños, los aciertos oscilaron entre el 65 y el 82%.

De la familia F, en las denominaciones de \$50 y \$200 se cometieron más errores, cada una con 17% de error. En las denominaciones de \$100, \$500 y \$1,000 el error para denominar fue de 8% en cada una de ellas. La denominación que tuvo el menor porcentaje de error fue la de \$20, con 2%, quizá porque es la denominación con el tamaño más pequeño y corresponde a la primera de las marcas en la tablilla.

Para esta familia, se observó que la mayoría de las menciones erróneas, eran hacia la siguiente denominación, esto es, para la denominación de \$50 tendían a decir que la denominación era de \$100, y así sucesivamente. En el caso de \$1,000 la confusión fue con el de \$500.

De los otros tamaños, hubo personas que infirieron que la denominación de la pieza más grande era mayor a \$1,000 porque excedía la última marca de la tablilla; aun así, el error que se cometió fue del 88%, lo cual puede deberse a que no tenían la referencia de ese tamaño y lo asociaban de manera automática con el billete de \$1,000, a pesar de que rebasaba la marca de la tablilla.

La mayoría de las personas que tuvieron duda sobre cuál era la denominación de algún billete, básicamente mencionaron que era porque las piezas no quedaban exactamente sobre las marcas; algunas denominaciones se pasaban de la marca de la tablilla, mientras que a otras denominaciones les faltaba para llegar a la marca.

#### *Funcionamiento de la tablilla con billetes de la familia F*

Este ejercicio se realizó de manera similar al anterior, con la diferencia de que sólo se evaluaron los tamaños de billetes de la familia F. En general, las personas tuvieron más aciertos al

denominar las piezas cuando éstas fueron consideradas por separado, ya que las denominaciones de \$200 y \$1,000 aumentaron 10% cada una (de 78 a 88%, y de 88 a 98%, respectivamente). Las denominaciones de \$100 y \$500 aumentaron casi un 7% cada una, de 87 a 93% en ambos casos. La excepción fue para \$50 que disminuyó 3%.

## Elementos para el diseño de un billete

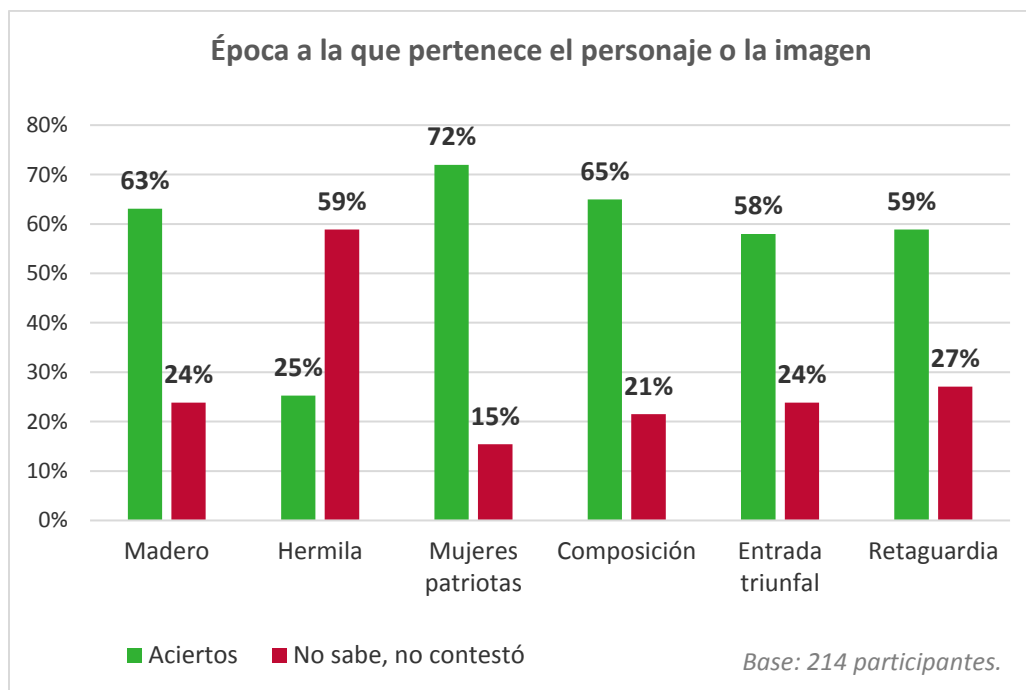
### Estudios cualitativos, primera ronda de grupos focales

#### Personajes

#### *Resultados obtenidos de manera espontánea*

Se mostraron imágenes sin proporcionar información. En general, se observó lo siguiente:

- Sólo el 4% de los participantes (9 personas) asoció correctamente la imagen de la mujer con Hermila Galindo. Un 26% (56 personas) la confundió con otro personaje, siendo Josefa Ortiz de Domínguez el más mencionado (9% de los participantes, 19 personas).
- El 64% de los participantes (138 personas) identificó a Francisco I. Madero, 10% (22 personas) lo confundió con Porfirio Díaz y el 7% (16 personas) lo confundió con Venustiano Carranza.
- Entre el 59% (126 personas) y 72% (154 personas) de los participantes asociaron las cuatro propuestas de viñetas para el anverso con la época de la Revolución, la época del Porfiriato o el siglo XX.
- El 42% de los participantes (90 personas) asoció el término “Revolución Mexicana” con libertad, justicia, igualdad y democracia; 21% (45 personas) lo asoció con innovación y cambio, y el 18% (39 personas) con lucha de clases.



Antes de proporcionar información de los personajes, se realizó un cuestionario para conocer cuál era el favorito para el anverso. Se obtuvo que la imagen del personaje masculino fue la que más gustó. Con respecto al personaje que definitivamente no gustó, se obtuvo una diferencia de sólo dos puntos porcentuales entre la imagen en donde aparecen ambos (46%) y la imagen del personaje femenino (44%).

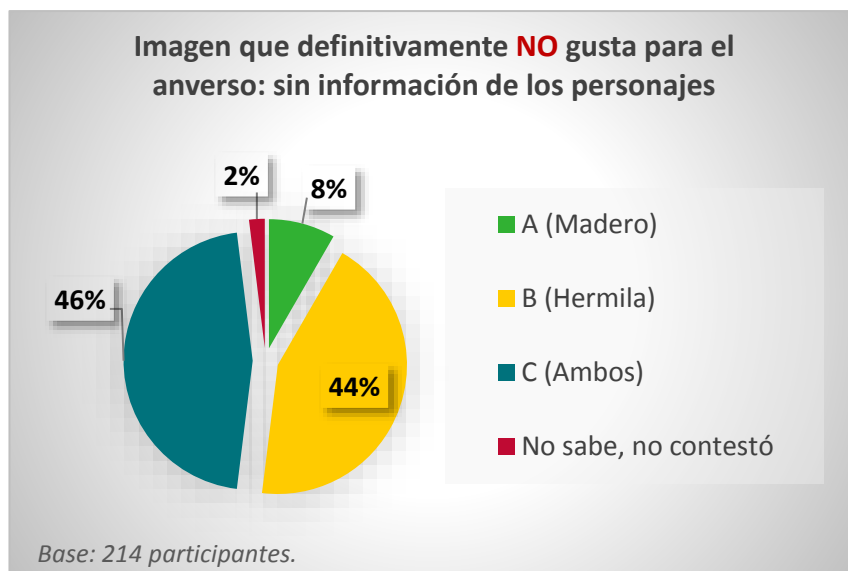
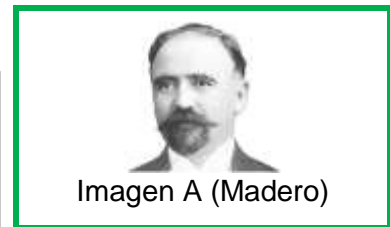
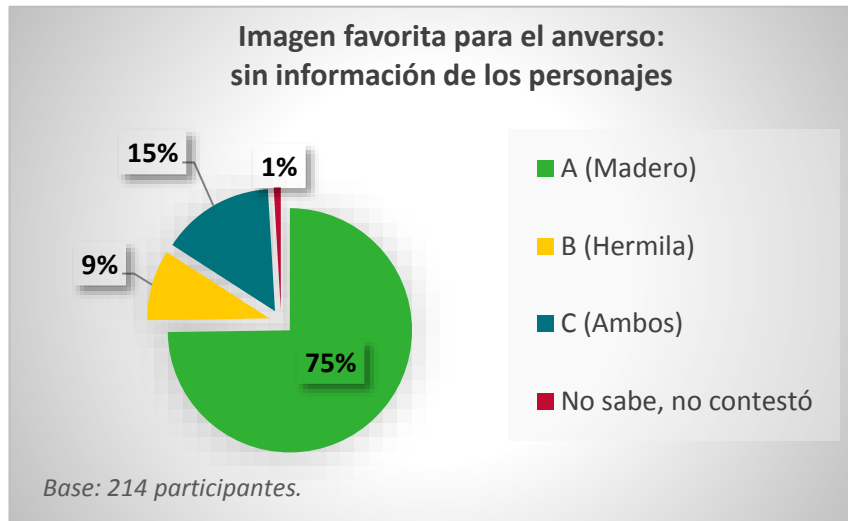


Imagen	Lo que más gustó	Lo que menos gustó	Comentarios positivos	Comentarios negativos
Madero	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Representativo de la Revolución (25%).</li> <li>• Porte, elegancia, luce formal y serio (16%).</li> <li>• Mirada sincera, está sonriendo (16%).</li> <li>• Se ve seguro, tiene personalidad (15%).</li> <li>• Pulcro, gustan su cabello y barba (10%).</li> <li>• Al 2% no le gusta nada de esta imagen.</li> <li>• 9% no supo o no contestó.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No se le ve una oreja ni el cuello. No gusta la ceja ni el bigote (18%).</li> <li>• Está de perfil (10%).</li> <li>• Mirada triste, luce serio, enérgico, reservado (9%).</li> <li>• Imagen de siempre (4%).</li> <li>• 21% no supo o no contestó.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proyecta seguridad, fuerza, patriotismo, respeto.</li> <li>• Representa lucha y poder.</li> <li>• Inspira confianza.</li> <li>• Luce tranquilo, conciliador, capaz, firme, responsable.</li> <li>• Parece que tiene coraje para hacer las cosas. Sabe lo que quiere.</li> <li>• Luce distinguido, elegante, seguro de sí mismo.</li> <li>• Icono de la Revolución, muy conocido, desde la primaria se conoce esta imagen.</li> <li>• Tuvo grandes ideales. Fue hombre con valores.</li> <li>• Era de Coahuila (comentario general en los grupos de Saltillo).</li> <li>• Fue presidente de México.</li> <li>• Se ve muy mexicano.</li> <li>• Parece que es humilde.</li> <li>• Bien peinado, trajeado, atractivo. GUSTAN su barba y bigote. Es carismático.</li> <li>• Parece que está sonriendo, luce feliz.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ya está muy "choteado". Ha salido en otros billetes, está muy visto.</li> <li>• Siempre ponen hombres en los billetes.</li> <li>• También se debe reconocer a la mujer.</li> <li>• "No me gustan bigotones".</li> <li>• Impone más por su imagen que por lo que hizo.</li> </ul>

Base: 214 participantes. Respuesta múltiple, no suma 100%

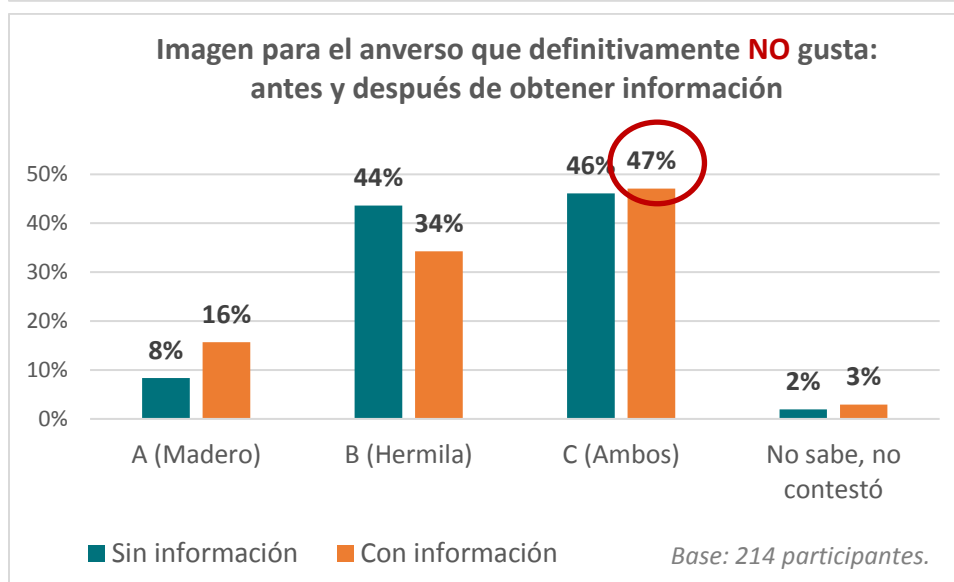
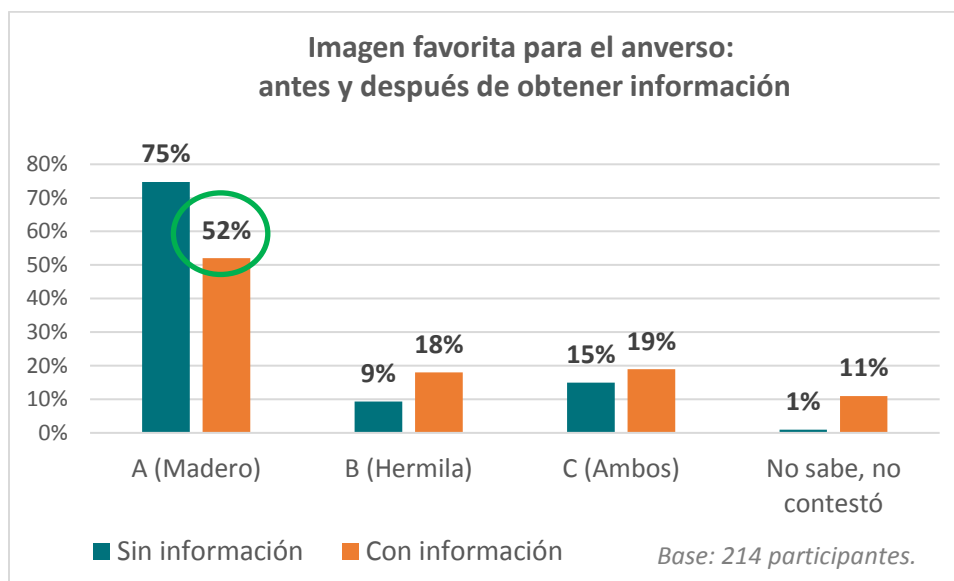
Imagen	Lo que más gustó	Lo que menos gustó	Comentarios positivos	Comentarios negativos
<p><b>Hermila</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sonriente, gusta su mirada, expresión, facciones, sin maquillaje (18%).</li> <li>• Porte, seguridad, parece intelectual, seria, elegante (16%).</li> <li>• Libertadora, pertenece a la época revolucionaria (15%).</li> <li>• Sus lentes (7%).</li> <li>• <b>Al 29% no le gusta nada de esta imagen.</b></li> <li>• <b>13% no supo o no contestó.</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No se sabe si es hombre o mujer, personaje desconocido (29%).</li> <li>• Peinado (20%).</li> <li>• Vestimenta, lentes, aretes, no es atractiva, luce desaliñada (9%).</li> <li>• Mirada fija, no sonríe, proyecta dureza (7%).</li> <li>• Su perfil, no se ve la oreja derecha (5%).</li> <li>• No impone (4%).</li> <li>• <b>15% no supo o no contestó.</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Es mujer.</li> <li>• Está sonriendo.</li> <li>• Casi no hay mujeres en los billetes. Sería un reconocimiento a las mujeres.</li> <li>• Luce segura de sí misma. Su mirada transmite seguridad.</li> <li>• Parece que tiene carácter firme, es decidida.</li> <li>• Parece intelectual.</li> <li>• Gustan su porte y mirada.</li> <li>• Luce altiva.</li> <li>• Transmite personalidad y seriedad.</li> <li>• No se sabe quién es, pero se despertaría la curiosidad por investigar acerca de ella.</li> <li>• Se romperían esquemas. Se mandaría el mensaje de que México no es país machista.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No es conocida.</li> <li>• Parece hombre, no luce femenina. Tiene cejas de hombre. Parece “joto”.</li> <li>• No gusta su corte de pelo ni sus facciones. Parece que trae peluca. Falta maquillarla.</li> <li>• Tiene la mirada perdida.</li> <li>• Parece antipática, no tiene carisma. Cae mal.</li> <li>• Parece maestra antigua, se ve amargada, enojona. Parece cadete, peleonera.</li> <li>• Se ve asustada.</li> <li>• Transmite inseguridad, le falta carácter.</li> <li>• Parece extranjero. Se asociaría con un billete de otro país.</li> <li>• Tiene un lente más grande que el otro.</li> <li>• Los aretes deberían ser más grandes para que realmente parezca mujer.</li> <li>• Parece burguesa, las mujeres de aquella época no tenían dinero para comprarse aretes ni lentes.</li> </ul>
<p>Base: 214 participantes. Respuesta múltiple, no suma 100%</p>				

Imagen	Lo que más gustó	Lo que menos gustó	Comentarios positivos	Comentarios negativos
<p><i>Ambos personajes</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Representan equidad de género (16%).</li> <li>• Personalidad imponente, seriedad, inteligencia, seguridad (11%).</li> <li>• Personajes que aportaron algo (11%).</li> <li>• Mirada firme, misma expresión, postura distinta (11%).</li> <li>• Aparece Madero (10%).</li> <li>• <b>Al 20% no le gusta nada de esta imagen.</b></li> <li>• <b>20% no supo o no contestó.</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proyectan cosas distintas, ven hacia distintos lados, no combinan (37%).</li> <li>• Imagen de la mujer (15%).</li> <li>• Tamaño desproporcionado de la cabeza, peinado, vestimenta (6%).</li> <li>• La mujer debería estar de frente (4%).</li> <li>• Seriedad, enojo (3%).</li> <li>• Los dos parecen hombres (2%).</li> <li>• Sus lentes no se ven completos (1%)</li> <li>• <b>21% no supo o no contestó.</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hay equilibrio entre el hombre y la mujer.</li> <li>• Gusta el porte de los dos personajes.</li> <li>• Sería algo diferente, generalmente sólo hay un personaje en los billetes.</li> <li>• Los dos son importantes y se le da el mismo peso.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se desconoce quién es ella.</li> <li>• Parece que son pareja.</li> <li>• No combinan. Es como mostrar lo bueno (Madero) y lo malo (el otro personaje).</li> <li>• No se ven bien estando juntos. Ella no es de la época de Madero.</li> <li>• Están viendo hacia lados diferentes.</li> <li>• Parece que Madero no quiere ver a la mujer. Parece que de repente le hablaron a ella, y volteó.</li> <li>• No gusta que haya dos personajes en el billete. Se ocuparía mucho espacio.</li> <li>• El término “billete” es masculino, deberían aparecer hombres; el término “moneda” es femenino y en ella debería haber imágenes de mujeres.</li> <li>• Madero captaría toda la atención, opacaría al otro personaje.</li> <li>• Parece que a fuerzas quisieron poner a una mujer.</li> </ul>

*Base: 214 participantes. Respuesta múltiple, no suma 100%*

### Resultados obtenidos después de brindar información de los personajes

Después de brindar información sobre cada personaje, se repitió el ejercicio para seleccionar la imagen favorita y la que definitivamente no gusta. Aunque los porcentajes variaron con respecto al ejercicio anterior, la imagen del personaje masculino continuó siendo la favorita. En cuanto a la imagen que definitivamente no gusta, aquella en donde aparecen ambos personajes obtuvo el mayor porcentaje.



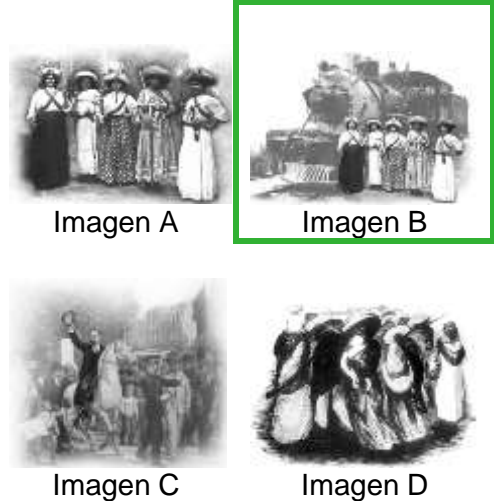
### Viñetas

Se analizaron las cuatro opciones para acompañar al o a los personajes (viñeta):

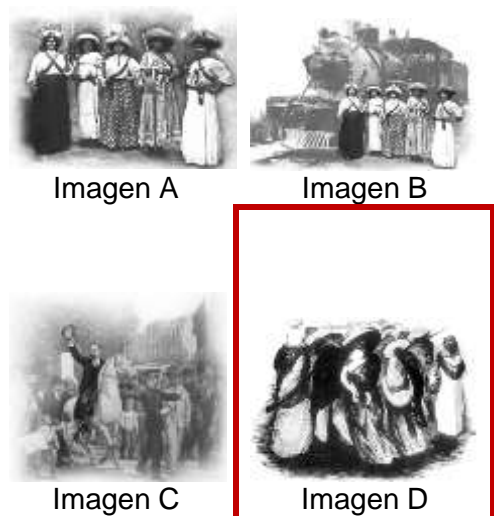
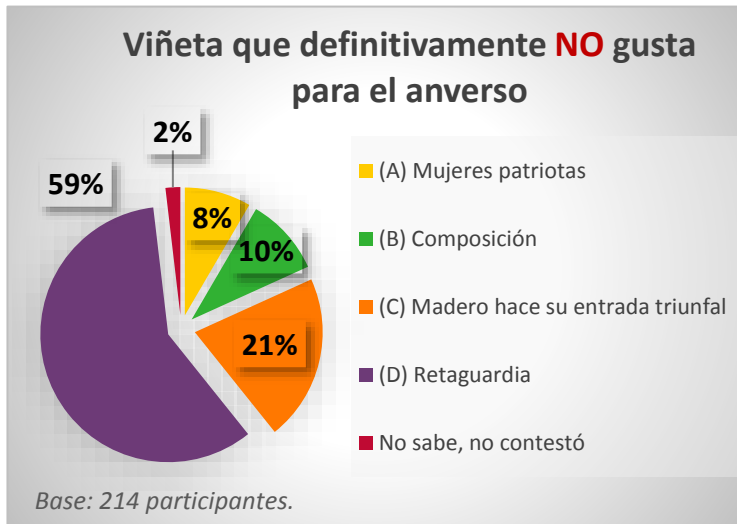
- A. La fotografía “Mujeres patriotas” de Ponciano Pérez Flores.

- B. Una composición de un ferrocarril con un fragmento de la fotografía “Mujeres patriotas” de Ponciano Pérez Flores.
- C. Un fragmento de la pintura titulada “Madero hace su entrada triunfal en la Ciudad de México” del mexicano José García Coralina.
- D. Litografía “Retaguardia” de José Clemente Orozco.

Las respuestas a la pregunta cerrada que se formuló para conocer la imagen favorita para viñeta del anverso reflejaron que la imagen B (composición) fue la que más gustó.



La imagen que definitivamente no gusta para viñeta del anverso es la D (“Retaguardia”).





<b>Viñeta A</b>	
<b>Comentarios positivos</b>	<b>Comentarios negativos</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se reconoce la participación de la mujer en la lucha. Impulsaron a los hombres en la lucha.</li> <li>• Sería una señal de que se hace a un lado el machismo.</li> <li>• Las mujeres con armas se asocian con lucha por sus derechos. Se muestra a personas que se sacrificaron en la lucha.</li> <li>• Representan a la clase trabajadora.</li> <li>• Lucen más sin la locomotora.</li> <li>• Se ven seguras de sí mismas, valientes, naturales.</li> <li>• Parece la tropa de Madero. Se verían bien junto a Madero.</li> <li>• No se saturaría el billete.</li> <li>• Reflejan triunfo por tener la cara levantada y estar de frente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Está muy sencilla. Están muy solas.</li> <li>• Faltan soldados. Falta representar a los hombres del pueblo, que también lucharon.</li> <li>• Dan miedo.</li> <li>• Si se pone sólo a Hermila como personaje sería repetitivo poner mujeres junto a ella.</li> <li>• Está mejor la imagen en donde están con la locomotora.</li> <li>• Parece foto familiar, no refleja nada importante de la historia.</li> <li>• Se ve muy doméstico.</li> <li>• Ellas lucharon por un derecho, no por los mismos objetivos de Madero.</li> </ul>
<i>Base: 214 participantes.</i>	

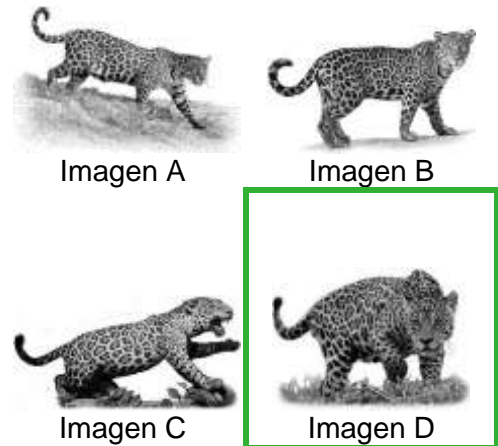
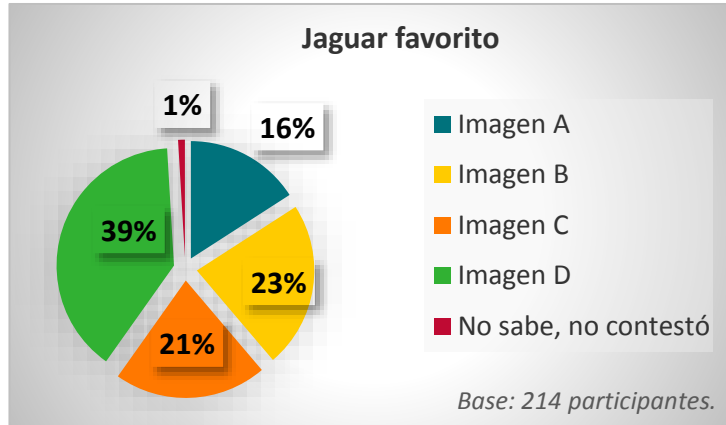
<b>Viñeta B</b>	
<b>Comentarios positivos</b>	<b>Comentarios negativos</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La locomotora enmarca la época a la que pertenecen las Adelitas. Fue una pieza clave en aquella época, era el principal medio de transporte. Representa innovación tecnológica.</li> <li>• La locomotora refleja poder.</li> <li>• Las mujeres se ven fuertes, enojadas, transmiten seguridad.</li> <li>• Se manda el mensaje de que la mujer ha sido un pilar a lo largo de la historia.</li> <li>• Se percibe que las mujeres son trabajadoras y luchonas.</li> <li>• Ellas apoyaron mucho en el movimiento porque además de luchar, preparaban de comer y ayudaron a los hombres en muchas cosas.</li> <li>• Gusta su vestimenta.</li> <li>• Se ven contentas.</li> <li>• Son mujeres y está de moda la equidad de género. Se reconoce la importancia de la mujer.</li> <li>• La locomotora se asocia con la que está en Cuautla (comentario general en los grupos de esa ciudad).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El fondo le resta importancia a las mujeres.</li> <li>• La imagen está “truqueada”, las mujeres están encimadas.</li> <li>• Faltan hombres.</li> <li>• Como en el extranjero se asocia al mexicano con sombrero, no gusta que aparezca así, aunque el sombrero sea propio de aquella época.</li> </ul>
<i>Base: 214 participantes.</i>	

<b>Viñeta C</b>	
<b>Comentarios positivos</b>	<b>Comentarios negativos</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• No hay armas.</li> <li>• Transmite liderazgo.</li> <li>• Se festeja un triunfo.</li> <li>• Se representa al pueblo, incluso hay niños en la imagen. Se ve unión del pueblo.</li> <li>• Está saludando.</li> <li>• Parece que el pueblo lo está apoyando.</li> <li>• Parece que lleva un anuncio de paz.</li> <li>• Se percibe respeto hacia el pueblo.</li> <li>• Luce imponente al estar a caballo.</li> <li>• La imagen se ve muy mexicana por el caballo y el sombrero.</li> <li>• Si el personaje principal fuera sólo la mujer, entonces esta imagen sería un complemento.</li> <li>• Esta imagen combinaría muy bien con Madero como personaje principal del billete.</li> <li>• Madero es muy conocido.</li> <li>• Escena de la Ciudad de México.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sería muy repetitivo que Madero estuviera como personaje y como viñeta.</li> <li>• Ya está muy visto.</li> <li>• Madero luce muy protagonista, es el único que se aprecia bien. Es presumir lo que hizo, resaltarlo demasiado. Es una señal de arrogancia. Se centra la atención en él.</li> <li>• Imagen política que se asocia con el PRI. Es un político más y no representa al pueblo.</li> <li>• Parece que se impone sobre el pueblo para que le hagan reverencia, parece Hitler. Se destaca el ego del hombre, se ve victorioso.</li> <li>• Faltan mujeres en la escena.</li> <li>• No gusta Madero en la escena.</li> <li>• No se aprecia en tamaño real.</li> <li>• Parece Cantinflas.</li> </ul>
<p><i>Base: 214 participantes.</i></p>	

<b>Viñeta D</b>	
<b>Comentarios positivos</b>	<b>Comentarios negativos</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se tomó de una obra de Orozco. Dado que los billetes son un arte, sería una buena opción incluir un fragmento de una obra. Gusta la combinación de revolución con arte.</li> <li>• Sería algo diferente porque parece un dibujo.</li> <li>• Representa el desplazamiento de la población en la época de la Revolución, al hombre y mujer en la lucha.</li> <li>• Se percibe unión.</li> <li>• Representa el sacrificio que hicieron las personas para que pudiéramos vivir como hoy en día. Esto se percibe porque las mujeres cargan hasta con sus hijos.</li> <li>• Es una representación de mujeres.</li> <li>• Todos luchan por los mismos intereses.</li> <li>• Las mujeres iban a luchar hasta con los niños.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dan la espalda. No se les ve la cara.</li> <li>• Están agachadas, no reflejan fuerza. Se asocia con un pueblo sumiso.</li> <li>• Parece que van huyendo.</li> <li>• Parece un mitin.</li> <li>• Transmite tristeza, derrota, cansancio.</li> <li>• Llevan niños y armas. Aparecen niños en una escena de lucha.</li> <li>• El niño parece alienígena, parecen fantasmas.</li> <li>• La pintura fue después de la Revolución.</li> <li>• No concuerda algo abstracto con la imagen realista de Madero.</li> <li>• Esta imagen ya se ha visto en otros lados.</li> <li>• En la imagen en tamaño real no se distingue nada, está borrosa, distorsionada, parece un manchón, bola de pelo, un bulto, punto negro.</li> </ul>
<p><i>Base: 214 participantes.</i></p>	

## Fauna

Las respuestas a la pregunta cerrada que se formuló para conocer la imagen favorita reflejaron que el jaguar D fue el que más gustó.



La imagen que definitivamente no gusta para el reverso es el jaguar C.

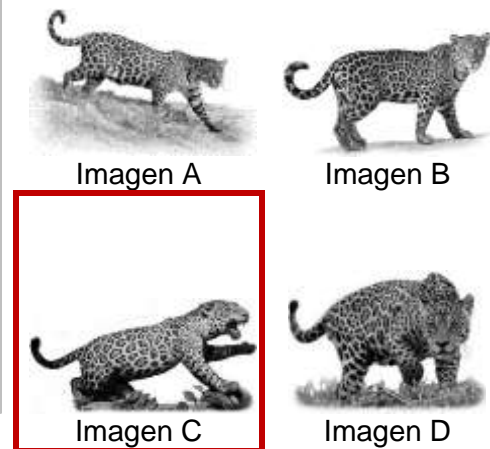
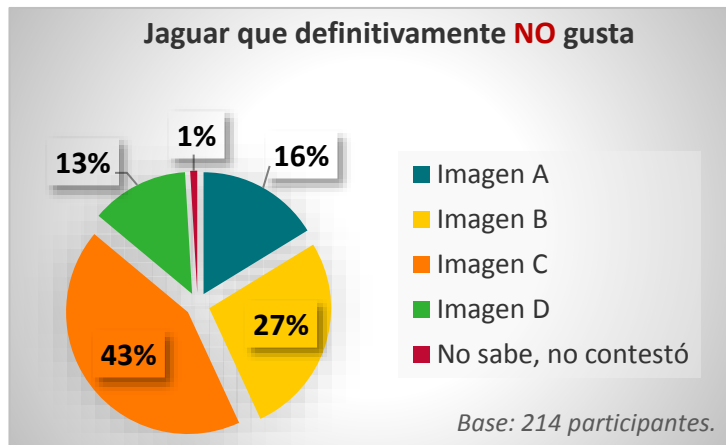


Imagen	Lo que más gustó	Lo que menos gustó	Comentarios positivos	Comentarios negativos
A	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sigiloso, al acecho, en libertad, está caminando (21%).</li> <li>• Pose, posición (20%).</li> <li>• Animal en peligro de extinción, fauna de nuestro país (18%).</li> <li>• Soberbio, fuerte, intrépido (13%).</li> <li>• Mirada atenta (7%).</li> <li>• Tierno, noble, tranquilo (5%).</li> <li>• 5% no supo o no contestó.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Está solo, faltan plantas (15%).</li> <li>• Cara pequeña, no se ven facciones, alargado, cola (13%).</li> <li>• Pose, posición (12%).</li> <li>• Animal salvaje, está cazando (7%).</li> <li>• Distraído, pasivo, tranquilo, asustado (4%).</li> <li>• No se distingue qué es (2%).</li> <li>• 22% no supo o no contestó.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Está poniendo atención, sigiloso pero atento.</li> <li>• Refleja fortaleza, soberbia, galanura, dinamismo, belleza y poderío.</li> <li>• Se ve ágil y tranquilo.</li> <li>• Camina con mucha seguridad.</li> <li>• Está en movimiento.</li> <li>• Parece que va a atacar.</li> <li>• Parece que está cuidado.</li> <li>• Se asocia con tenacidad.</li> <li>• Se ve natural.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Está mirando hacia abajo. Va caminando hacia abajo.</li> <li>• No parece jaguar. Parece gatito.</li> <li>• Parece enfermo.</li> <li>• Luce distraído.</li> <li>• No impone, no transmite nada.</li> <li>• Tiene la mirada perdida.</li> <li>• Se ve serio.</li> <li>• Muy pasivo.</li> <li>• No se ven completas las patas.</li> <li>• Está muy flaquito.</li> </ul>
<p>Base: 214 participantes. Respuesta múltiple, no suma 100%</p>				

Imagen	Lo que más gustó	Lo que menos gustó	Comentarios positivos	Comentarios negativos
<b>B</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ve de frente, mirada, expresión (24%).</li> <li>• Pose, posición, perfil (14%).</li> <li>• Imponente, fauna de nuestro país (12%).</li> <li>• Fuerte, seguro, tiene presencia (9%).</li> <li>• Tierno, noble, tranquilo (9%).</li> <li>• Proporción (7%).</li> <li>• Sigiloso, vigilante, busca qué comer (4%).</li> <li>• Joven (1%).</li> <li>• <b>9% no supo o no contestó.</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Está solo, faltan plantas (23%).</li> <li>• Tierno, noble, tranquilo, parece cachorro (14%).</li> <li>• Cuello corto, gordo, patas de atrás muy juntas (9%).</li> <li>• Mira a la cámara, está posando (8%).</li> <li>• Artificial, simple (4%).</li> <li>• Se ve triste, su mirada (2%).</li> <li>• <b>17% no supo o no contestó.</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ve de frente.</li> <li>• Refleja grandeza y equilibrio.</li> <li>• Luce majestuoso, elegante e imponente.</li> <li>• Está quieto, se ve tierno. Se ve tranquilo. Parece inofensivo.</li> <li>• Está hermoso. Gustan sus facciones y su perfil.</li> <li>• Se ve completo.</li> <li>• Mirada tierna.</li> <li>• Está atento a todo, parece que está pensando.</li> <li>• Se aprecia bien su rostro.</li> <li>• Se aprecia bien en el tamaño real de la imagen.</li> <li>• Se ve seguro de sí mismo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Está estático. Pose forzada, está viendo a la cámara.</li> <li>• Parece gato. Parece de peluche.</li> <li>• Pose de zoológico, se ve irreal. Se ve falso.</li> <li>• Se ve temeroso, asustado, triste. Muestra debilidad.</li> <li>• Luce inofensivo.</li> <li>• Muy tierno.</li> <li>• Muy sencillo, sin chiste. Inexpresivo.</li> </ul>
<p><i>Base: 214 participantes. Respuesta múltiple, no suma 100%</i></p>				

Imagen	Lo que más gustó	Lo que menos gustó	Comentarios positivos	Comentarios negativos
C	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pose agresiva, fiereza (64%).</li> <li>• Se muestra naturaleza, selva (7%).</li> <li>• Fauna representativa de nuestro país (3%).</li> <li>• Animal prehispánico (2%).</li> <li>• Garras, cara, piel (2%).</li> <li>• 7% no supo o no contestó.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Demasiado agresivo, enfurecido, se le ven los dientes (29%).</li> <li>• Parece disecado, muerto, caricatura, está saludando (12%).</li> <li>• Está de perfil (6%).</li> <li>• Garra que levanta, no se ve la cara (6%).</li> <li>• Falta vegetación (5%).</li> <li>• Desproporcionado, pequeño, no parece jaguar (5%).</li> <li>• 13% no supo o no contestó.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Luce agresivo. Se va a defender. Parece que está en batalla. Está en posición de ataque.</li> <li>• Refleja actitud y fuerza.</li> <li>• Va hacia adelante.</li> <li>• Se ve con mucha vitalidad.</li> <li>• Se ve muy seguro.</li> <li>• Defiende a su hábitat y a él mismo. Manda un mensaje de “ya basta” a los humanos que los cazan.</li> <li>• Muestra los colmillos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se ve artificial. Parece tieso, disecado, muerto.</li> <li>• Está saludando.</li> <li>• Parece que va a atacar. Se ve muy salvaje. Muy agresivo.</li> <li>• No gusta que esté a la defensiva.</li> <li>• Representa violencia.</li> <li>• No gusta la pata estirada.</li> <li>• Está enseñando los dientes.</li> <li>• No está de frente.</li> <li>• Se asocia con logotipo de un equipo de fútbol americano.</li> </ul>
Base: 214 participantes. Respuesta múltiple, no suma 100%				

Imagen	Lo que más gustó	Lo que menos gustó	Comentarios positivos	Comentarios negativos
D	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sigiloso, a punto de atacar, fuerte, feroz (45%).</li> <li>• Postura, va caminando (16%).</li> <li>• Mirada, cara de frente (10%).</li> <li>• Tranquilo, manso, tierno (5%).</li> <li>• Aparece con naturaleza, selva (3%).</li> <li>• 6% no supo o no contestó.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Posición de la cola, está al acecho (13%).</li> <li>• No hay flora, sólo pasto seco (11%).</li> <li>• Jorobado, garra doblada, no se distingue el cuerpo (8%).</li> <li>• Sumiso, manso, parece inseguro, gatito (8%).</li> <li>• Ojos, rasgos, muy grande, se ve pequeño (5%).</li> <li>• Pesado, gordo (4%).</li> <li>• Representa agresión, depredador (3%).</li> <li>• 13% no supo o no contestó.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Está al acecho, parece que va a atacar. Está buscando a su presa. Está alerta.</li> <li>• Se ve astuto, majestuoso, inteligente.</li> <li>• Se ve seguro de sí mismo.</li> <li>• Ve de frente. Gusta su mirada profunda, expresiva y firme.</li> <li>• Parece ágil.</li> <li>• Está sonriendo.</li> <li>• No se ve tan malo.</li> <li>• Protege algo, y en el billete se asociaría con protección de la autenticidad de los billetes.</li> <li>• Asusta. Proyecta respeto.</li> <li>• Se asocia con dioses.</li> <li>• Se ve grande.</li> <li>• Posición natural.</li> <li>• Se aprecian bien las facciones porque tiene la cabeza grande.</li> <li>• Parece que va a saltar.</li> <li>• Parece embarazada.</li> <li>• Pide clemencia para que ya no los cacen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiene joroba. Está encorvado.</li> <li>• Se ve agachado. Parece que tiene problemas.</li> <li>• Se ve amenazante.</li> <li>• No se aprecia bien en la imagen al tamaño real. Parece una bola.</li> <li>• Se ve obeso.</li> <li>• Parece que tiene miedo.</li> <li>• El cuerpo no se ve completo.</li> <li>• Luce mansito.</li> <li>• Transmite agresividad. Mirada agresiva.</li> </ul>
<p>Base: 214 participantes. Respuesta múltiple, no suma 100%</p>				

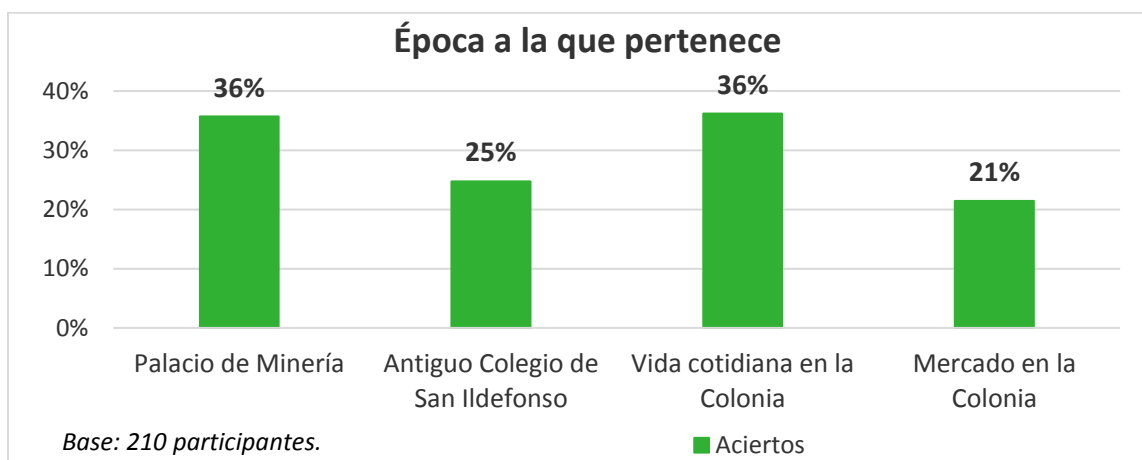
## Estudios cualitativos, segunda ronda de grupos focales

### Personajes

#### *Resultados obtenidos de manera espontánea*

Se mostraron imágenes sin proporcionar información. En general, se observó lo siguiente:

- El 91% de las participaciones (191 personas) asoció correctamente la imagen 3 con Sor Juana, y el 87.6% (184 personas) asoció correctamente la imagen 6 con el mismo personaje.
- El Palacio de Minería y la escena de la Vida Cotidiana fueron las imágenes que mejor se asociaron con la época de La Colonia, cada una con 36% (76 personas).



#### *Resultados obtenidos después de brindar información de los personajes*

Se mostraron dos imágenes de Sor Juana Inés de la Cruz para identificar la preferencia de los participantes, y se realizó un cuestionario para conocer cuál era la imagen favorita. La imagen A fue la que más gustó.

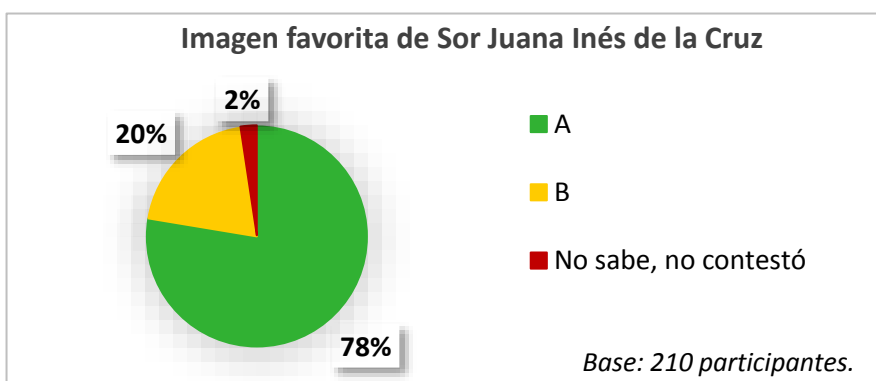




Imagen	Lo que más gustó	Lo que menos gustó	Comentarios positivos	Comentarios negativos
A	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Expresión natural (19%).</li> <li>• Mirada tranquila (16%).</li> <li>• Ceja delineada, ojos, boca (11%).</li> <li>• Al 2% no le gusta nada de esta imagen.</li> <li>• 5% no supo o no contestó.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mirada (15%).</li> <li>• Seriedad (9%).</li> <li>• Nada, todo me gusta (30%).</li> <li>• 16% no supo o no contestó.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se ve tranquila, seria.</li> <li>• Parece contenta, segura.</li> <li>• Se ve fina, tiene mejor porte. Es la que sale en los billetes, tiene mejor presentación.</li> <li>• No tiene ojeras como en la otra imagen. Su rostro se ve limpio.</li> <li>• Está delgada.</li> <li>• Tiene una mirada dominante y fuerte.</li> <li>• Se ve más moderna.</li> <li>• Sí parece monja. Se ve más natural.</li> <li>• Da confianza.</li> <li>• Refleja paz, historia, antigüedad, poesía.</li> <li>• Se ve más original.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se percibe tristeza y apatía.</li> <li>• Se ve sumisa.</li> <li>• Su expresión se ve fingida.</li> <li>• Sus ojos se ven raros, están muy grandes. Uno de sus ojos está más chiquito que el otro.</li> <li>• No gusta su nariz.</li> <li>• No gustan sus rasgos.</li> <li>• Parece que se saca la ceja. En esa época las mujeres no se delineaban tanto las cejas, y además, parece que se está riendo entre dientes.</li> <li>• Está cachetona.</li> <li>• Tiene cara de enferma.</li> <li>• Se ve débil.</li> <li>• Tiene una sonrisa extraña.</li> <li>• Parece hombre; tiene rasgos masculinos.</li> <li>• Esta imagen ya está muy vista.</li> <li>• Se ve más viejita, "antigüita".</li> </ul>

Base: 210 participantes. Respuesta múltiple, no suma 100%

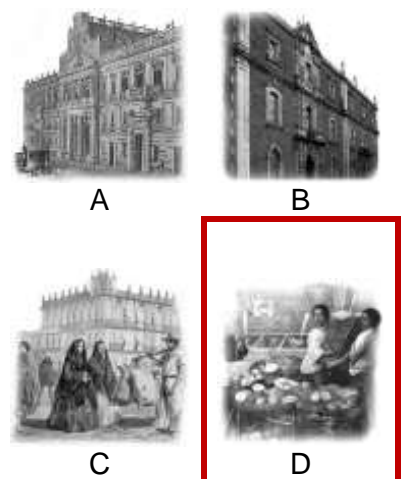
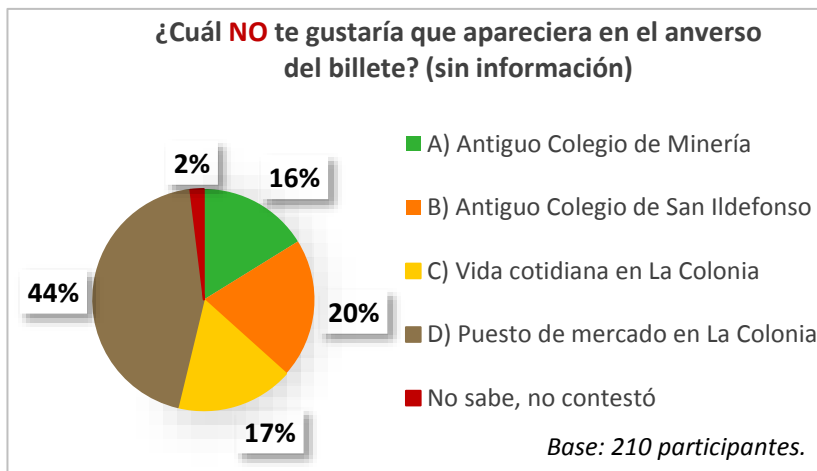
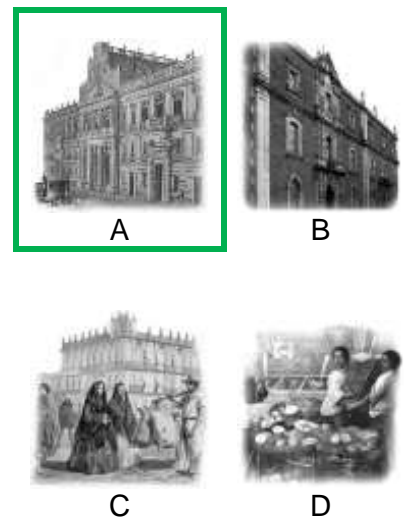
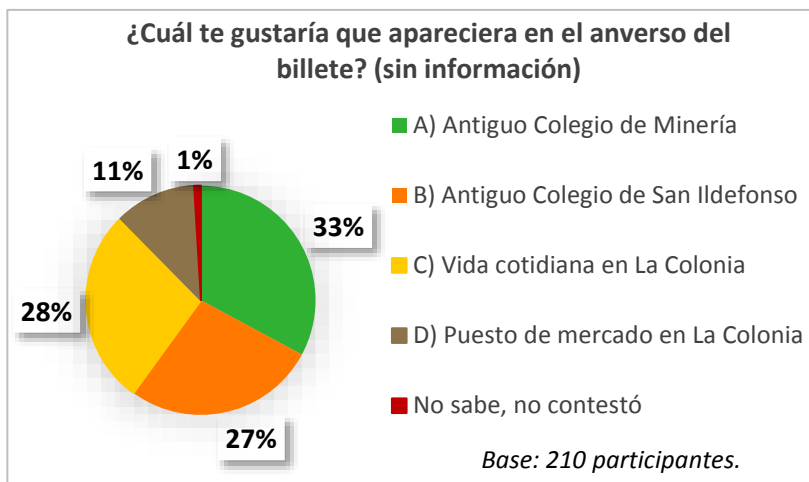
Imagen	Lo que más gustó	Lo que menos gustó	Comentarios positivos	Comentarios negativos
B	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ceja delineada, ojos, boca pequeña (22%).</li> <li>• Al 29% no le gusta nada de esta imagen.</li> <li>• 9% no supo o no contestó.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Parece enojada, tosca (21%).</li> <li>• Boca rara (17%).</li> <li>• Parece copia falsa (13%).</li> <li>• Semblante, expresión (9%).</li> <li>• Nada, todo me gusta (8%).</li> <li>• 8% no supo o no contestó.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Luce más joven y tiene una expresión natural.</li> <li>• Tiene cara de niña.</li> <li>• Da más seguridad.</li> <li>• Transmite igualdad de género.</li> <li>• Se ve que tiene una personalidad fuerte.</li> <li>• Transmite pureza.</li> <li>• Se ve tierna e inocente.</li> <li>• Gusta "su cabello".</li> <li>• Gusta su sonrisa.</li> <li>• Tiene la boca delineada.</li> <li>• Se ve inteligente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Parece enojada, aburrida, se ve mal encarada, rara.</li> <li>• Transmite miedo y desconfianza. Parece falsa.</li> <li>• Tiene una mala actitud. Parece que se está burlando.</li> <li>• Se ve soberbia.</li> <li>• Tiene la boca fruncida, apretada. Está trompuda. No gustan los labios. Tiene los labios muy apretados, como una "selfie" que las chicas se toman ahora.</li> <li>• Tiene ojeras, se ve cansada.</li> <li>• No gusta la mirada.</li> <li>• Tiene chueco el hábito. El hábito parece casco.</li> <li>• Tiene la cara ancha.</li> <li>• No se le ve el cuello.</li> <li>• Parece imagen caricaturizada.</li> </ul>
<p>Base: 210 participantes. Respuesta múltiple, no suma 100%</p>				

## Viñetas

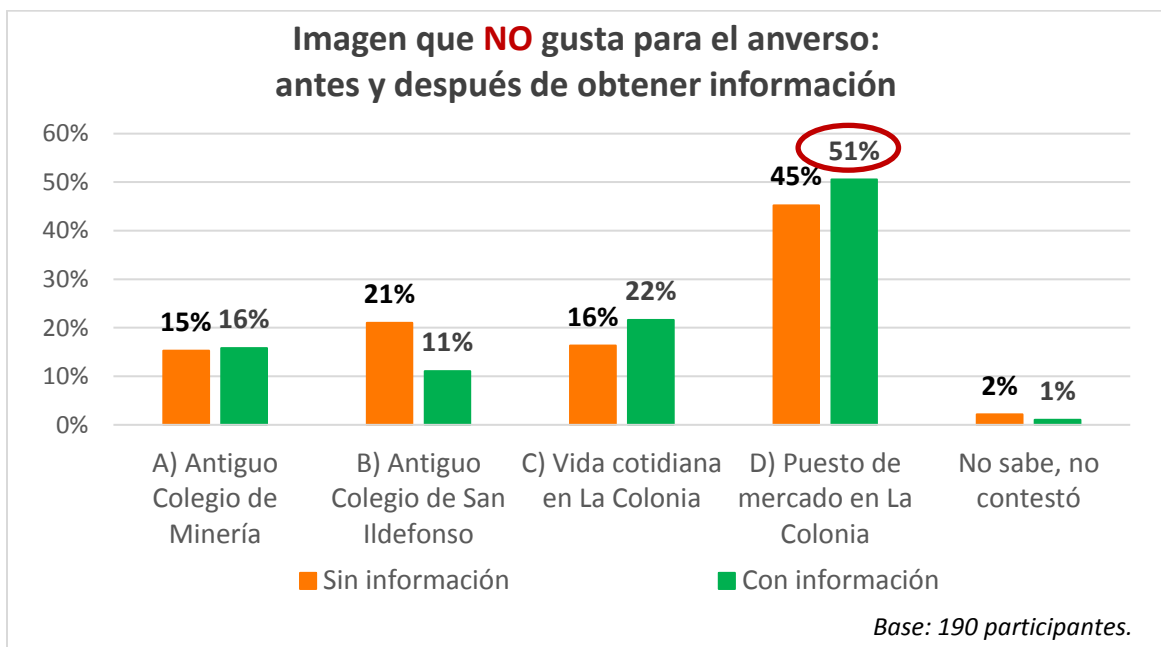
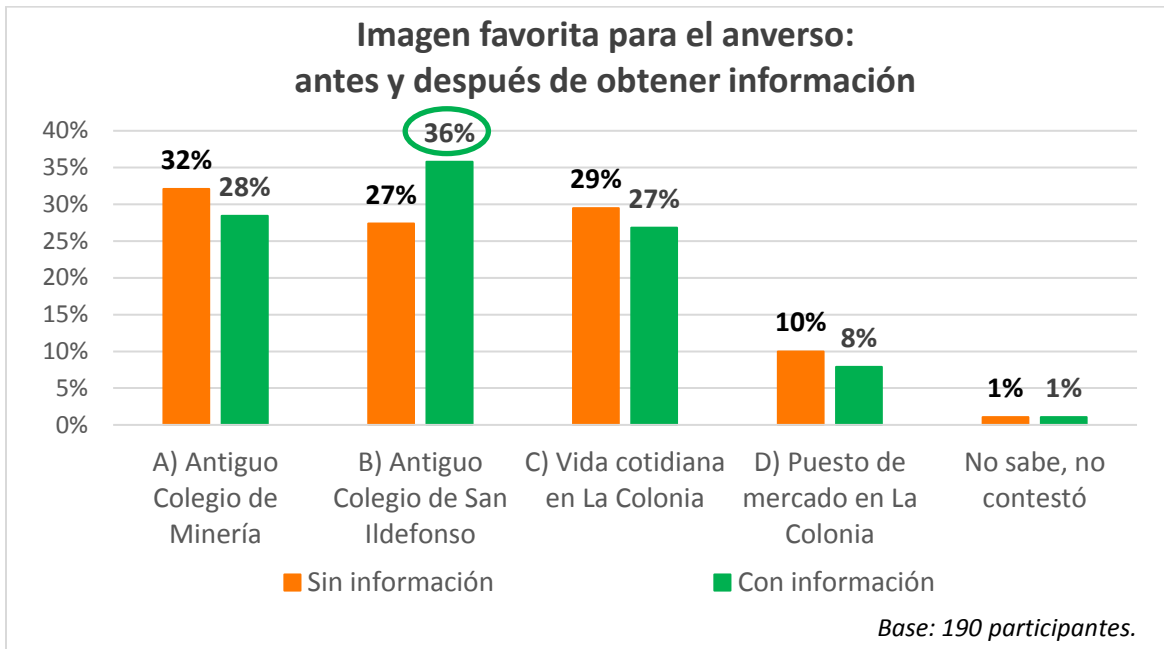
Se analizaron las cuatro opciones para acompañar al personaje (viñeta):

- A. Palacio de Minería (Antiguo Colegio de Minería).
- B. Antiguo Colegio de San Ildefonso.
- C. Obra de Casimiro Castro titulada "Trajes Mexicanos", representación de la vida cotidiana de la época de La Colonia.
- D. Representación de mercado en La Colonia.

Inicialmente, se mostraron las imágenes sin proporcionar información, y se aplicó un cuestionario para conocer cuál era la favorita. La imagen A fue la que más gustó, y la imagen que definitivamente no gustó fue la D.



Después de brindar información de cada viñeta, se repitió el ejercicio<sup>17</sup>. La imagen de mayor gusto cambió a la B, y la de menor gusto continuó siendo la D.



<sup>17</sup> La dinámica de selección de viñeta favorita y de menor gusto después de haber obtenido información se comenzó a realizar a partir de la tercera sesión en la CDMX. Por ello, el número total de participantes fue de 190 en esta comparación.

Imagen	Comentarios positivos	Comentarios negativos
<b>A</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Construcción bonita, gusta la arquitectura.</li> <li>• Se ven detalles de la fachada.</li> <li>• Representa cultura y educación.</li> <li>• Es una edificación de la época de Sor Juana.</li> <li>• Combina con Sor Juana.</li> <li>• Queda mejor porque no tiene personas.</li> <li>• De lejos parece iglesia.</li> <li>• Parece un banco y da seguridad que esté en el billete.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Muy simple.</li> <li>• La imagen está muy triste.</li> <li>• No gusta el edificio.</li> <li>• No transmite nada, no transporta a la época.</li> <li>• No se relaciona con el personaje.</li> </ul>
<b>B</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Es un colegio y es congruente con lo culta que era Sor Juana.</li> <li>• Es un colegio y se asocia con Sor Juana porque en los colegios hay monjas.</li> <li>• Parece una iglesia antigua y por eso se relaciona con Sor Juana.</li> <li>• Tiene menos elementos y sería más fácil recordarlo.</li> <li>• Gustan los ventanales del edificio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le falta vida.</li> <li>• En tamaño pequeño no se aprecia qué es.</li> <li>• Poco llamativo.</li> <li>• Parece cualquier casa, está muy simple.</li> <li>• El edificio se ve muy plano.</li> </ul>
<b>C</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contrasta con el personaje, sería algo “refrescante” en el billete.</li> <li>• Muestra cómo vivían antes. Representa la época colonial porque hay gente vestida como en aquella época.</li> <li>• Representa al pueblo de México.</li> <li>• Representación de la sociedad.</li> <li>• Hay mujeres. Hay gente.</li> <li>• Gusta el edificio del fondo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No representa nada. No tiene nada representativo, no se relaciona con Sor Juana.</li> <li>• Muestra la desigualdad en la sociedad.</li> <li>• Representan a los mexicanos con sombrero.</li> <li>• No gustan “los cerdos”. No se vería bien en el billete.</li> <li>• No se identifica qué trae cargando el hombre.</li> <li>• No se aprecian los detalles en el tamaño que tendría la imagen en el billete.</li> </ul>

Imagen	Comentarios positivos	Comentarios negativos
D	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Es algo diferente.</li> <li>• Gusta porque la imagen es de comercio y se asocia bien con el billete.</li> <li>• Representa transacciones.</li> <li>• Aparecen mujeres trabajando.</li> <li>• Refleja trabajo, esfuerzo y honradez.</li> <li>• Se ven muchos detalles.</li> <li>• Representa más a México.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Es algo común que puede asociarse con lo actual, y no precisamente con la época de La Colonia.</li> <li>• No se relaciona con el personaje, "nada que ver".</li> <li>• Habría muchas personas en el billete (Sor Juana más las personas del mercado).</li> <li>• Muy informal para salir en un billete.</li> <li>• Representa un bajo nivel.</li> <li>• Es un contraste entre la gente del pueblo y Sor Juana.</li> <li>• Tiene muchos detalles y se perderían en el tamaño real que tendría en el billete.</li> </ul>

*Base: 210 participantes.*

### Fauna

Las respuestas a la pregunta cerrada que se formuló para conocer la imagen favorita de mariposas monarca reflejaron que gustó más la opción B.

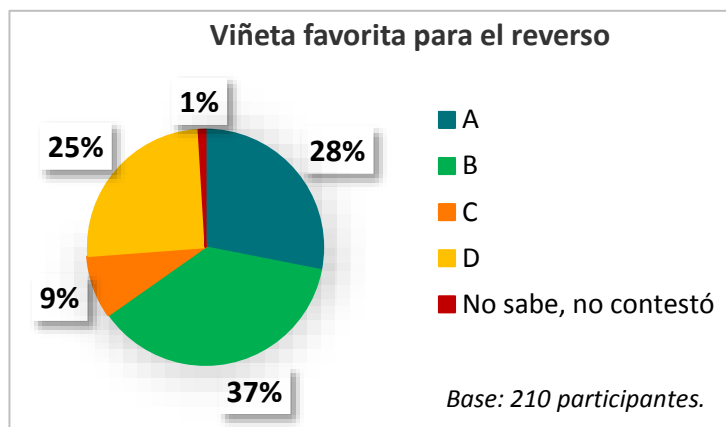


Imagen A

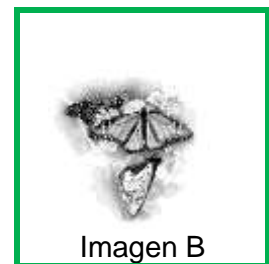


Imagen B



Imagen C



Imagen D

La imagen que definitivamente no gusta para el reverso es la C.

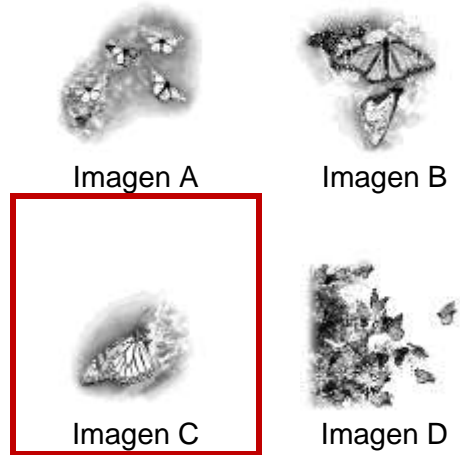
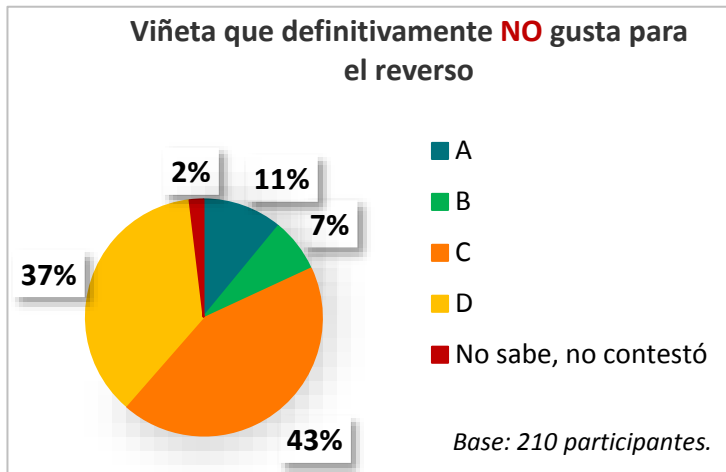


Imagen	Lo que más gustó	Lo que menos gustó	Comentarios positivos	Comentarios negativos
<b>A</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Al 34% de los participantes le gustan las mariposas en conjunto.</li> <li>Representa a México (15%).</li> <li>No le gusta nada (7%).</li> <li>2% no supo o no contestó.</li> <li>6% de otras menciones: distribución, diseño y tamaño.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nada, todo me gusta (32%).</li> <li>Imagen pequeña (10%).</li> <li>10% no supo o no contestó.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Parece una familia unida de mariposas. Refleja unión y libertad.</li> <li>Refleja convivencia.</li> <li>Se ven libres, dispersas. Gusta que estén esparcidas.</li> <li>Están en movimiento, están volando. Tienen las alas abiertas.</li> <li>Se ven detalles de sus alas.</li> <li>Se ven completas.</li> <li>Son poquitas y se pueden observar mejor.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pequeñas, simples.</li> <li>La imagen se ve borrosa, confunde.</li> <li>Le faltan mariposas.</li> <li>Se ven del mismo tamaño.</li> <li>Parece mancha borrosa.</li> <li>Parece que están atrás de un cristal.</li> </ul>
<b>B</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Imagen más clara, con mejor enfoque (32%).</li> <li>Cantidad adecuada de mariposas y buen tamaño (16%).</li> <li>No le gusta nada (7%).</li> <li>10% no supo o no contestó.</li> <li>6% de otras menciones: <i>llenas de vida, buscando alimento.</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nada, todo me gusta (36%).</li> <li>Están muy amontonadas (14%).</li> <li>13% no supo o no contestó.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se distingue claramente que se trata de una mariposa monarca.</li> <li>Gustan las alas abiertas.</li> <li>Se ve grande, impacta más.</li> <li>Gusta la orientación que tienen.</li> <li>Parece que están buscando su alimento.</li> <li>Refleja unión.</li> <li>Es la imagen que mejor queda para el billete debido al tamaño.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Es una imagen muy simple, las mariposas están en grupo y muy juntas.</li> <li>Uno de las mariposas está de cabeza.</li> <li>Parece papalote.</li> <li>Parece una escena de la película "El silencio de los inocentes".</li> </ul>

Base: 210 participantes. Respuesta múltiple, no suma 100%



Imagen	Lo que más gustó	Lo que menos gustó	Comentarios positivos	Comentarios negativos
<b>C</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Imagen más clara, con mejor enfoque (32%).</li> <li>• Representa a la naturaleza mexicana (14%).</li> <li>• Se ven detalles (12%)</li> <li>• Bonito animal(12%).</li> <li>• No le gusta nada (20%).</li> <li>• <b>8% no supo o no contestó.</b></li> <li>• <i>7% de otras menciones: diseño, ya se ha utilizado en otro billete, imponente, demuestra fuerza, fondo, contorno, serenidad y simetría.</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sólo hay una (46%).</li> <li>• Nada, todo me gusta (11%).</li> <li>• <b>10% no supo o no contestó.</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se ven detalles.</li> <li>• Está en paz, tranquila.</li> <li>• Gusta que sólo sea una.</li> <li>• Está sola y se aprecia mejor.</li> <li>• Ya aparece en el billete de \$50.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Está muy sola. En la realidad, se ven muchas juntas, pero en la imagen no es así.</li> <li>• La imagen se ve triste porque sólo hay una.</li> <li>• Refleja egoísmo porque está sola.</li> <li>• Tiene las alas cerradas.</li> <li>• Se parece a la del billete de \$50.</li> <li>• Se ve estática, pasiva.</li> <li>• Parece triste, apagada.</li> </ul>
<b>D</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Están en unión (44%).</li> <li>• Su hábitat (19%).</li> <li>• No le gusta nada (16%).</li> <li>• <b>6% no supo o no contestó.</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Están amontonadas, no se ven detalles (38%).</li> <li>• Nada, todo me gusta (23%).</li> <li>• <b>11% no supo o no contestó.</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cambiaría a la que está más alejada para que quedara de frente.</li> <li>• Gusta que sean muchas, que estén en grupo. Así están en la realidad.</li> <li>• Refleja libertad.</li> <li>• Se percibe unión.</li> <li>• Refleja paz, libertad, equipo.</li> <li>• Están volando, vuelan hacia adelante.</li> <li>• Al ser tantas da la idea de que están funcionando los esfuerzos por su conservación.</li> <li>• Refleja alegría, se asocia con la primavera.</li> <li>• Diferente a la mariposa que aparece en el billete de \$50.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La imagen está “muy cargada” del lado izquierdo y queda una solita.</li> <li>• Son muchas y se estorban entre ellas, se ve muy amontonado, no se aprecian bien.</li> <li>• Las mariposas están tan juntas que parece follaje.</li> <li>• En el tamaño real parece una mancha. Parece un arbusto.</li> </ul>

Base: 210 participantes. Respuesta múltiple, no suma 100%

## Encuestas trimestrales

### Personajes

Se mostraron imágenes de Hermila Galindo y Francisco I. Madero, sin proporcionar información de quiénes eran, qué habían hecho o a qué época de la historia representaban.



Francisco I. Madero



Hermila Galindo

### *Resultados obtenidos de manera espontánea*

Para la imagen del personaje femenino, más del 96% de la población objetivo no supo quién era o no respondió, un 2% la confundió con Josefa Ortiz de Domínguez; y el otro 2% con Frida Kahlo, Santa Anna, Carmen Serdán, Zaragoza, Iturbide, entre otros.

Para el caso de la imagen del personaje masculino, el 34% de la población objetivo lo reconoce; a pesar de lo anterior, el 47% no supo o no recordó quién era, lo confundían con Venustiano Carranza (9%), Porfirio Díaz (4%), Francisco Villa (1.4%), entre otras menciones.

En cuanto a quién les gustaría que apareciera en un billete, el 68% de la población objetivo prefiere al personaje masculino propuesto porque conoce al personaje o lo identifica fácilmente (45%); le da más personalidad al billete; se ve bien, con más estilo, el personaje se ve guapo y es elegante (18%), y porque es un personaje que representa la Historia de México (8%).

En segundo lugar, al 17% de la población objetivo le gustaría que aparecieran ambos personajes; de estas personas, el 20% considera que así se tiene igualdad de género; el 13% porque el billete se vería mejor, más llamativo u original; el 11% piensa que al aparecer los dos se les hace un tributo; y otro 11% cree que sería otra medida de seguridad en el billete y sería más difícil falsificarlo.

Sólo al 9% de la población objetivo le gustaría que apareciera el personaje femenino; de estas personas, el 42% dijo que porque es mujer y las mujeres merecen reconocimiento; el 17% porque tiene bonita forma, se ve mejor y es linda; y el 10% considera que representa un cambio.

### *Resultados obtenidos después de brindar información de los personajes*

Después de haber evaluado la preferencia por ambos personajes, sin haber brindado información sobre ellos, se brindó información sobre qué había hecho cada uno de ellos. Nuevamente se evaluó la preferencia sobre quién debería aparecer en un billete.

En esta ocasión, Madero nuevamente obtuvo una preferencia mayor (41% de la población, comparado con el 68% que tuvo inicialmente), sin embargo, Hermila tuvo el 37% de preferencia, comparado con el 9% que había obtenido inicialmente.

Al preguntar por las razones de su respuesta, de quienes apoyan que aparezca el personaje femenino, al 45% le gusta porque fue defensora de la mujeres, luchó por sus derechos y de

ejercer libremente su sexualidad, además de dar voz y voto a la mujer; el 23% por su trayectoria y por lo que representa; el 7% porque es mujer.

De aquéllos que prefieren al personaje masculino; el 26% piensa que es más conocido y porque se identifica fácilmente; el 20% porque representa la historia de México y fue defensor de la patria; al 13% porque les gusta más, por su personalidad, porque se ve guapo y se vería mejor en el billete, y el 11% por su trayectoria y lo que hizo.

De quienes votaron porque ambos aparecieran en el billete; el 34% considera que es por lo que hicieron, y tuvieron grandes iniciativas; el 15% por la igualdad de género y porque fueron incluyentes; otro 15% considera que representan algo importante en la historia del país; y el 10% porque se vería mejor, más elegante, llamativo y presentable.

### Viñetas

Se evaluaron cuatro imágenes que podrían acompañar al personaje. Las opciones favoritas son: C (34%) y B (33%). La que menos gustó fue la D (8%).



A. Fotografía “Mujeres patriotas” de Ponciano Pérez Flores



B. Composición de un ferrocarril con cinco mujeres revolucionarias portando armas



C. Fragmento de la pintura “Madero hace su entrada triunfal en la Ciudad de México” de José García Coralina



D. Litografía “Retaguardia” de José Clemente Orozco

### Fauna

Para la imagen del reverso del billete, se evaluaron cuatro imágenes de jaguares; de ellas, la que más gustaría que apareciera en el reverso del billete es la D (42%) y la que menos gustaría es la A (13%).



Imagen A



Imagen B



Imagen C



Imagen D

## Temas financieros

### Encuesta anual

#### Conocimiento

Para evaluar el nivel de conocimiento en temas financieros básicos, se realizó un conjunto de preguntas diseñadas para medir estos aspectos, los cuales se consideran de utilidad al momento de tomar decisiones financieras.

El 52% de la población objetivo siente que sabe menos o mucho menos en temas financieros que las demás personas en México.

Cuando se les plantea recibir \$1,000, pero con la condición de tener que esperar un año para obtenerlo, y suponiendo una inflación del 3% anual, el 74% de la población objetivo considera que después de haber transcurrido el año, va a poder comprar menos de lo que podría comprar al día de hoy; mientras que un 13% considera que compraría más. De igual manera, si prestara \$25 a un amigo y él le regresara los \$25 al día siguiente, el 92% de las personas afirma que no recibiría nada de intereses por ese préstamo.

Asimismo, se les pidió suponer que depositan \$100 en una cuenta de ahorros con una tasa de interés del 2% anual; el 12% estima que al final del primer año tendría \$102 en esa cuenta, incluyendo los intereses; el 14% tendría entre \$100.10 y \$150 (excluyendo a quienes dijeron \$102); un alto porcentaje (43%) no sabe cuánto tendría al final del primer año o no respondió. Se hizo la misma pregunta, pero considerando un lapso de tiempo de 5 años; el 23% considera que es imposible saber cuánto tendría al final de los 5 años con esa información; el 32% estima que obtendría más de \$110; el 19% piensa que tendría exactamente \$110; y el 12% considera que tendría menos de \$110.

De las preguntas anteriores, las personas no estaban muy seguras de haber dado las respuestas correctas, ya que sólo el 20% creía haber respondido de manera correcta.

Nuevamente se planteó el caso de recibir \$1,000 en un determinado tiempo; el 51% prefiere que le entreguen \$1,000 dentro de un mes; mientras que el 46% prefiere que se lo entreguen dentro de dos meses, suponiendo que al final de este periodo les darán \$1,100. Asimismo, si se cambia el horizonte de tiempo; el 58% prefiere que le entreguen \$1,000 dentro de un año y un mes, y el 36% decide esperarse un mes más, dado que le entregarán \$1,100.

Por otro lado, el 64% de la población objetivo considera que cuando se tiene dinero ahorrado, es menos probable perderlo todo si se tiene en más de una forma o lugar; el 87% piensa que una inflación alta significa que el costo de vida está aumentando rápidamente; y el 80% cree que cuando hace una inversión que le genera mucho dinero, también existe la posibilidad de que pierda mucho.

#### Costo Anual Total (CAT)

Para evaluar el conocimiento de la gente sobre el costo anual total (CAT), se preguntó si al contratar un crédito, sabían qué era el CAT; sólo el 23% sabe qué es el costo anual total o CAT; de estas personas, el 36% lo ha utilizado para decidir qué crédito contratar.

Bajo el supuesto de tener dos opciones de crédito con distintos CAT, el 53% de las personas escogerían un crédito con CAT del 35% y una tasa de interés del 12%; mientras que el 38% elegirían un crédito con CAT del 20% y una tasa de interés del 18%.

### *Varios*

El 40% de la población objetivo conoce o ha oído hablar de las corresponsalías bancarias (pagar servicios como agua, luz, gas, etc., hacer retiros, hacer depósitos o abrir cuenta en tiendas de conveniencia); el 35% conoce sobre cuentas básicas (cuentas que no cobran ninguna comisión); el 33% ha escuchado sobre portabilidad de nómina (cambio de su cuenta de nómina al banco de su preferencia sin costo); y el 25% conoce las cuentas de ahorro especial (cuentas de ahorro que le dan de rendimiento una tasa de interés de 50%).

En cuanto al conocimiento de la inflación anual en 2016, el 38% no supo de cuánto fue; el 20% considera que estuvo entre 1 y 5%, y el 18% que fue de más del 15.1%.

En relación a cursos sobre educación financiera, sólo el 6% ha tomado algún curso de este tipo.

### *Comportamiento*

En la encuesta se incluyeron preguntas relacionadas con el comportamiento financiero de las personas, tales como si cuenta con un presupuesto para hacer frente a los gastos, si piensan antes de hacer una compra, si pagan sus cuentas a tiempo, y si ahorran o tienen préstamos para satisfacer sus necesidades.

### *Manejo del dinero y presupuesto*

En lo referente al manejo diario del dinero en el hogar; poco más de la mitad de la población objetivo (55%) suele tomar estas decisiones con alguien más, mientras que un 25% toma las decisiones solo. Asimismo, el 44% tiene un presupuesto planeado que le ayuda a decidir cuánto se gasta, cuánto se ahorra, y cuánto se usa para pagar servicios del hogar (luz, agua, gas, etc.).

### *Gastos*

En caso de que se tuviera que hacer un gasto personal grande no planeado, sólo el 28% de la población objetivo podría pagarlo sin pedir prestado, y sin pedir ayuda a sus familiares o amigos. El 68% reconoce que no tendría la posibilidad de pagarlo. Sin embargo, el 61% piensa que todo lo que tiene (sus bienes, el dinero para hacer frente a los gastos del hogar y ahorros) vale más de lo que debe (en hipotecas, préstamos, tarjetas de crédito); sólo el 23% piensa que debe más de lo que tiene. Por otro lado, el 54% considera que el año pasado gastó más de lo que recibió de su trabajo o de otras fuentes, y sólo el 31% recibió más de lo que gastó.

Además, el 55% considera que en los últimos doce meses no le ha alcanzado el dinero que recibe para pagar sus gastos. Entre las acciones que estas personas realizaron para pagar sus gastos diarios, la última vez que no les alcanzó el dinero, están: reducir gastos (69%), pagar tarde los recibos de los servicios (49%), trabajar horas extra o ganar dinero extra (48%), pedir prestado a familiares y amigos (33%), entre otros.

Asimismo, considerando que en el hogar se perdiera la principal fuente de ingresos, el 18% de la población objetivo cree que podría seguir pagando los gastos diarios durante menos de una semana, sin tener que pedir dinero prestado o sin tener que cambiarse de casa; el 30% podría

seguir pagando durante una semana o más, pero menos de un mes; y el 23% podría hacerlo durante un mes y hasta tres meses.

### *Metas financieras*

En lo que respecta a las metas financieras para el futuro, el 55% de la población objetivo cuenta con una de ellas; de estas personas, la tercera parte tiene la meta de comprar, construir o remodelar su departamento; el 17% desea comprar o mejorar su vehículo; el 17% pagar escuela propia; y sólo el 3% tiene la meta de ahorrar. Entre las acciones que la gente ha llevado a cabo para alcanzar sus metas están: ahorrar, invertir dinero, buscar trabajo extra o reducir sus gastos (76% de quienes tienen una meta financiera) o preparar un plan de acción (32%).

### *Ahorro*

Asimismo; durante los últimos 12 meses, el 36% de la población objetivo ahorró dinero en efectivo, el 16% en una tanda, y el 15% lo deposita en una cuenta bancaria que usa para gastos cotidianos, mientras que sólo el 11% lo deposita a una cuenta de ahorro.

En lo referente al ahorro para el retiro, el 14% de la población objetivo está muy segura de haber hecho buenos planes de ahorro para el retiro, y el 32% no está nada seguro sobre estos planes. Para cubrir sus gastos y los del hogar, el 40% planea hacerlo a través de una pensión o jubilación de la empresa en la que trabaja (pensión del IMSS, ISSSTE u otro plan), mientras que el 30% planea hacerlo mediante una pensión privada (AFORE), y el 26% con apoyos del gobierno para adultos mayores.

### *Conocimiento y uso de productos financieros*

Entre los productos financieros que la población más conoce o ha escuchado, están:

- Casas de empeño (82% de la población objetivo);
- Cuenta de ahorro para el retiro o AFORE (78%);
- Tarjeta de crédito bancaria o departamental (76%);
- Algún tipo de seguro (69%);
- Créditos personales o de nómina (61%);
- Crédito grupal, comunal o solidario (56%);
- Crédito para compra de vivienda o automotriz (56%);
- Tarjeta prepagada (50%), entre otros.

Otros productos financieros menos conocidos, son:

- Cuentas de depósito o ahorro (48%);
- Cuentas asociadas a un teléfono celular (37%);
- Acciones de empresas o bonos (32%);
- Cuentas de inversión (32%);

De los productos financieros anteriores, actualmente los que más tiene la población son:

- Cuenta de ahorro o AFORE (43% de quienes conocen el servicio);

- Cuenta de depósito o ahorro (33% de quienes conocen el servicio);
- Tarjeta de crédito bancaria o departamental (26%);
- Algún seguro (26%);
- Crédito personal o de nómina (20%)

Entre los productos financieros que más se contrataron en los últimos dos años, de quienes conocen el servicio, están:

- Casas de empeño o empeñar algo (17%);
- Tarjeta de crédito bancaria o departamental (15%);
- Crédito grupal, comunal o solidario (13%);
- Algún seguro (13%)

De las personas que contrataron algún servicio financiero en los últimos 2 años, el 34% comparó varios servicios de diferentes instituciones financieras antes de tomar una decisión, un porcentaje similar (35%) no comparó con ningún otro servicio.

Al momento de contratar el último servicio financiero, las fuentes de información que más influyeron en las personas fueron: experiencias propias previas (67%) o programas de televisión o radio (52%), o recomendaciones de un asesor o corredor financiero (45%), o consejos de amigos o familiares (44%), entre otros.

Por otro lado, de las personas que tienen una cuenta de depósito o ahorro, un alto porcentaje realizó todas sus compras con efectivo durante la última semana (70%), y sólo un 6% hizo la mayor parte o todas sus compras con otro medio distinto al efectivo.

De las personas que tienen cuenta de depósito o ahorro, el 63% hizo entre uno y dos retiros de efectivo de un cajero automático durante la última semana, el 33% entre una y dos compras o pagos con tarjeta de débito o crédito. El 11% realizó entre una y dos transferencias bancarias, y sólo el 1% hizo entre uno y dos pagos con cheque.

Además, sólo el 37% de las personas con cuentas de depósito decide retirar todo su dinero cuando le hacen un depósito en su cuenta.

### Actitudes

Una sección de preguntas se enfocó a la actitud y preferencias a corto plazo sobre el dinero.

En general, la gente se siente identificada con las conductas y actitudes positivas relacionadas con el dinero, ya que se sienten completamente identificadas con cubrir sus gastos básicos (74% de la población objetivo), pagar recibos de servicios a tiempo (74%), considerar cuidadosamente el poder pagar algo antes de comprarlo (62%), vigilar con cuidado y personalmente asuntos financieros (55%).

Por el contrario, una gran parte de la población no se siente identificada con estar endeudada en este momento (60%) o con preferir gastar dinero en lugar de ahorrar para el futuro (39%).

### *Manejo del dinero y presupuesto*

Con respecto al manejo diario del dinero en el hogar; poco más de la mitad de la población objetivo (55%) suele tomar estas decisiones con alguien más, mientras que un 25% toma las decisiones solo. Asimismo, el 44% tiene un presupuesto planeado que le ayuda a decidir cuánto se gasta, cuánto se ahorra, y cuánto se usa para pagar servicios del hogar (luz, agua, gas, etc.).



## Anexo I. Aspectos metodológicos de los estudios cuantitativos

- El procedimiento de muestreo fue estratificado por subregión, usando un muestreo proporcional al 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 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 anual

- La encuesta se levantó del 11 de marzo al 14 de abril de 2017.
- El tamaño de muestra fue de 2,093 casos exitosos, la cual se distribuyó en 59 localidades en 24 entidades federativas.
- El error teórico de estimación es de  $\pm 2.14\%$ , y un nivel de confianza del 95%.
- La población objetivo del estudio fueron las personas de 18 a 79 años que viven en localidades de 50,000 habitantes o más, de ambos sexos y de los diferentes niveles socioeconómicos. Esta población en 2017 fue aproximadamente de 42.5 millones de personas.
- El marco muestral lo conformó la base de datos de AGEB's del INEGI del Censo de Población y vivienda 2010<sup>18</sup> de las localidades de 50,000 habitantes o más comprendidas en las estimaciones de población para para el año 2017 en las "Proyecciones de la Población de México 2010-2050, CONAPO" por localidad<sup>19</sup>.

### Distribución de la muestra

Tabla 1  
Distribución de la muestra por región

Región	Casos	Porcentaje
Centro	803	38
Centro-occidente	420	20
Noreste	400	19
Noroeste	210	10
Sur-sureste	260	13
<b>Total</b>	<b>2,093</b>	<b>100</b>

<sup>18</sup> <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/ageburbana/>

<sup>19</sup> <http://www.conapo.gob.mx/es/CONAPO/Proyecciones>

**Tabla 2**  
**Distribución de la muestra por rango de edad**

<i>Rango de edad</i>	<i>Casos</i>	<i>Porcentaje</i>
18-25	444	21
26-35	438	21
36-45	388	19
46 y más	823	39
<b>Total</b>	<b>2,093</b>	<b>100</b>

**Tabla 3**  
**Distribución de la muestra por sexo**

<i>Sexo</i>	<i>Casos</i>	<i>Porcentaje</i>
Masculino	854	41
Femenino	1,239	59
<b>Total</b>	<b>2,093</b>	<b>100</b>

**Tabla 4**  
**Distribución de la muestra por nivel socioeconómico**

<i>Nivel socioeconómico</i>	<i>Casos</i>	<i>Porcentaje</i>
AB	10	1
C+	86	4
C	169	8
C-	271	13
D+	466	22
D	929	44
E	165	8
<b>Total</b>	<b>2,093</b>	<b>100</b>

### Encuesta trimestral

- La población objetivo del estudio fueron las personas de 18 años o más que viven en localidades de al menos 50,000 habitantes, de ambos sexos y de los diferentes niveles socioeconómicos. Esta población en 2017 fue aproximadamente de 42.7 millones de personas.
- Las encuestas se levantaron del 28 de enero al 25 de febrero (2017-1), del 10 de mayo al 8 de junio (2017-2), del 8 al 29 de julio (2017-3) y del 7 de octubre al 1 de noviembre (2017-4).
- En el trimestre 2017-1, el tamaño de muestra fue de 2,077 casos exitosos, la cual se distribuyó en 59 localidades en 22 entidades federativas. En el trimestre 2017-2, el tamaño de muestra fue de 2,055 casos exitosos, la cual se distribuyó en 59 localidades en 19 entidades federativas. En el trimestre 2017-3, el tamaño de muestra fue de 2,075 casos exitosos, la cual se distribuyó en 59 localidades en 24 entidades federativas. En el trimestre 2017-4, el tamaño de muestra fue de 2,071 casos exitosos, la cual se distribuyó en 60 localidades en 19 entidades federativas.
- El error teórico de estimación fue de  $\pm 2.15\%$  (2017-1),  $\pm 2.16\%$  (2017-2) y  $\pm 2.15\%$  (2017-3 y 2017-4), en un nivel de confianza del 95%.

## Distribución de la muestra

**Tabla 5**  
Distribución de la muestra por región

Trimestre	Región					Total
	Centro	Centro-occidente	Noreste	Noroeste	Sur-sureste	
2017-1	801 (39%)	413 (20%)	403 (19%)	210 (10%)	250 (12%)	2,077 (100%)
2017-2	785 (38%)	400 (19.5%)	400 (19.5%)	210 (10%)	260 (13%)	2,055 (100%)
2017-3	781 (38%)	422 (20%)	411 (20%)	200 (10%)	261 (12%)	2,075 (100%)
2017-4	780 (38%)	420 (20%)	400 (19%)	210 (10%)	261 (13%)	2,071 (100%)

**Tabla 6**  
Distribución de la muestra por rango de edad

Trimestre	Rango de edad				Total
	18-25	26-35	36-45	46 y más	
2017-1	346 (17%)	414 (20%)	399 (19%)	918 (44%)	2,077 (100%)
2017-2	393 (19%)	460 (22%)	413 (20%)	789 (39%)	2,055 (100%)
2017-3	414 (20%)	473 (23%)	440 (21%)	748 (36%)	2,075 (100%)
2017-4	377 (18%)	469 (23%)	432 (21%)	793 (38%)	2,071 (100%)

**Tabla 7**  
Distribución de la muestra por sexo

Trimestre	Sexo		Total
	Masculino	Femenino	
2017-1	852 (41%)	1,225 (59%)	2,077 (100%)
2017-2	777 (38%)	1,278 (62%)	2,055 (100%)
2017-3	906 (44%)	1,169 (56%)	2,075 (100%)
2017-4	834 (40%)	1,237 (60%)	2,071 (100%)

**Tabla 8**  
Distribución de la muestra por nivel socioeconómico

Trimestre	Nivel socioeconómico							Total
	AB	C+	C	C-	D+	D	E	
2017-1	16 (1%)	123 (6%)	179 (9%)	295 (14%)	461 (22%)	848 (41%)	155 (7%)	2,077 (100%)
2017-2	23 (1%)	114 (6%)	205 (10%)	313 (15%)	470 (23%)	791 (38%)	139 (7%)	2,055 (100%)
2017-3	16 (1%)	86 (4%)	193 (9%)	318 (15%)	490 (24%)	836 (40%)	136 (7%)	2,075 (100%)
2017-4	26 (1%)	137 (7%)	214 (11%)	317 (15%)	482 (23%)	772 (37%)	123 (6%)	2,071 (100%)

## Anexo II. Características de los estudios cualitativos

Las sesiones de grupos focales se dividieron en tres grupos por cada ciudad considerada: un grupo con participantes de los niveles socioeconómicos AB/C+ (clases alta y media alta), otro con personas de los niveles C-/D+ (clases media baja y baja), y uno más conformado por comerciantes o personas que en su trabajo manejan efectivo. En cada sesión hubo representantes de los siguientes grupos de edades: 18 a 29 años, 30 a 40 años y más de 40; siendo la mitad mujeres y la otra mitad varones.

Las sesiones se realizaron conforme al siguiente calendario:

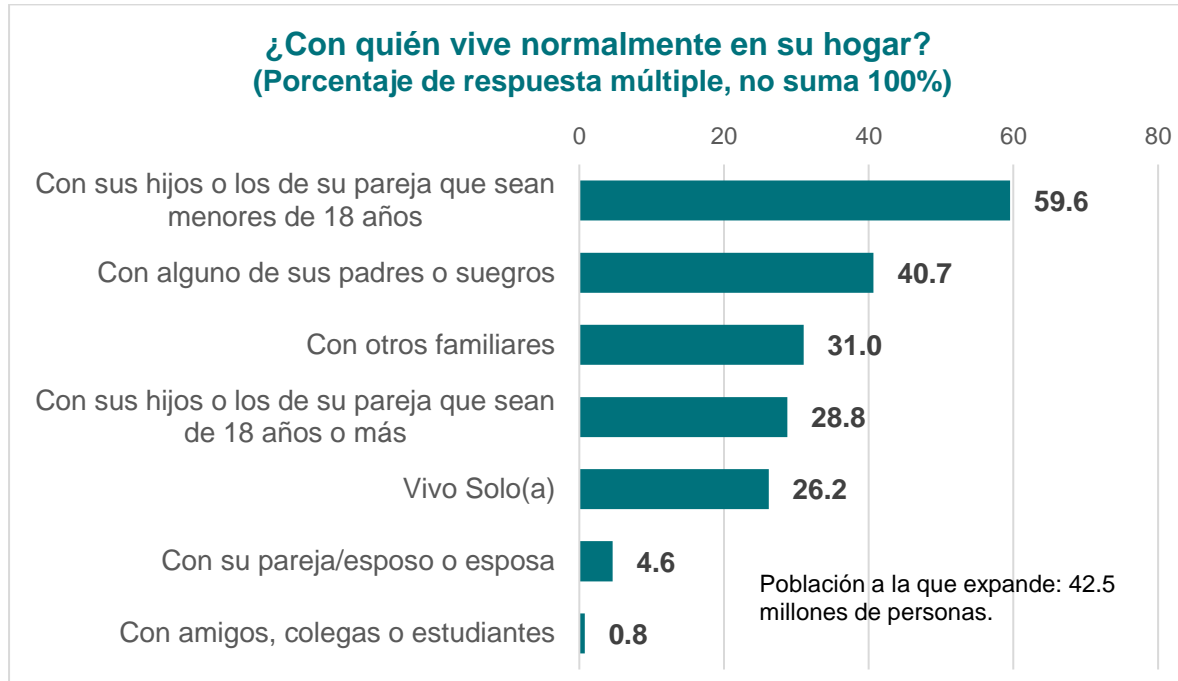
Ciudad	Grupos focales, primera ronda	Grupos focales, segunda ronda
Ciudad de México	AB/C+, 09 de mayo C-/D+, 11 de mayo Comerciantes, 11 de mayo	AB/C+, 25 de octubre C-/D+, 26 de octubre Comerciantes, 26 de octubre
Saltillo, Coah.	AB/C+, 15 de mayo C-/D+, 16 de mayo Comerciantes, 16 de mayo	AB/C+, 06 de noviembre C-/D+, 07 de noviembre Comerciantes, 07 de noviembre
Monterrey, N. L.	AB/C+, 17 de mayo C-/D+, 18 de mayo Comerciantes, 18 de mayo	AB/C+, 08 de noviembre C-/D+, 09 de noviembre Comerciantes, 09 de noviembre
San Cristóbal de las Casas, Chis.	AB/C+, 22 de mayo C-/D+, 22 de mayo Comerciantes, 23 de mayo	-
Campeche, Camp.	-	AB/C+, 13 de noviembre C-/D+, 14 de noviembre Comerciantes, 14 de noviembre
Mérida, Yuc.	AB/C+, 24 de mayo C-/D+, 25 de mayo Comerciantes, 25 de mayo	AB/C+, 29 de noviembre C-/D+, 30 de noviembre Comerciantes, 30 de noviembre
Pachuca, Hgo.	AB/C+, 29 de mayo C-/D+, 30 de mayo Comerciantes, 30 de mayo	AB/C+, 15 de noviembre C-/D+, 16 de noviembre Comerciantes, 16 de noviembre
Cuautla, Mor.	AB/C+, 31 de mayo C-/D+, 01 de mayo Comerciantes, 01 de mayo	AB/C+, 21 de noviembre C-/D+, 22 de noviembre Comerciantes, 22 de noviembre

## Anexo III. Encuesta anual: Gráficas y tablas

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

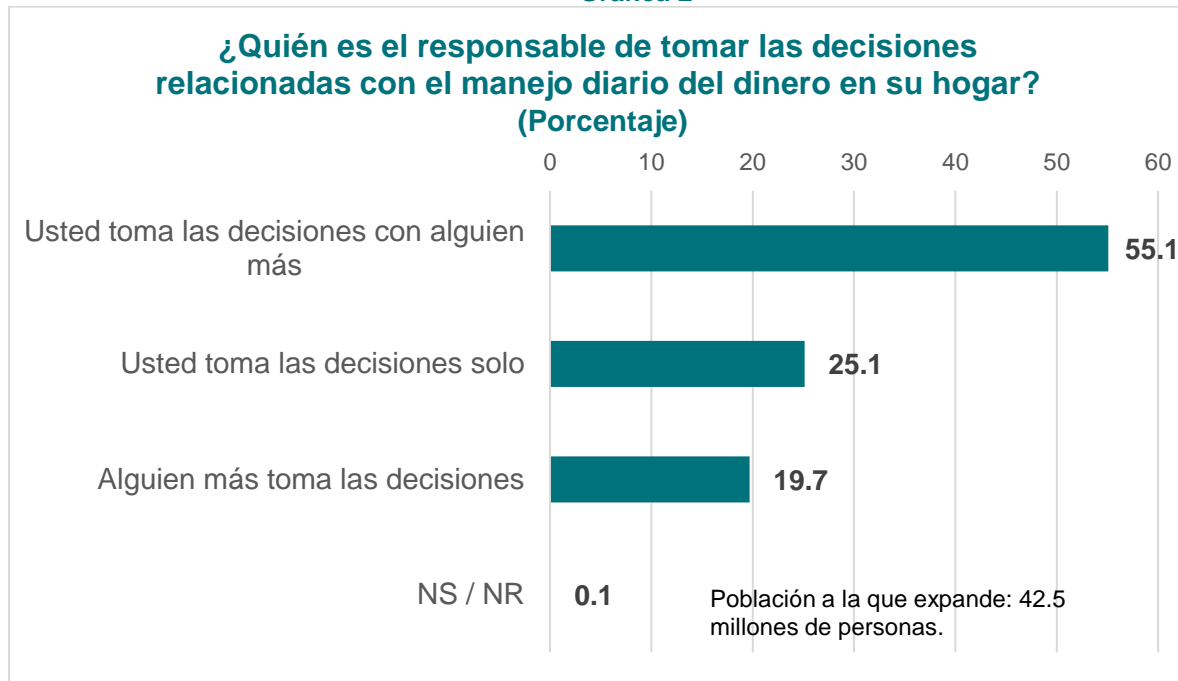
### Datos generales de hogar

Gráfica 1



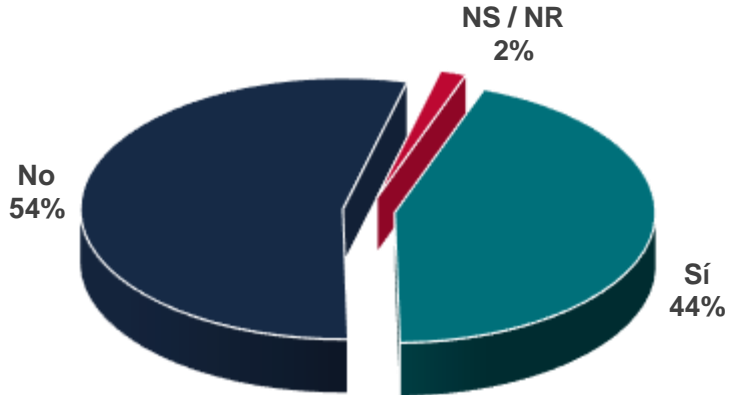
### Economía del hogar

Gráfica 2



Gráfica 3

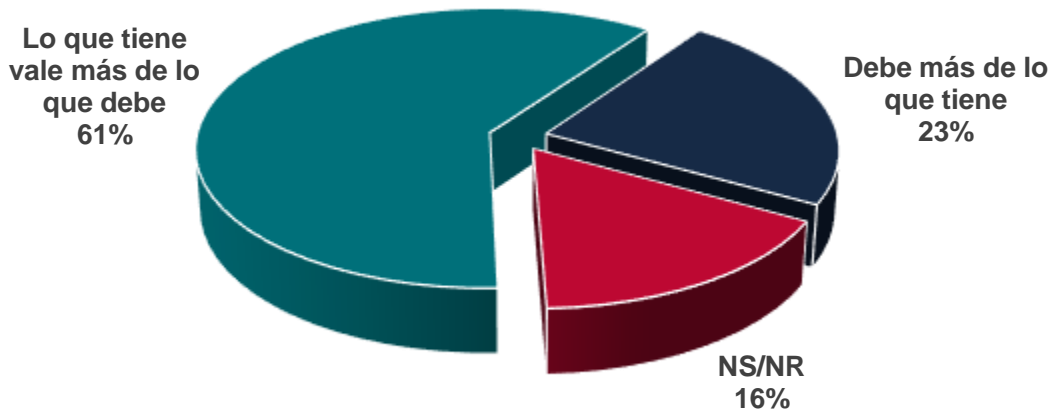
¿Su hogar tiene un presupuesto planeado?  
(Porcentaje)



Población a la que expande: 42.5 millones de personas.

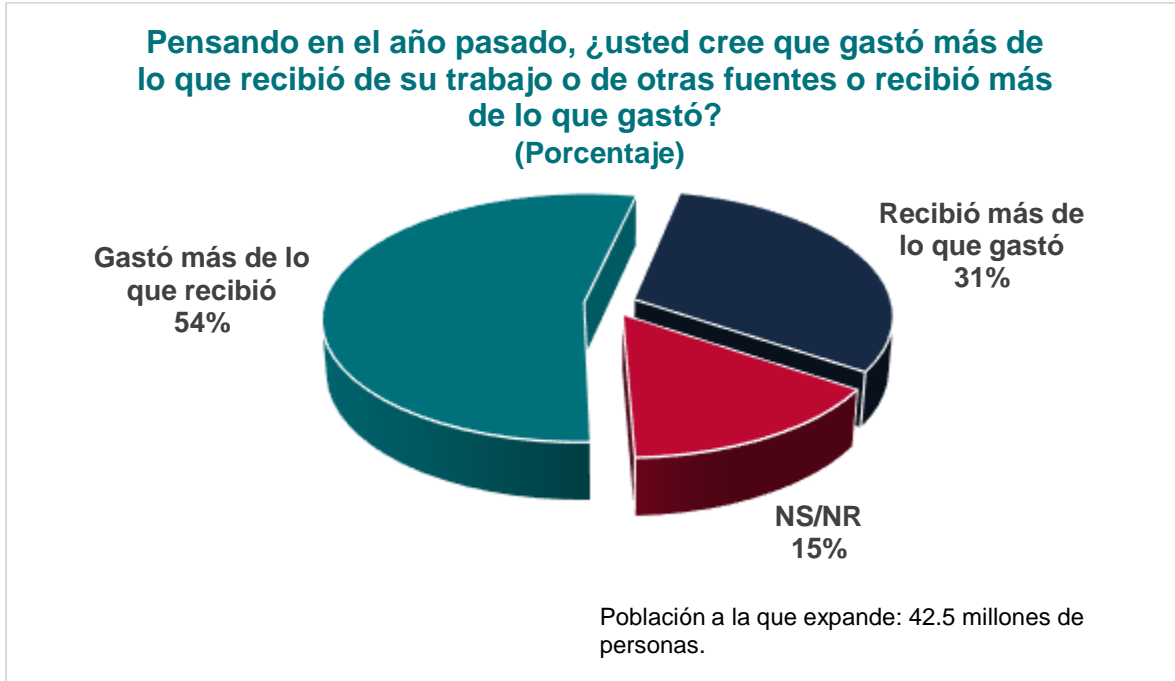
Gráfica 4

¿Cree usted que lo que tiene vale más que lo que debe o que usted debe más de lo que tiene?  
(Porcentaje)

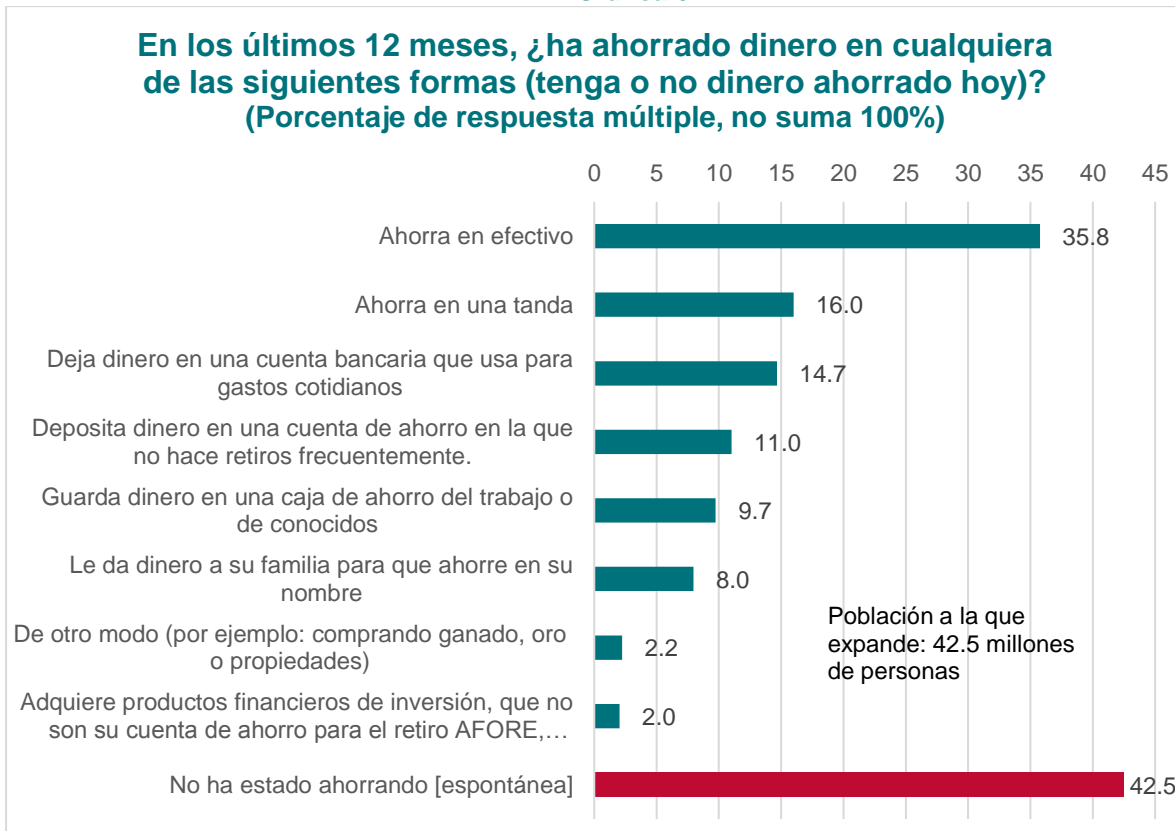


Población a la que expande: 42.5 millones de personas.

Gráfica 5

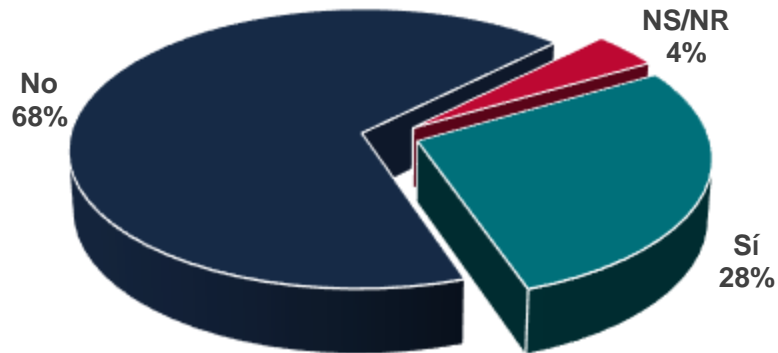


Gráfica 6



Gráfica 7

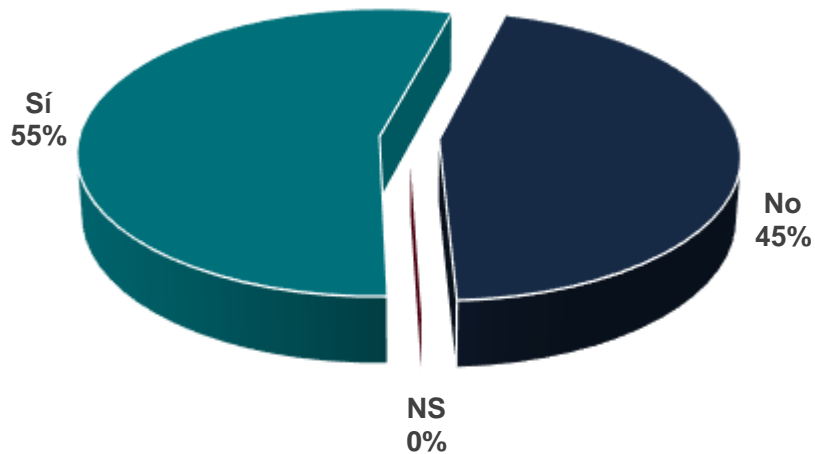
Si usted tuviera el día de hoy un gasto personal grande que no tenía planeado, ¿podría pagarlo sin pedir prestado y sin pedir ayuda a sus familiares o amigos?  
(Porcentaje)



Población a la que expande:  
42.5 millones de personas.

Gráfica 8

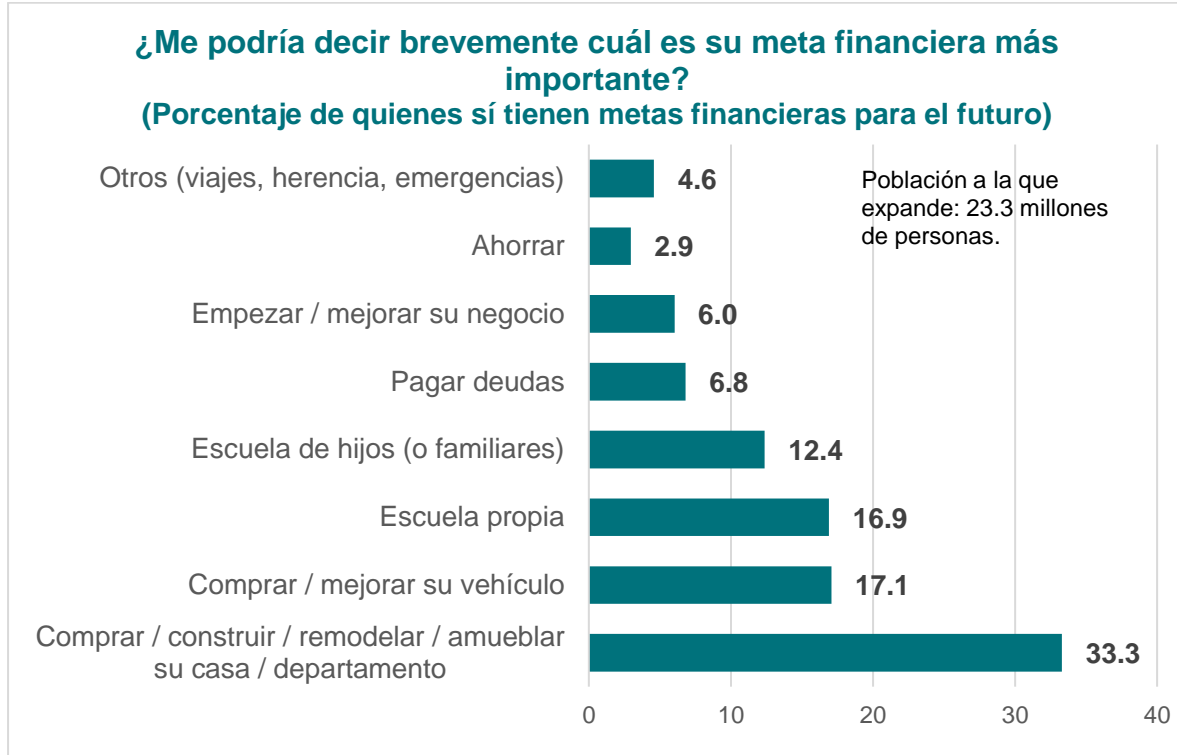
Algunas personas se fijan metas para el futuro, por ejemplo ahorrar para pagar la universidad, comprar un coche o una casa, o pagar sus deudas. ¿Tiene usted alguna meta de este tipo?  
(Porcentaje)



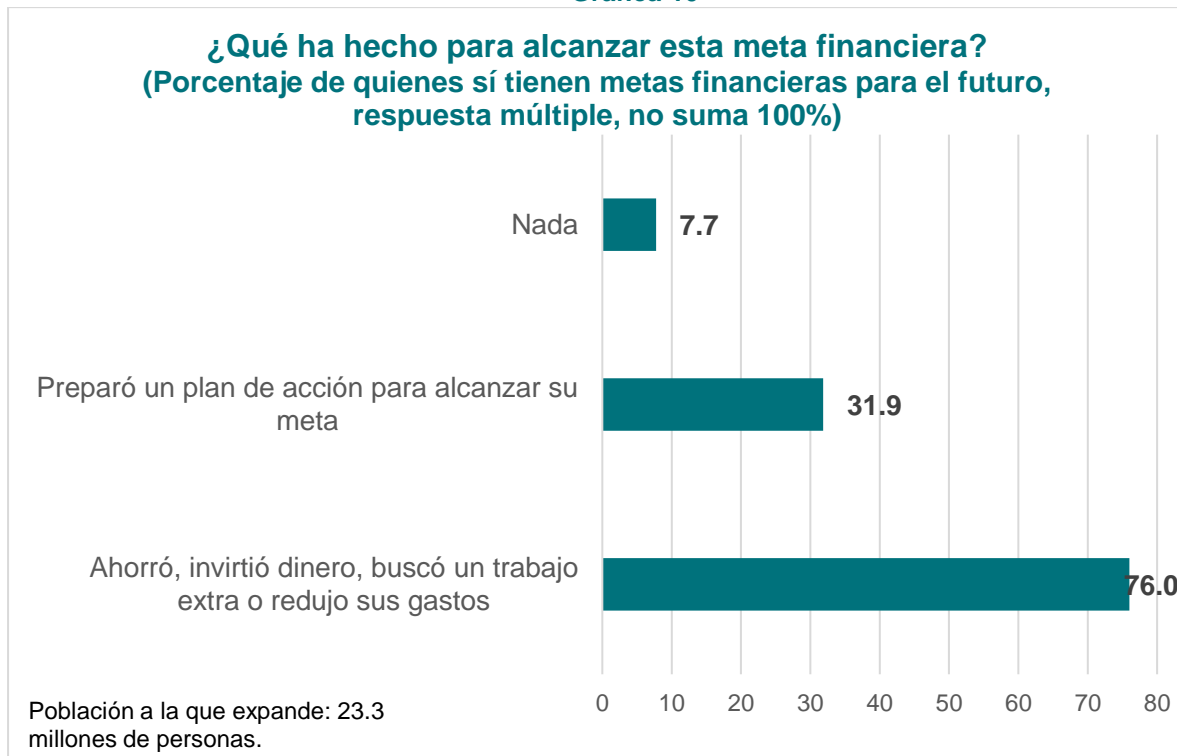
Población a la que expande: 42.5 millones de personas.



Gráfica 9

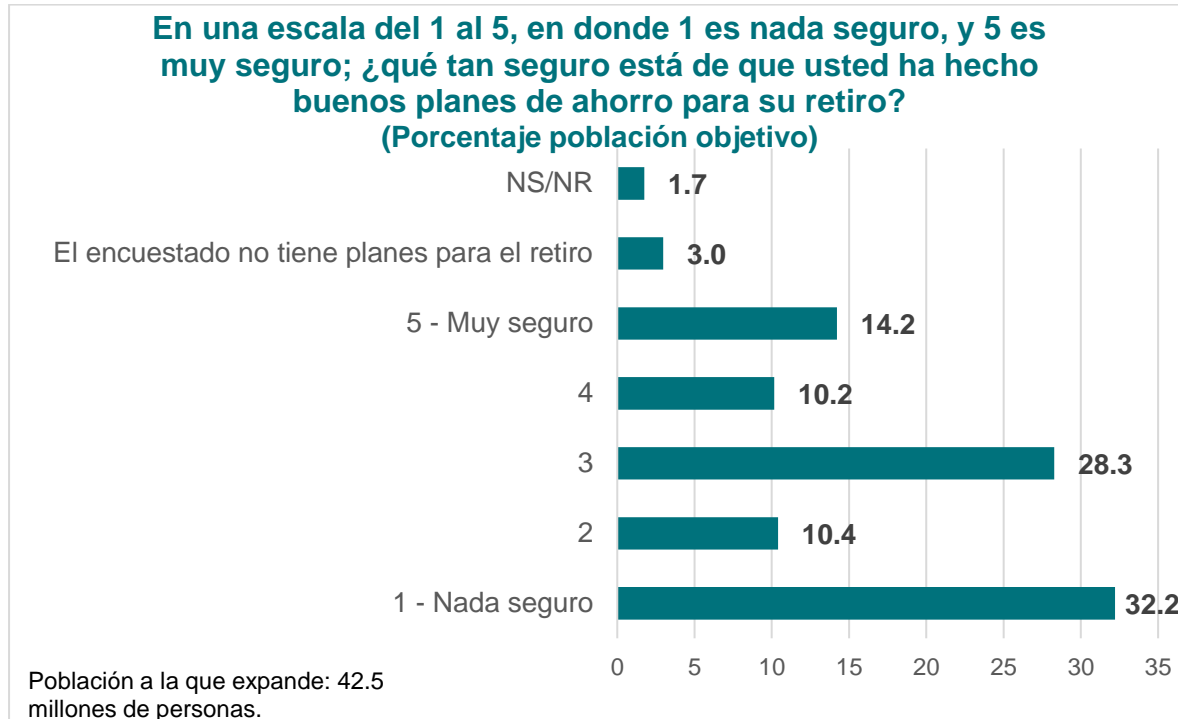


Gráfica 10

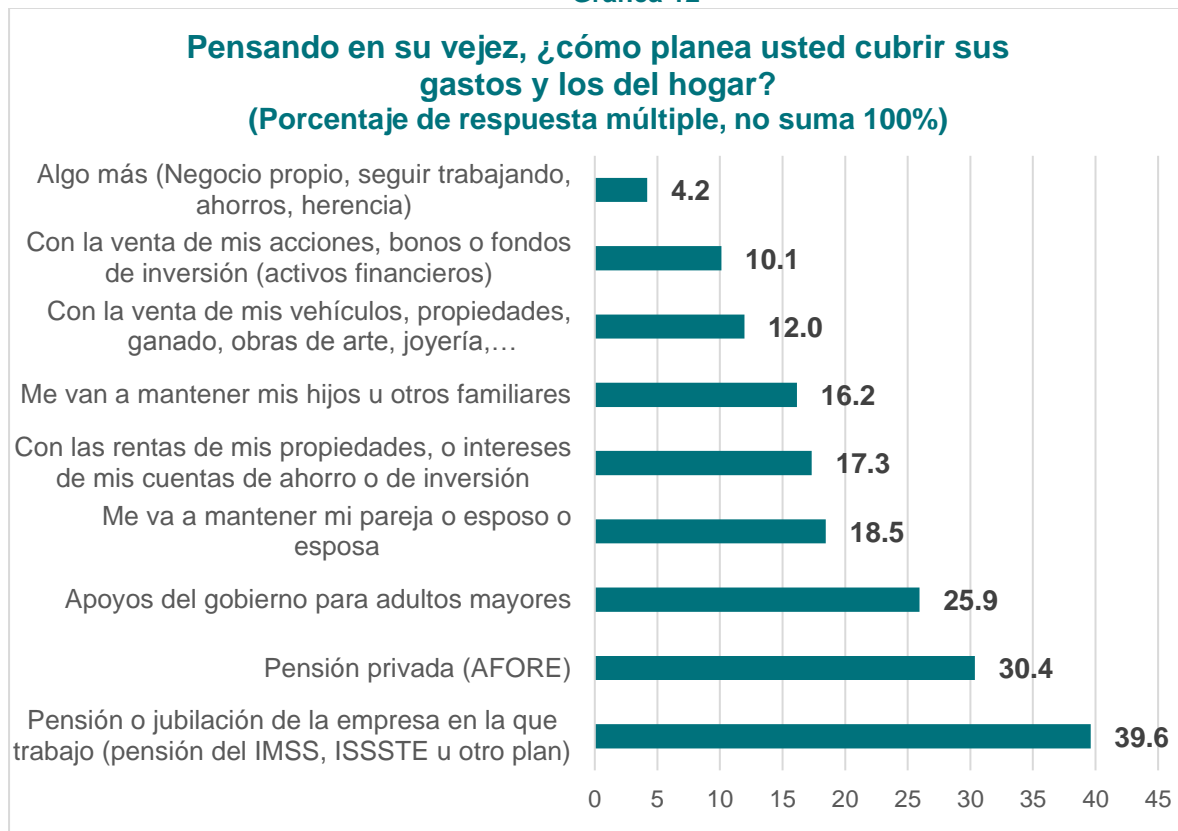


## Ahorro para el retiro

Gráfica 11

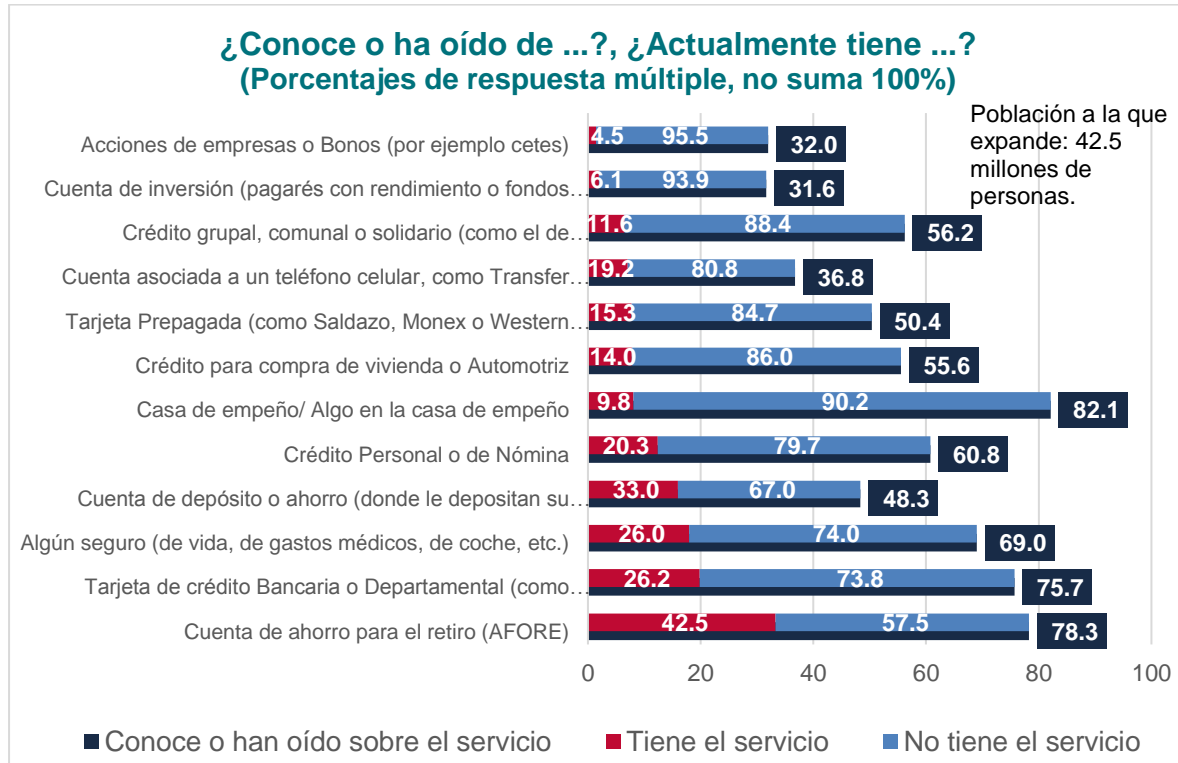


Gráfica 12

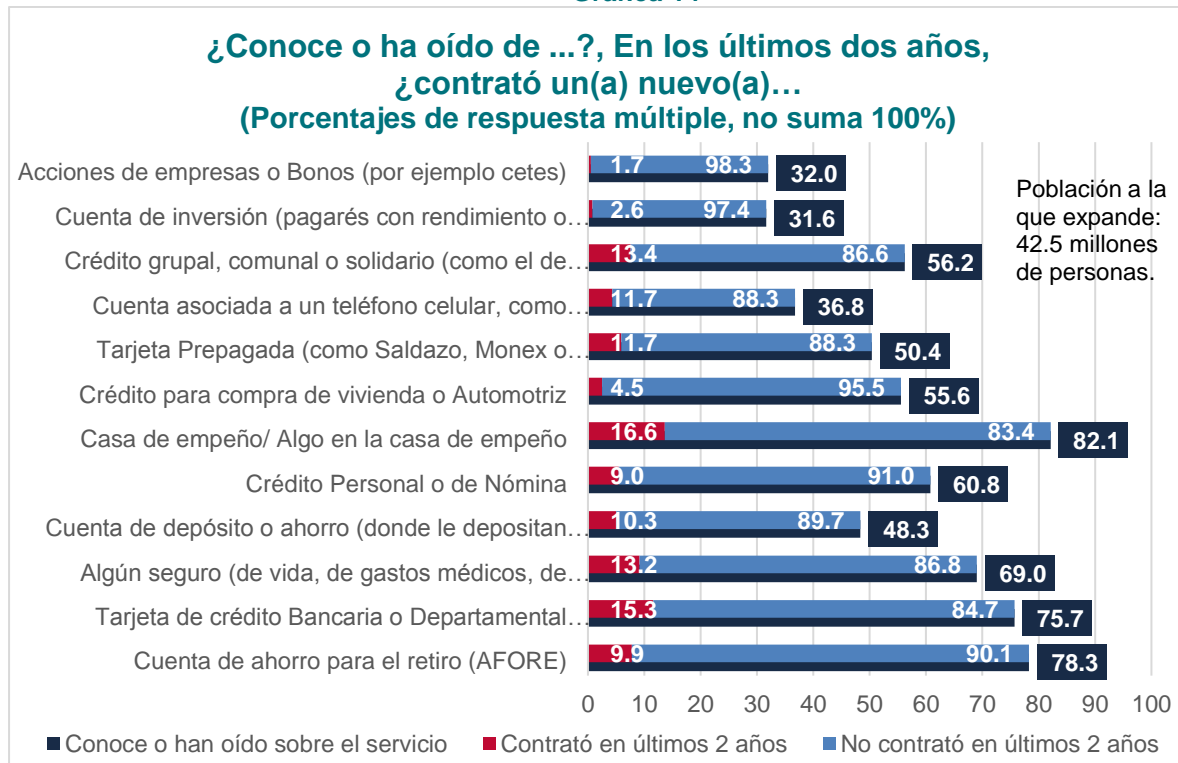


## Productos y servicios financieros

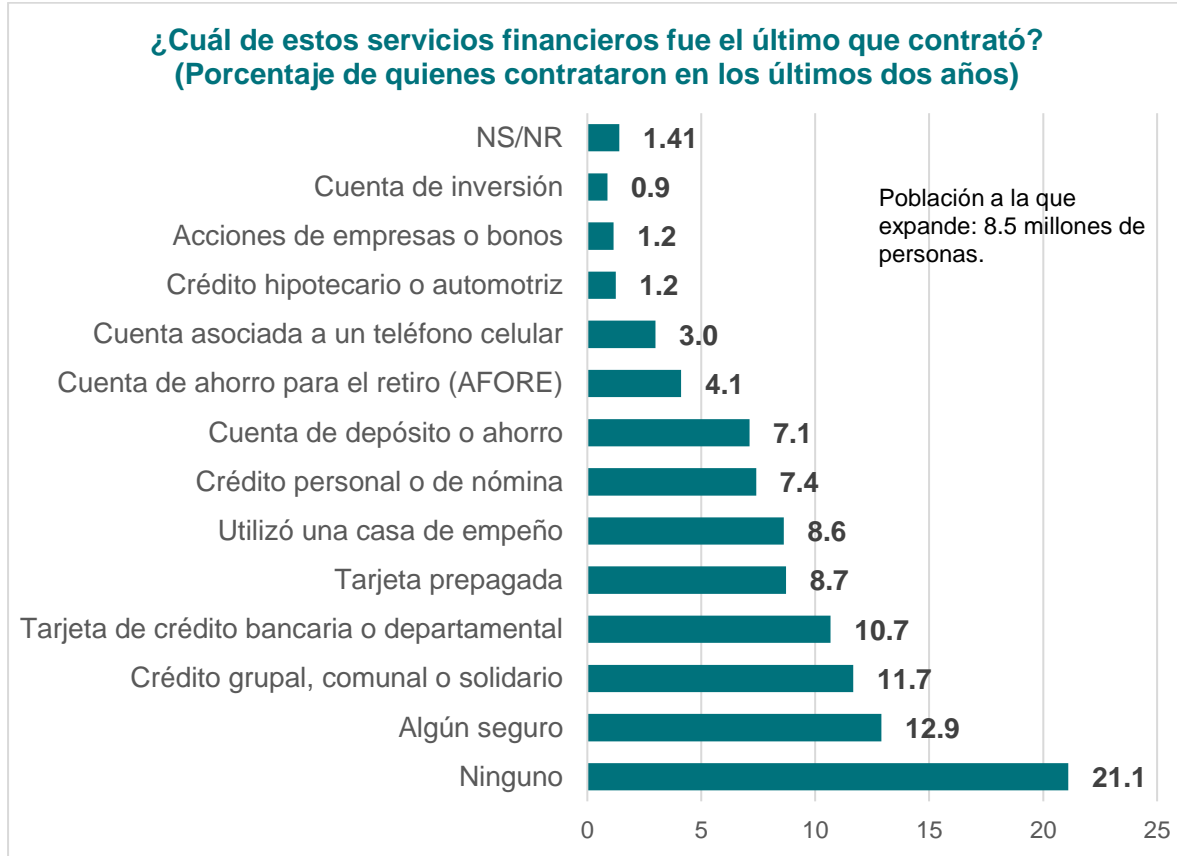
Gráfica 13



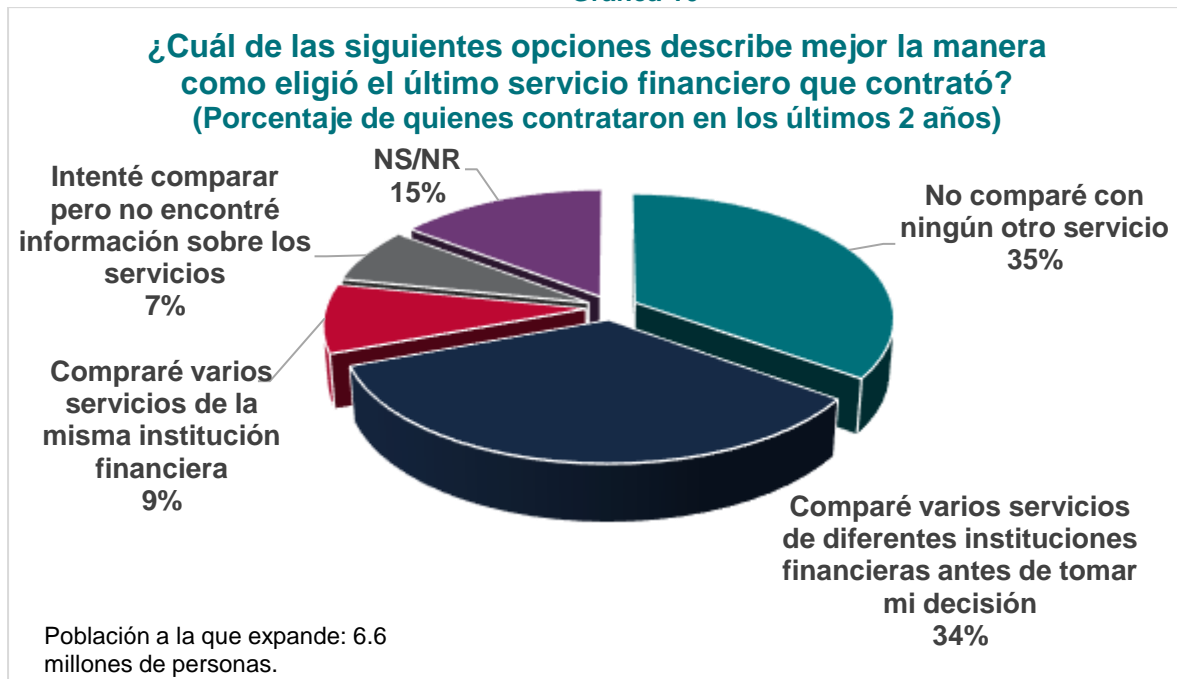
Gráfica 14



Gráfica 15



Gráfica 16



Gráfica 17

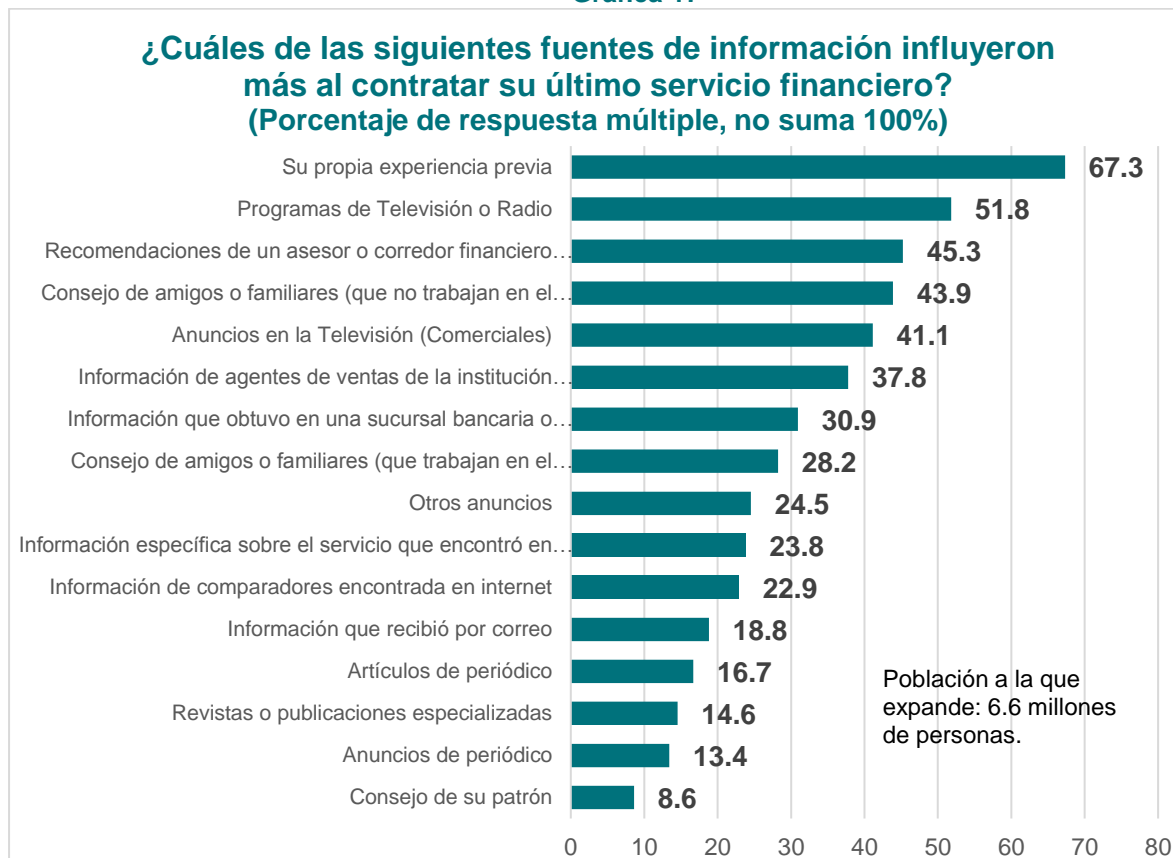


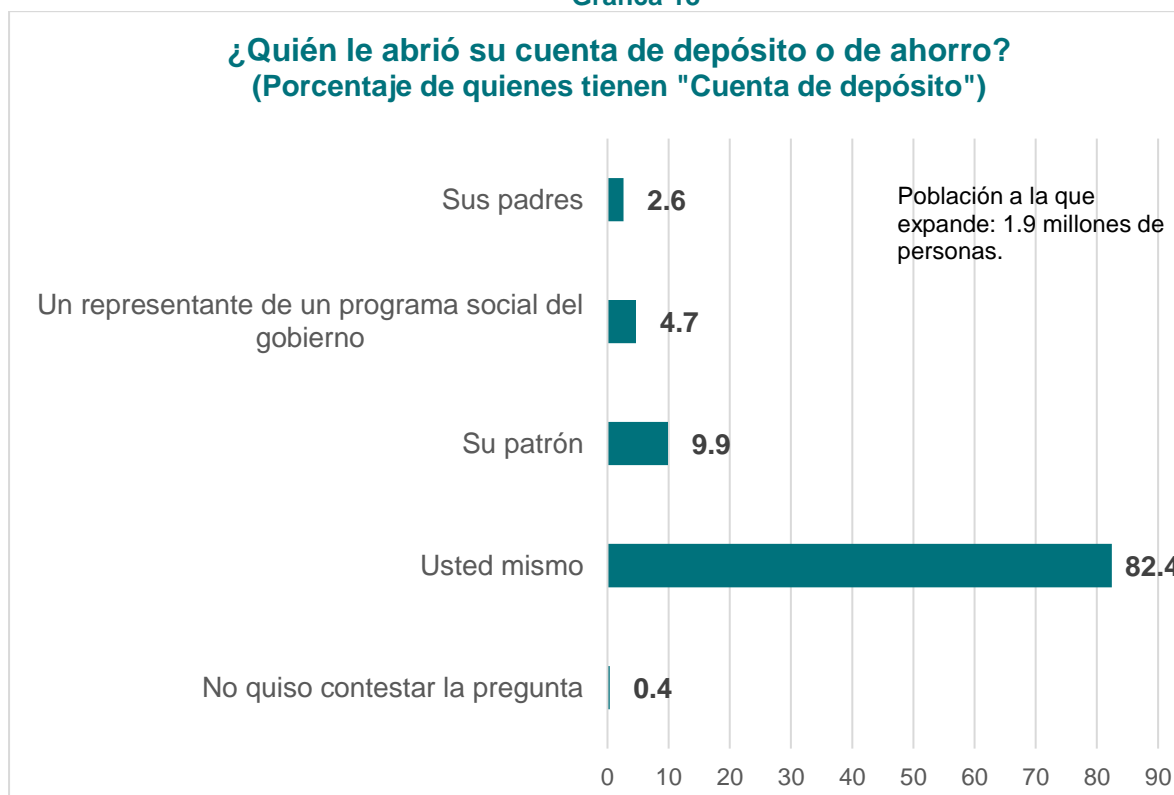
Tabla 9

**¿Cuáles de las siguientes fuentes de información siente que influyeron más al contratar su último servicio financiero?  
(Porcentaje de quienes contrataron un servicio financiero)**

	Sí	No
<b>1 Información específica del servicio</b>		
a. Información que recibió por correo	18.8	81.2
b. Información que obtuvo en una sucursal bancaria o sucursal de otra institución financiera	30.9	69.1
c. Información específica sobre el servicio que encontró en internet (en buscadores como: google, yahoo, bing; otros sitios o redes sociales).	23.8	76.2
d. Información de agentes de ventas de la institución financiera que provee el servicio	37.8	62.2
<b>2 Comparadores</b>		
a. Información de comparadores encontrada en internet	22.9	77.1
b. Revistas o publicaciones especializadas	14.6	85.4
c. Recomendaciones de un asesor o corredor financiero independiente	45.3	54.7
<b>3 Consejos generales</b>		

¿Cuáles de las siguientes fuentes de información siente que influyeron más al contratar su último servicio financiero? (Porcentaje de quienes contrataron un servicio financiero)		
	Sí	No
a. Consejo de amigos o familiares (que no trabajan en el sector financiero)	43.9	56.1
b. Consejo de amigos o familiares (que trabajan en el sector financiero)	28.2	71.8
c. Consejo de su patrón	8.6	91.4
<b>4 Medios masivos de información</b>		
a. Artículos de periódico	16.7	83.3
b. Programas de Televisión o Radio	51.8	48.2
<b>5 Publicidad</b>		
a. Anuncios de periódico	13.4	86.6
b. Anuncios en la Televisión (Comerciales)	41.1	58.9
c. Otros anuncios	24.5	75.5
<b>6 Otros</b>		
a. Su propia experiencia previa	67.3	32.7

Gráfica 18



Gráfica 19

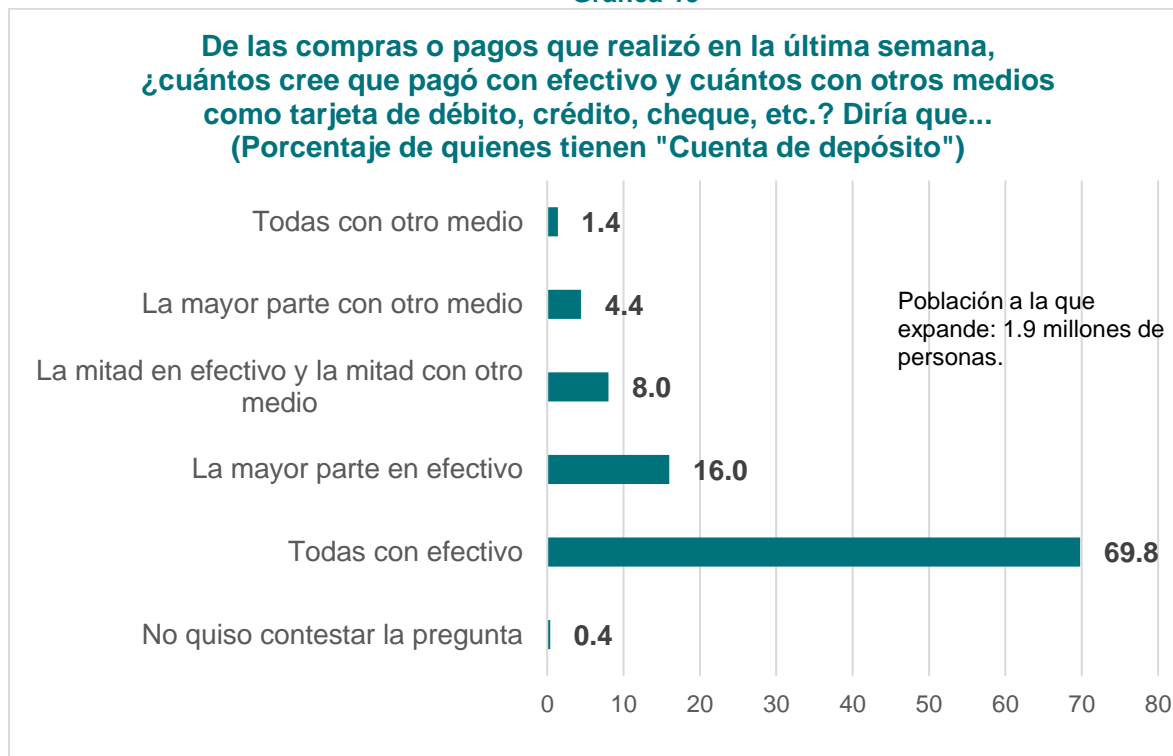


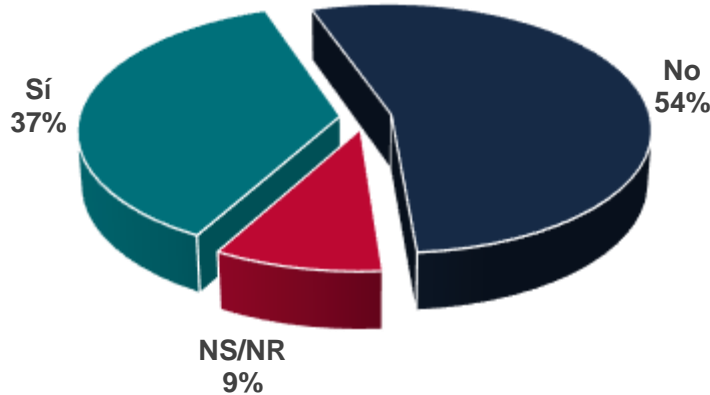
Tabla 10

**En la última semana, ¿cuántos...? (Datos en porcentaje, sólo para quienes tienen "Cuenta de depósito")**

Número de operaciones en la última semana	Retiros de efectivo en un cajero	Compras o pagos ha hecho con TDD o TDC	Pagos con cheque	Transferencias electrónicas ha hecho
Ninguna	28.0	49.2	<b>98.5</b>	<b>78.9</b>
1	<b>38.6</b>	<b>10.3</b>	0.6	5.2
2	<b>24.0</b>	<b>22.3</b>	0.5	6.1
3	3.3	4.4	-	3.3
4	4.9	1.5	-	0.1
5	0.3	6.0	-	3.8
6	0.5	2.0	-	2.2
7	-	0.3	-	-
8	-	1.1	-	-
10	-	2.2	-	-
No sabe / No respondió	0.4	0.7	0.4	0.4
Total	100	100	100	100

Gráfica 20

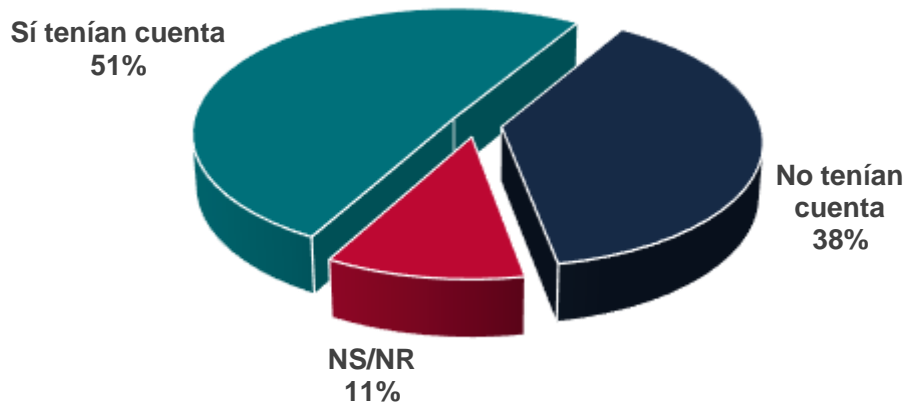
Cuando le depositan en su cuenta de depósito o ahorro, ¿usted saca todo de un jalón para hacer sus pagos en efectivo, sí o no?  
(Porcentaje de quienes tienen "Cuenta de depósito")



Población a la que expande: 1.9 millones de personas.

Gráfica 21

Cuando era niño, ¿recuerda si sus padres, algún hermano u otro miembro del hogar tenían una cuenta de depósito o de ahorro?  
(Porcentaje de quienes tienen contratado algún servicio financiero)

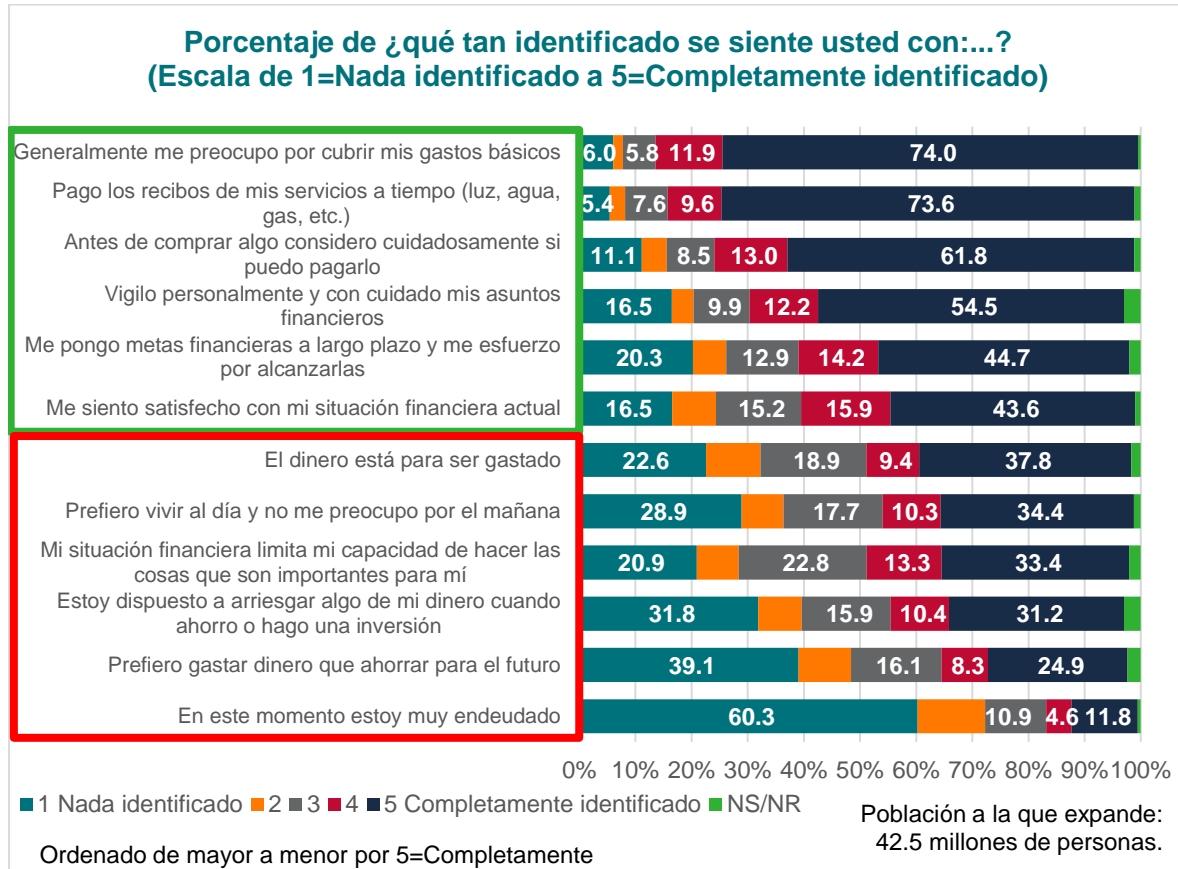


Población a la que expande: 6.6 millones de personas.

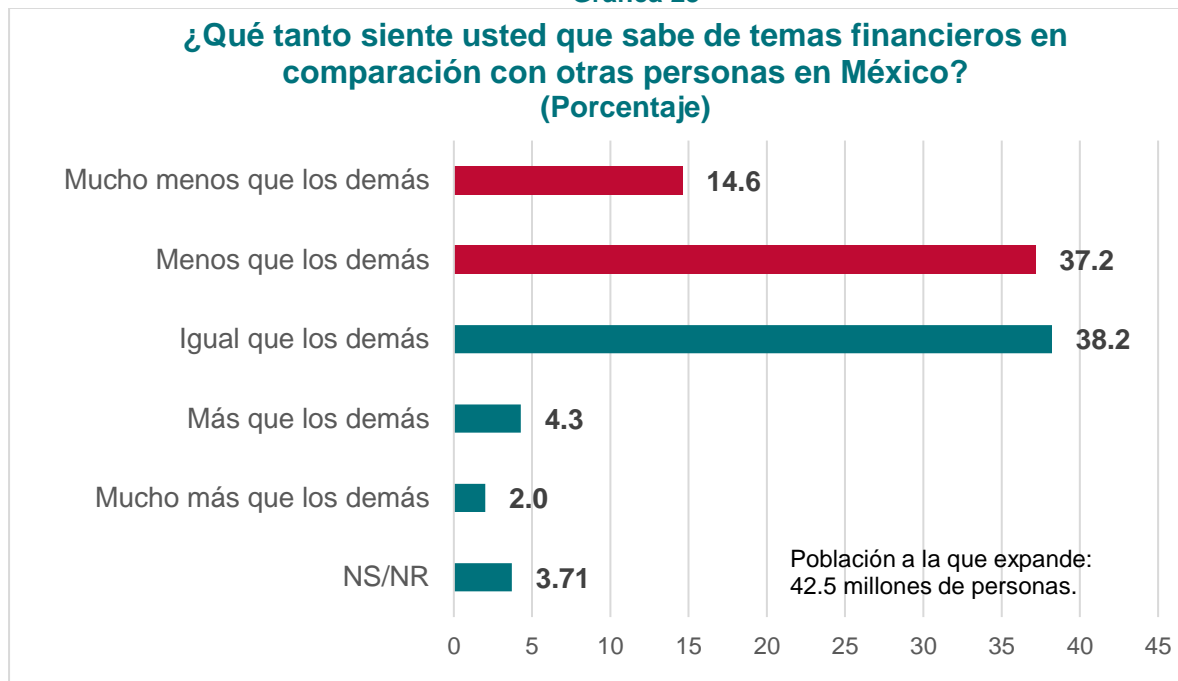


## Conductas y actitudes hacia el dinero (ahorro/gasto)

Gráfica 22

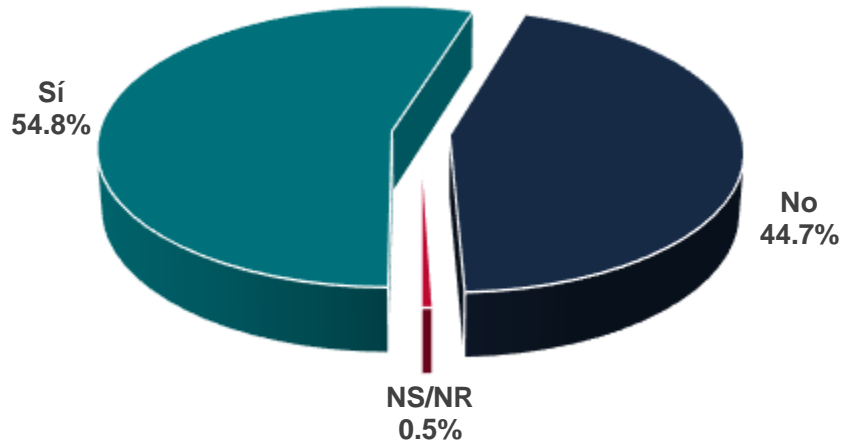


Gráfica 23



Gráfica 24

**En los últimos 12 meses, ¿a usted le ha pasado que no le alcanza lo que recibe para pagar sus gastos?  
(Porcentaje)**



Población a la que expande: 42.5 millones de personas.

Gráfica 25

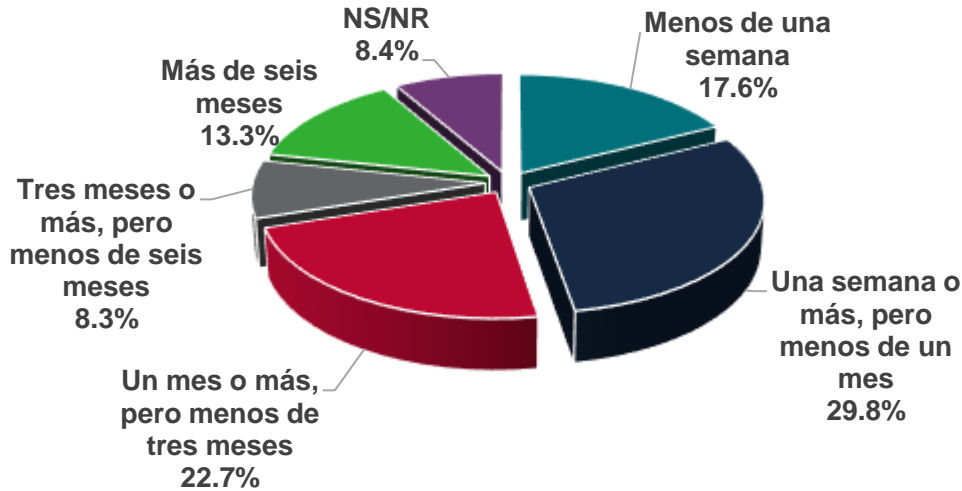
**¿Qué hizo para pagar sus gastos diarios la última vez que no le alcanzó el dinero?  
(Porcentaje de quienes no les alcanzó para pagar sus gastos)**



Población a la que expande: 23.3 millones de personas.

Gráfica 26

**Si se perdiera la principal fuente de ingresos en su hogar, ¿cuánto tiempo podrían seguir pagando los gastos diarios sin tener que pedir dinero prestado o sin tener que cambiarse de casa? (Porcentaje)**

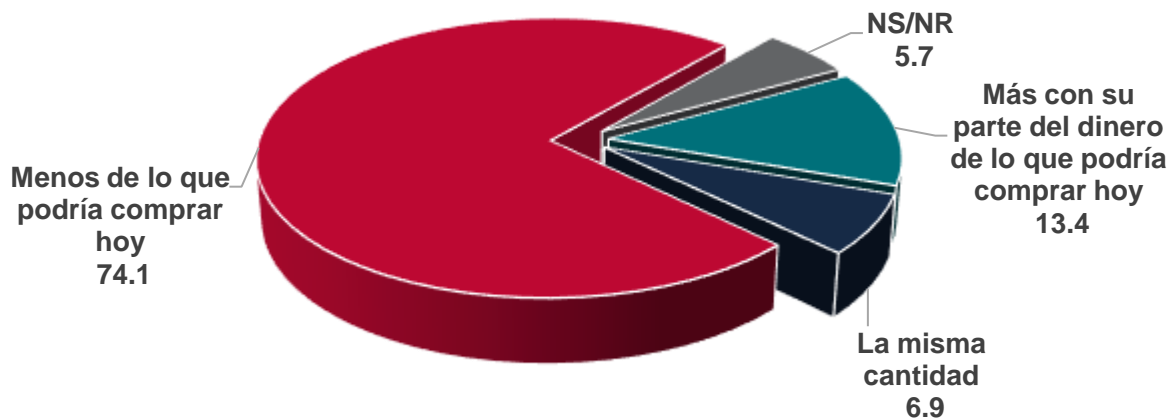


Población a la que expande: 42.5 millones de personas.

## Evaluación de conceptos

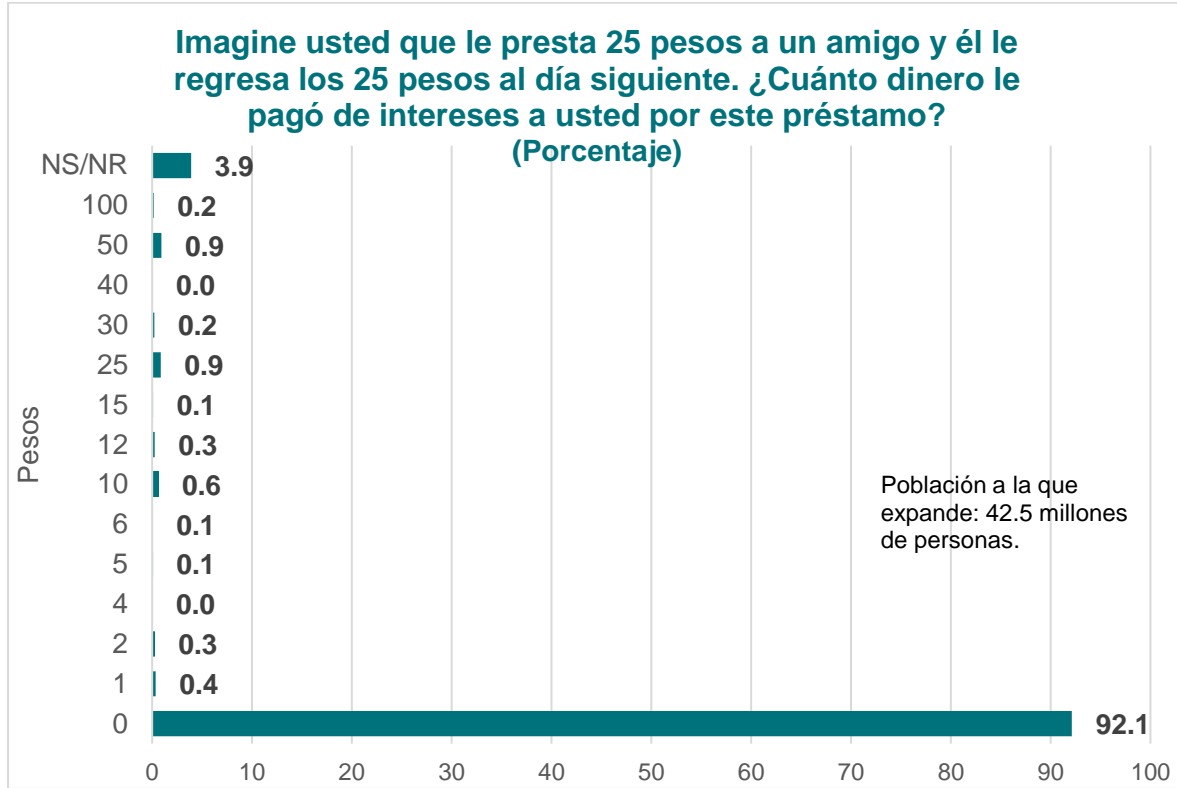
Gráfica 27

**Imagine que usted recibe un regalo de 1000 pesos pero tiene que esperar un año para obtenerlo y la inflación es del 3% anual. Después de un año, va a poder comprar... (Porcentaje)**

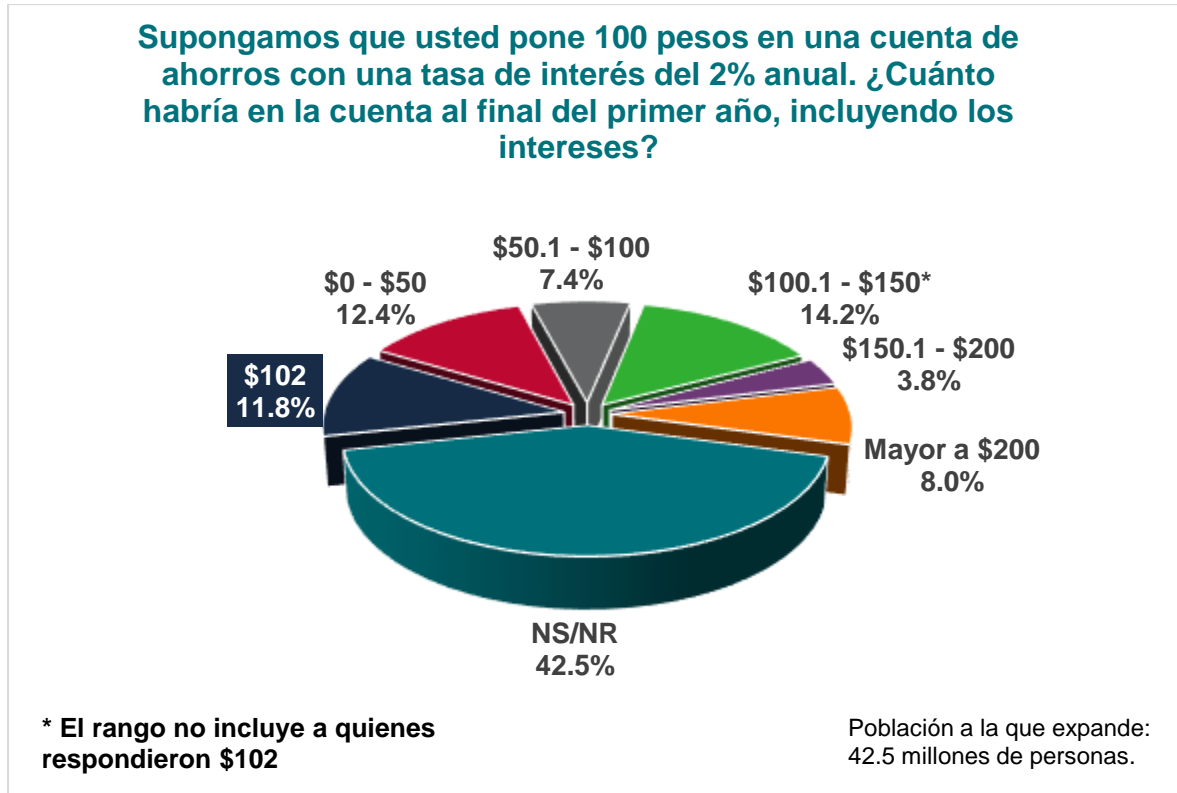


Población a la que expande: 42.5 millones de personas.

Gráfica 28

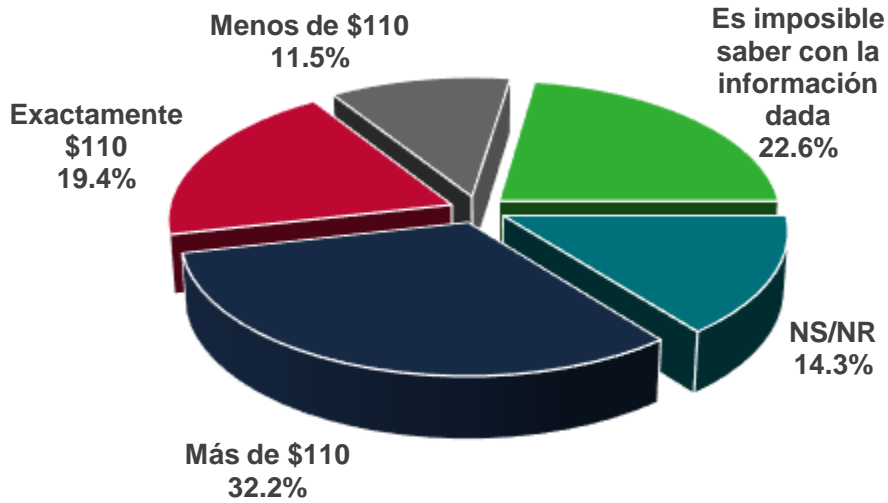


Gráfica 29



Gráfica 30

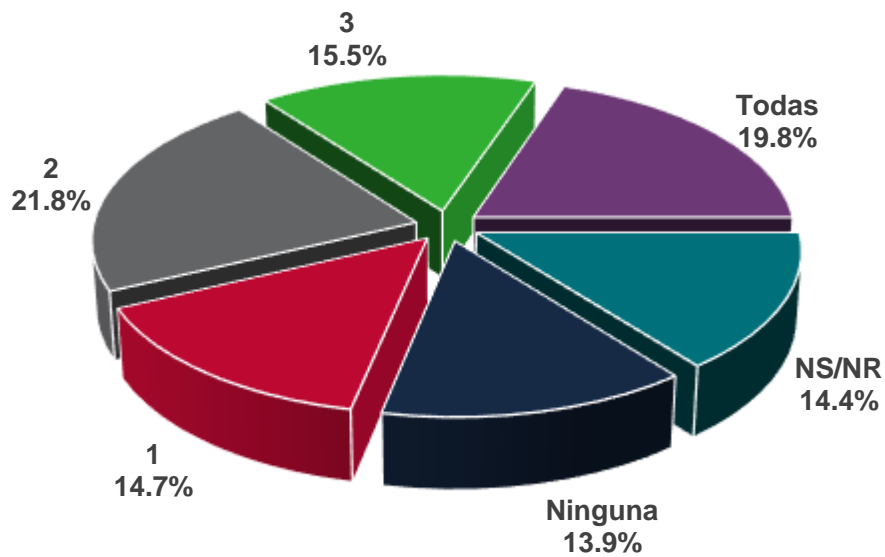
Y con la misma tasa de interés de 2% al año, ¿cuánto dinero habría en la cuenta al final de cinco años? Habría...



Población a la que expone: 42.5 millones de personas.

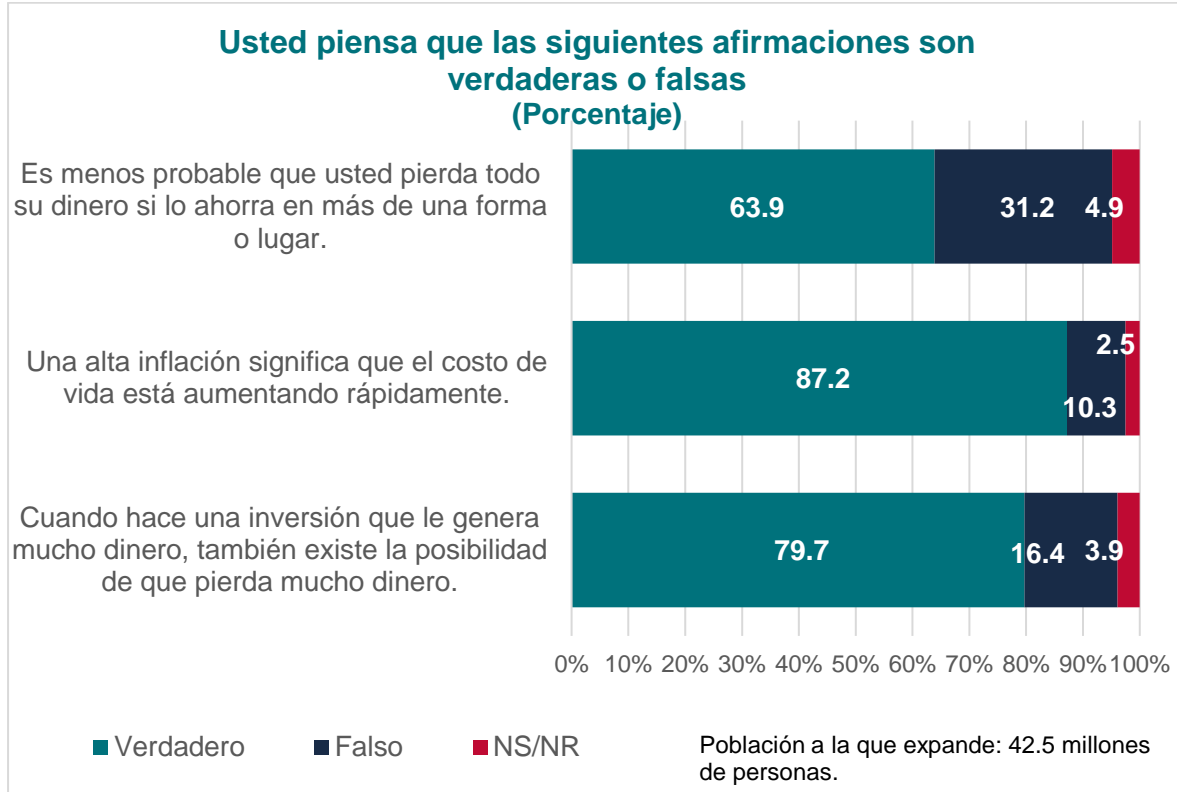
Gráfica 31

De las 4 preguntas anteriores, ¿cuántas contestó correctamente?

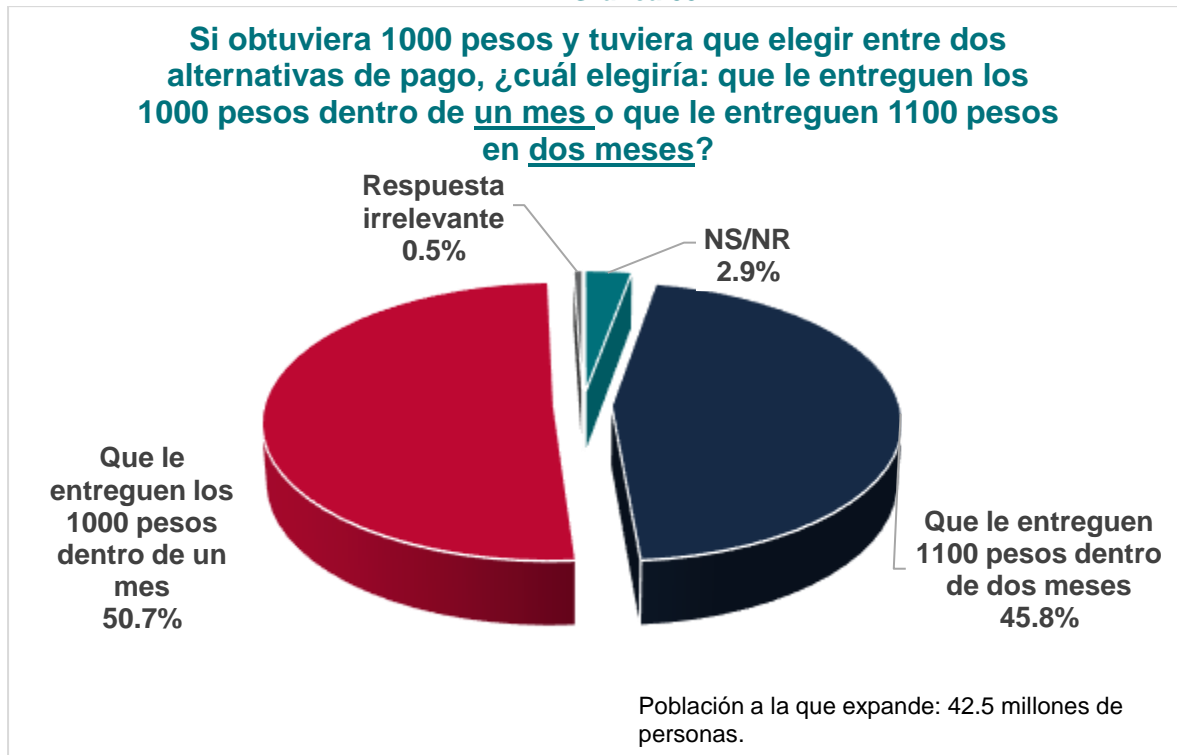


Población a la que expone: 42.5 millones de personas.

Gráfica 32

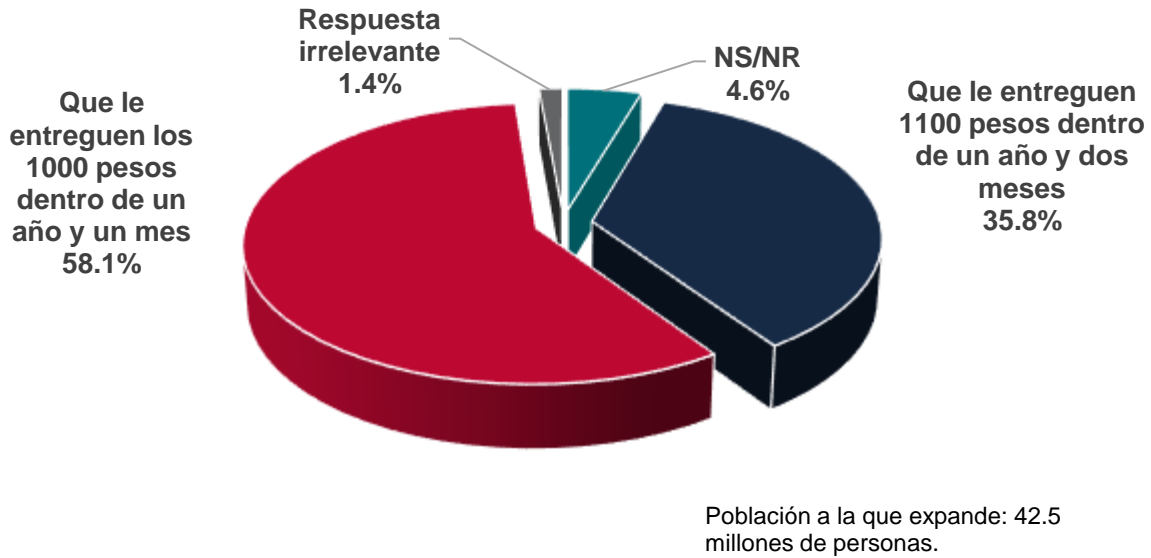


Gráfica 33



Gráfica 34

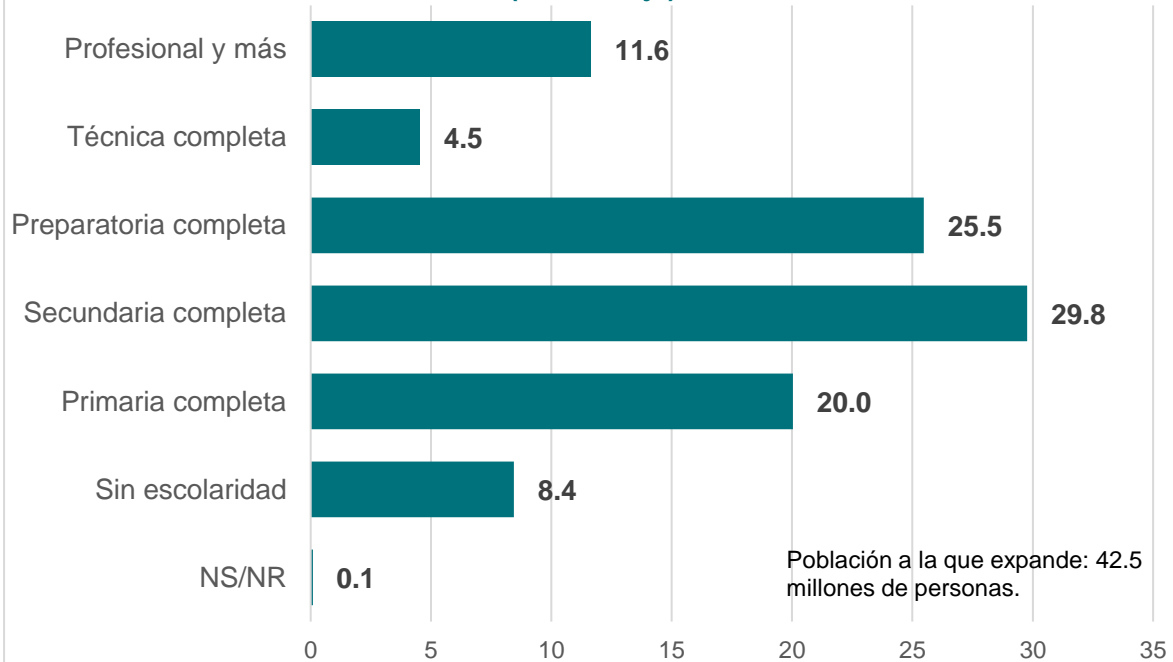
Si obtuviera 1000 pesos y tuviera que elegir entre dos alternativas de pago, ¿cuál elegiría: que le entreguen 1000 pesos dentro de un año y un mes o que le entreguen 1100 en un año y dos meses?



## Datos educativos y laborales

Gráfica 35

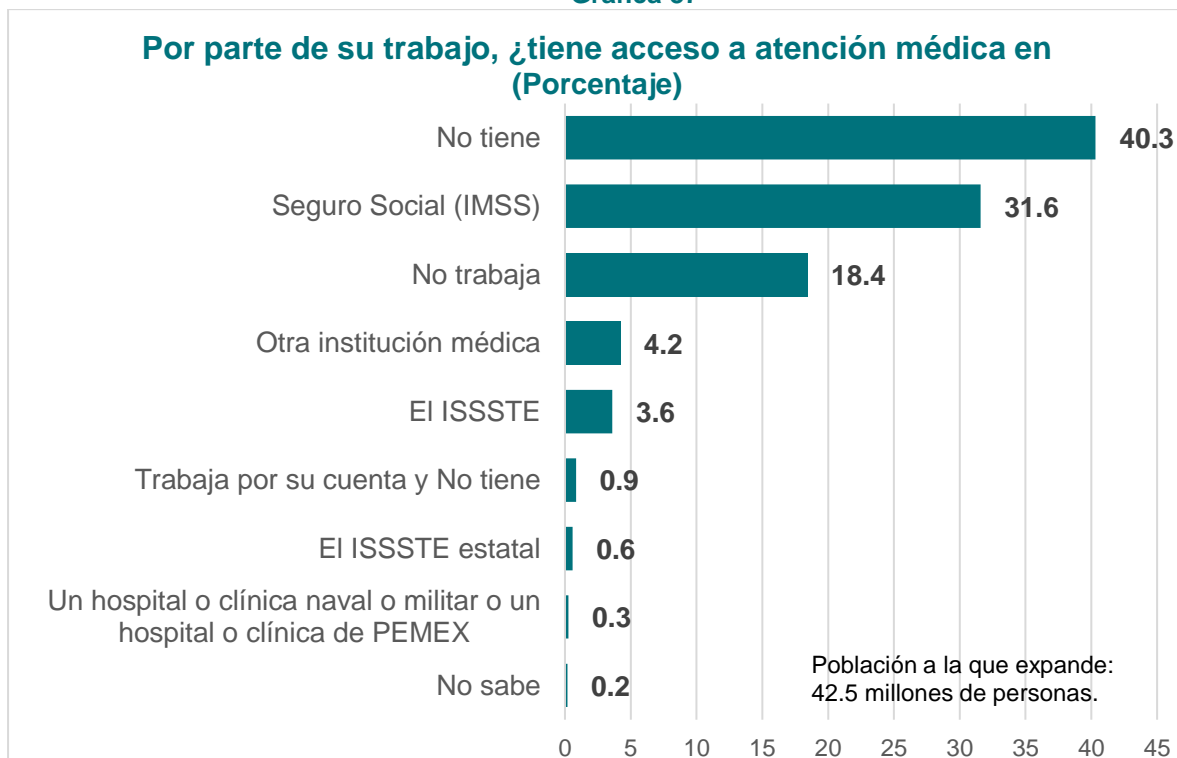
¿Hasta qué grado estudió en la escuela?  
(Porcentaje)



Gráfica 36

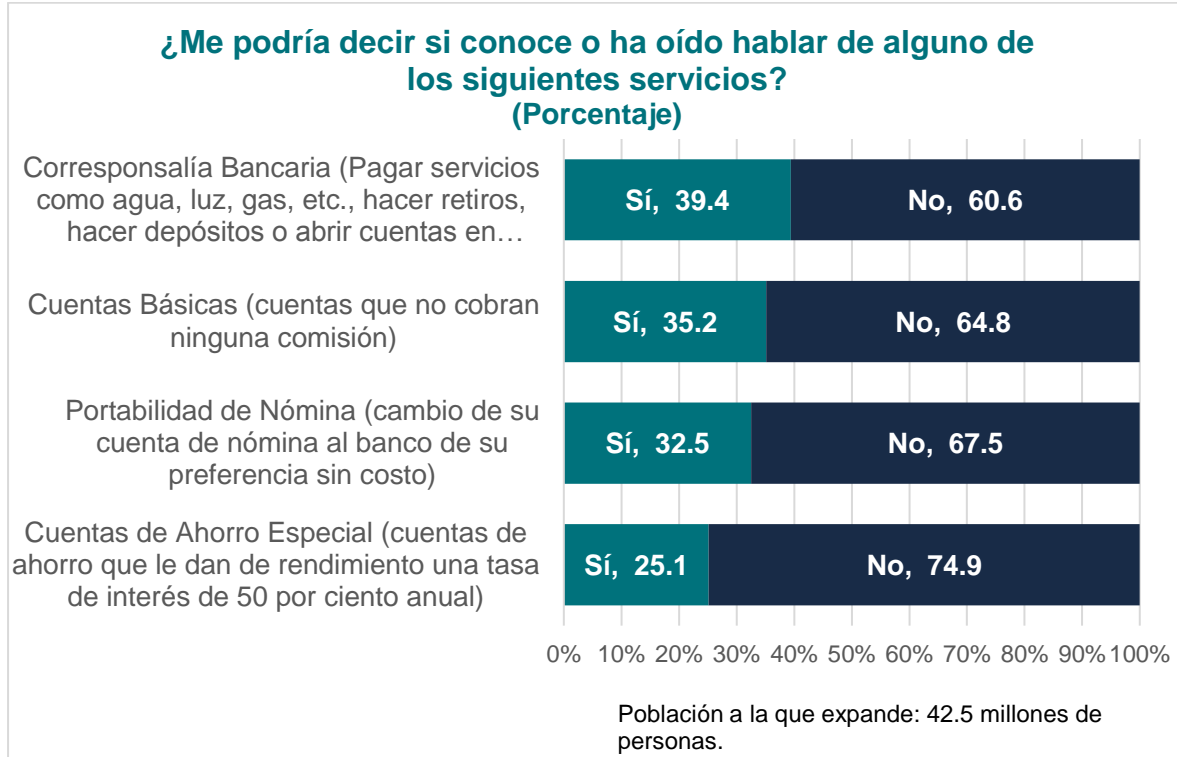


Gráfica 37

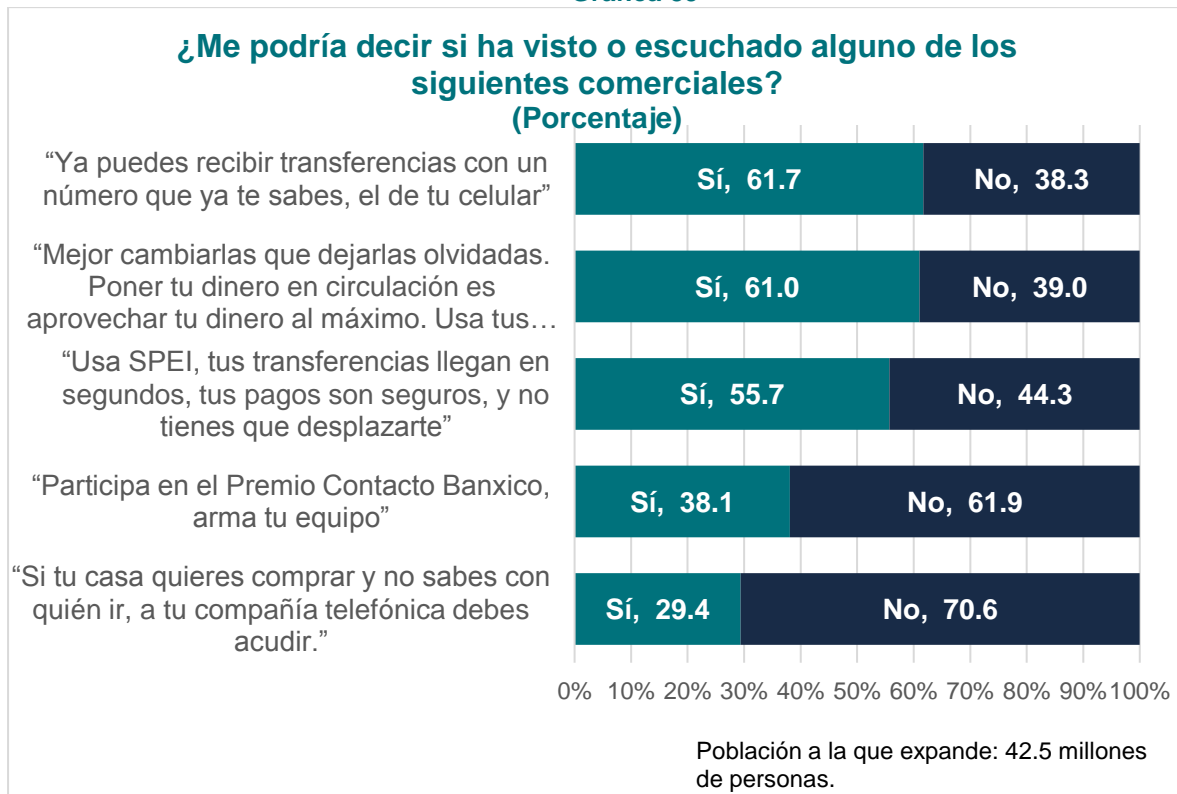




Gráfica 38

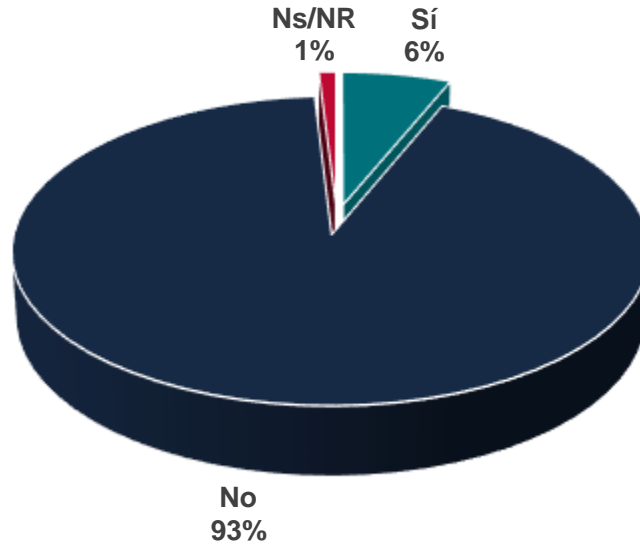


Gráfica 39



Gráfica 40

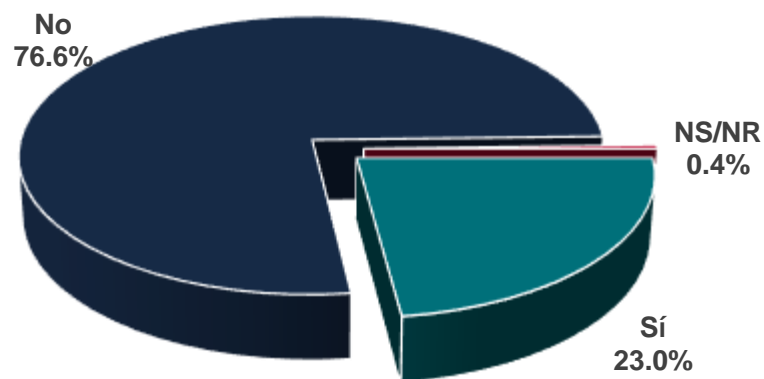
¿Usted ha tomado algún curso de educación financiera, sí o no?  
(Porcentaje)



Población a la que expone: 42.5 millones de personas.

Gráfica 41

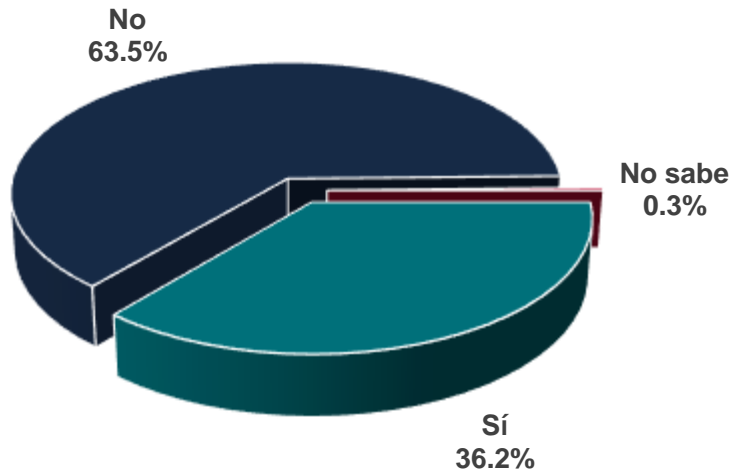
Cuando contrata un crédito, ¿usted sabe qué es el Costo Anual Total (CAT): sí o no?  
(Porcentaje)



Población a la que expone: 42.5 millones de personas.

Gráfica 42

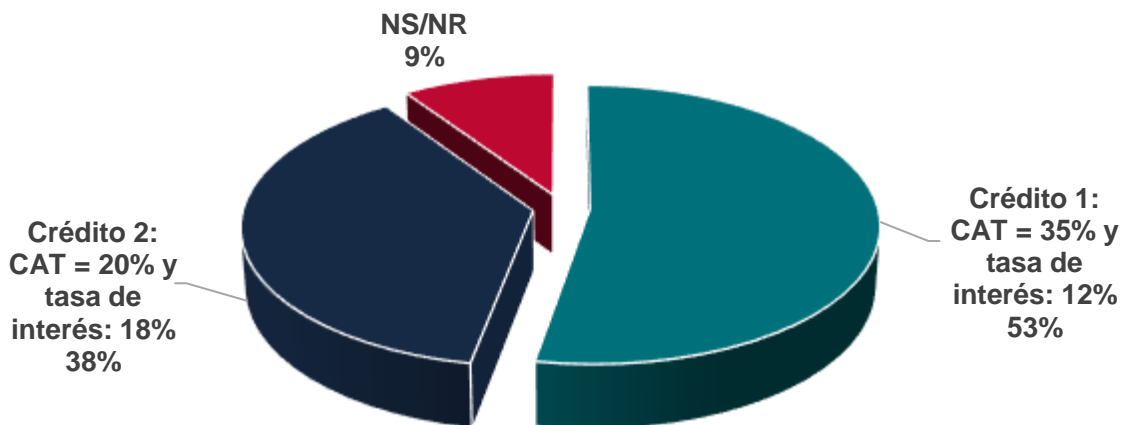
¿Alguna vez ha utilizado el Costo Anual Total (CAT) para decidir qué crédito contratar: sí o no?  
(Porcentaje de quienes saben qué es el CAT)



Población a la que expande: 9.7 millones de personas.

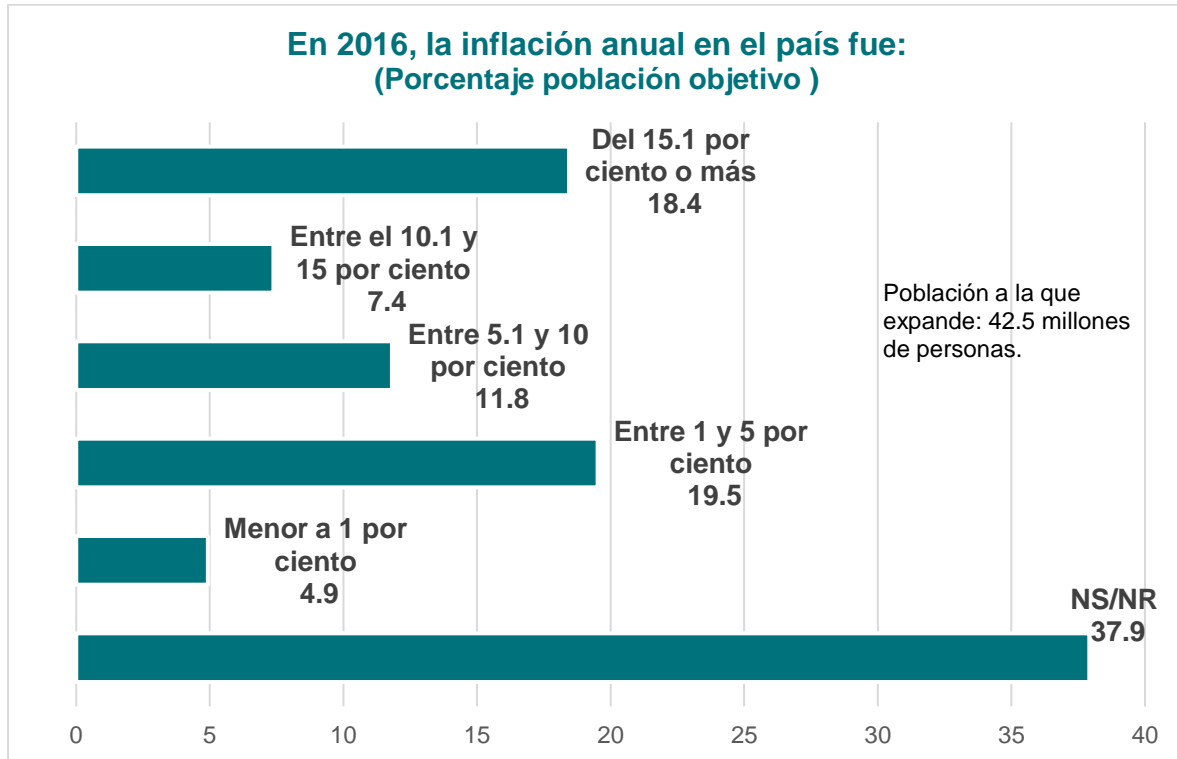
Gráfica 43

Si le ofrecieran dos servicios de crédito con las características que se muestran en la tarjeta, ¿cuál escogería?  
(Porcentaje de quienes saben qué es el CAT)



Población a la que expande: 9.7 millones de personas.

Gráfica 44



## Anexo IV. Encuesta trimestral: Gráficas y tablas

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

### Usos y hábitos del efectivo

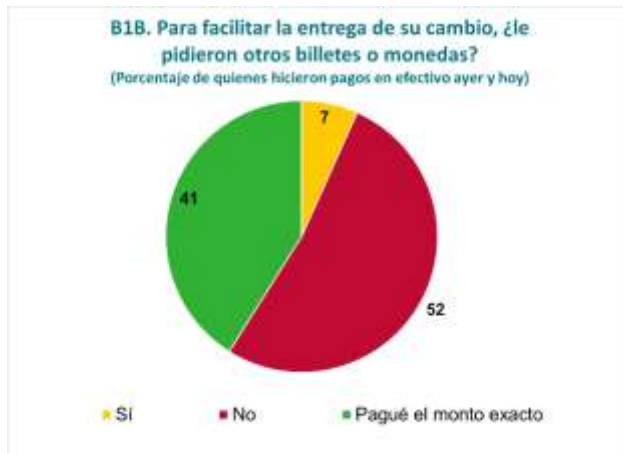
Gráfica 45



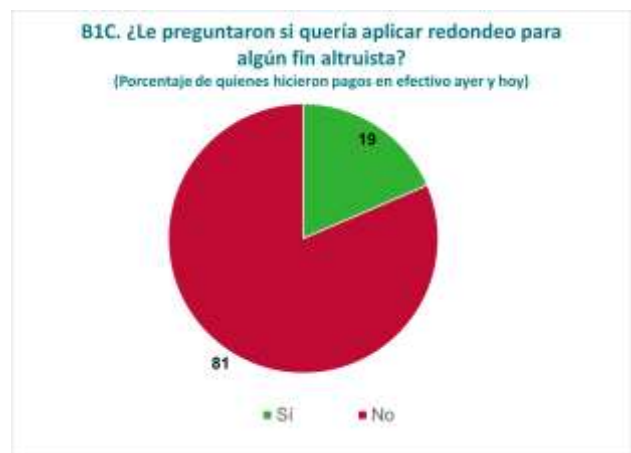
Gráfica 46\*



Gráfica 47\*



Gráfica 48\*



\*Estas preguntas sólo se aplicaron en la encuesta correspondiente al trimestre 2017-4.

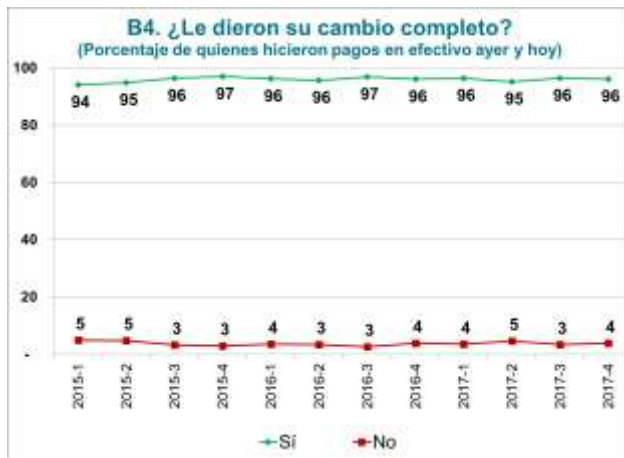
Gráfica 49



Gráfica 50



Gráfica 51



Gráfica 52



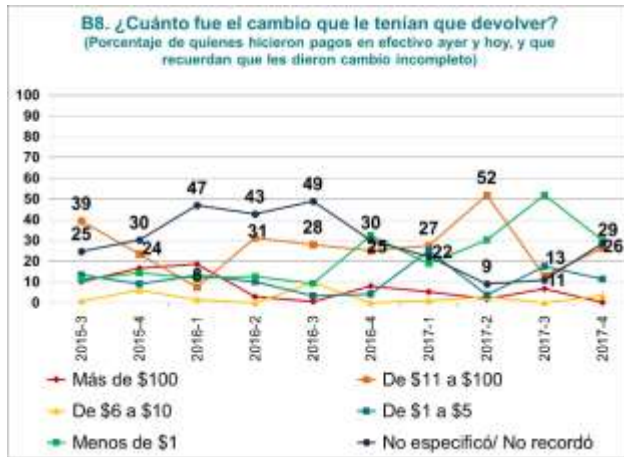
Gráfica 53



Gráfica 54



**Gráfica 55**



**Gráfica 56**



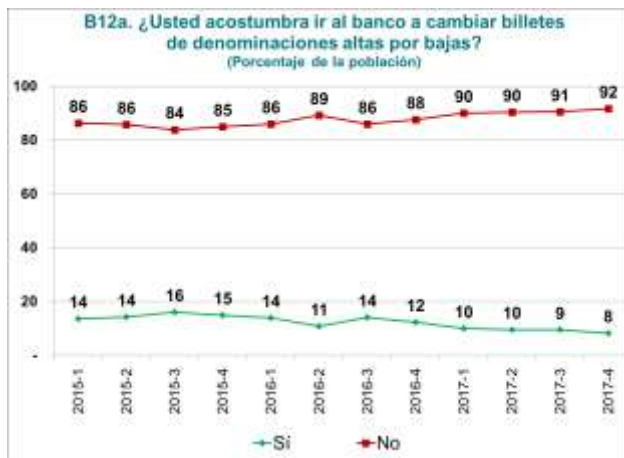
**Gráfica 57**



**Gráfica 58**



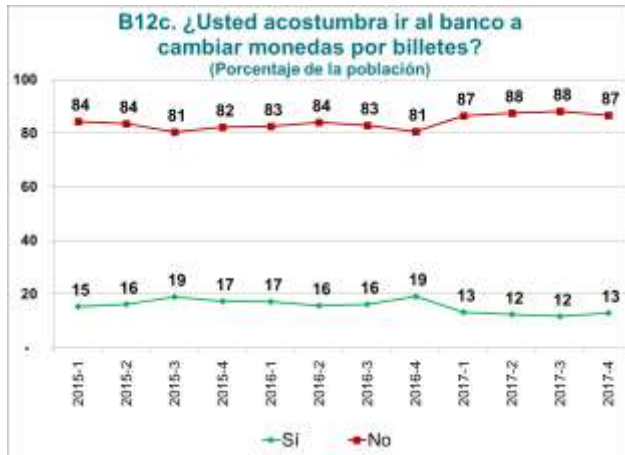
**Gráfica 59**



**Gráfica 60**



Gráfica 61



Cajeros automáticos, ventanilla bancaria y otros

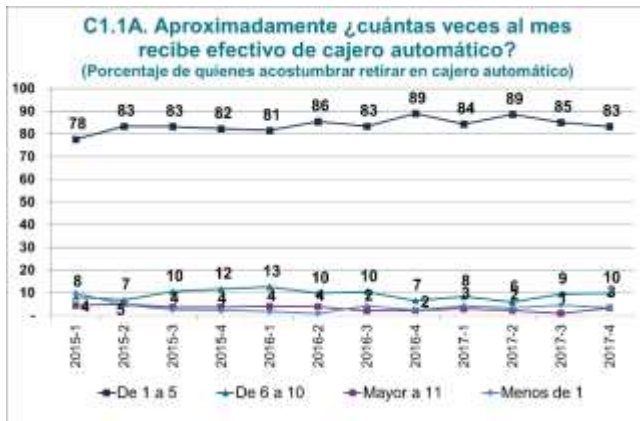
Gráfica 62



Gráfica 63



Gráfica 64



Gráfica 65

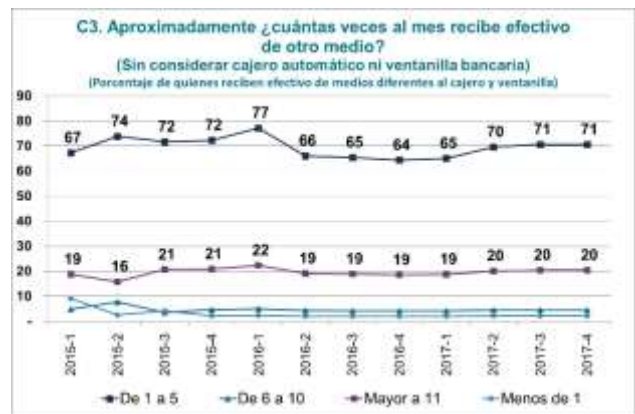




Gráfica 66



Gráfica 67



Gráfica 68



Gráfica 69



Gráfica 70



Gráfica 71



**Gráfica 72**



**Gráfica 73**



**Gráfica 74**



**Gráfica 75**



**Gráfica 76**



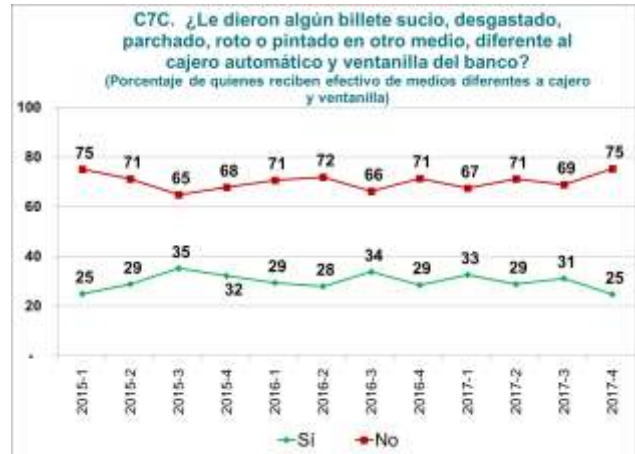
**Gráfica 77**



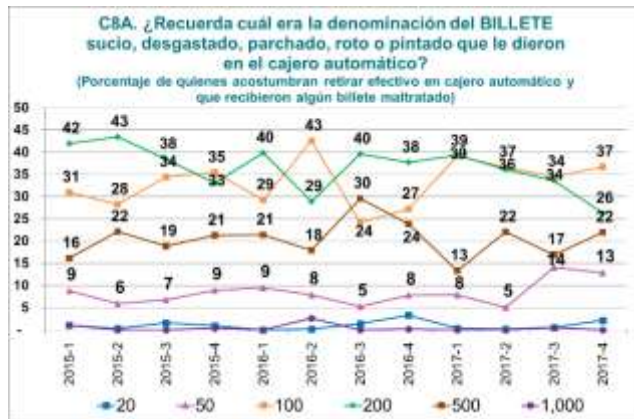
**Gráfica 78**



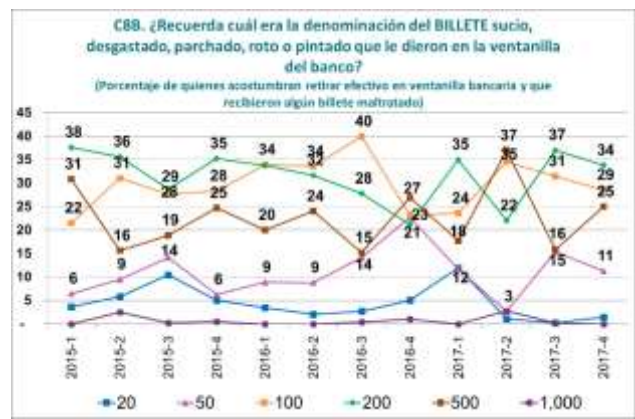
**Gráfica 79**



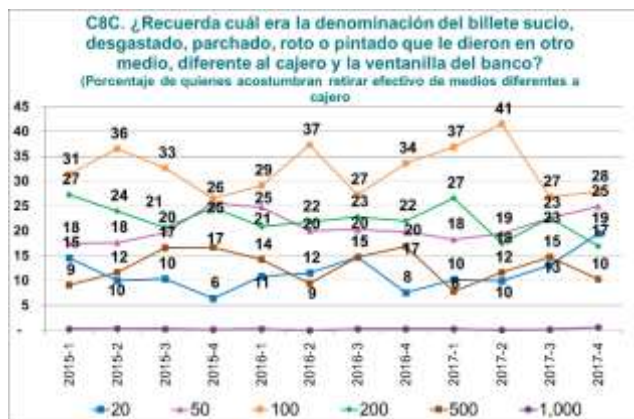
**Gráfica 80**



**Gráfica 81**

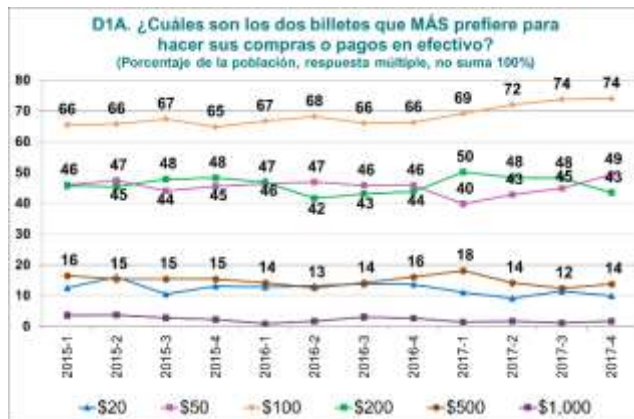


**Gráfica 82**

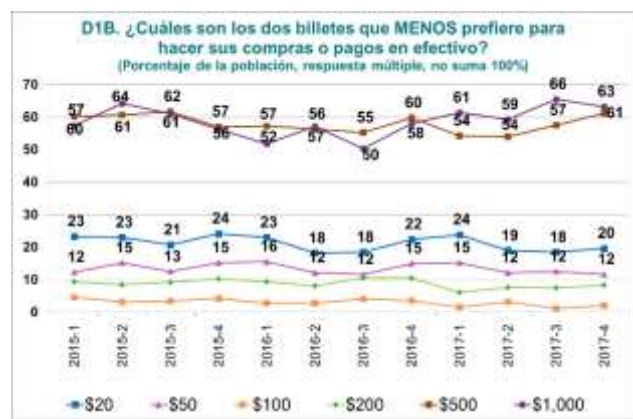


## Preferencia de las denominaciones de billetes y monedas

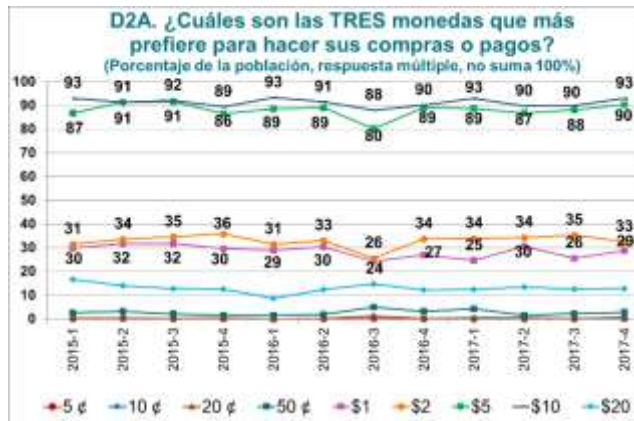
Gráfica 83



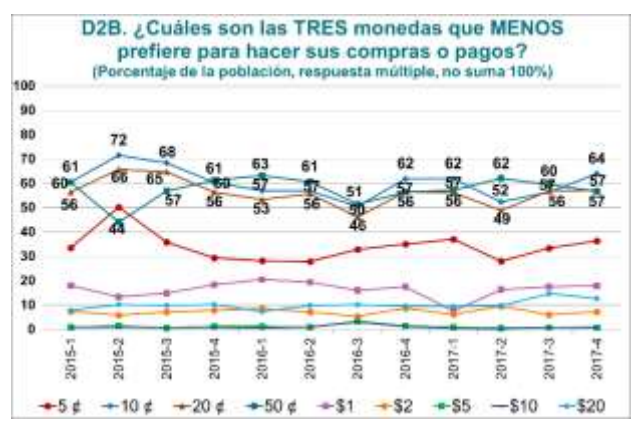
Gráfica 84



Gráfica 85



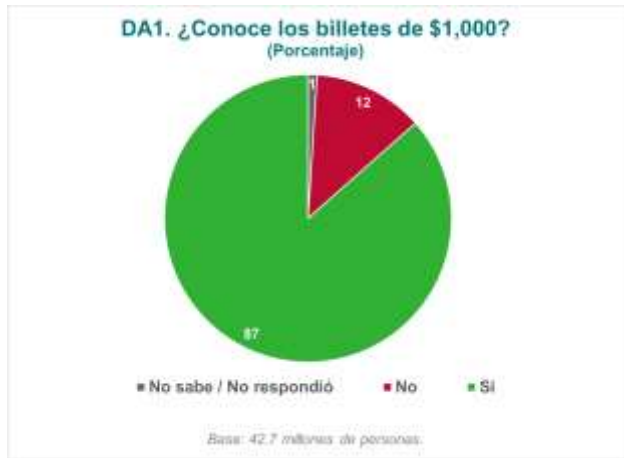
Gráfica 86



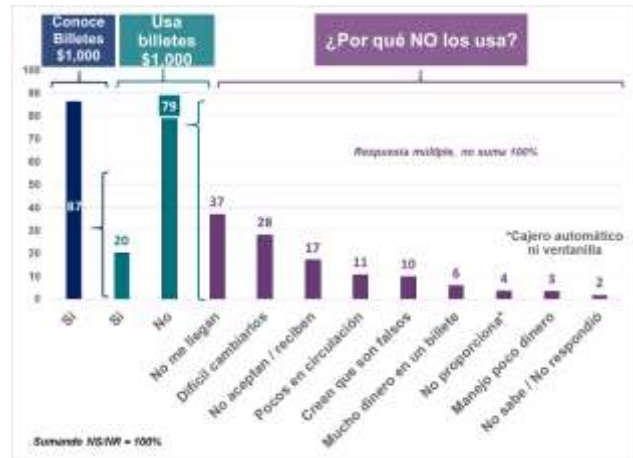
## Billete de \$1,000

Estas preguntas sólo se aplicaron en la encuesta correspondiente al trimestre 2017-4.

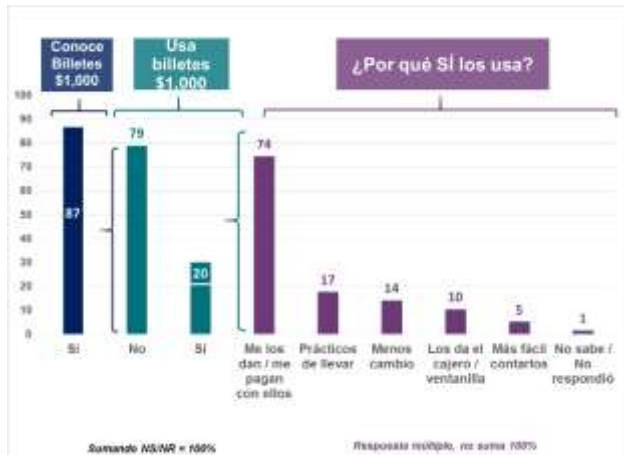
Gráfica 87



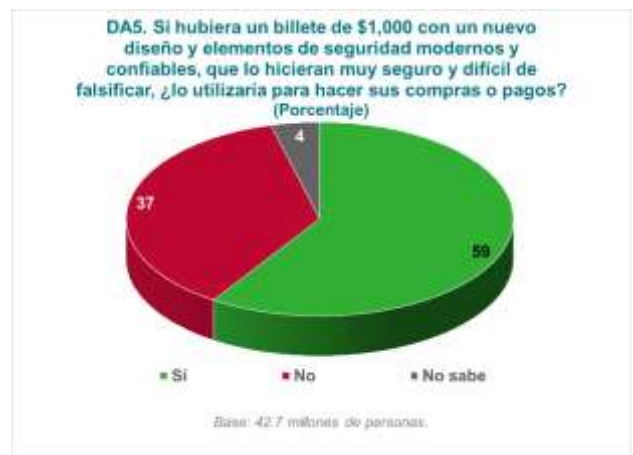
Gráfica 88



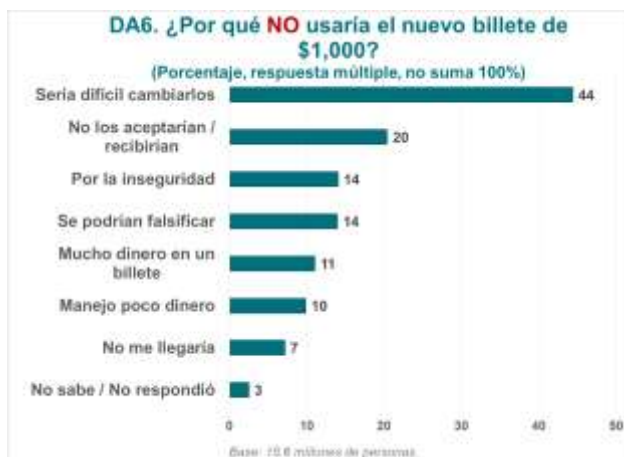
Gráfica 89



Gráfica 90



Gráfica 91



Gráfica 92



Gráfica 93



Estado físico de los billetes

Gráfica 94



Gráfica 95



Gráfica 96



Gráfica 97



Gráfica 98



Gráfica 99



Gráfica 100



Gráfica 101



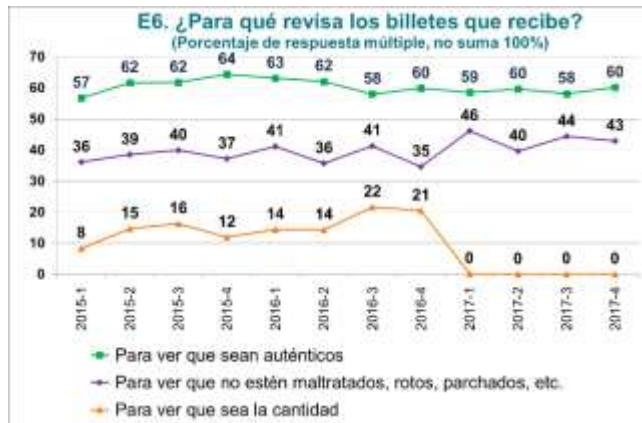
Gráfica 102



Gráfica 103

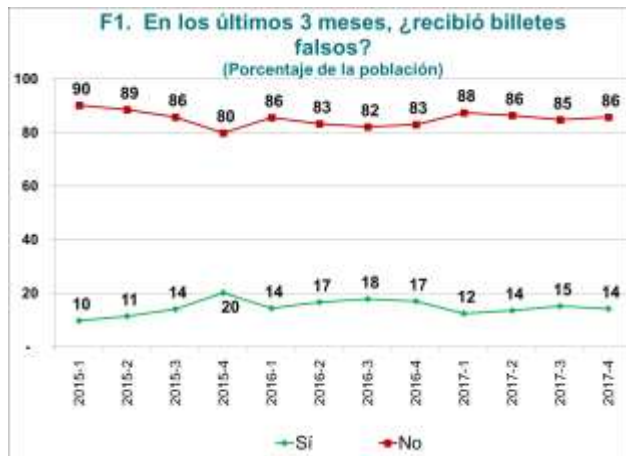


Gráfica 104



Billetes falsos

Gráfica 105



Gráfica 106



Gráfica 107

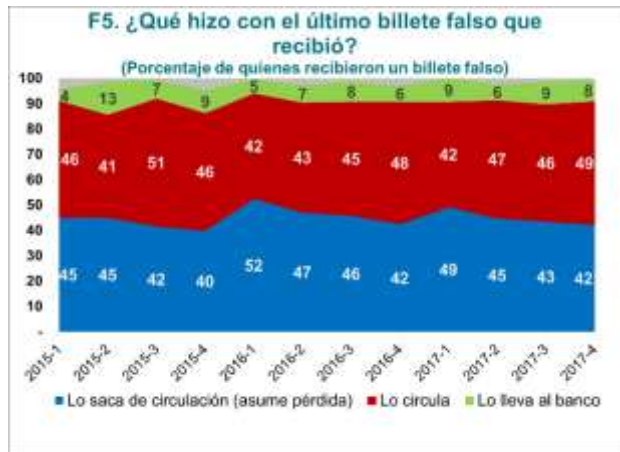


Gráfica 108





**Gráfica 109**

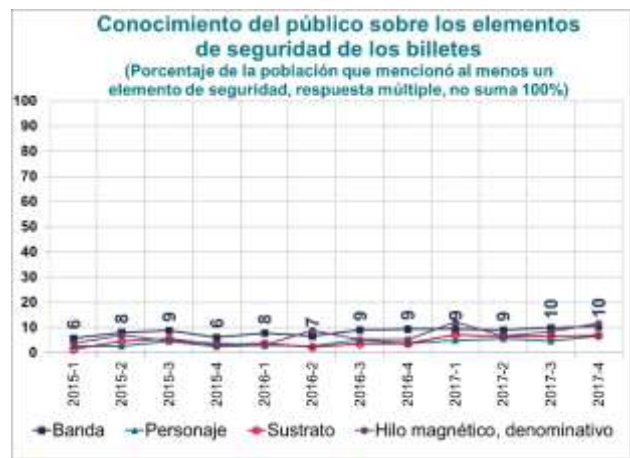


**Elementos de seguridad en los billetes**

**Gráfica 110**



**Gráfica 111**

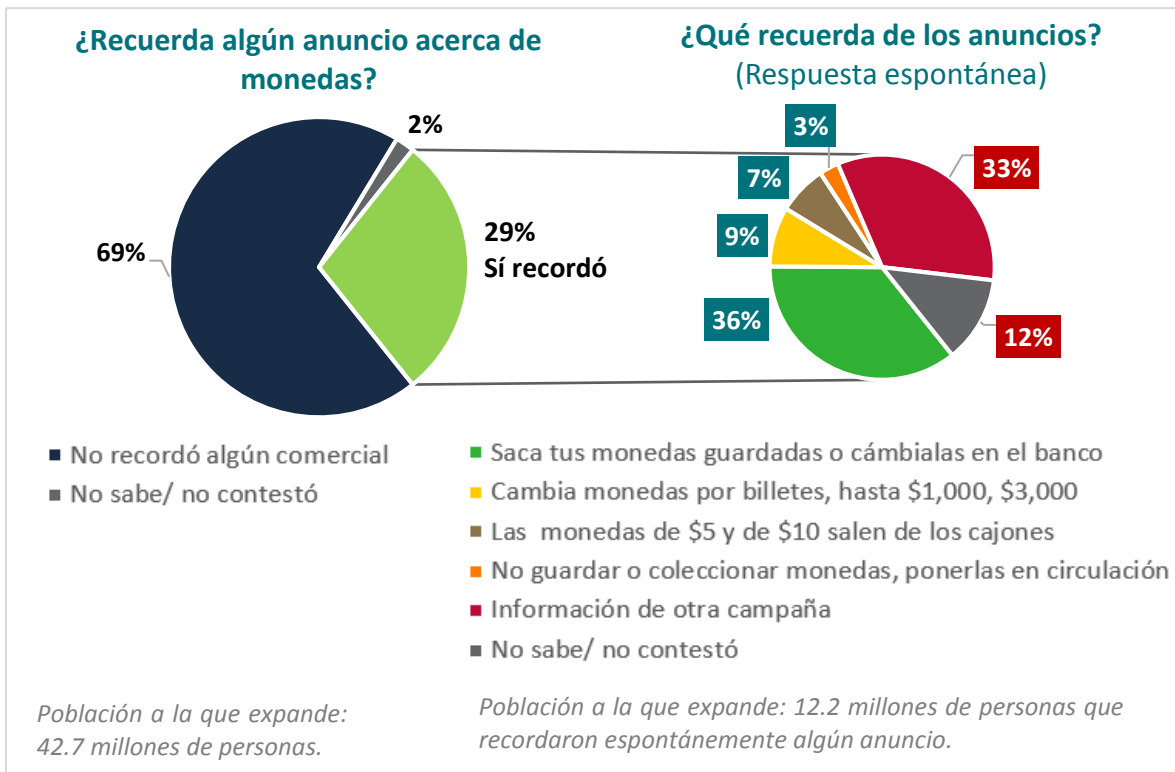


## Campañas de comunicación

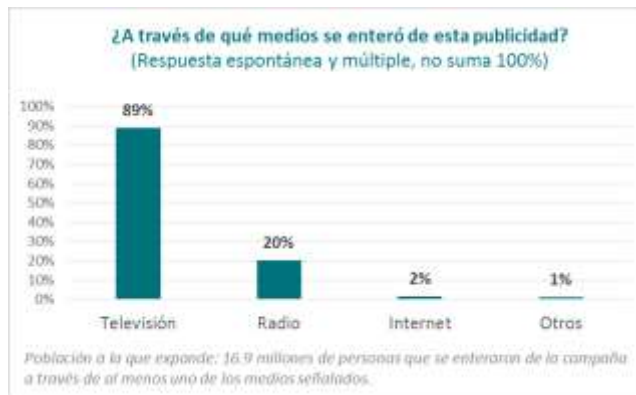
Estas preguntas sólo se aplicaron en la encuesta correspondiente al trimestre 2017-1.

### Recirculación de monedas

Gráfica 112



Gráfica 113



Gráfica 114

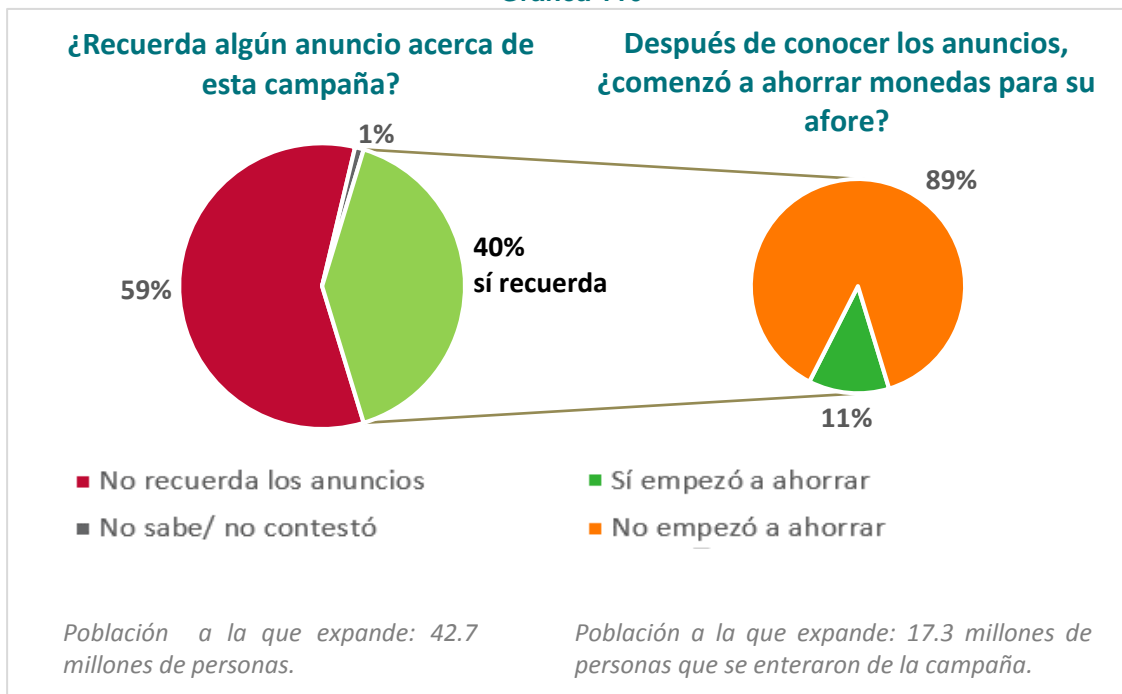


**Gráfica 115**

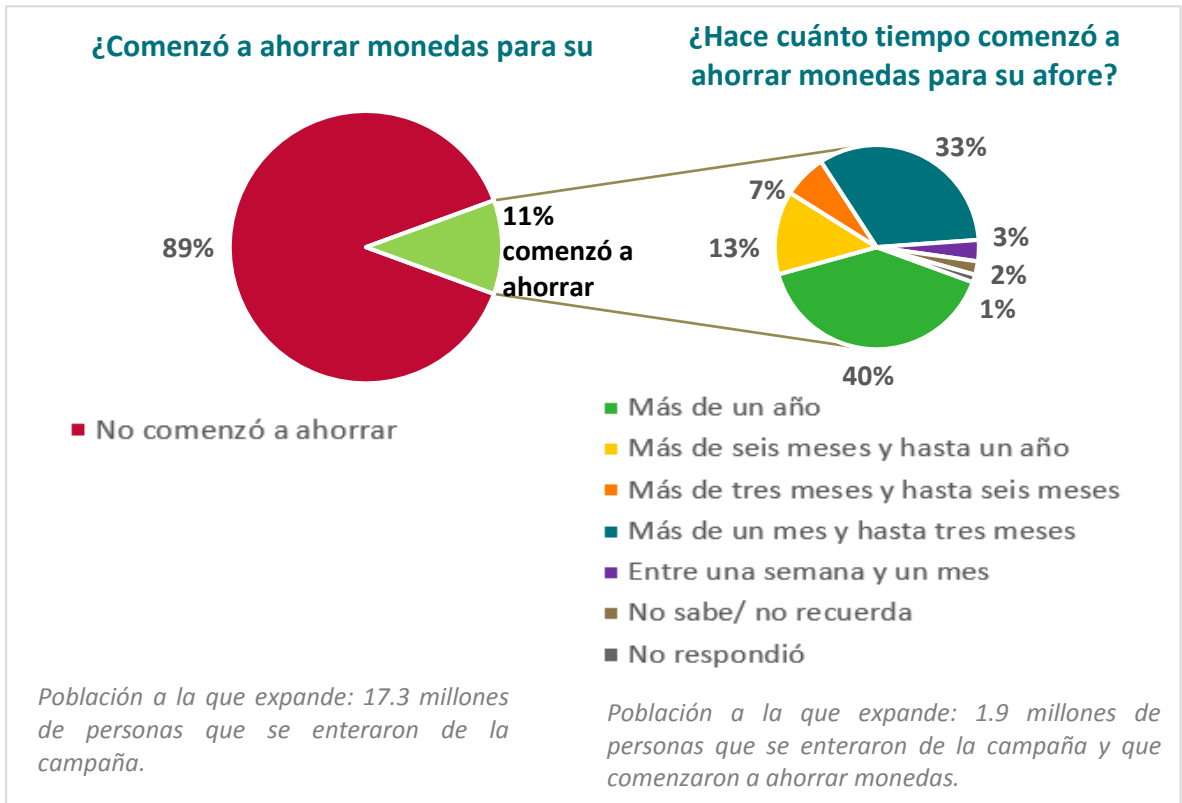


“10 pesitos al día”

**Gráfica 116**



Gráfica 117



Gráfica 118



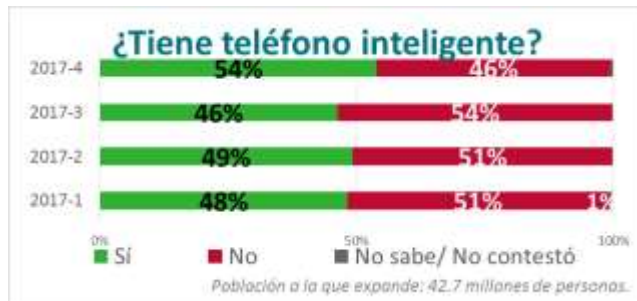
Gráfica 119



# Aplicaciones para dispositivos móviles

## Gogol

Gráfica 120



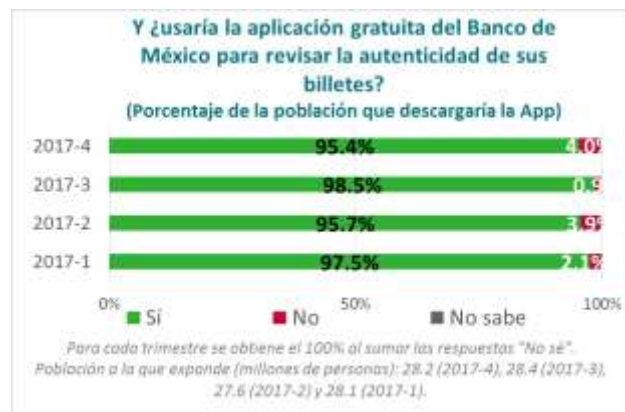
Gráfica 121



Gráfica 122



Gráfica 123



Gráfica 124



**Gráfica 125**



**Gráfica 126**



**Gráfica 127**



**Gráfica 128**



**Gráfica 129**



**Gráfica 130**



Gráfica 131



Gráfica 132



Gráfica 133



Gráfica 134



Gráfica 135



Gráfica 136





Gráfica 137



Gráfica 138

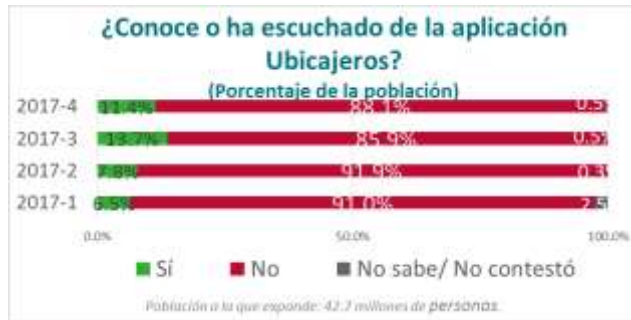


Gráfica 139



## Ubicajeros

Gráfica 140



Gráfica 141



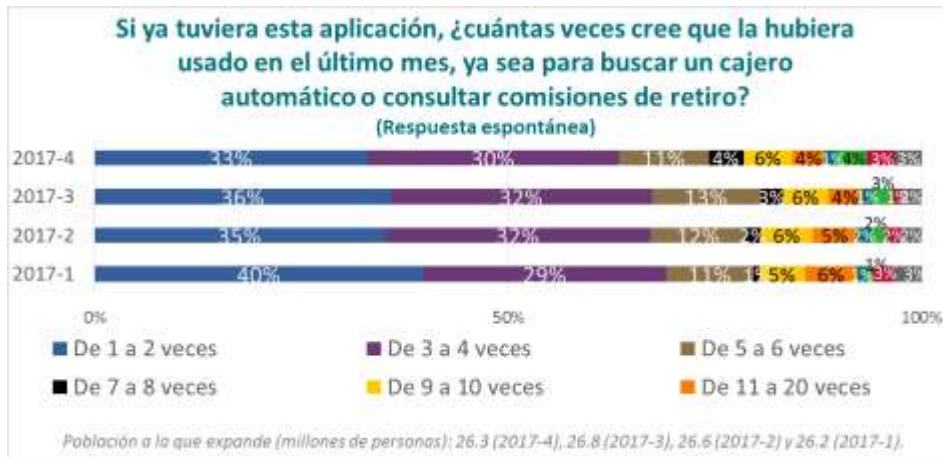
Gráfica 142



Gráfica 143



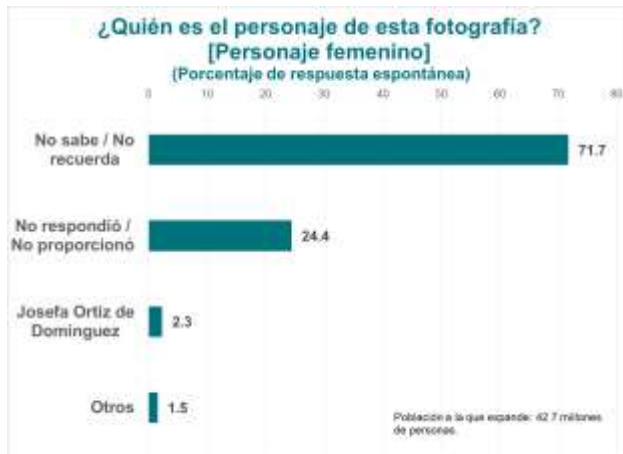
Gráfica 144



## Elementos para el diseño de un billete

Estas preguntas sólo se aplicaron en la encuesta correspondiente al trimestre 2017-2.

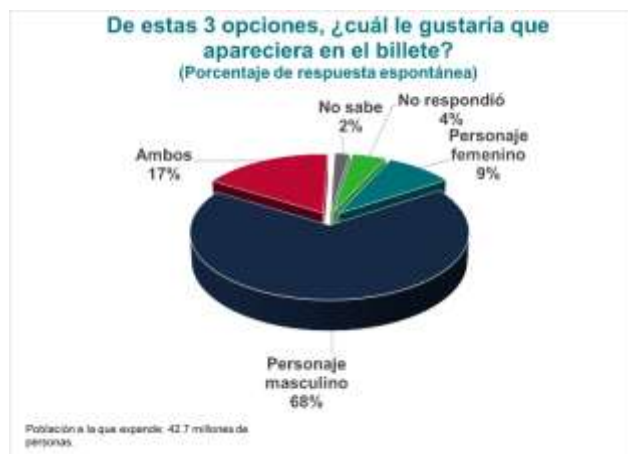
Gráfica 145



Gráfica 146



**Gráfica 147**



**Tabla 11**

<b>¿Por qué le gustaría que apareciera el personaje femenino (Hermila Galindo)?</b>		
	<i>Porcentaje</i>	<i>Frecuencia</i>
Ser mujer/ Las mujeres merecen reconocimiento	42	1,564,417
Tiene bonita forma/ Se ve mejor/ Es linda	17	627,980
Un cambio	10	374,489
Para conocer al personaje	5	198,826
Otros (equidad de género, bajar el machismo, empoderamiento de la mujer, etc.)	8	293,612
No sabe	16	601,436
No respondió	3	106,910
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>3,767,670</b>

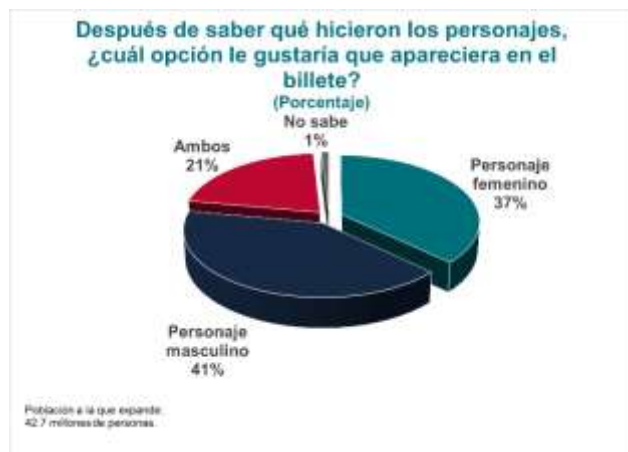
Tabla 12

¿Por qué le gustaría que apareciera el personaje masculino (Madero)?		
	Porcentaje	Frecuencia
Es el personaje que conozco/ Lo identifico fácilmente	45	13,058,044
Le da más personalidad al billete/ Se ve bien/ Con más estilo/ Se ve guapo/ Me gusta / Mejor presentación/ Elegante	18	5,241,664
Historia de México	8	2,338,983
Ha estado en billetes anteriores/ Monedas	4	1,056,832
Es más representativo/ Lo que representa/ Emblemático	2	579,538
Un funcionario	2	573,222
Fue un gran hombre, un héroe dedicado al servicio de la patria/ Mártir de la patria	2	570,565
Otros (es hombre, más serio, da confianza, es interesante, etc.)	6	1,744,772
No sabe	10	2,902,962
No respondió	3	934,840
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>29,001,420</b>

Tabla 13

¿Por qué le gustaría que aparecieran ambos?		
	Porcentaje	Frecuencia
Igualdad de género	20	1,415,292
Se vería mejor, más llamativo, original	13	911,089
Es un tributo a ambos/ Aparecen los dos	11	818,202
Para tener otra medida de seguridad/ Sea más difícil falsificarlo	11	767,643
Se vería con más estilo/ Atractivo/ Mejor presentación/ Me gusta más	8	555,257
Para conocer al personaje femenino/ Identificarlo mejor	7	528,237
Son personajes de la historia/ Personajes importantes	6	440,995
Fuera de lo común/ Diferente	6	422,333
Por un cambio	2	140,060
No sabe	16	1,161,475
No respondió	1	48,095
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>7,208,678</b>

**Gráfica 148**



**Tabla 14**

Después de saber qué hizo Hermila Galindo, ¿por qué le gustaría que apareciera?		
	Porcentaje	Frecuencia
Defensora de las mujeres/ Luchó por nuestros derechos y ejercer libremente nuestra sexualidad/Dio voz y voto a la mujer	45	6,978,267
Lo que representa/ Su trayectoria	23	3,472,755
Es mujer	7	1,072,794
No se han visto billetes con imágenes de mujer/ Se ve mejor	7	1,032,192
Lucho por la igualdad	4	648,459
Otros	11	1,762,163
No sabe	1	196,516
No respondió	1	205,128
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>15,368,273</b>

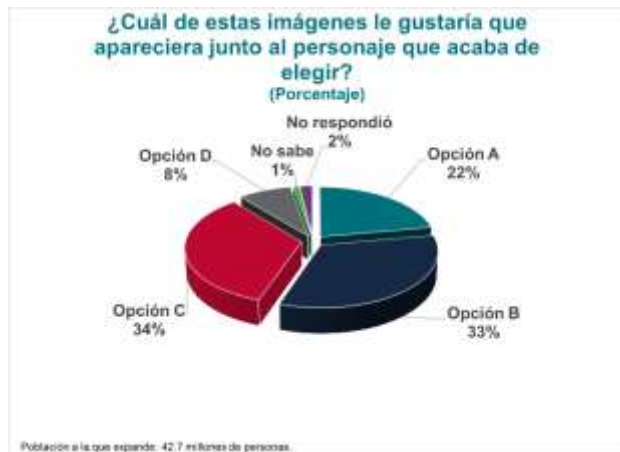
Tabla 15

Después de saber qué hizo Francisco I. Madero, ¿por qué le gustaría que apareciera?		
	<i>Porcentaje</i>	<i>Frecuencia</i>
Es más conocido/ Se identifica fácilmente	26	4,431,623
Historia de México/ Defensor de la patria	20	3,477,018
Me gusta más/ Su personalidad/ Se ve guapo/ Se vería mejor el billete	13	2,191,776
Por su trayectoria/ Lo que hizo	19	3,257,916
Por ser hombre	3	464,570
Otros	5	819,123
No sabe	7	1,156,424
No respondió	7	1,183,935
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>16,982,385</b>

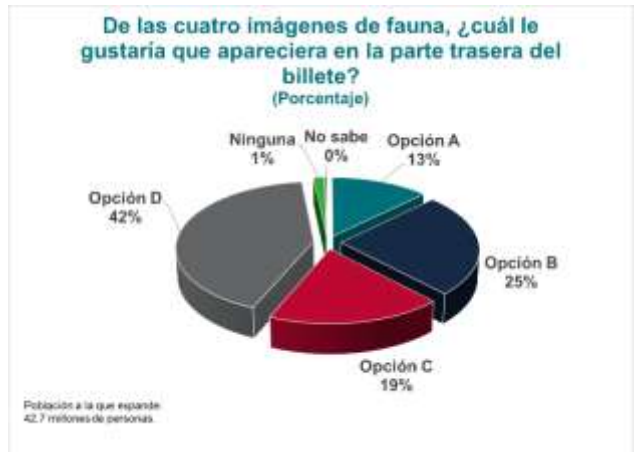
Tabla 16

Después de saber qué hicieron los personajes, ¿por qué le gustaría que aparecieran ambos?		
	<i>Porcentaje</i>	<i>Frecuencia</i>
Por lo que hicieron, tuvieron grandes iniciativas	44	3,873,390
Por la igualdad de género/ Fueron incluyentes	15	1,333,502
Ambos representan algo importante en la historia de nuestro país	15	1,328,101
Se vería mejor/ Más elegante/ Llamativo/ Presentable	10	847,127
Para conocer más acerca de los personajes	3	297,257
Otros	4	370,075
No sabe	5	423,365
No respondió	3	297,677
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>8,770,495</b>

**Gráfica 149**



**Gráfica 150**



## Uso de moneda

Estas preguntas sólo se aplicaron en la encuesta correspondiente al trimestre 2017-4.

**Gráfica 151**



**Gráfica 152**





**Gráfica 153**



## Hábitos de consumo y pago (Personal)

Estas preguntas sólo se aplicaron en la encuesta correspondiente al trimestre 2017-3.

**Gráfica 154**



**Gráfica 155**



**Gráfica 156**



**Tabla 17**

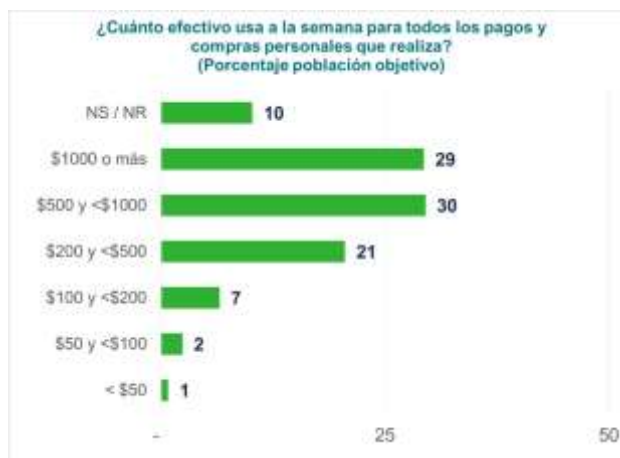
**De hace 5 años a la fecha, ¿de qué manera ha cambiado la forma en que realiza sus pagos?**

	Porcentaje	Frecuencias
Siempre utilizo efectivo/ Es más rápido pagar en efectivo/ No cuento con otro medio de pago/ Es más seguro con efectivo	22	9,278,600
No ha cambiado/ Todo sigue igual	15	6,391,380
No acostumbro usar tarjeta/ No me gustan las tarjetas	7	2,979,193
No contaba con una tarjeta de crédito/ débito	6	2,357,687
Irrelevante	5	1,922,993
Ahora mucha gente cuenta con tarjeta de nómina, crédito, débito	4	1,819,632
La inseguridad/ Delincuencia/ Robos/ Asaltos	4	1,696,704
La economía/ Antes pagaba menos/ Todo está más caro/ La crisis	4	1,583,337
La tecnología/ Se han actualizado/ modernizado las cosas	3	1,437,442
Es muy poco lo que gano para pagar con tarjeta	3	1,298,208
Es más cómodo pagar con tarjeta/ Más eficaz/ Más rápido	3	1,209,913
Otros (Comisiones/intereses altos, mal uso de tarjeta, más opciones de pago)	14	5,838,995
No respondió/ No proporcionó	11	4,886,835
Total	100	42,700,918

**Gráfica 157**



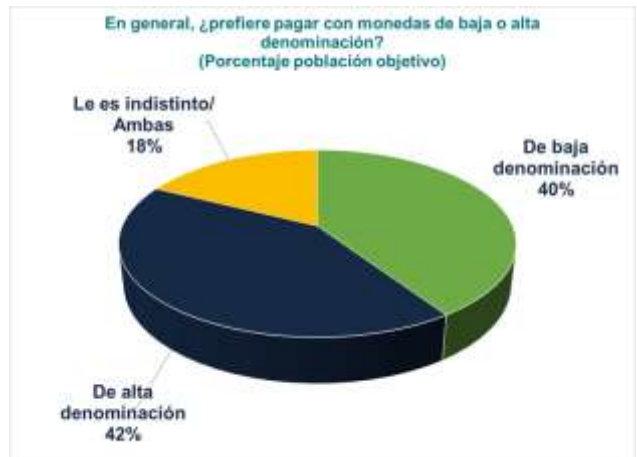
**Gráfica 158**



**Gráfica 159**



**Gráfica 160**



**Gráfica 161**



**Gráfica 162**



**Gráfica 163**



**Gráfica 164**



**Gráfica 165**



**Gráfica 166**



**Gráfica 167**



**Gráfica 168**



**Gráfica 169**



**Gráfica 170**



**Gráfica 171**



**Gráfica 172**



**Tabla 18**  
**¿Por qué razón usan más efectivo?**

	<i>Porcentaje</i>	<i>Frecuencias</i>
No utilizo tarjetas/ Sólo uso efectivo	<b>29</b>	4,824,135
Todo es más caro	17	2,840,875
Es más fácil/ Práctico	15	2,516,913
Por seguridad/ Clonan la tarjeta/ Es más difícil que te roben	9	1,490,723
No en cualquier lugar aceptan tarjeta	6	992,576
No puedo obtener tarjeta de crédito	4	633,518
Con la tarjeta me endeudo/ Para llevar un control de gastos	4	625,947
Hacen cargos indebidos en la tarjeta/ Generan cargos/ La comisión es alta/ Intereses	3	508,326
Otros (costumbre, mi negocio, hay más cajeros para retirar dinero)	9	1,535,643
No respondió/ No proporcionó	5	789,886
Total	100	16,758,543

## Hábitos de consumo y pago (Hogares)

Estas preguntas sólo se aplicaron en la encuesta correspondiente al trimestre 2017-3.

Gráfica 173



Gráfica 174



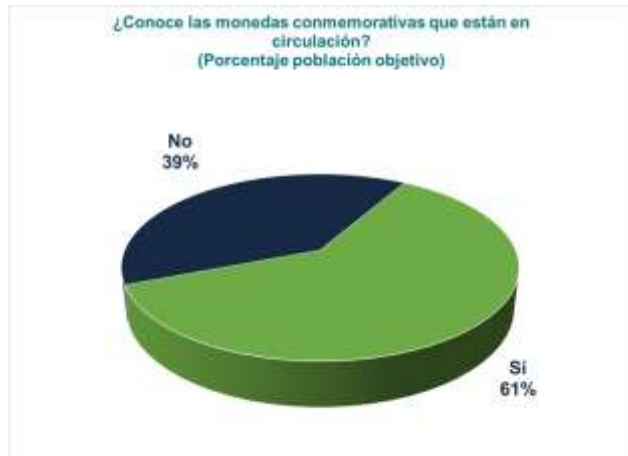
Gráfica 175



## Atesoramiento de monedas

Estas preguntas sólo se aplicaron en la encuesta correspondiente al trimestre 2017-3.

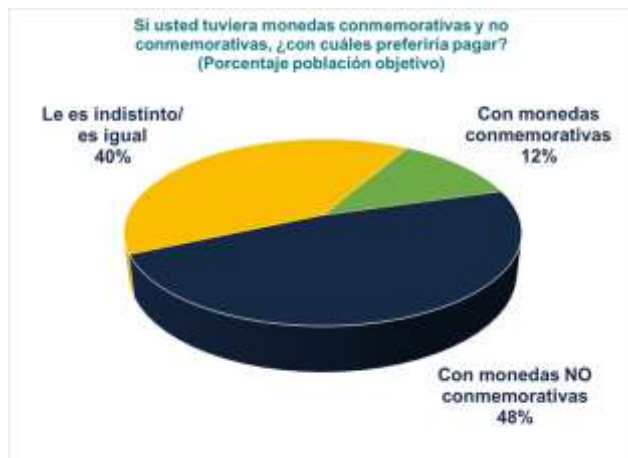
**Gráfica 176**



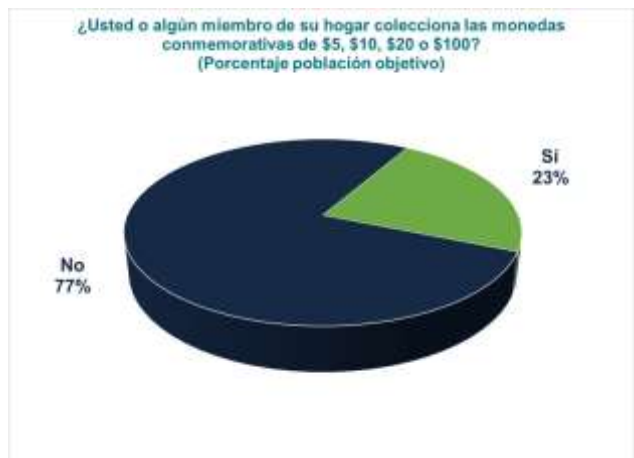
**Gráfica 177**



**Gráfica 178**



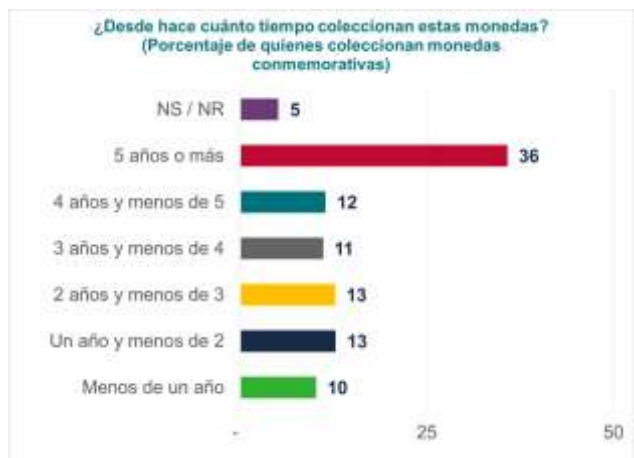
**Gráfica 179**



**Gráfica 180**



**Gráfica 181**



**Gráfica 182**



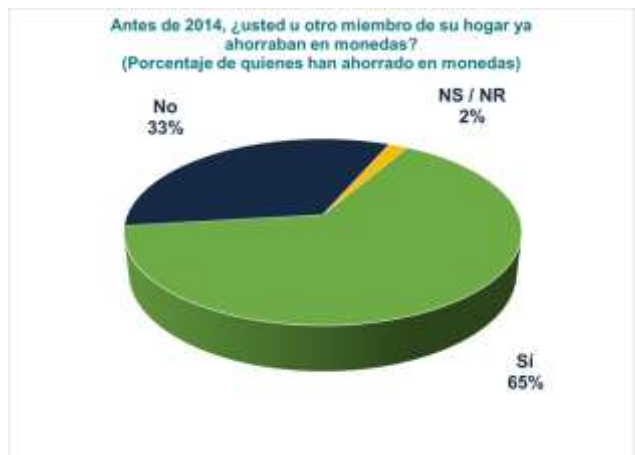
### Ahorro en monedas (tipo de ahorro)

Estas preguntas sólo se aplicaron en la encuesta correspondiente al trimestre 2017-3.

**Gráfica 183**

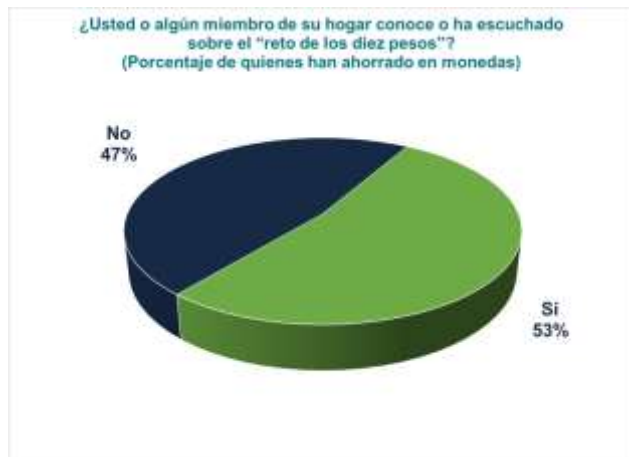


**Gráfica 184**

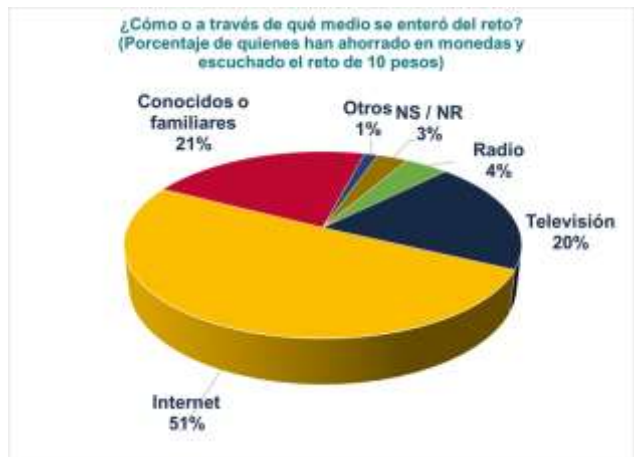




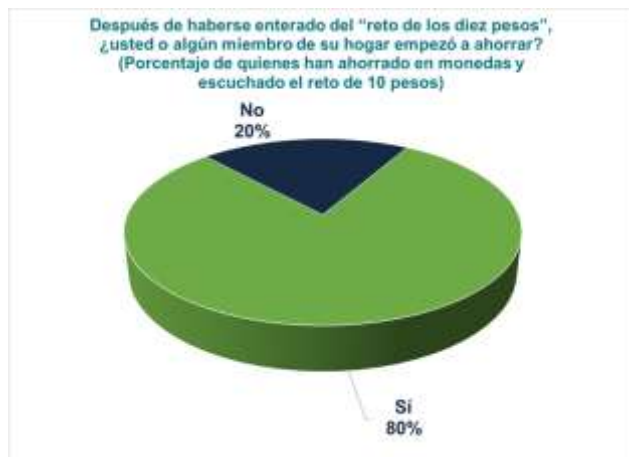
Gráfica 185



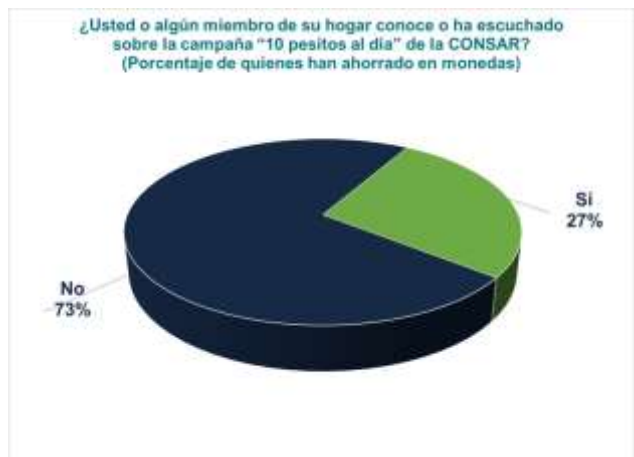
Gráfica 186



Gráfica 187



Gráfica 188



Gráfica 189



Gráfica 190



## Tiempo ahorrando y cantidad de monedas ahorradas

Estas preguntas sólo se aplicaron en la encuesta correspondiente al trimestre 2017-3.

Gráfica 191



Gráfica 192



Gráfica 193



Gráfica 194



Gráfica 195



## Uso del dinero ahorrado

Estas preguntas sólo se aplicaron en la encuesta correspondiente al trimestre 2017-3.

**Gráfica 196**



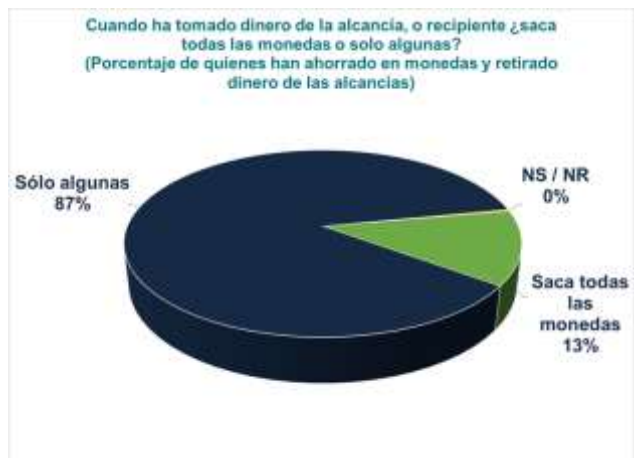
**Gráfica 197**



**Gráfica 198**



**Gráfica 199**



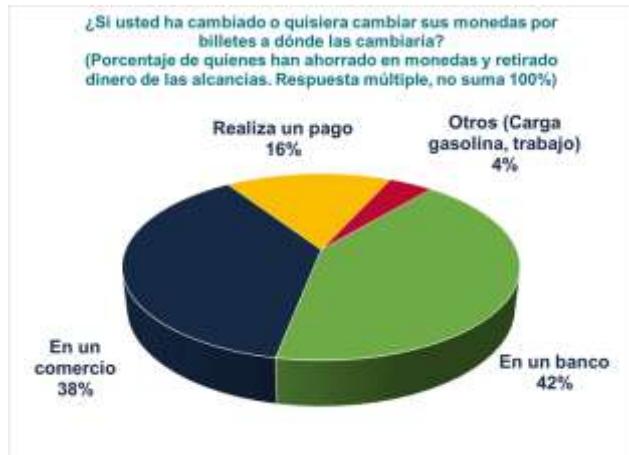
**Gráfica 200**



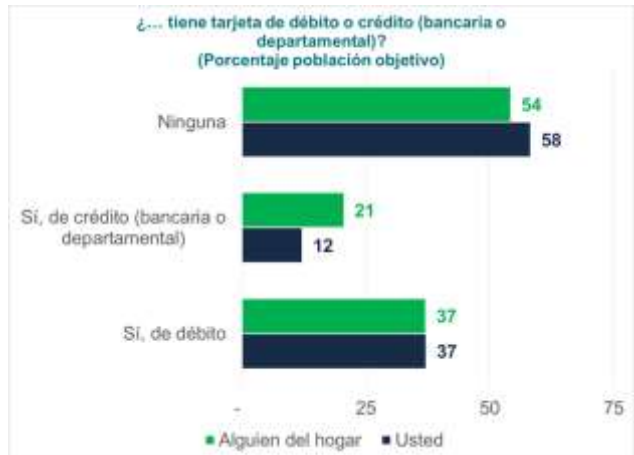
**Gráfica 201**



**Gráfica 202**



**Gráfica 203**



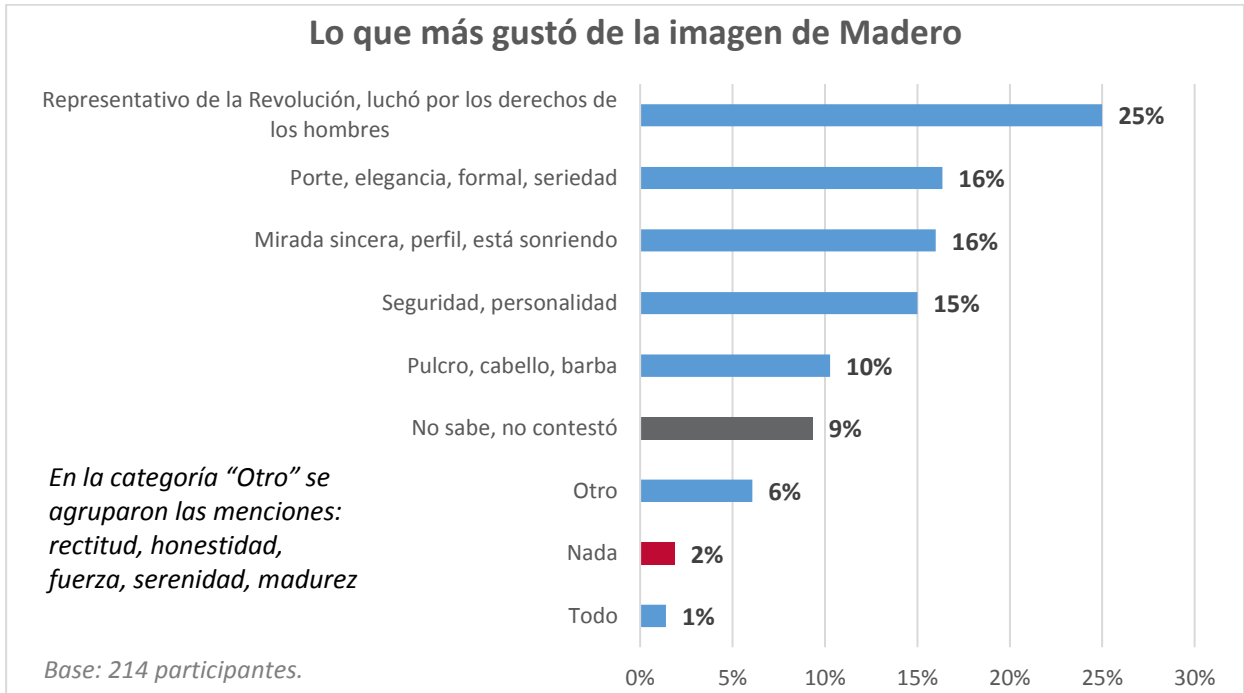
## Anexo V. Grupos focales, primera ronda: Gráficas

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

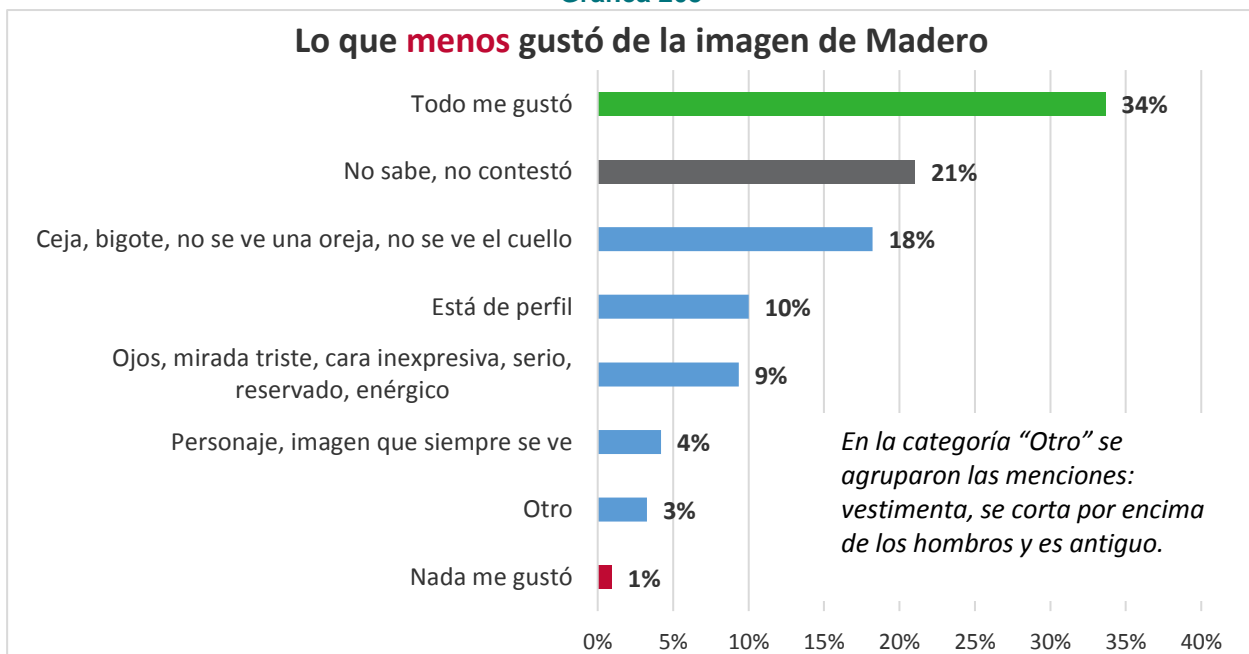
### Elementos para el diseño de un billete

#### Personaje, comentarios escritos

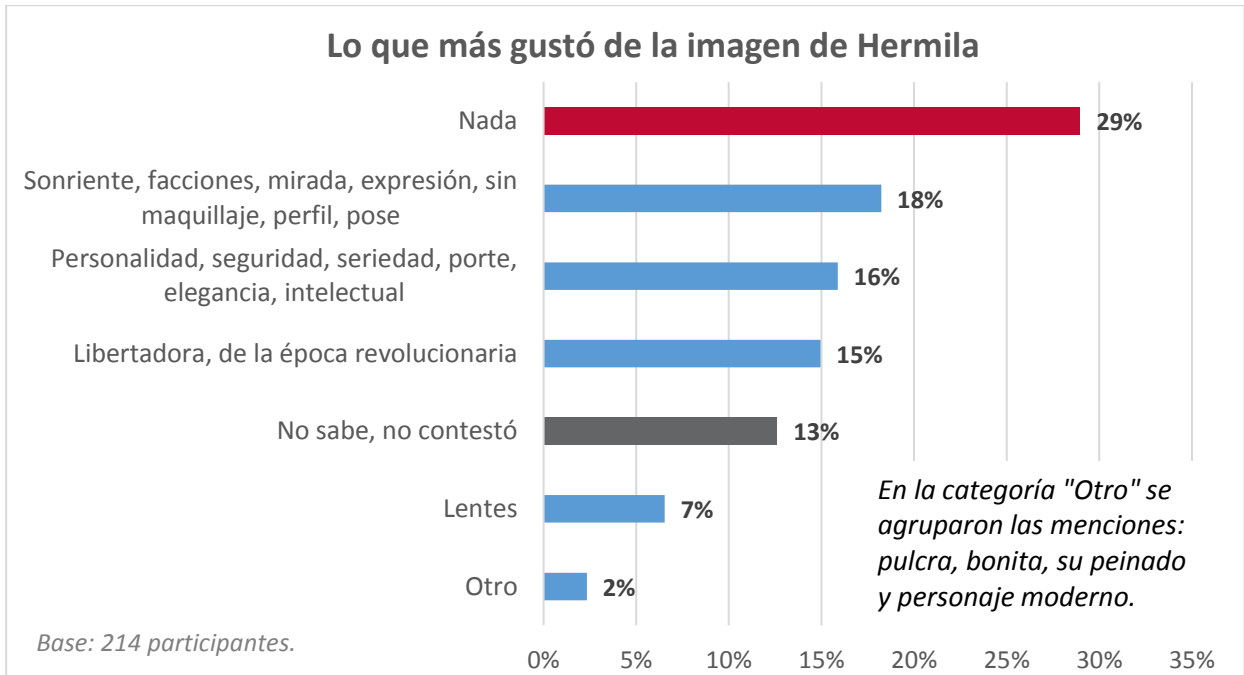
Gráfica 204



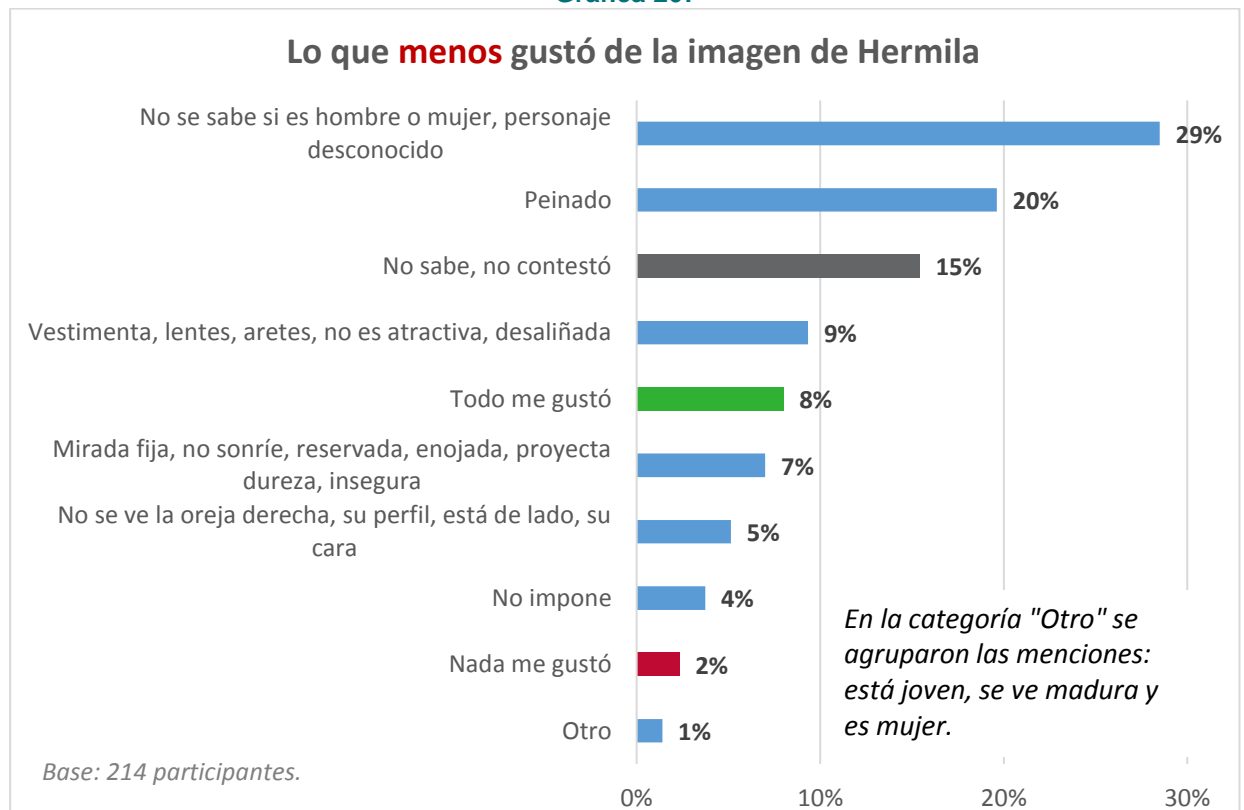
Gráfica 205



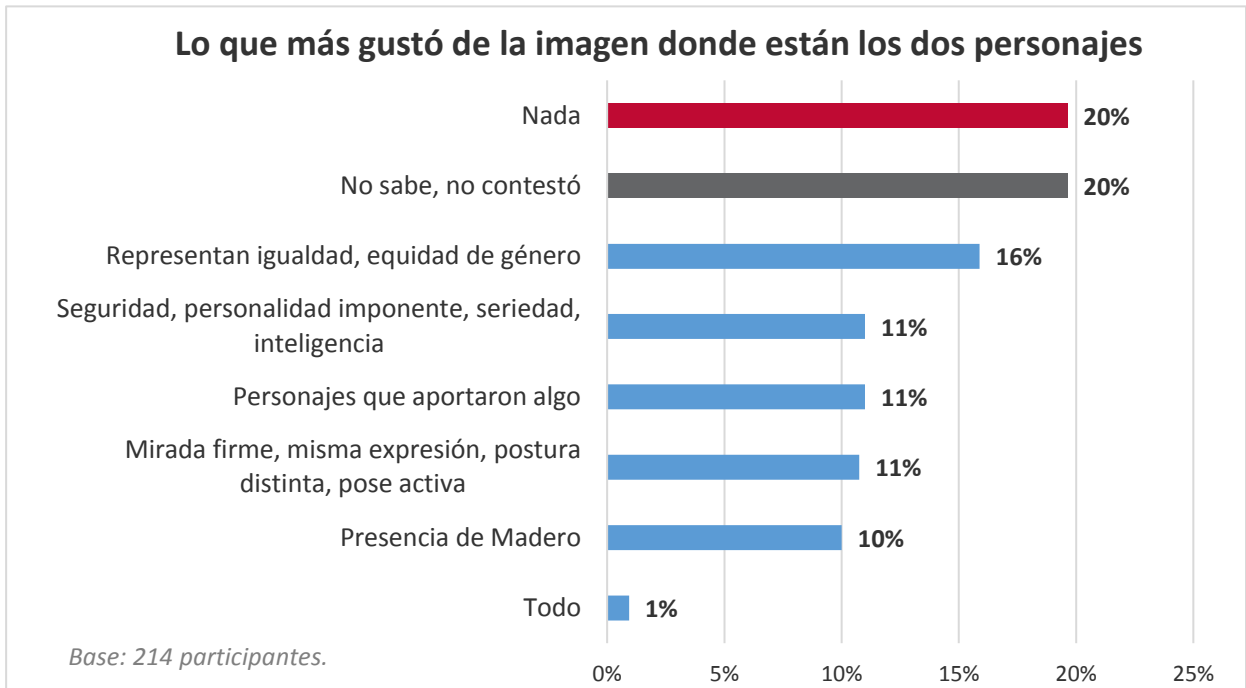
Gráfica 206



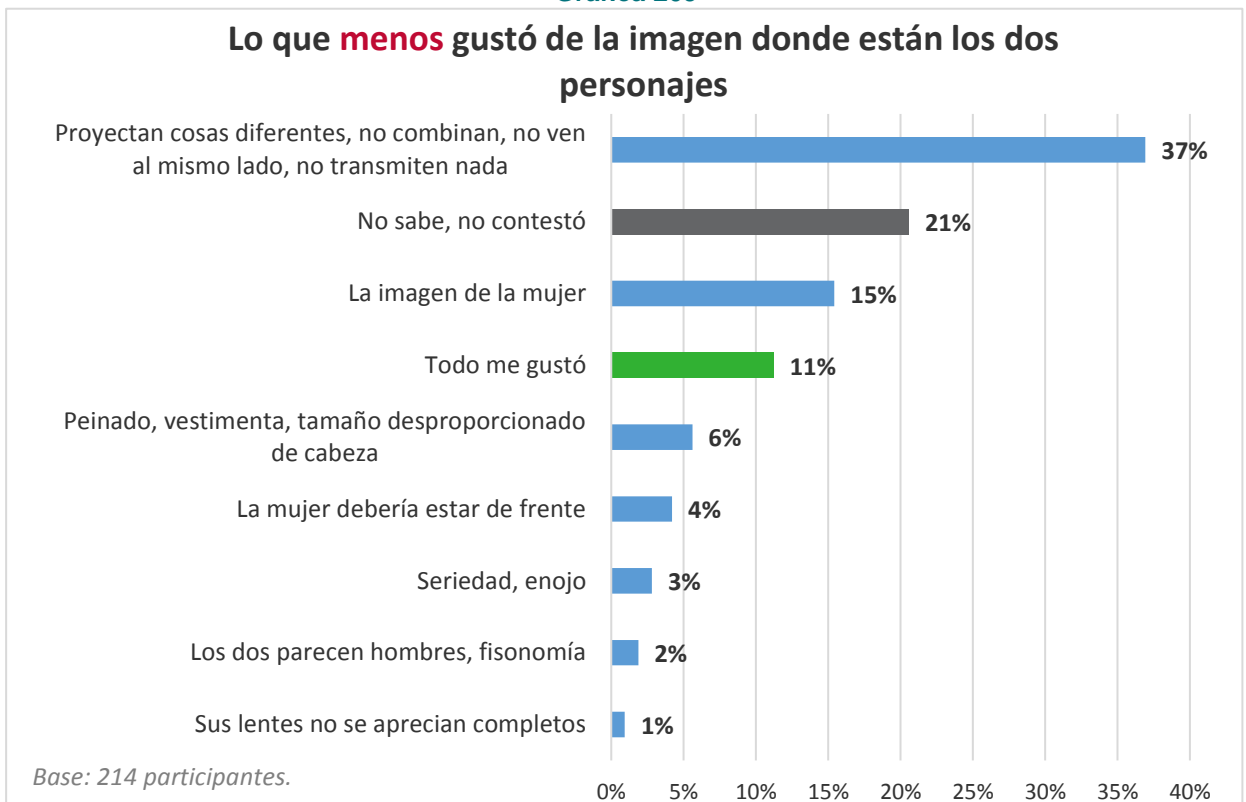
Gráfica 207



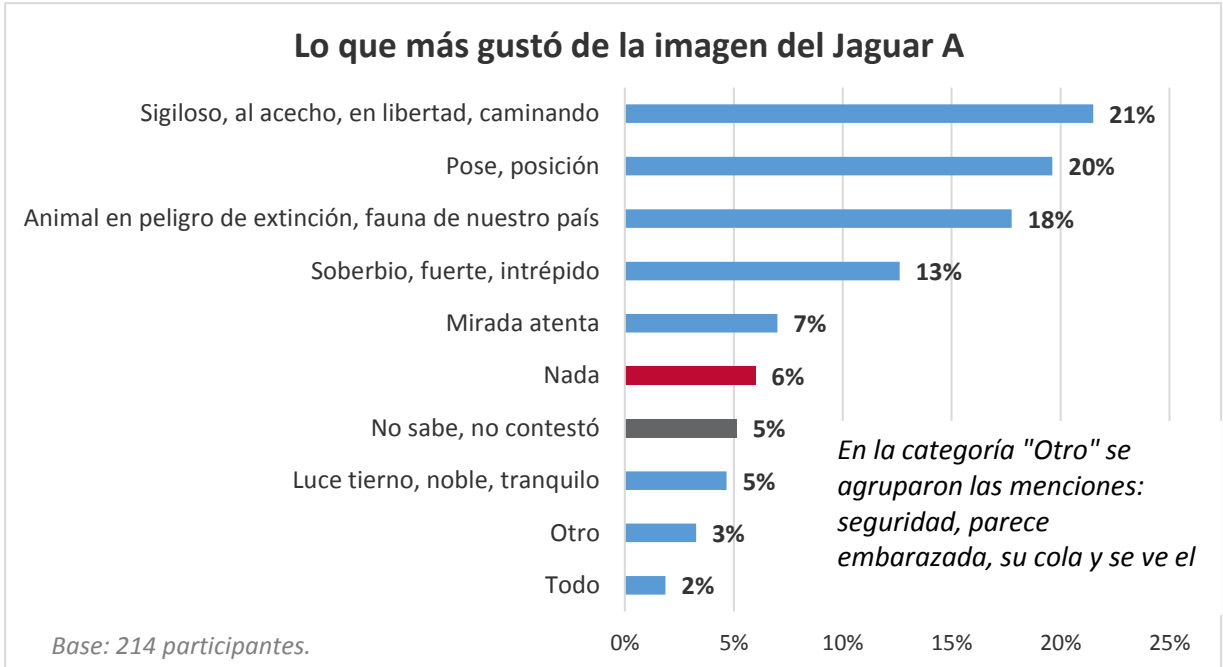
Gráfica 208



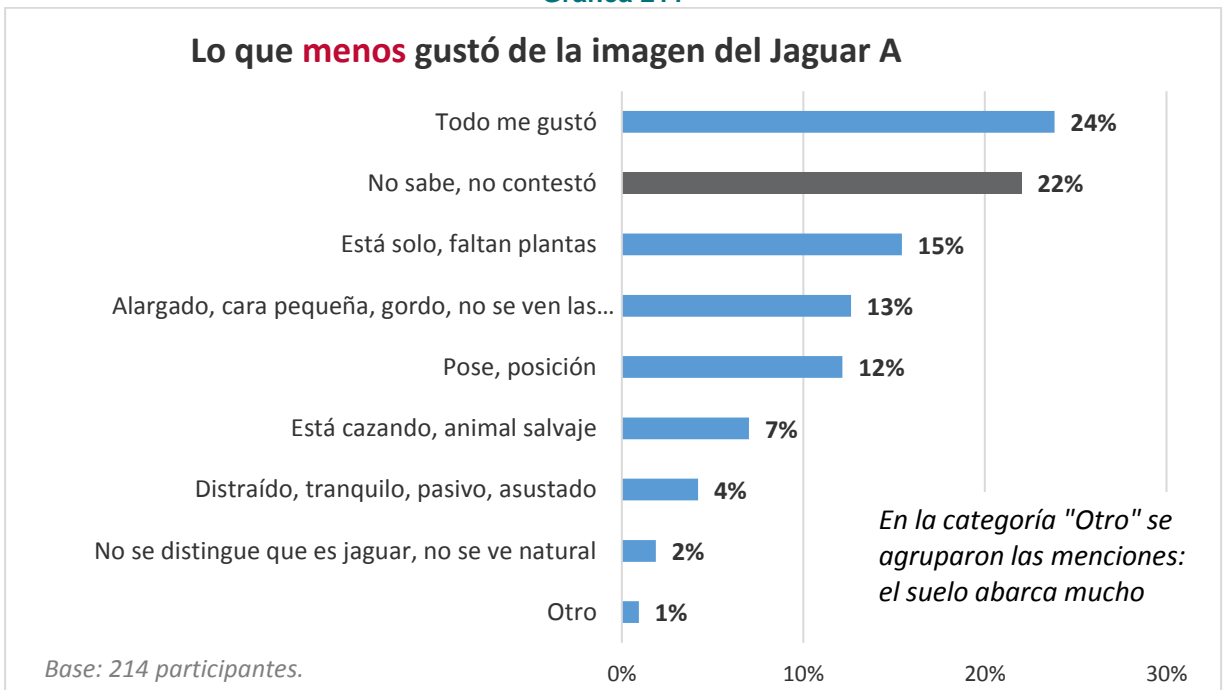
Gráfica 209



Gráfica 210

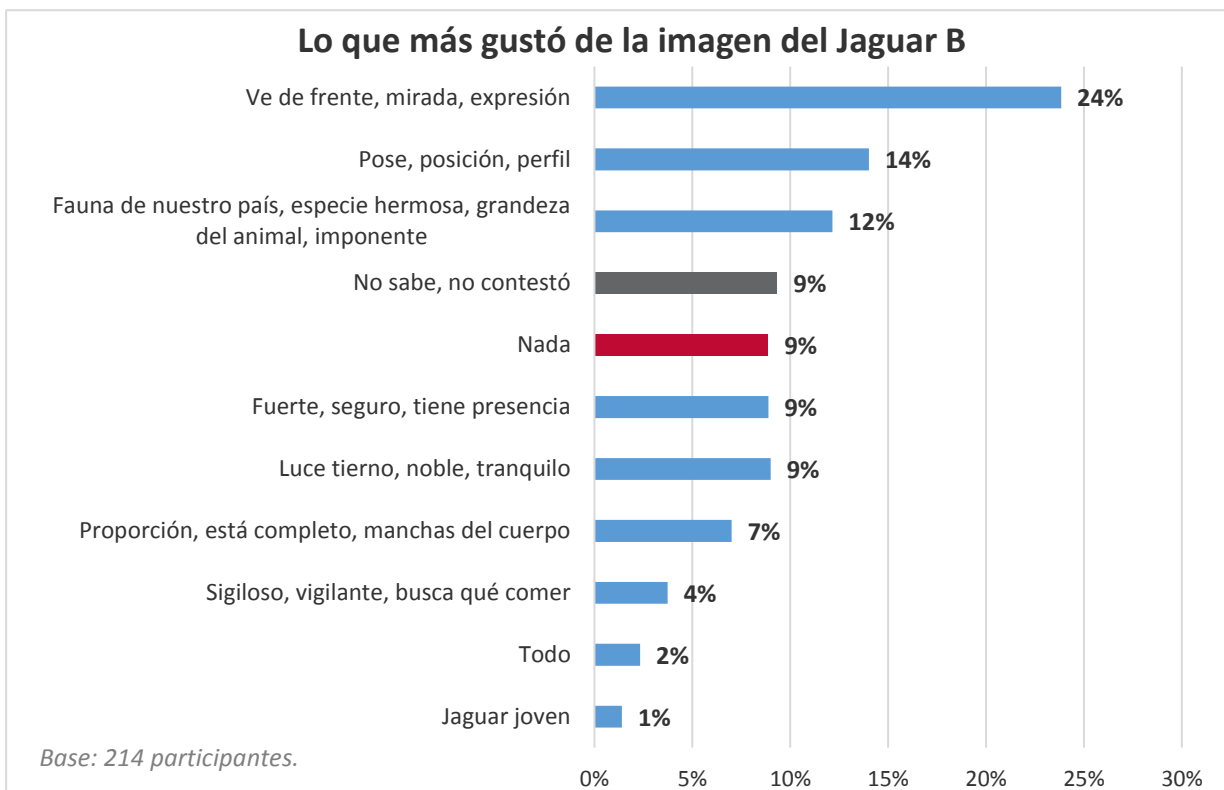


Gráfica 211

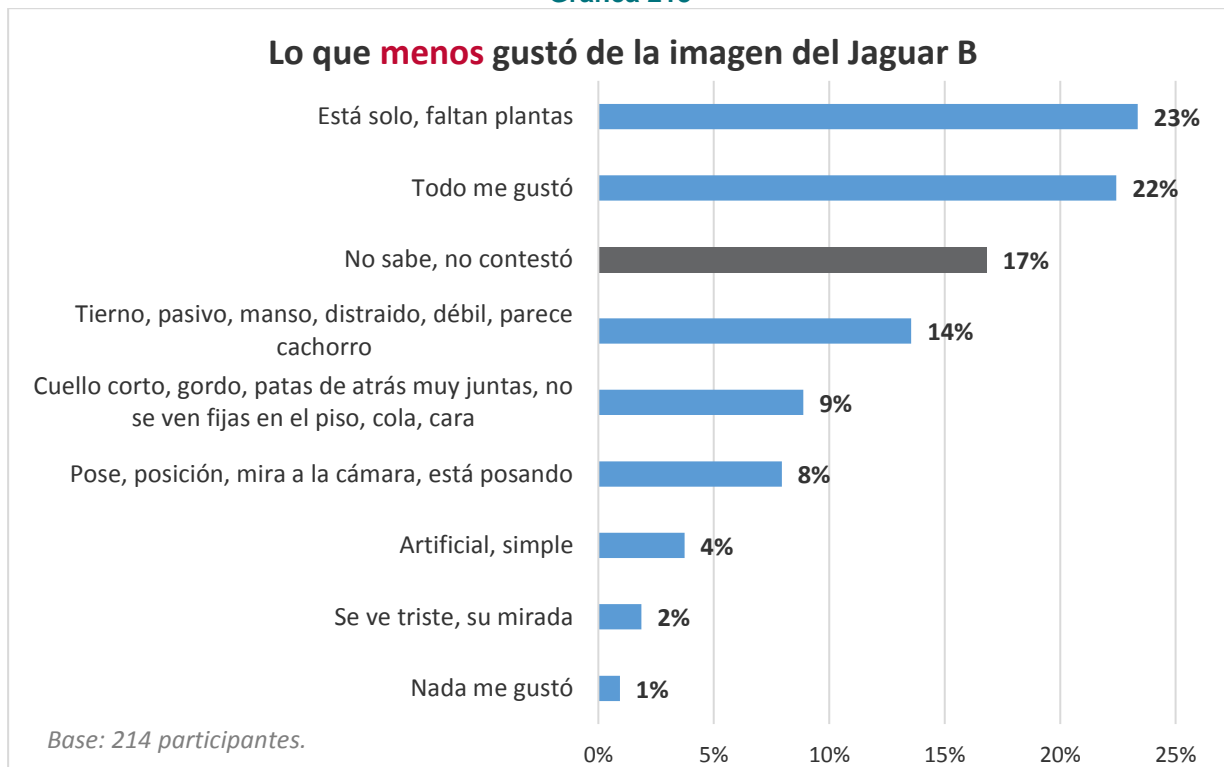




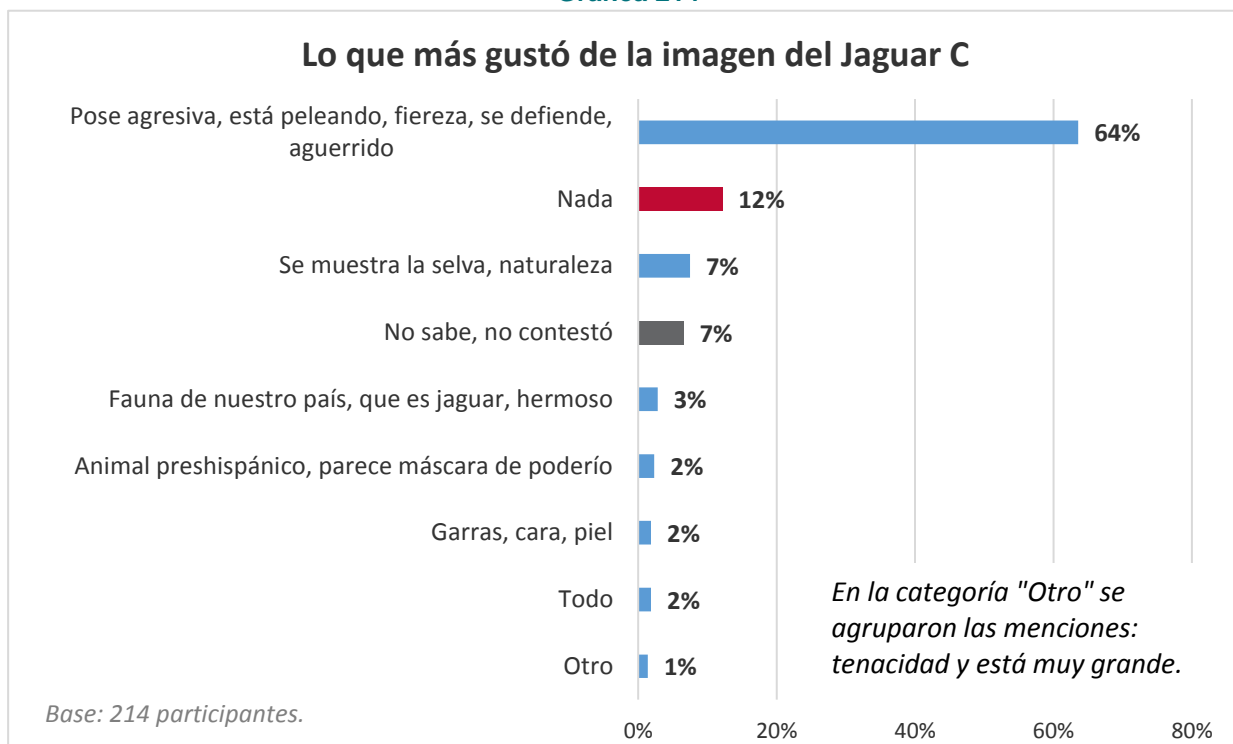
Gráfica 212



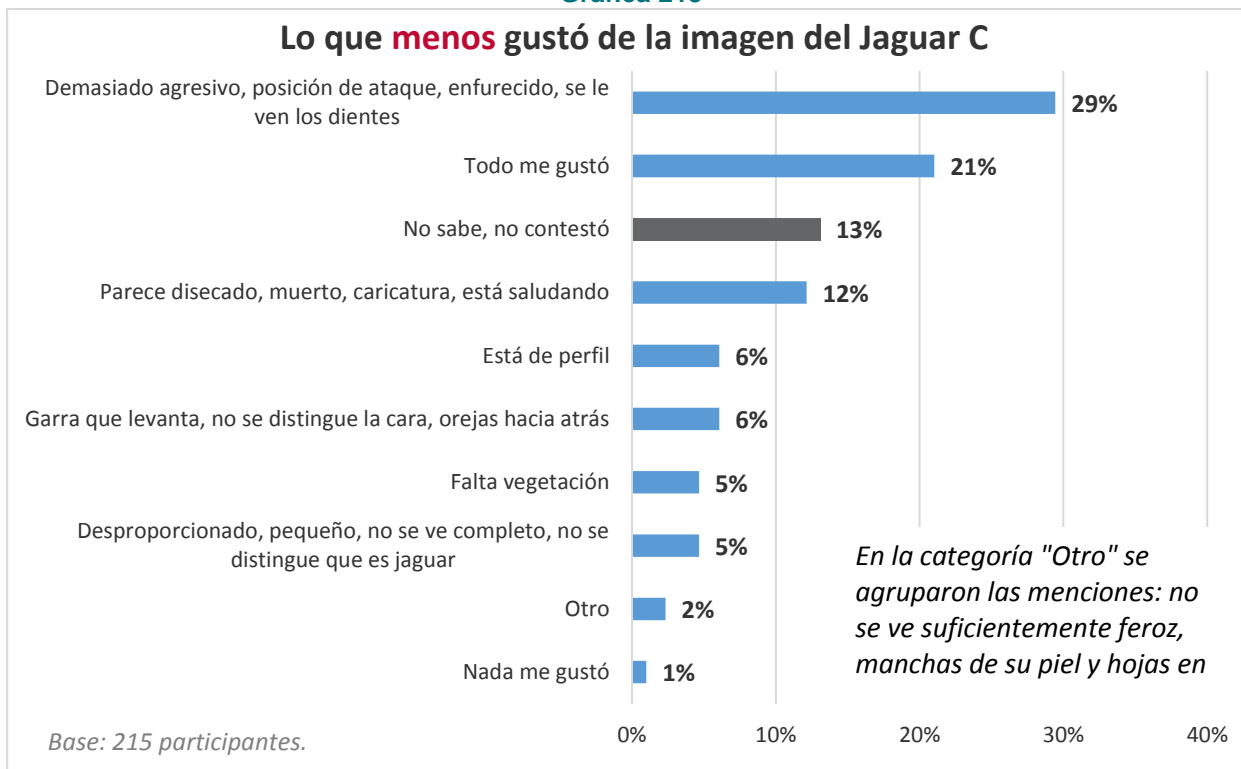
Gráfica 213



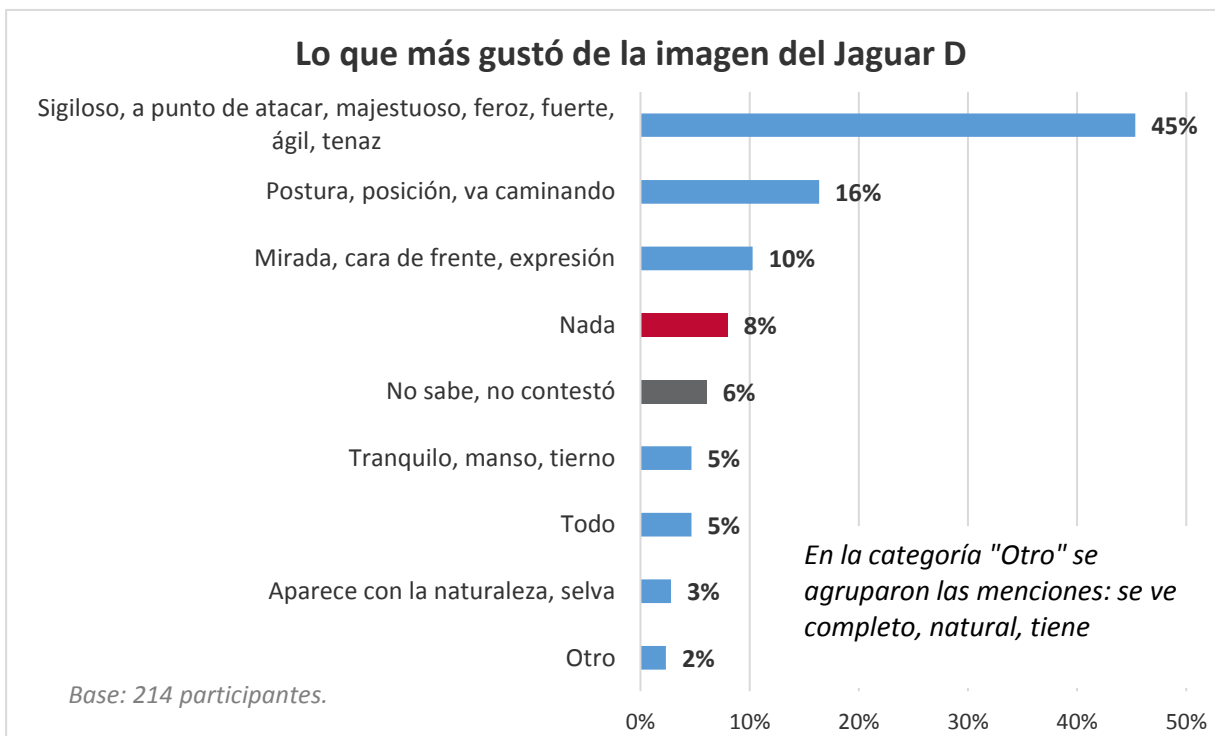
Gráfica 214



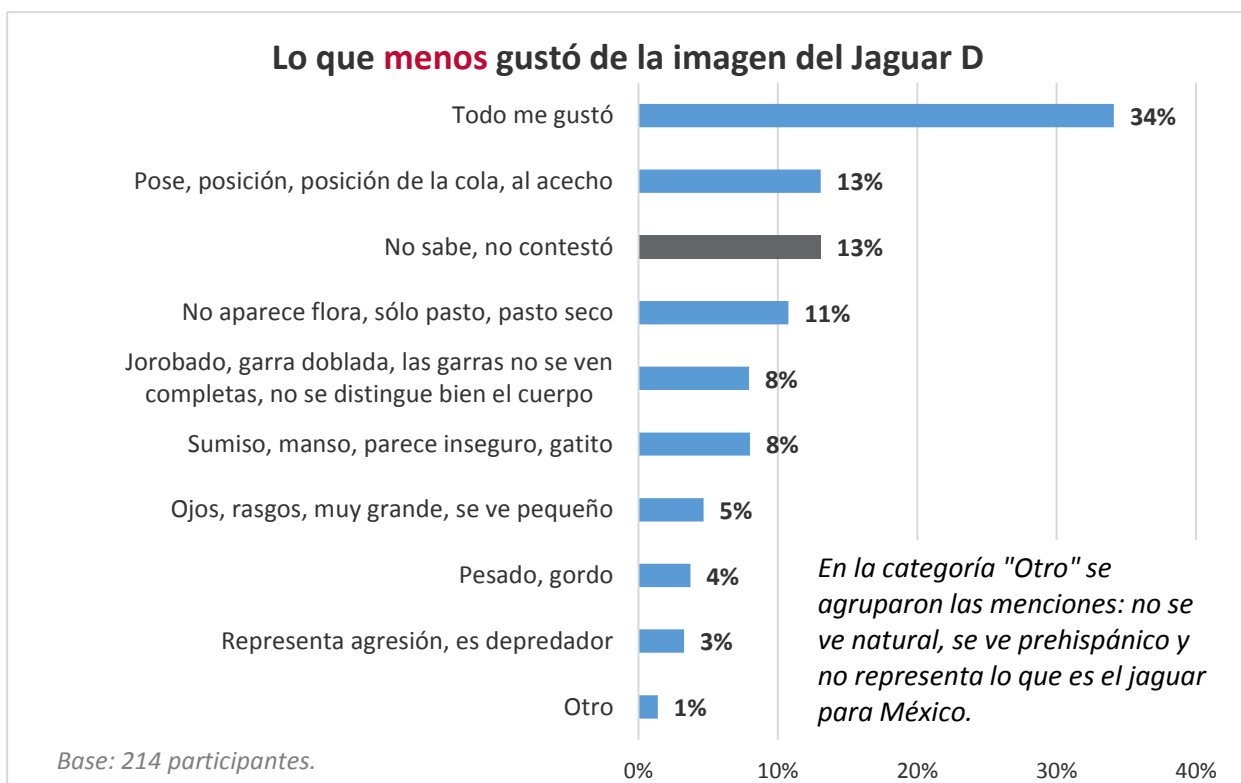
Gráfica 215



Gráfica 216



Gráfica 217

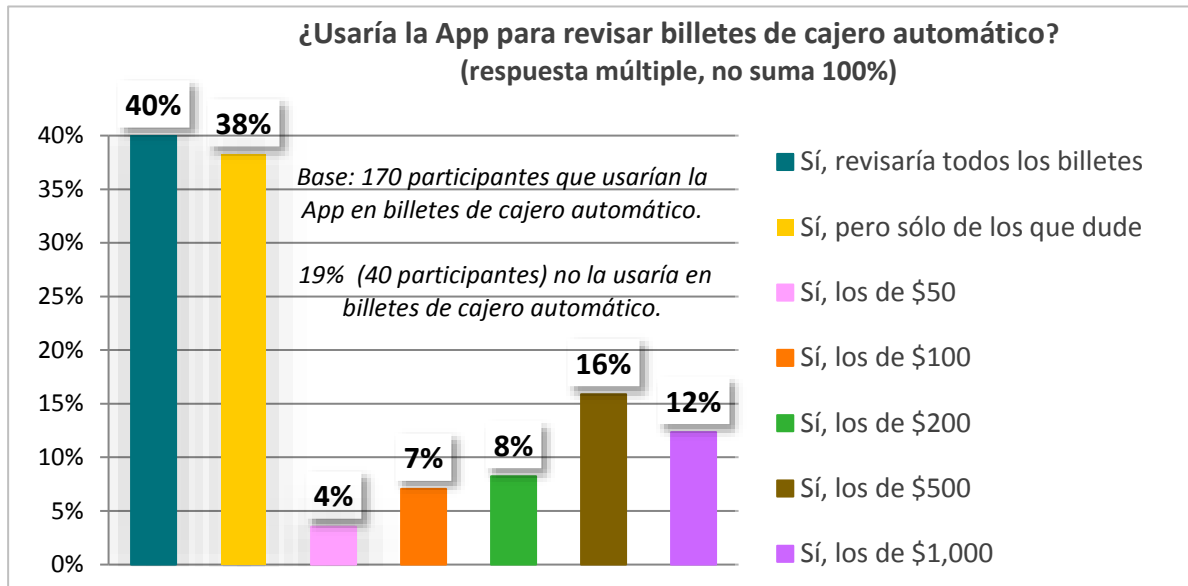


## Anexo VI. Grupos focales, segunda ronda: Tablas y gráficas

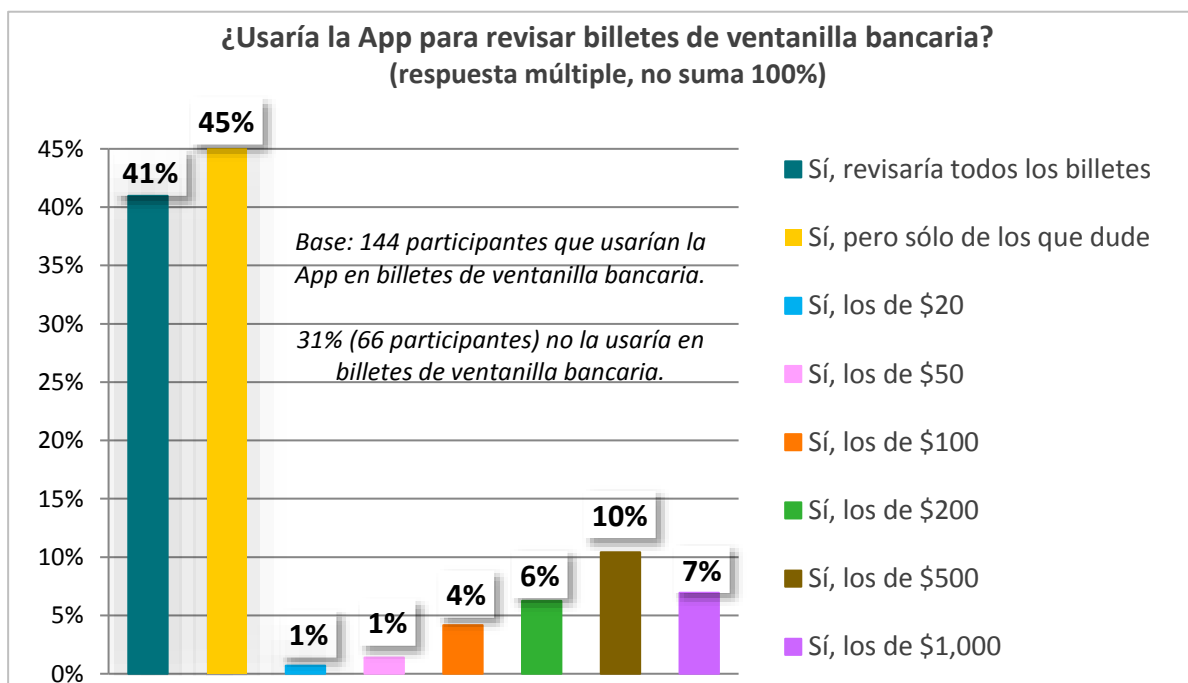
Es posible que en algunos casos los datos no sumen 100% debido al redondeo.

### Aplicación para verificar la autenticidad de un billete

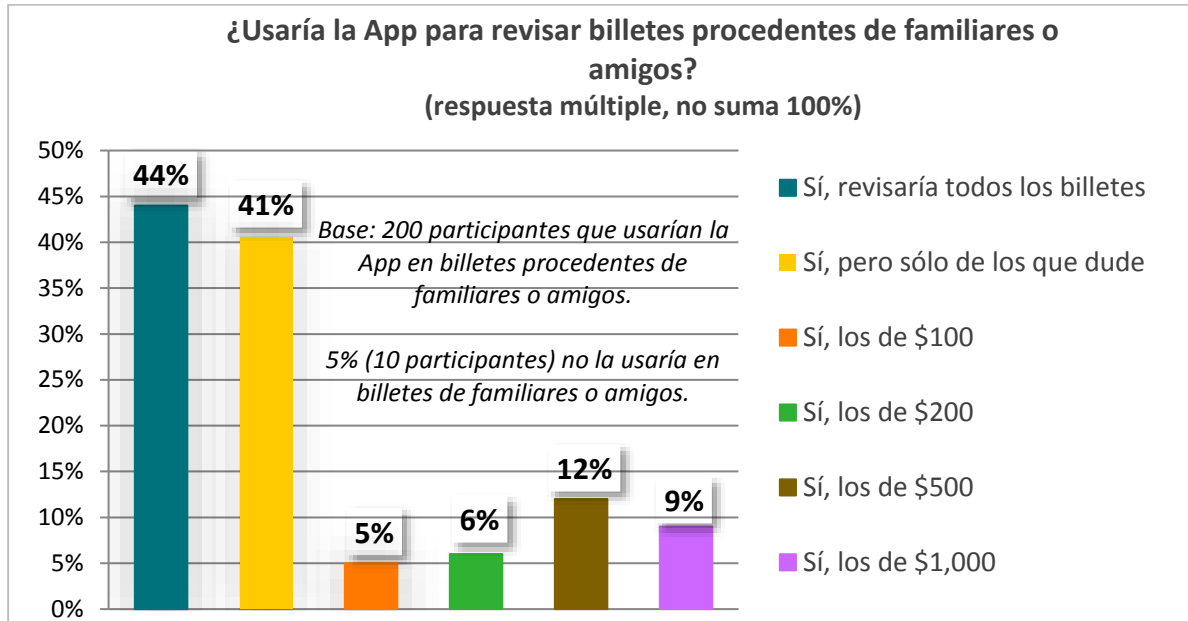
Gráfica 218



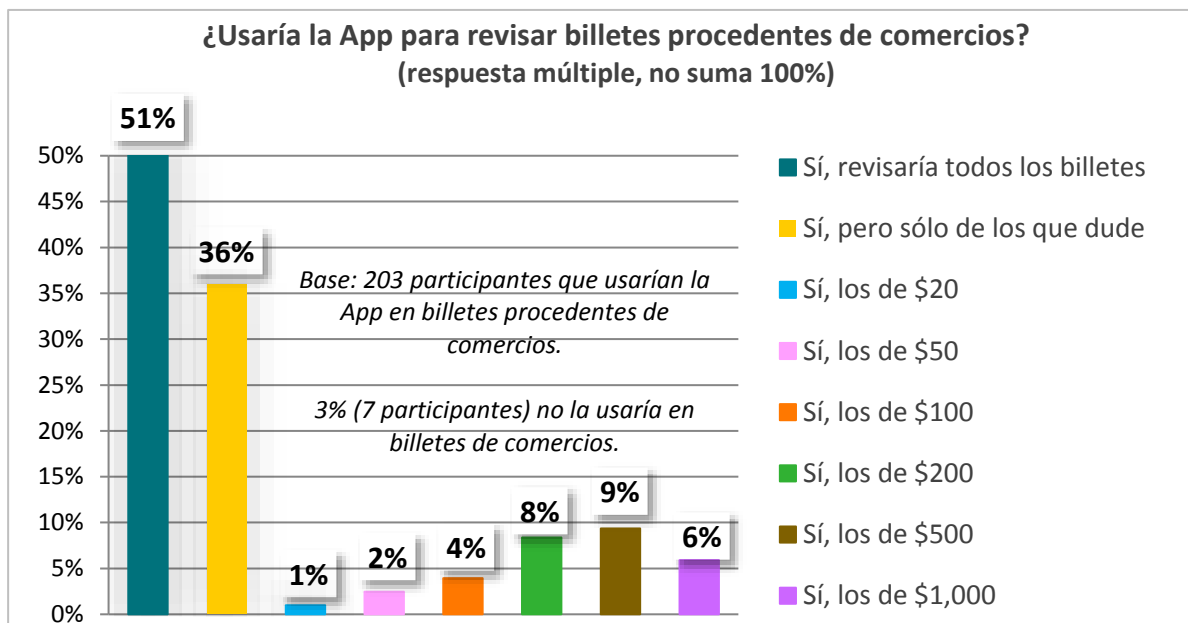
Gráfica 219



**Gráfica 220**



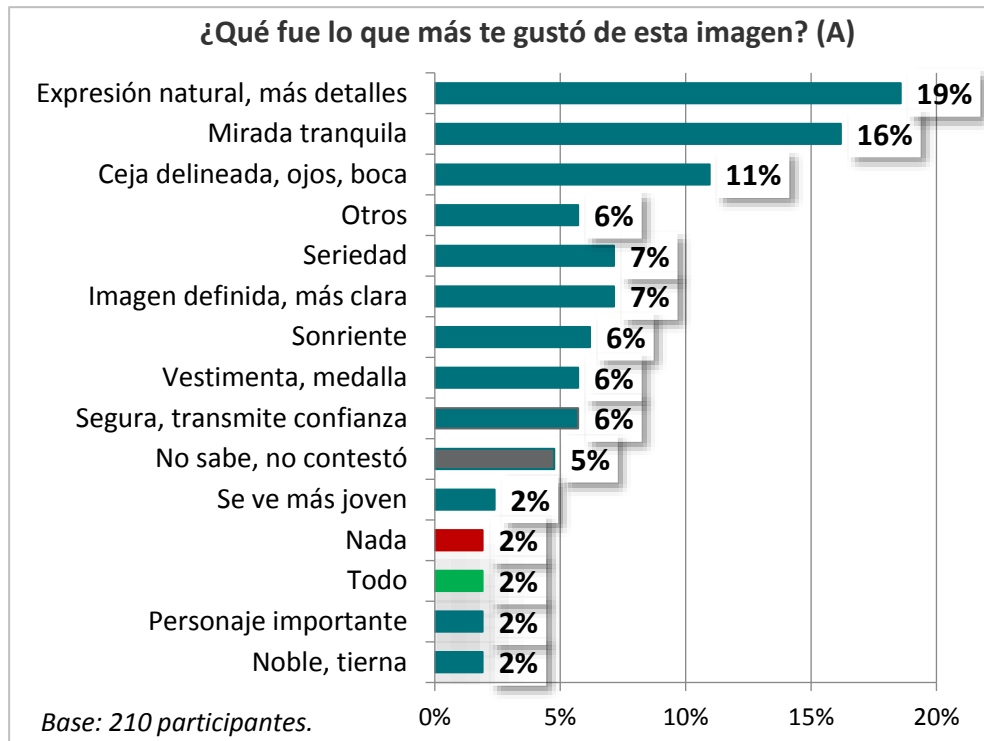
**Gráfica 221**



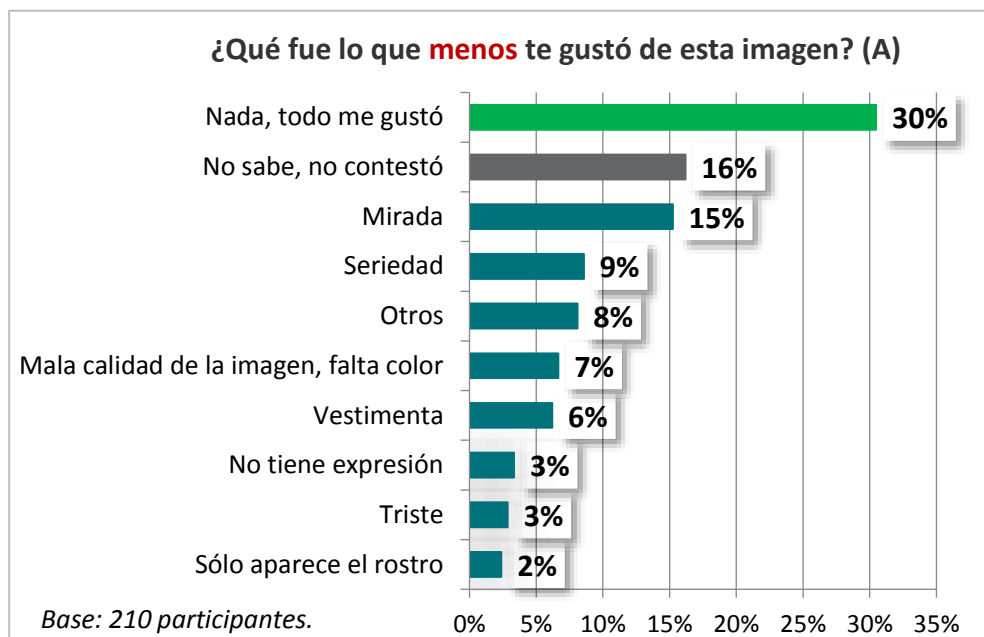
## Elementos para el diseño de un billete

### Personaje, comentarios escritos

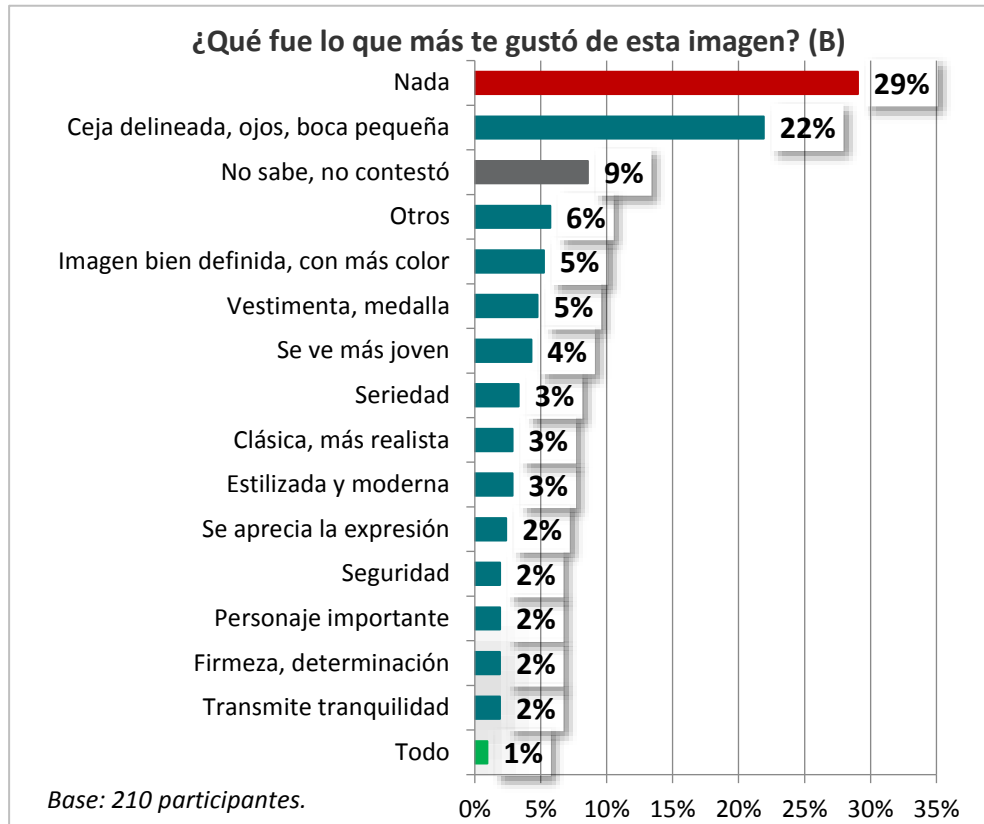
Gráfica 222



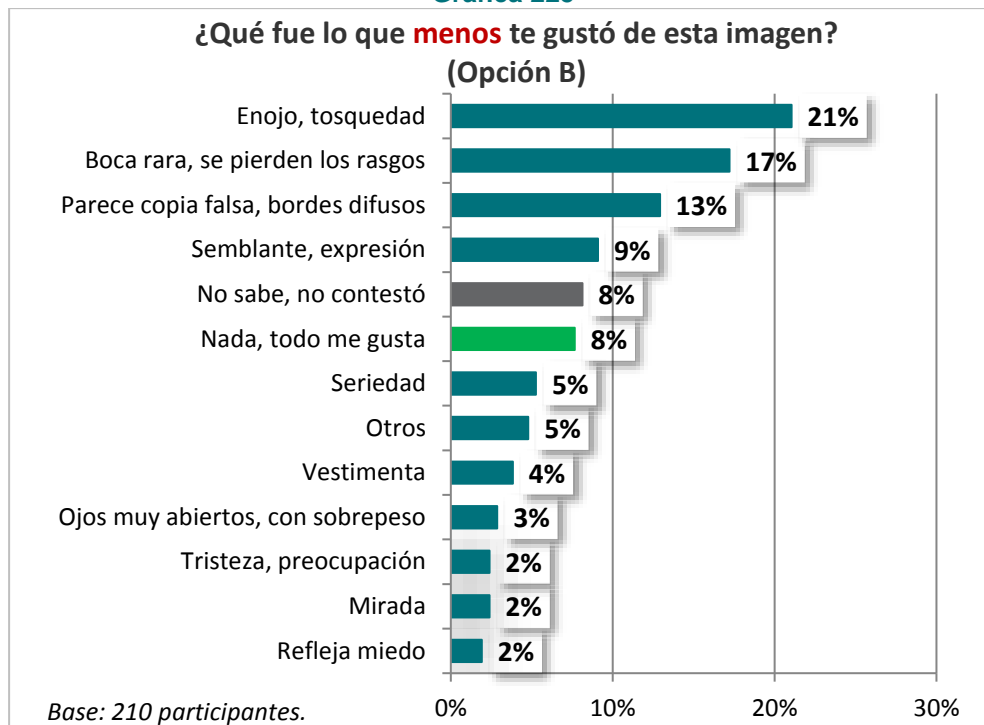
Gráfica 223



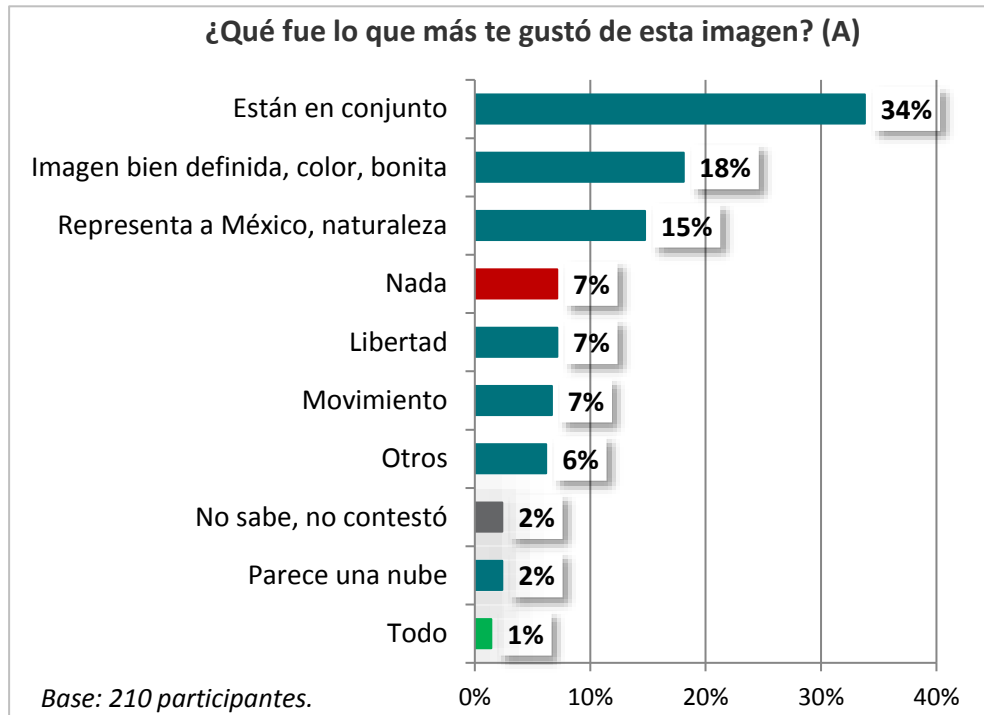
Gráfica 224



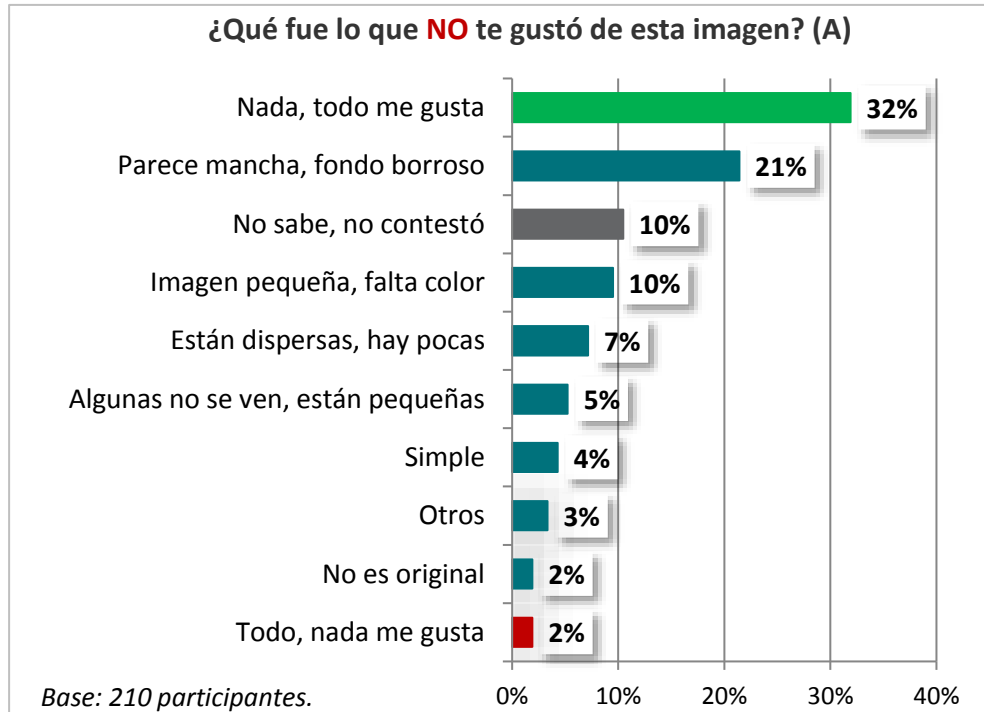
Gráfica 225



Gráfica 226

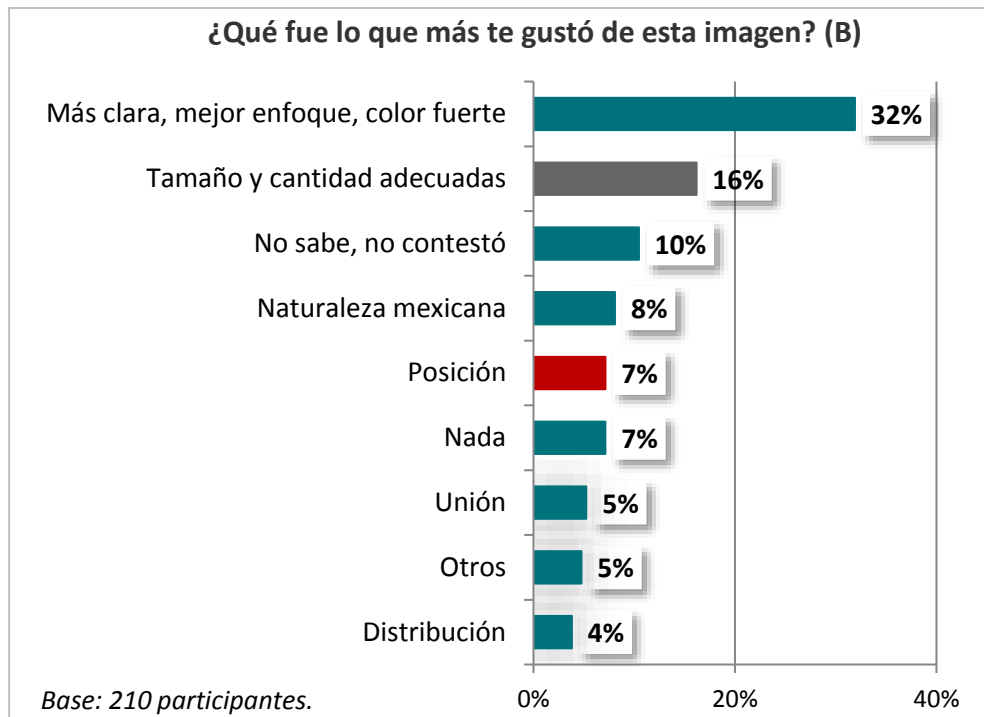


Gráfica 227

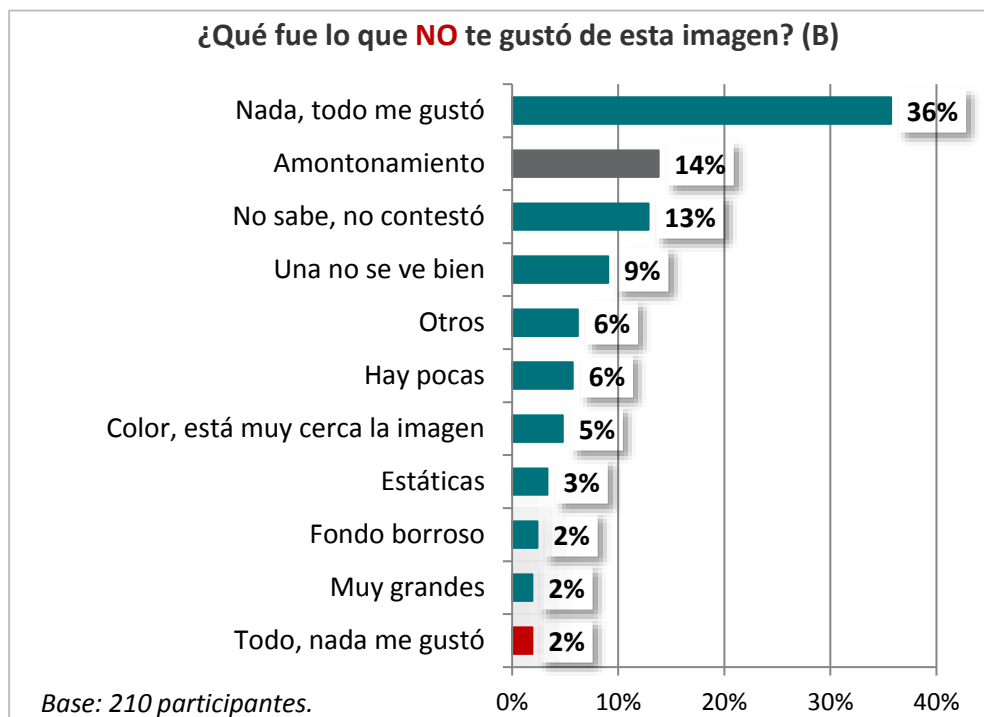




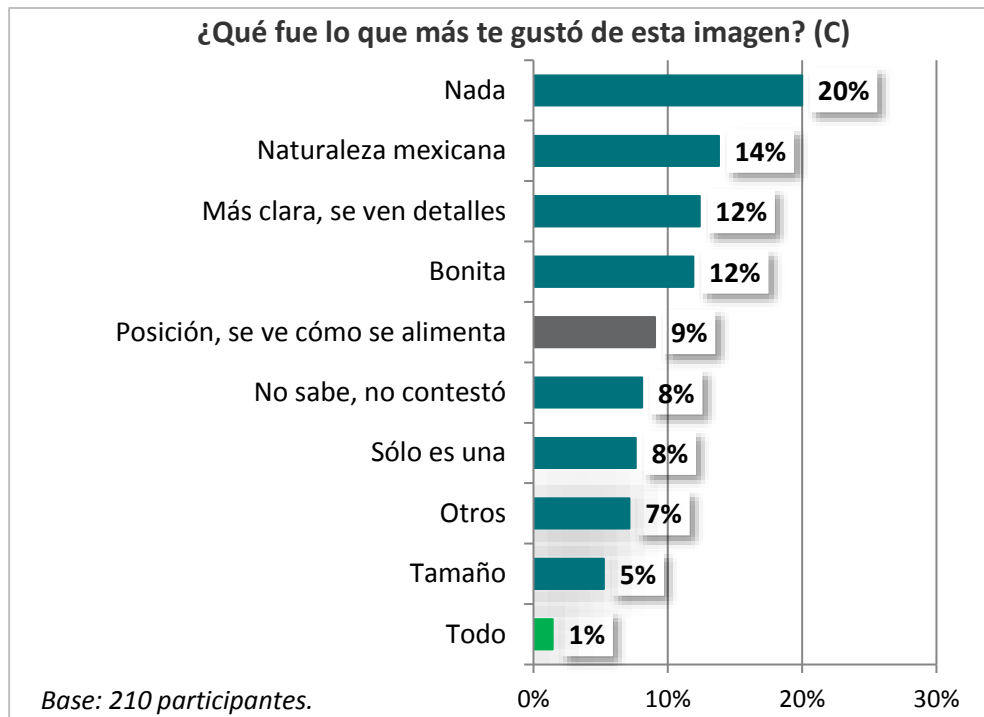
Gráfica 228



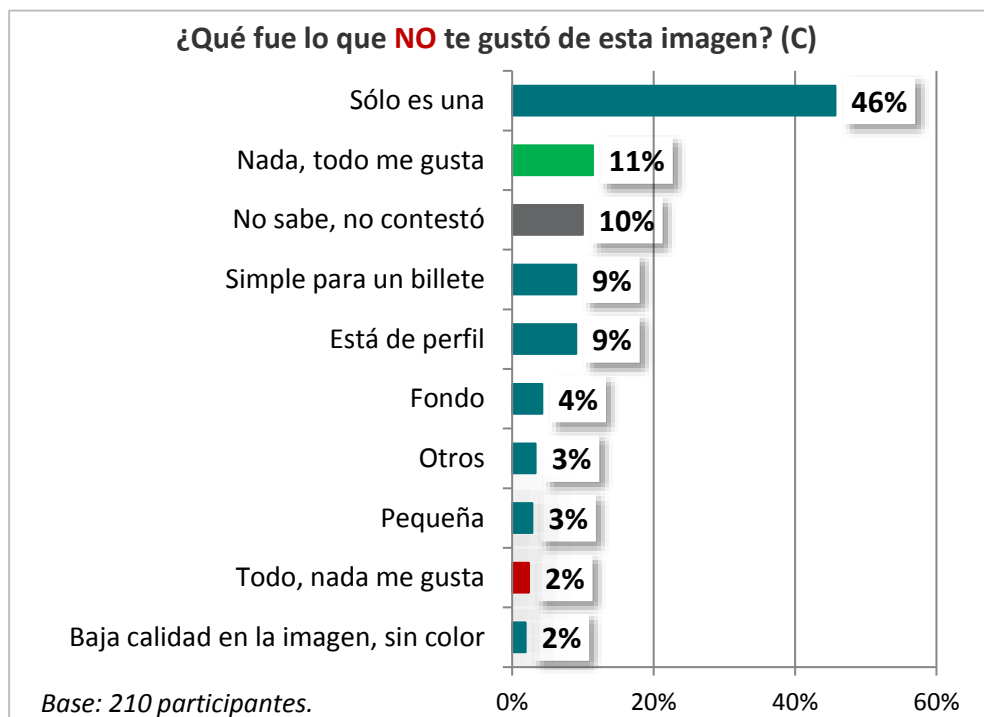
Gráfica 229



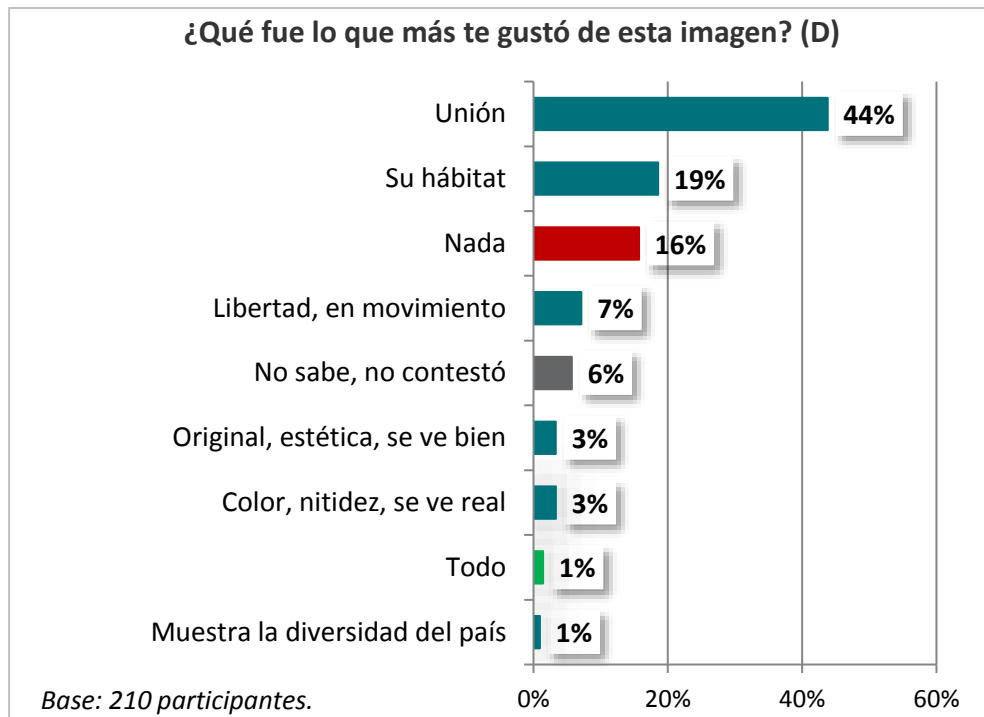
Gráfica 230



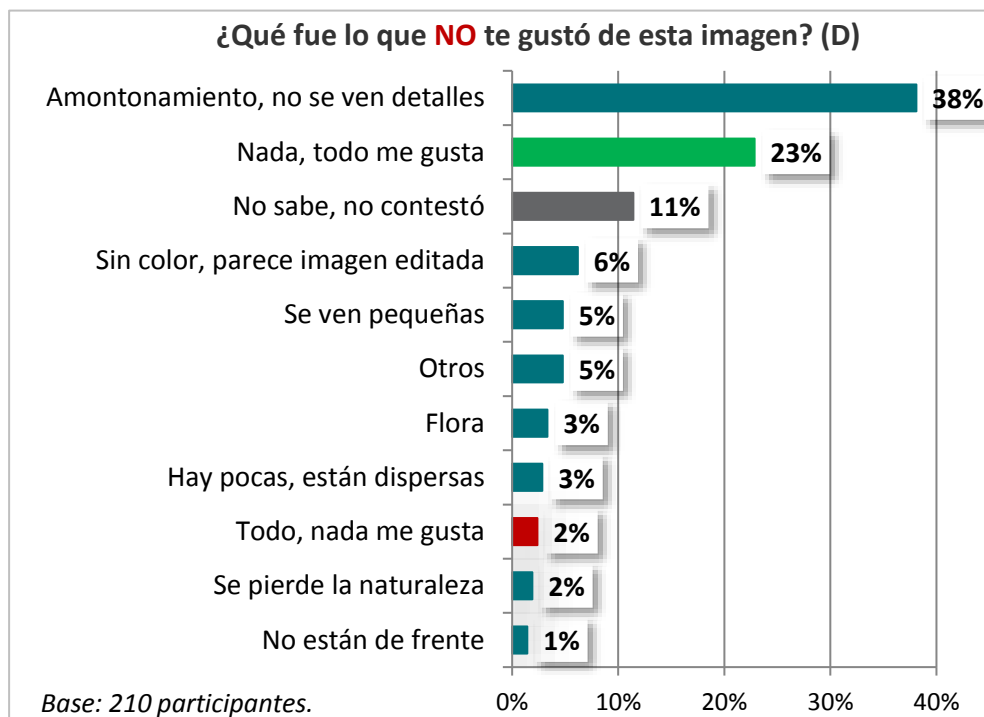
Gráfica 231



Gráfica 232



Gráfica 233



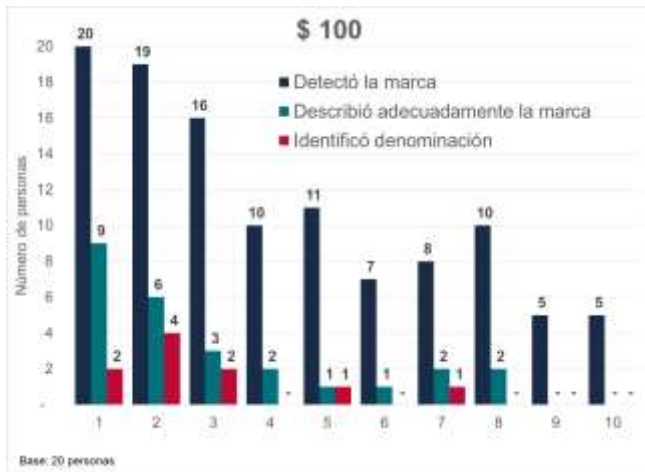
## Anexo VII. Estudio cualitativo para personas ciegas: Tablas y gráficas

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

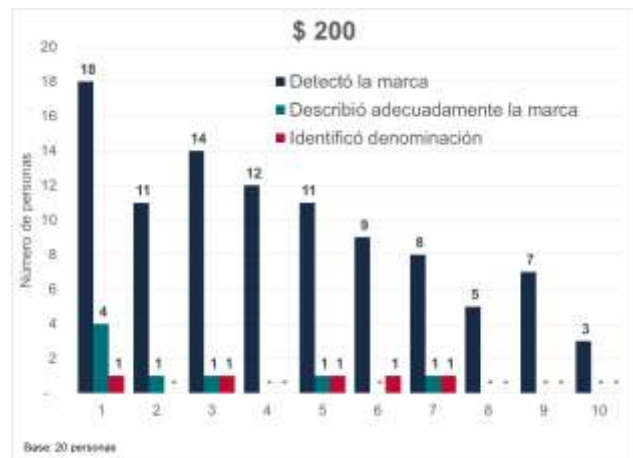
### Evaluación de marcas en billetes

**Número de personas que detectaron la marca, que la describieron adecuadamente y que identificaron la denominación del billete, por denominación y grado abanico**

**Gráfica 234**



**Gráfica 235**



**Gráfica 236**



**Tabla 19. Número de personas que detectaron la marca y lograron identificar la denominación, por grado abanico, para las denominaciones de \$100, \$200 y \$500**

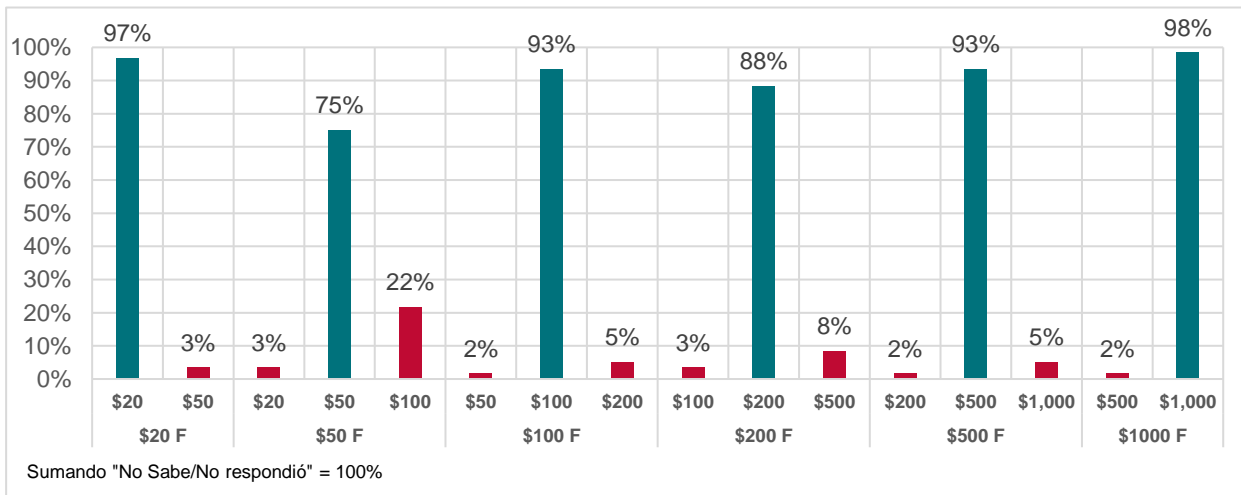
Grado abanico	\$ 100		\$ 200		\$ 500	
	Detectó marca (Personas)	Identificó denominación (Personas)	Detectó marca (Personas)	Identificó denominación (Personas)	Detectó marca (Personas)	Identificó denominación (Personas)
1	20	2	18	1	19	-
2	19	4	11	-	19	-
3	16	2	14	1	13	-
4	10	-	12	-	15	2
5	11	1	11	1	14	1
6	7	-	9	1	14	2
7	8	1	8	1	9	1
8	10	-	5	-	9	1
9	5	-	7	-	7	-
10	5	-	3	-	11	1

Base: 20 personas ciegas.

#### Funcionamiento de la tablilla de billetes

**Porcentaje de piezas que fueron denominadas adecuadamente (verde), y de manera errónea (rojo), evaluando sólo los tamaños de la familia F**

**Gráfica 237**





BANCO DE MÉXICO

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