

Estado: Versión final  
Unidad Administrativa: Oficina de Análisis y  
Estudios de Efectivo

## Resultados de la encuesta anual, grupos focales y de profundidad 2012 de la Dirección General de Emisión



BANCO DE MÉXICO®

# ENCUESTA ANUAL

## Encuesta anual 2012

- Esta presentación contiene los resultados de la encuesta anual de la Dirección General de Emisión, realizada a personas mayores de 18 años en 2,070 hogares. El periodo de levantamiento fue durante septiembre, octubre y noviembre de 2012, en localidades de más de 50mil habitantes.
- El principal objetivo fue conocer y cuantificar las percepciones de la población a nivel nacional en torno a los siguientes temas:
  - Campañas y comunicación
  - Monedas
  - Elementos de seguridad y diseño de billetes
  - Piezas falsas
  - Medios de pago
- En los resultados, de este documento, únicamente se consideran los datos válidos; es decir, se descartan las respuestas relacionadas con las opciones “No sabe” y “No respondió”.
- Los resultados representan aproximadamente a 41.3 millones de personas, población objetivo en el 2012.

## Sección A. Campañas y comunicación

En esta sección se evaluó si la gente:

- Había escuchado o visto publicidad sobre billetes a través de distintos medios de comunicación.
- Había consultado otros medios de comunicación tales como Internet, revistas, dispositivos móviles y la información que había consultado.
- Los lugares en los cuales le gustaría encontrar información relacionada con billetes y monedas.

## Sección A. Campañas y comunicación


### *Campañas realizadas antes y durante el levantamiento*

Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero (2013)
		Levantamiento			
<u>Elementos de seguridad en los billetes</u> (caracoles del hilo 3D, elemento que cambia de color, relieves sensibles al tacto)					
		<u>¡Di no a la falsificación!</u> *	<u>Canje y cambio</u> (Un billete maltratado conserva su valor, acudir a “Centros de Canje” para su verificación)		

\* Se informó que se puede acudir a cualquier banco para que se revise la autenticidad de un billete. También se dieron a conocer las penas relacionadas con delitos de falsificación.

- Adicionalmente, hubo algunas inserciones de prensa en periódicos y revistas.
- En la encuesta anual, las preguntas sobre las campañas publicitarias fueron abiertas, de modo que la información proporcionada por los entrevistados pudiera referirse a:
  - Campañas anteriores a las mencionadas.
  - Información no relacionada con alguna campaña del Banco de México.

## Sección A. Campañas y comunicación

- El 51% de los entrevistados dijo haber escuchado o visto publicidad sobre billetes, (59% en 2011, 56.1% en 2009, 50.4% en 2008). El principal medio de información por el cual se enteraron fue la televisión (94.6%), seguido de la radio (34.7%) y en menor proporción Internet (11.8%).
- Otros medios de información mencionados (6%) fueron los periódicos, folletos, carteles, revistas, bancos y algunos por comentarios. 

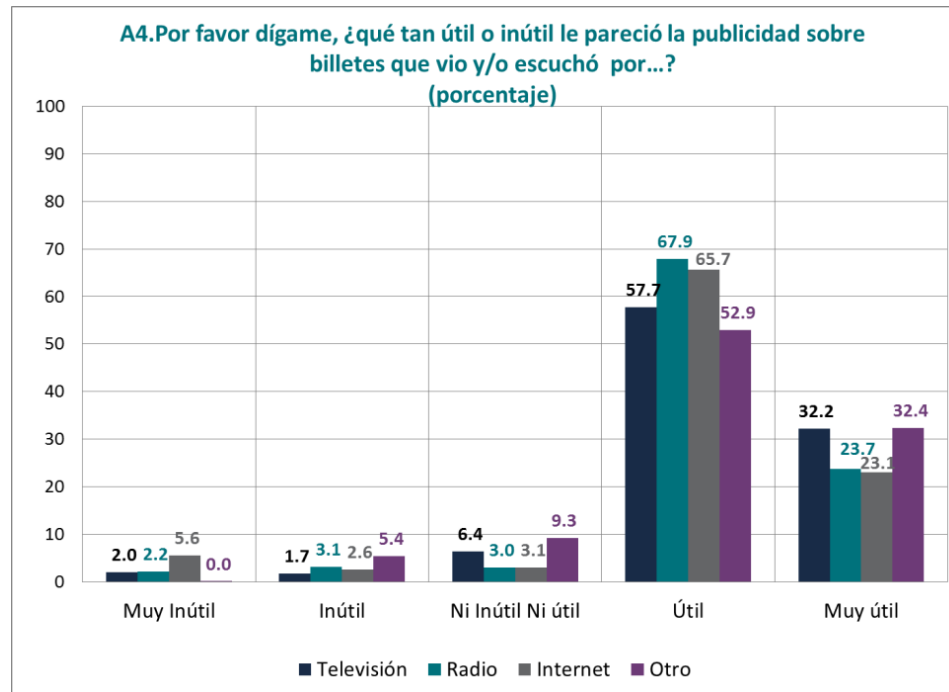
Mensajes captados en las campañas✓					
Medio de información	Revisar los billetes porque pudieran ser falsos	Cómo revisar los billetes	Se puede acudir al banco a cambiar billetes maltratados	Se puede acudir al banco cuando se tienen dudas de un billete*	Billetes y monedas conmemorativos del bicentenario y centenario
Televisión	●	●**	●		
Radio	●	●		●	
Internet	●	●		●	
Periódicos	●	●		●	●

\* No se especifica si son dudas con respecto a la autenticidad del billete o a la validez por su maltrato.

\*\* En particular, recuerdan que se debe verificar que se muevan los caracoles.

## Sección A. Campañas y comunicación

- Con respecto a la utilidad de la información de las campañas, más del 85% de las personas considera Útil o Muy Útil la información que se dio a conocer. No hay distinción por el medio a través del cual se enteraron.
- Entre el 3.7% y el 8.2% opinaron que la información les parecía Inútil o Muy inútil, debido a que se hablaba mal del billete, bajó mucho la moneda, es fácil falsificar los billetes, faltó ser más explícitos, entre otros.



## Sección A. Campañas y comunicación

En los últimos 30 días, ¿cuál de los siguientes medios utilizó?

Medio de información	Proporción de entrevistados	¿Para qué lo ha usado?*	¿Qué ha usado?¹
Internet	42.5%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Redes sociales, correo y/o chatear (40.3%)</li> <li>• Consultar y/o bajar información (39.0%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Facebook (31.9%)</li> <li>• Google (26.8%)</li> <li>• Hotmail ( 7.5%)</li> <li>• YouTube ( 6.4%)</li> <li>• Wikipedia ( 3.8%)</li> </ul>
Revistas	19.8%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buscar información (39.2%)</li> <li>• Por entretenimiento (29.9%)</li> <li>• Leer (23.2%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• De noticias¹² (13.8%)</li> <li>• TVyNovelas ( 9.9%)</li> <li>• Muy interesante ( 9.2%)</li> <li>• Proceso ( 7.8%)</li> <li>• TV Notas ( 6.7%)</li> </ul>
Aplicación para dispositivo móvil ³	5.6%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Para buscar información (23.5%)</li> <li>• Operaciones bancarias (19.6%)</li> <li>• Llamar y/o enviar mensajes (16.3%)</li> <li>• Redes sociales (13.9%)</li> </ul>	

¹ Se muestran las respuestas para las que se obtuvieron mayores porcentajes.

² Sin especificar.

³ Celular o tableta electrónica para acceder a algún servicio (operaciones bancarias, realizar compras).





## Sección A. Campañas y comunicación

- Al preguntar sobre los principales lugares en donde prefieren encontrar información de billetes y monedas:
  - Camiones pintados con publicidad (17.2%)
  - Espectaculares (15.0%)
  - Internet (12.7%)
- Principales temas de utilidad para consultar a través de teléfonos celulares:
  - Guía para determinar si un billete es auténtico (34.1%)
  - Lugares para cambiar billetes maltratados (33.9%)
  - Lugares para cambiar billetes y monedas por otras denominaciones (18.6%)
- El 43.5% de los entrevistados cuenta con televisión de paga, distribuidos de la siguiente manera:
  - Megacable (27.8%)
  - Dish (20.6%)
  - Cablevisión (17.2%)
  - Cablemás (9.4%)
  - Sky (9.3%)



## Sección B. Monedas

En esta sección se evaluó la percepción de la gente con respecto a:

- Tamaño, dificultades, usos y costumbres de las monedas de 10¢, 20¢ y 50¢.
- Escenario del posible retiro de la circulación de las monedas de 10¢ y 20¢, y el impacto en la gente.
- El conocimiento de la moneda de 20 pesos, conmemorativa de Octavio Paz.

Nota: la información obtenida en la encuesta de 2011 sobre monedas de 10¢ y 20¢ se tomó en cuenta para el proyecto: “Evaluación del retiro de las monedas de baja denominación”, el cual terminó en noviembre de 2012.

## Sección B. Monedas

### *Evaluación del tamaño de las nuevas monedas de centavos*

- Al comparar los nuevos diseños de las monedas de 10, 20 y 50 centavos con respecto a los anteriores, el 89.7% de los entrevistados dijo perder más fácilmente las nuevas monedas. En general, el nuevo tamaño de dichas monedas no gusta, ya que al evaluar su tamaño\* se obtuvieron las siguientes calificaciones:
  - Moneda de 10¢, 2.8
  - Moneda de 20¢, 3.0
  - Moneda de 50¢, 4.2
  - Moneda de \$1, 7.1 (tomada como referencia)
- Las personas dicen tener problemas al querer usar las monedas de 10 y 20 centavos porque:
  - No se las reciben o no las quieren (56%),
  - Están muy chiquitas (15%),
  - Se pierden (11%),
  - Se confunden fácilmente (8%).

\* Escala de 0 a 10, donde 0 = Muy Malo, y 10 = Muy Bueno

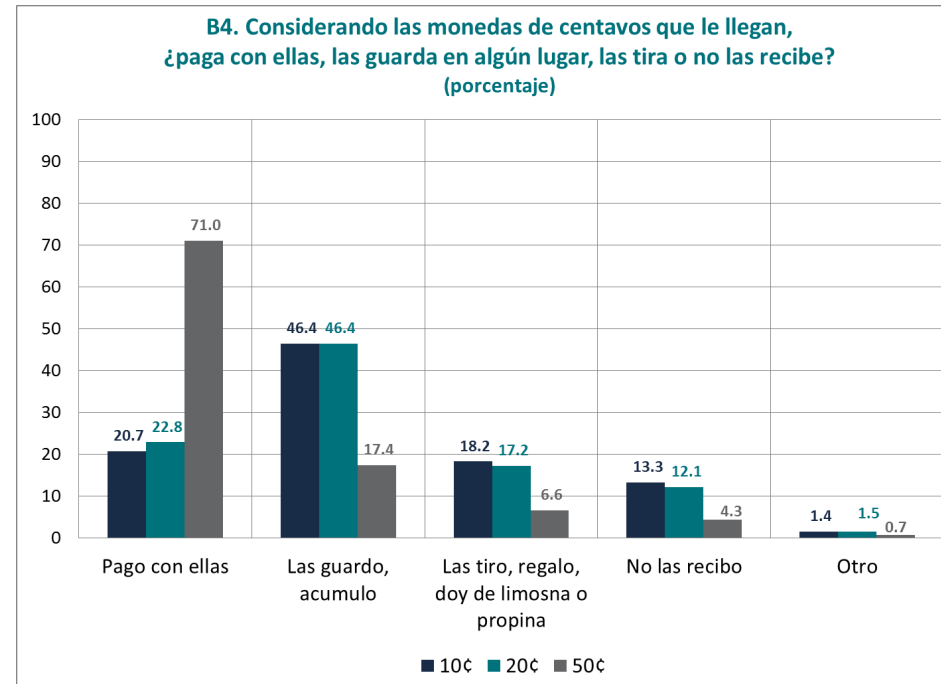


## Sección B. Monedas

### *Usos y costumbres de las monedas de centavos*

De las personas que acostumbran usar las monedas de centavos para pagar:

- El 71% dijo que usaba las de 50 centavos, mientras que sólo el 21%, en promedio, utilizaba las de 10 y 20 centavos.
- Más del 50% las lleva en los bolsillos, y alrededor del 40% en el monedero, billetera o cartera.
- Principalmente, pagan con ellas en tienditas o en el minisúper (tipo OXXO, Seven-11, etc.).



## Sección B. Monedas

### *Usos y costumbres de las monedas de centavos*

De las personas que acostumbran **guardar o acumular las monedas de centavos**:

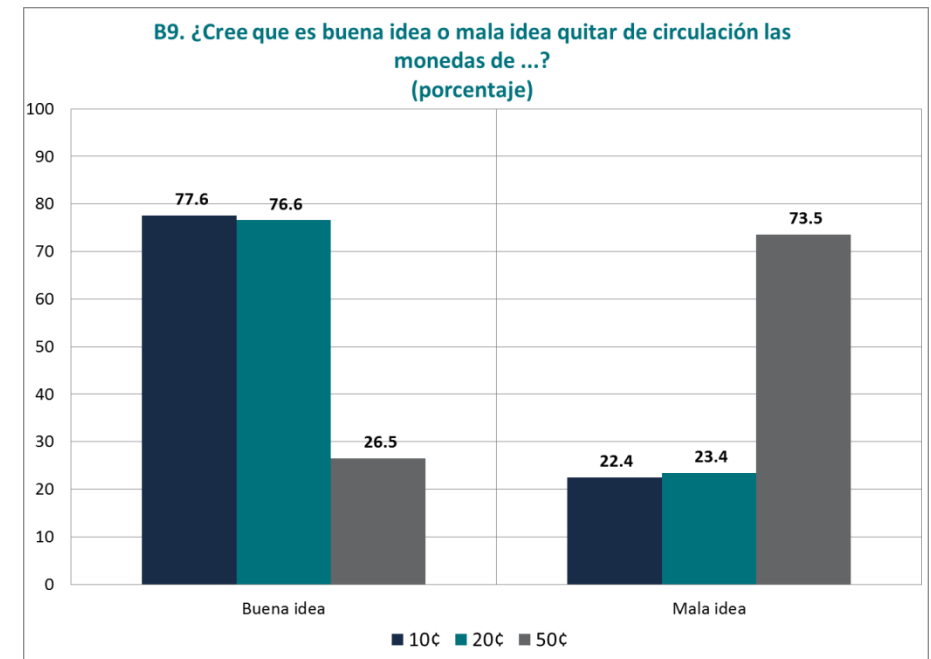
- Más de la mitad lo hace en un recipiente, frasco o bote.
- Después de haber acumulado suficientes monedas;
  - Entre el 30% y 34% nunca cambia sus monedas; es decir, continúan acumulándolas.
  - Entre el 20% y el 27% las cambian en algún comercio.
  - Entre el 19% y 21% las usan para hacer pagos.
  - Sólo entre el 12% y el 17% acuden a un banco para cambiarlas.
- Más del 70% recibe las monedas de 10 y 20 centavos en los supermercados (tipo Wal-mart, Soriana, Chedraui), o en tienditas o minisúper (tipo OXXO, Seven-11, etc.). Más del 60% para las monedas de 50 centavos.
- De los entrevistados que **acumulan sus monedas o no las aceptan**, mencionan que lo hacen principalmente porque posteriormente no pueden colocarlas, ya que no en todos lados las aceptan. (En promedio, el 20% comenta no usarla porque son muy pequeñas).



## Sección B. Monedas

### Opinión sobre desaparecer las monedas de 10 y 20 centavos

- Ante el supuesto de sacar de circulación las monedas de 10¢ y 20¢, a más del 75% de los entrevistados les parece **buena idea** retirarlas porque batallan para volver a colocarlas en la circulación, son muy pequeñas y no las consideran de utilidad.
- Para el caso de la moneda de 50¢ centavos, a menos del 30% le parece buena idea la desaparición de dicha moneda, de los cuales, casi el 40% dice que es porque están muy chiquitas y el 26% porque no se las aceptan.
- Por otro lado, los entrevistados dijeron que las principales desventajas de sacar de circulación las monedas fraccionarias serían:
  - El incremento que habría en los precios.
  - Porque son necesarias.



## Sección B. Monedas

### *Opinión sobre desaparecer las monedas de 10 y 20 centavos*

- Para profundizar en la posible desaparición de las monedas de 10¢ y 20¢, se explicó lo siguiente a los entrevistados:

**Actualmente se producen 4 monedas de 10¢ y 2 monedas de 20¢ por habitante por año, y la fabricación de cada una de estas monedas tiene un costo aproximado de 20¢; es decir, la moneda de 10¢ cuesta el doble de su valor y la de 20¢ cuesta su valor. Estos costos los pagamos todos y sin embargo se usan poco y en varios lugares no son aceptadas.**

- Después de la explicación, más del 80% continuó pensando que sería buena idea que desaparecieran.
- Al hacerlos recapacitar sobre la posible necesidad de ajustar los precios a 50¢, aproximadamente el 20% cambió de opinión.



## Sección B. Monedas

### *Moneda de \$20 conmemorativa de Octavio Paz, premio Nobel de Literatura 1990*

- Al preguntar a los entrevistados sobre la moneda de 20 pesos conmemorativa de Octavio Paz, premio Nobel de Literatura 1990, sólo el 33% conocía de la existencia de dicha moneda.
- De quienes sí conocen la moneda, el 61.2% indicó que no se las reciben, y el 31.4% dijo que no la conocen en los comercios.
- El 77% de las personas entrevistadas dijo que le gustaría usar la moneda de \$20 para realizar sus pagos.
- Sólo el 43% de las personas entrevistadas estuvo a favor de que se cambiara el billete de \$20 por una moneda de \$20.
- Las personas que no están a favor de la moneda de \$20 dijeron que es porque: pesa mucho, son más estorbosas, se confunden o no está acostumbrado a las monedas, entre otros.
- Quienes están a favor, dijeron que no se maltratan, son más prácticas, entre otros.






## Sección C. Elementos de seguridad y diseño de billetes

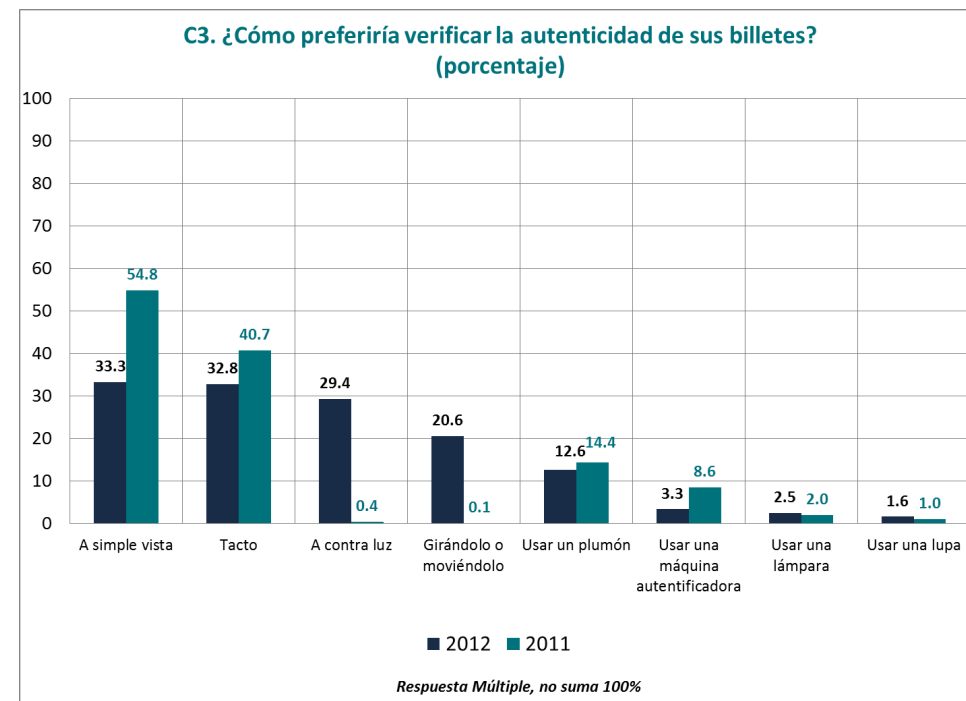
En esta sección se indagó acerca de:

- Elementos de seguridad en los billetes.
- Forma de verificar el hilo 3D, elemento que cambia de color y ventana transparente.
- Características más importantes y menos importantes en un billete.
- Forma de identificar la denominación en un billete.
- Confusión de denominaciones.
- Colores, temas y material de los billetes.
- Lugares donde se acostumbra guardar billetes y cómo se guardan.
- Problemas para usar el billete de 1000 pesos y opiniones de encontrarlo en cajeros automáticos.

## Sección C. Elementos de seguridad y diseño de billetes

### Elementos de seguridad en los billetes

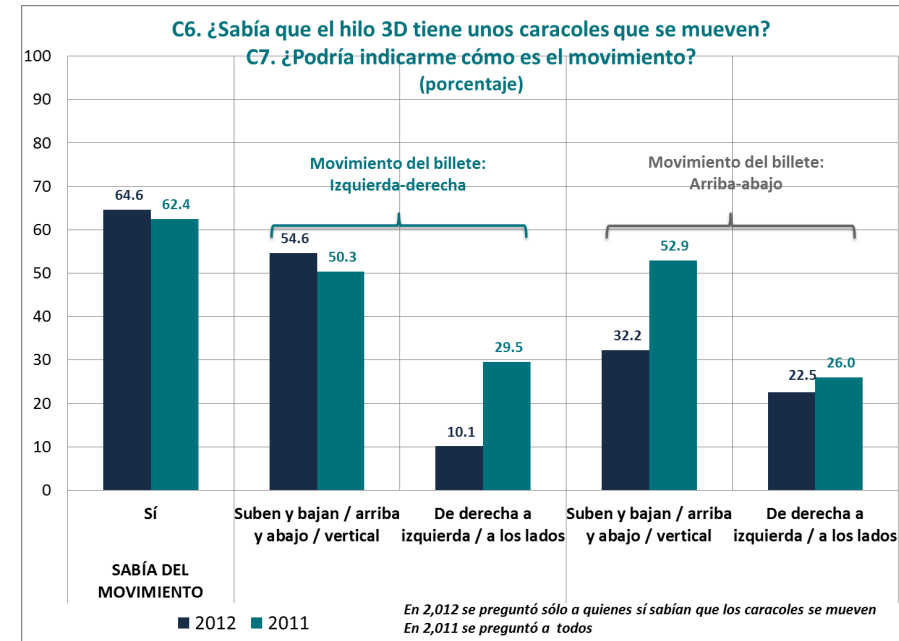
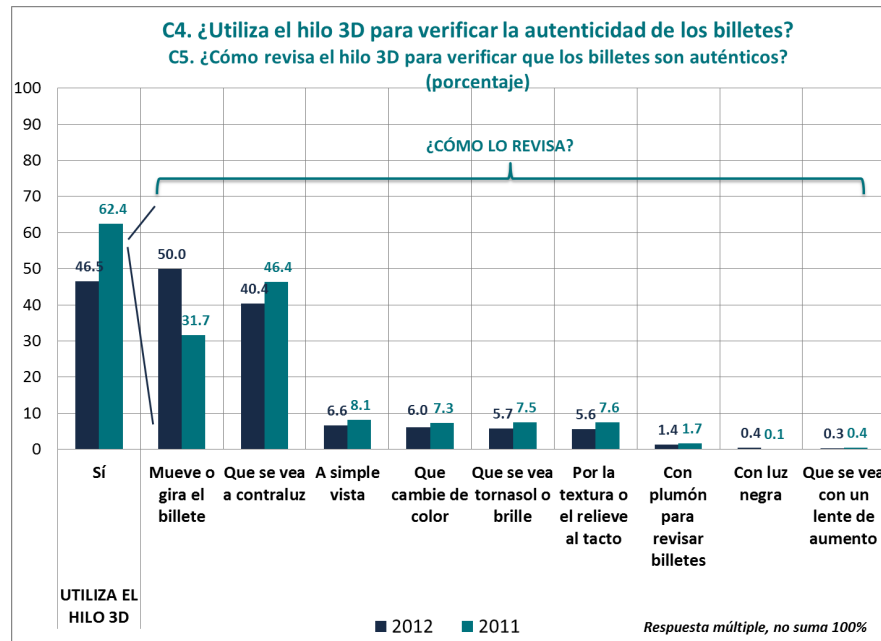
- El 57.7% de los entrevistados considera que los elementos de seguridad en los billetes son Seguros o Muy Seguros.
- El 45% afirmó revisar Siempre o Casi siempre los elementos de seguridad. 
- Por orden de preferencia, la manera en que se verifican los elementos de seguridad, es:
  - A simple vista (33.3%. En 2011 fue 54.8%)
  - Por medio del tacto (32.8%. En 2011, 40.7%)
  - A contraluz (29.4%)
  - Girando o moviendo el billete (20.6%)
  - Usando un plumón (12.6%)
  - Usando una máquina autenticadora (3.3%)
  - Usando una lámpara (2.5%)
  - Usando lupa (1.6%)



## Sección C. Elementos de seguridad y diseño de billetes

### Hilo 3D

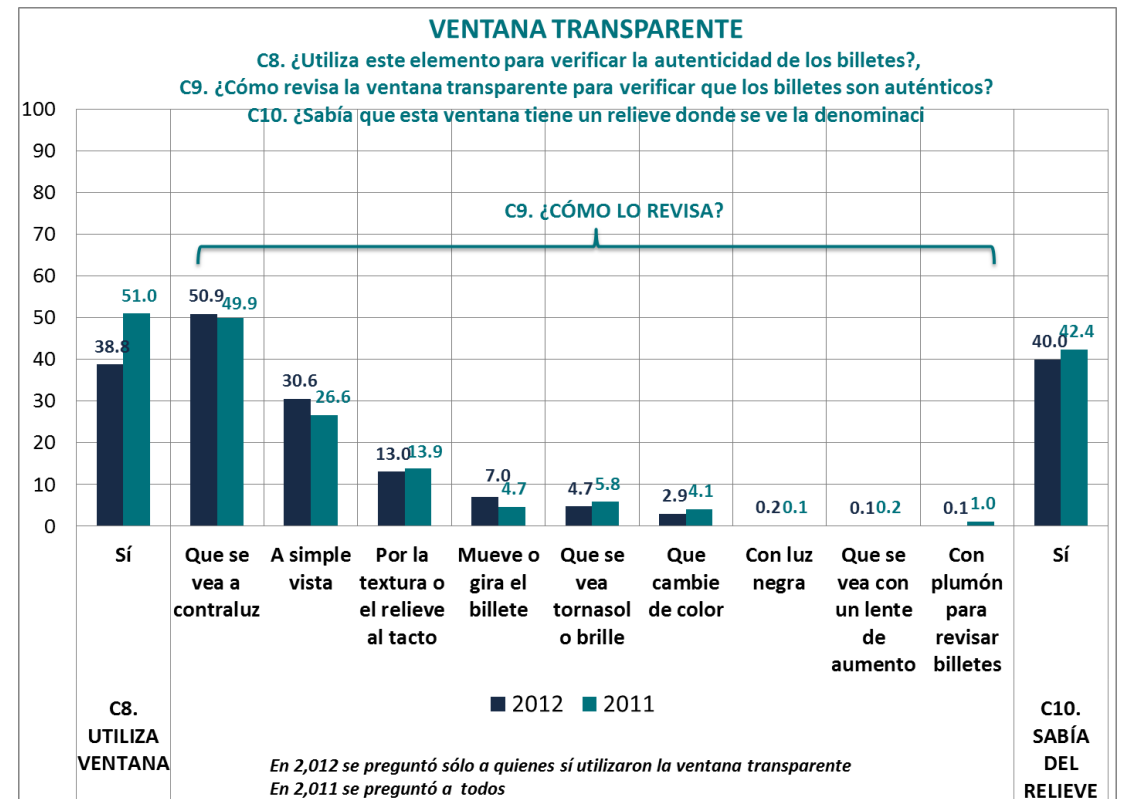
- De las personas entrevistadas, sólo el 46.5% verifica el hilo 3D (62.4% en 2011). De quienes dijeron revisarlo; el 50% lo hace moviéndolo o girándolo, el 40% viéndolo a contraluz, y el resto a simple vista (6.6%), buscando un cambio de color (6%), viendo si es tornasol (5.7%), por su textura (5.6%), entre otras.
- De las personas entrevistadas, 64.6% sabe que el hilo 3D tiene caracoles que se mueven. Al preguntarles cómo es su movimiento al mover el billete de derecha a izquierda, el 54.6% respondió correctamente, y al preguntarles cuando se mueve el billete de arriba hacia abajo, sólo el 32.2% respondió correctamente.



## Sección C. Elementos de seguridad y diseño de billetes

### Ventana transparente

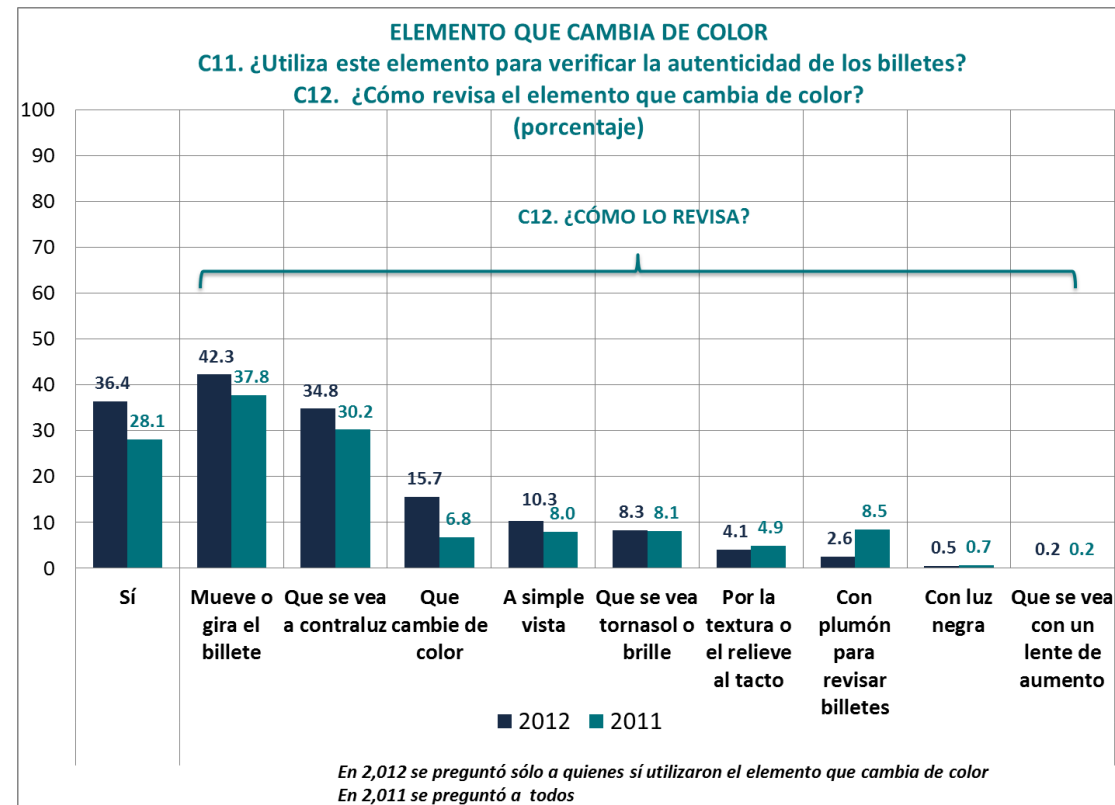
- Con respecto a la ventana transparente, sólo el 38.8% de las personas entrevistadas la utiliza para revisar el billete, este porcentaje fue de 51% en 2011. La forma en que la revisan principalmente es:
  - A contraluz (50.9%)
  - A simple vista (30.6%)
  - Por la textura o relieve al tacto (13%)
- Únicamente el 40% de los entrevistados sabe que en la ventana transparente hay relieve en donde se puede ver la denominación.



## Sección C. Elementos de seguridad y diseño de billetes

### Elemento que cambia de color

- En cuanto al elemento que cambia de color, el 36.4% de las personas entrevistadas lo utiliza para revisar el billete. De este porcentaje, el 42.3% lo revisa moviendo o girando el billete, el 34.8% viéndolo a contraluz, y el resto que cambie de color (15.7%), a simple vista (10.3%), entre otros.



## Sección C. Elementos de seguridad y diseño de billetes

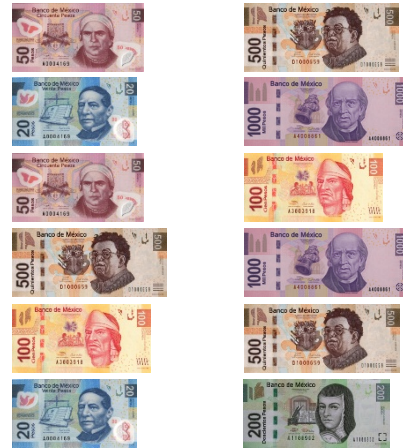
Características en un billete que se consideran más y menos importantes

Característica	Más importantes	Menos importantes
<b>Que no se puedan falsificar</b>	52.9%	6.5%
<b>Que sean durables</b>	40.4%	13.3%
Que se pueda verificar rápidamente si son auténticos	39.9%	6.9%
Que se vea fácilmente la denominación	23.6%	6.6%
<b>Que no estén sucios</b>	11.8%	57.7%
Que representen valores nacionales	11.2%	12.9%
Que se puedan contar fácilmente	6.9%	17.6%
<b>Que estén bonitos</b>	5.0%	76.8%
Otros (el color, tamaño, personajes importantes, etc.)	8.2%	1.6%

## Sección C. Elementos de seguridad y diseño de billetes

### *Identificación de los billetes y confusión de denominaciones*

- El 20.5% de los entrevistados ha confundido un billete con otro de diferente denominación, ambos de los diseños actuales (tipo F). El principal motivo de la confusión ha sido el color (84.8% de los casos). De estas personas, los mayores porcentajes de combinación de confusiones, son:
  - \$50 con \$500: 22%
  - \$20 con \$1000: 15.5%
  - \$50 con \$100: 11.7%
  - \$500 con \$1000: 10.2%
  - \$100 con \$500: 7%
  - \$20 con \$200: 6.6%



## Sección C. Elementos de seguridad y diseño de billetes

### *Colores, temas y material de los billetes*

- Al 48.3% de los entrevistados les parece Suave o Muy suave la intensidad del color de los billetes, mientras que para el 43.1% está en un término medio.
- Al 66.4% de los entrevistados le gusta el diseño de los billetes.
- Al 78.1% le gusta que los billetes tengan personajes de la historia de México.
- Al evaluar diferentes temas para el diseño de los billetes, el principal es de Personajes de la historia de México (44.4%), seguido de Monumentos (27.8%), Paisajes (25.7%), Culturas prehispánicas (23%) y Eventos históricos de México (24.2%).
- Cuando se les preguntó sobre distintas características de los billetes de polímero y de los papel de algodón, se encontró que los de polímero están mejor evaluados en cuanto a su durabilidad (64.7% vs. 31.8%), higiene (82.1% vs. 13.1%), seguridad (73.4% vs 19.8%), gusto por su textura (63.3% vs. 33.2%) y preferencia (64.8% vs. 32.0%).

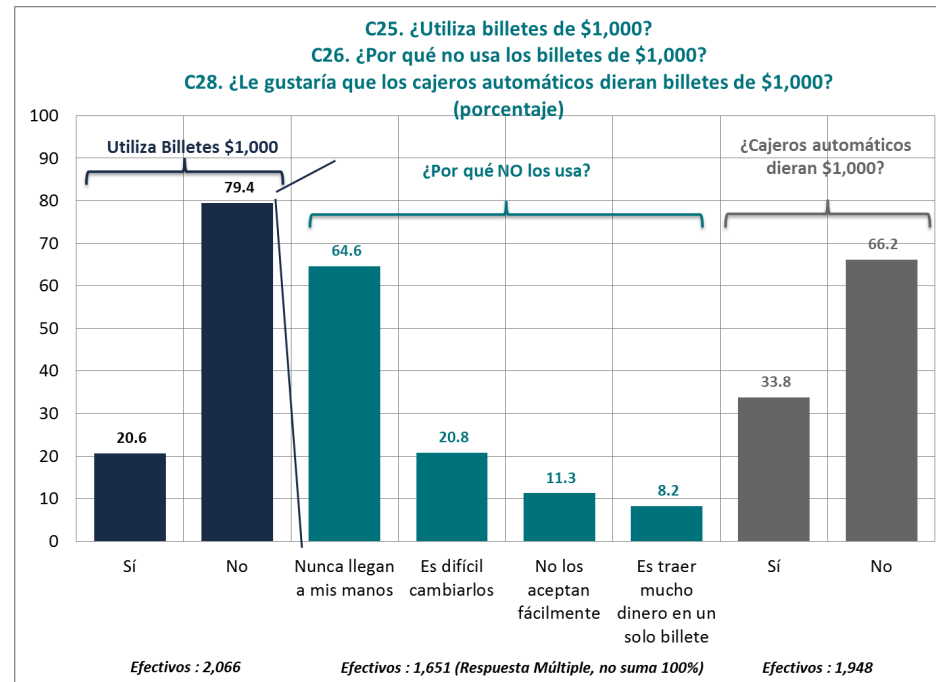
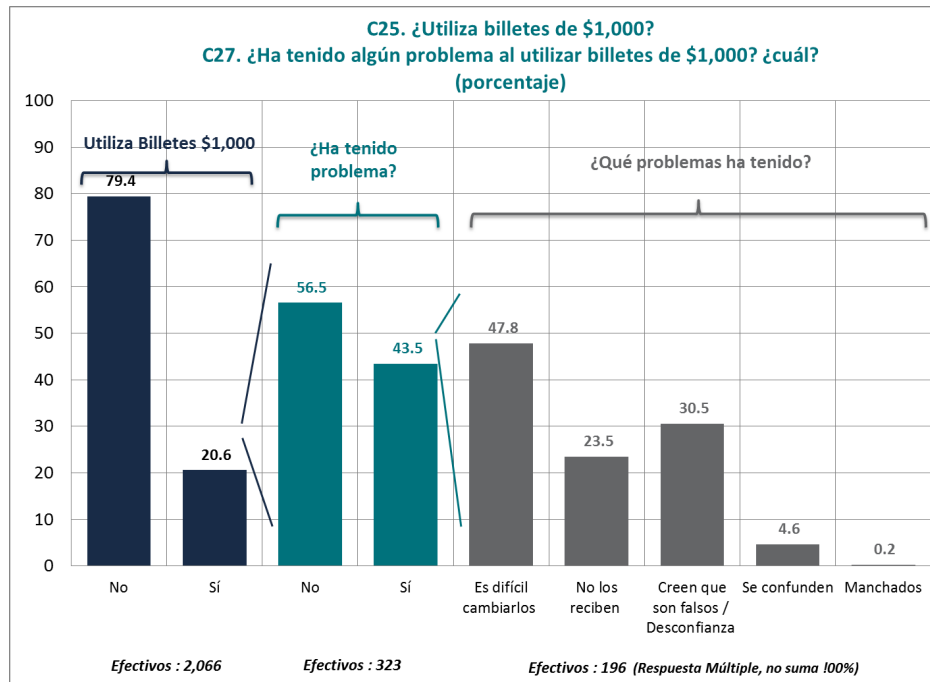




## Sección C. Elementos de seguridad y diseño de billetes

### Billetes de \$1,000

- Al sondear aspectos relacionados con el billete de \$1000, se encontró que:
  - Sólo el 20.6% del total de los entrevistados utiliza billetes de \$1000. De estas personas, el 43.5% ha tenido problemas al usarlos porque dicen que: Es difícil cambiarlos (47.8%), creen que son falsos (30.5%), no se los reciben (23.5%), entre otros.
  - Del 79.4% que no utilizan billetes de \$1000, el 64.6% no lo hace porque nunca llegan a sus manos, el 20.8% por la dificultad para cambiarlos y 11.3% porque no los aceptan fácilmente.



## Sección C. Elementos de seguridad y diseño de billetes

### Billetes de \$1,000

- Sólo al 33.8% de los entrevistados le gusta la idea de poder obtener billetes de \$1000 en cajeros automáticos. Los motivos principales son: No les gusta traer mucho cambio y porque son más prácticos.
- Las personas que no les gusta la idea de obtener billetes de \$1000 en cajeros, argumentan que es difícil cambiarlos, no los aceptan y porque es peligroso.

C28. ¿Por qué SÍ le gustaría que los cajeros automáticos dieran billetes de \$1,000?	
	Porcentaje
No me gusta tener mucho cambio	47.3%
Es más práctico /Fácil de cargar	20.8%
Es traer mucho dinero en un solo billete/moneda	5.2%
Es mucho dinero y dan muchas monedas de cambio	5.1%
Es muy grande la denominación	3.4%
Otros (Tendría menos billetes, Más fácil contarlos, etc.)	18.4%

C28. ¿Por qué NO le gustaría que los cajeros automáticos dieran billetes de \$1,000?	
	Porcentaje
Es difícil cambiarlos/que tengan cambio	52.8%
No los reciben/no los aceptan/no las quieren	15.3%
Es muy inseguro / peligroso	12.1%
Desconfía que sean auténticos	6.0%
Utilizo mas el de otra cantidad / Prefiero otro billete / No los uso	1.6%
Si se pierden pierdo mucho dinero	1.4%
Ya casi no circulan/no son comunes	1.3%
Es muy grande la denominación	1.2%
Otros (Por seguridad, Los gasto más rápido, etc.)	9.2%

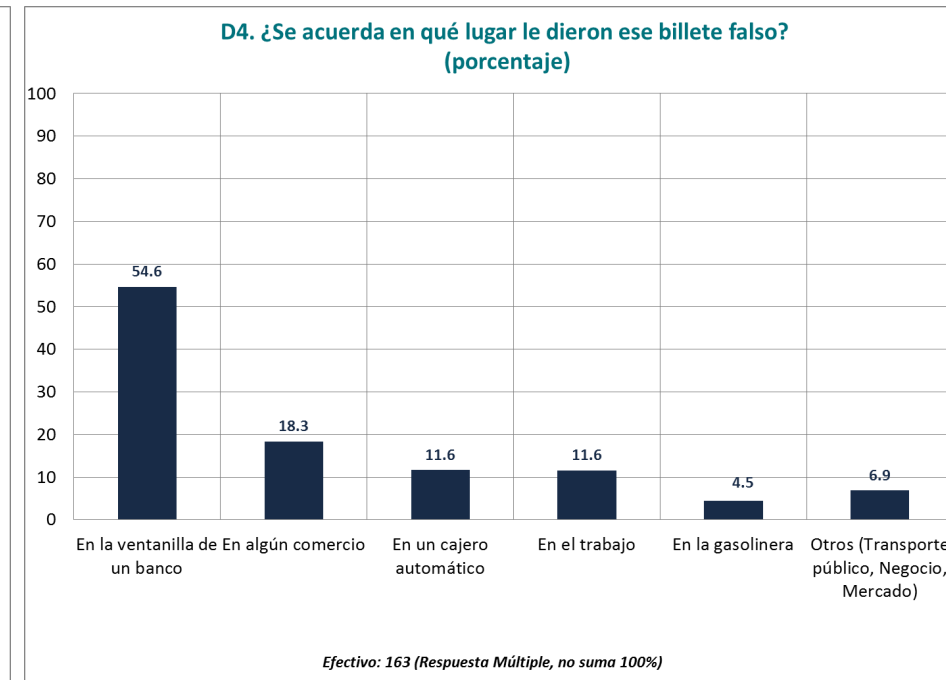
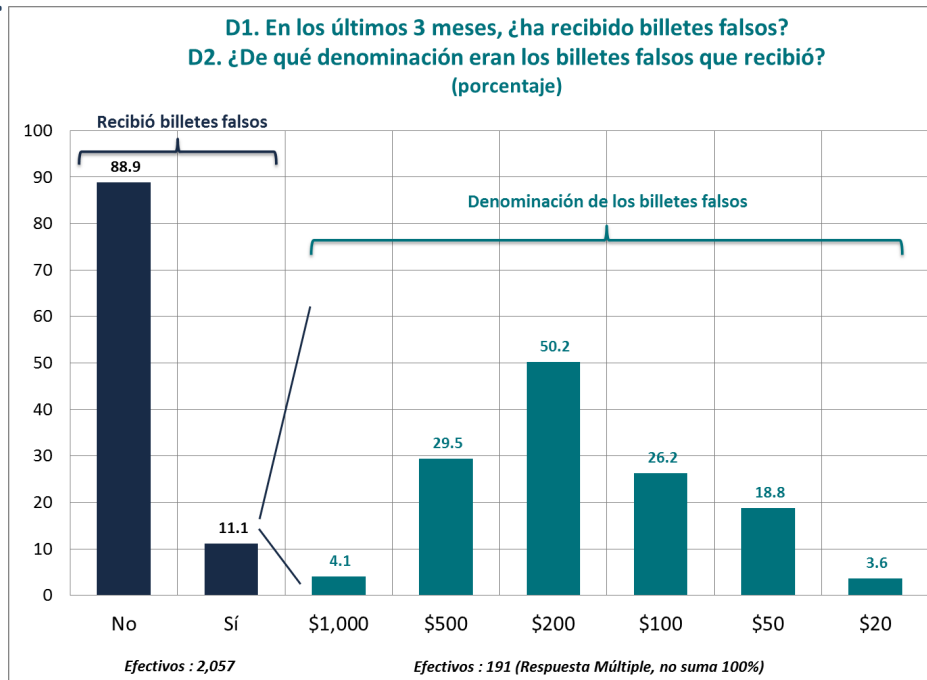
## Sección D. Piezas falsas

En esta sección se indagó acerca de:

- La recepción de billetes presuntamente falsos en los últimos tres meses con respecto a la fecha de la entrevista:
  - Denominación
  - Lugar de recepción
  - Qué se hizo con ese billete

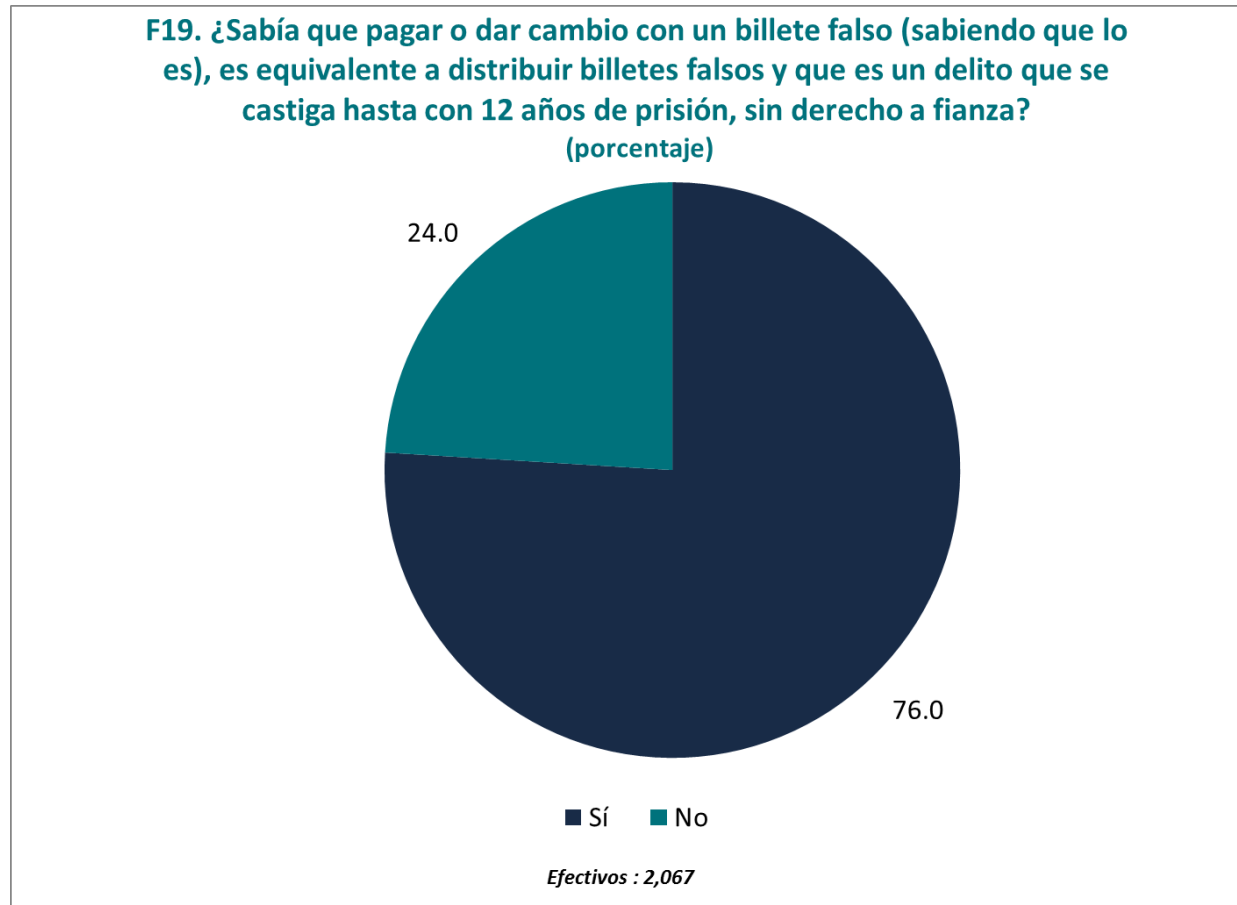
## Sección D. Piezas falsas

- El 11.1% de los entrevistados dijo haber recibido algún billete falso en los últimos 3 meses.
- Los billetes recibidos presuntamente falsos fueron: \$200 (50.2%), de \$500 (29.5%), de \$100 (26.2%), de \$50 (18.8%), de \$1000 (4.1%) y de \$20 (3.6%).
- Los principales lugares en donde recuerdan haber recibido el billete presuntamente falso fueron: Ventanilla bancaria (54.6%), algún comercio (18.3%), cajero automático (11.6%), en el trabajo (11.6%) y en la gasolinera (4.5%).



## Sección D. Piezas falsas

El 76% de los entrevistados dijo saber que: “el pagar o dar cambio con un billete falso es un delito que se castiga hasta con 12 años de prisión, sin derecho a fianza”.



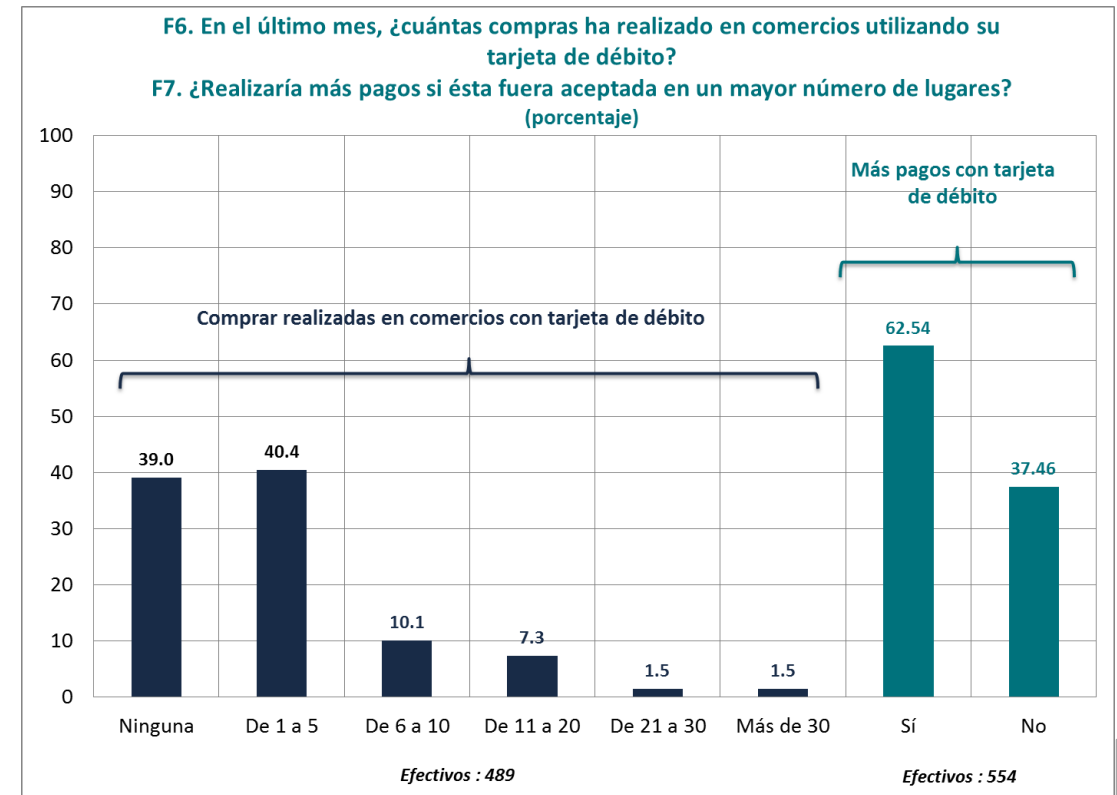
## Sección F. Medios de pago

En esta sección se evaluó acerca de:

- Características en torno al uso de cajeros automáticos.
- Número de compras mensuales pagadas con tarjetas de débito y crédito.
- Posesión de cuentas de nómina, cuentas bancarias que paguen intereses y cuentas bancarias que no paguen intereses.
  - Comisiones
  - Chequeras
  - Año de apertura
  - Número de veces que se utiliza mensualmente

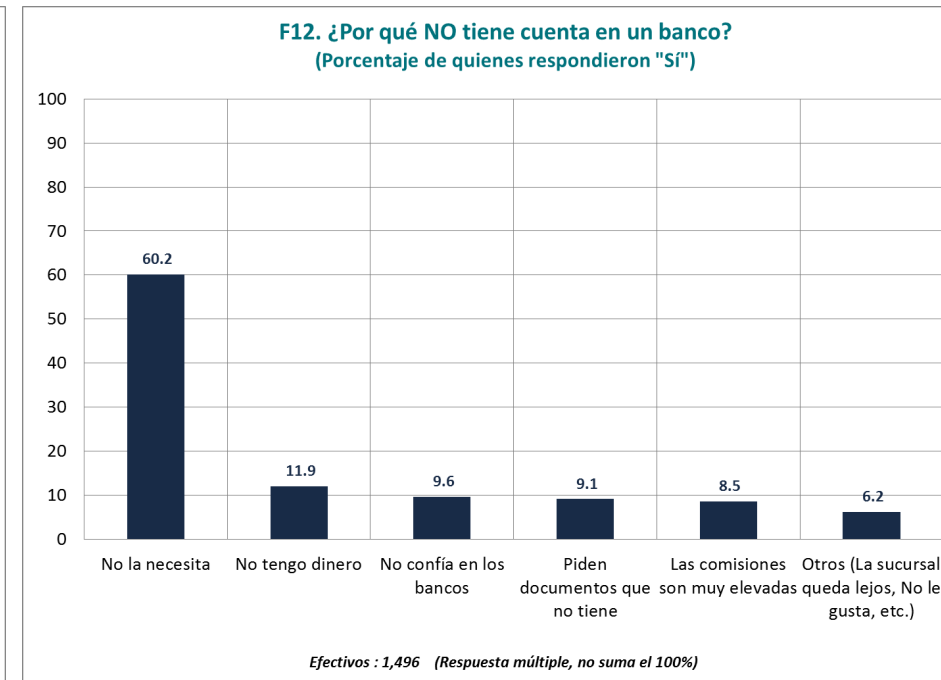
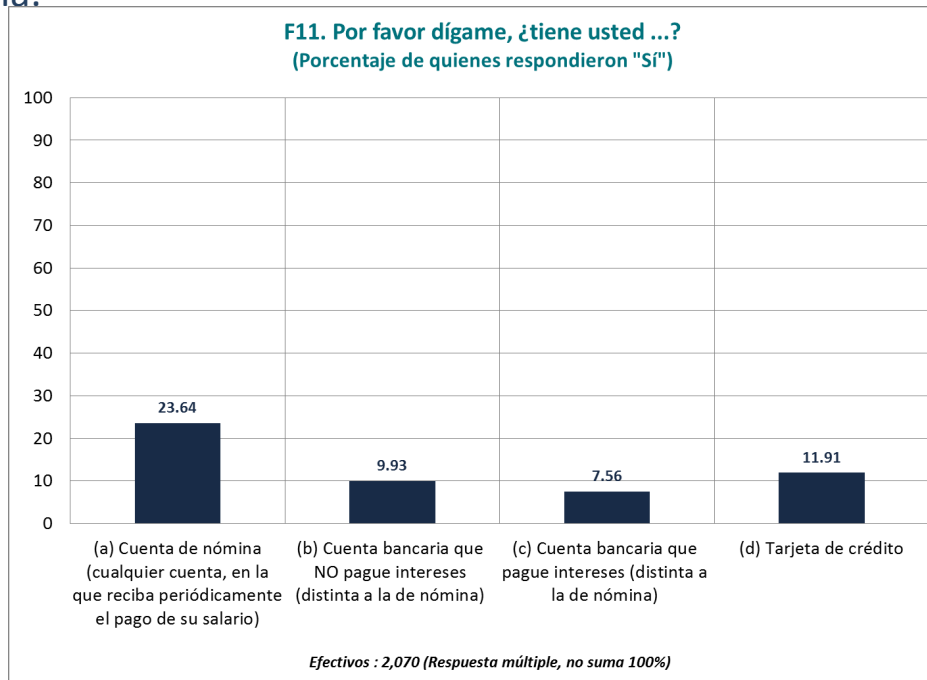
## Sección F. Medios de pago

- El 45.1% de los entrevistados utilizan cajero automático, de estas personas, el 75.4% mencionó que utilizó tarjeta propia.
- De los que tienen tarjeta de débito propia, durante el último mes la utilizaron para hacer compras:
  - Ninguna vez (39%)
  - De 1 a 5 veces (40.4%)
  - De 6 a 10 veces (10.1%)
  - De 11 a 20 veces (7.3%)
  - De 21 a 30 veces (1.5%)
  - Más de 30 veces (1.5%)
- El 62.5% de los que tienen tarjeta de débito propia realizaría más pagos con su tarjeta si ésta fuera aceptada en un mayor número de lugares.



## Sección F. Medios de pago

- Los entrevistados cuentan con los siguientes productos bancarios:
  - Cuenta de nómina (23.6%)
  - Cuenta bancaria que no paga intereses (distinta a la de nómina) (9.9%)
  - Cuenta bancaria que paga intereses (distinta a la de nómina) (7.6%)
  - Tarjeta de crédito (11.9%)
- Los que no tienen cuenta en un banco, se debe principalmente a que consideran que no la necesitan (60.2%) .
- El nivel de bancarización de la población objetivo es del 43.5%, esto es, que tienen tarjeta de débito y/o crédito o una cuenta bancaria.





## Sección F. Medios de pago

Del total de entrevistados que tienen cuenta de nómina (23.6%):

- 91.8% tienen tarjeta de débito.
- 1.7% tienen chequera.
- 38.6% conoce las comisiones que le cobran por su cuenta.
- La apertura de la mayoría de las cuentas de nómina ocurrió entre 2006 y 2012: (49.9% para las cuentas más antiguas y 69.9% para las cuentas más recientes).
- El 75% había usado su tarjeta de débito entre 1 y 5 veces en los últimos 30 días, con respecto a la fecha de la entrevista.



## Sección F. Medios de pago

Del total de entrevistados que tienen cuenta bancaria que no paga intereses -distinta a la de nómina (9.9%):

- 77.2% tienen tarjeta de débito.
- 9.6% tienen chequera.
- 43.9% conoce las comisiones que le cobran por su cuenta.
- La apertura de la mayoría de estas cuentas ocurrió entre 2006 y 2012: (71.5% para las cuentas más antiguas y 84.1% para las cuentas más recientes).
- El 72% había usado su tarjeta de débito entre 1 y 5 veces en los últimos 30 días, con respecto a la fecha de la entrevista.



## Sección F. Medios de pago

Del total de entrevistados que tienen cuenta bancaria que paga intereses -distinta a la de nómina (7.6%):

- 89% tienen tarjeta de débito.
- 3.1% tienen chequera.
- 0.2% conoce las comisiones que le cobran por su cuenta.
- La apertura de la mayoría de estas cuentas ocurrió entre 2006 y 2012: (64.1% para las cuentas más antiguas y 75.8% para las cuentas más recientes).
- El 74% había usado su tarjeta de débito entre 1 y 5 veces en los últimos 30 días, con respecto a la fecha de la entrevista.

Del total de entrevistados que tienen tarjeta de crédito (11.9%):

- Sólo el 2.8% conoce las comisiones que le cobran.
- El 74.6% había usado su tarjeta de crédito entre 1 y 5 veces en los últimos 30 días, con respecto a la fecha de la entrevista.



# GRUPOS FOCALES Y DE PROFUNDIDAD

## Grupos focales

- Un grupo focal es un grupo reducido de personas que con la guía de un moderador, se expresa de manera libre y espontánea sobre un tema específico. Los grupos focales se utilizan para:
  - Conocer conductas y actitudes sociales, lo que ayuda a revelar información sobre una temática.
  - Obtener mayor cantidad y variedad de respuestas que pueden enriquecer la información relacionada con un tema.
  - Enfocar mejor una investigación o ubicar más fácilmente un producto.
  - Obtener ideas para desarrollar otros estudios.
- Las características de cada grupo focal realizado en abril y septiembre de 2012, son:
  - Entre 10 y 12 participantes.
  - El 50% ± 10% fueron mujeres y el complemento, varones.
  - Participantes de al menos 18 años de edad.
- Se realizaron tres sesiones por ciudad:
  - Nivel socioeconómico AB/C+
  - Nivel socioeconómico D
  - Comerciantes

## Sesiones de profundidad

- Las sesiones de profundidad son grupos focales cuyos participantes son personas que:
  - En su mayoría, estuvieron presentes en alguna de las sesiones de grupos focales.
  - Durante 15 días registraron sus pagos en efectivo en un diario elaborado por el Banco de México.
- Después de haber hecho el ejercicio del llenado del Diario, las personas que participan en las sesiones de profundidad son más receptivas y sus intervenciones son más objetivas.
- Las características de cada sesión de profundidad realizada en mayo y octubre de 2012, son:
  - Entre 10 y 12 participantes.
  - El 50%  $\pm$  10% fueron mujeres y el complemento, varones.
  - Participantes de al menos 18 años de edad.
- Se realizaron dos sesiones por ciudad:
  - Nivel socioeconómico AB/C+
  - Nivel socioeconómico D.

## Ciudades en donde se realizaron las sesiones

Ciudad	Grupo focal		Sesión de profundidad	
	Abril	Septiembre	Mayo	Octubre
Distrito Federal	●		●	
Mérida		●		●
Monterrey	●		●	
Pachuca		●		●
San Cristóbal de las Casas		●		●
Tulancingo	●		●	
Tuxtla Gutiérrez	●		●	

## Resultados

- Debido a que se deseaban evaluar varios temas coyunturales, en los grupos focales de la primera época del año se tocaron temas que no se abordaron en la segunda y viceversa:
  - Moneda no fraccionaria.
  - Posible existencia de una moneda de 25 centavos.
  - Comercial de TV acerca del SPEI, logotipo para identificar centros de canje y nuevo polidíptico sobre los servicios relacionados con billetes y monedas que otorga la banca.
- En esta presentación:
  - Se contemplan las tendencias globales que se identificaron después de analizar todos los resultados.
  - Los resultados son percepciones de los participantes en las sesiones de todas las ciudades, a menos que se especifique lo contrario.
    - En las opiniones particulares sí se especifica el nombre de la ciudad con formato en letra cursiva. Ejemplo:
      - En Mérida prefieren batallar con las moneditas que enfrentar aumento de precios.
    - En las opiniones generales no se especifican nombres de ciudades. Ejemplo:
      - El redondeo que aplican los comerciantes es siempre hacia la siguiente unidad hacia arriba.



## Monedas más usadas\* /1

D. F. y Monterrey	Tulancingo	Tuxtla Gutiérrez
  	  	<p data-bbox="1617 421 1974 542">En esta ciudad se mostraron indiferentes con la moneda de 50¢</p>  

\*Ordenadas de menor a mayor denominación.

/1 Este tema sólo se trató en el Distrito Federal, Monterrey, Tulancingo y Tuxtla Gutiérrez.

## Monedas menos usadas\* /1

D. F.	Monterrey	Tulancingo	Tuxtla Gutiérrez
	 <p data-bbox="886 715 1154 925">Los pocos que conocen la moneda de \$20 creen que es de colección.</p>		 <p data-bbox="1549 686 1995 811">En esta ciudad se mostraron indiferentes con la moneda de 50¢</p> <p data-bbox="1549 861 1995 985">Los pocos que conocen la moneda de \$20 creen que ya no vale.</p>

\*Ordenadas de menor a mayor denominación.

/1 Este tema sólo se trató en el Distrito Federal, Monterrey, Tulancingo y Tuxtla Gutiérrez.

## Moneda de 20 pesos\*

- En general, los participantes no conocen la nueva moneda de 20 pesos.
- Recuerdan la moneda de 20 pesos que se puso en circulación en el año 2000. Al respecto:
  - La gente mayor y los comerciantes comentaron que les gustaría que volviera a estar en circulación la moneda de 20 pesos.
  - Algunos participantes piensan que aquella moneda de 20 pesos sólo es de colección.
  - Otros dudan de su validez para realizar pagos.
- Los participantes de las sesiones en el D.F., quienes saben que hay una nueva moneda de 20 pesos, prefieren coleccionarla en lugar de usarla.
  - Debido a que hay un billete de 20 pesos, los participantes prefieren usarlo en lugar de la moneda.



Moneda de 20 pesos emitida  
en el año 2000



Moneda de 20 pesos emitida  
en 2011





\*Este tema sólo se trató en el Distrito Federal, Monterrey, Tulancingo y Tuxtla Gutiérrez.

## Percepción del resto de las altas denominaciones de monedas\*

Denominación	Funcionalidad	Quejas al entregarla /recibirla	Fácil de identificar	Comentarios
 10 pesos	✓	No	✓	En <i>Tuxtla Gutiérrez</i> la perciben como una moneda internacional por el Calendario Azteca de su diseño.
 5 pesos	✓	No	✓	
 2 pesos	✓	No	✓	
 1 peso	✓	No	✓	Algunos consideran esta moneda como la representación de la unidad monetaria: “el peso”.

\*Este tema sólo se trató en el Distrito Federal, Monterrey, Tulancingo y Tuxtla Gutiérrez.

## Percepción de las monedas de baja denominación

Denominación	Funcionalidad	Quejas al entregarla /recibirla	Nuevo diseño	Comentarios
 50 centavos	✓	Sin quejas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>A nadie le gusta porque es más pequeña que el diseño anterior.</li> <li>La moneda de 10 centavos (nueva y anterior) y las nuevas de 50 y 20 centavos, se confunden entre sí por el color y tamaño.</li> <li>Prefieren el diseño anterior.</li> </ul>	Su diámetro es el mismo del diseño anterior de la moneda de 10 centavos.
 20 centavos	Les parece funcional la denominación; sin embargo, muchos participantes prefieren guardarla en lugar de usarla.	No se acepta en muchos lugares.		A nadie le gusta.
 10 centavos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sólo para hacer pequeños pagos (por ejemplo de copias y transporte).</li> <li>La mayoría prefiere guardarla en lugar de usarla.</li> <li>Otros prefieren que les apliquen redondeo a sus totales en lugar de batallar con esta moneda.</li> </ul>	Aunque es aceptada en supermercados, en general es difícil colocarla.		
 5 centavos	Los participantes prefieren guardarla en lugar de usarla.	Sin quejas porque no la usan.		No ha cambiado su diseño.

## ¿Y si desaparecieran las monedas de 10 y 20 centavos?

- Moneda de 10 centavos
  - En el D.F. y Tulancingo la mayoría está de acuerdo.
  - En Monterrey y Tuxtla Gutiérrez están de acuerdo.
    - No cuestionan la afectación de precios porque perciben que la mayoría de los precios de productos y servicios no requiere de estas denominaciones.
  - En Pachuca y San Cristóbal de las Casas, algunos están a favor y otros en contra.
  - En Mérida prefieren batallar con las moneditas que enfrentar aumento de precios.
- Moneda de 20 centavos
  - En el D.F. la mayoría está de acuerdo.
  - En Monterrey y Tuxtla Gutiérrez están de acuerdo.
    - No cuestionan la afectación de precios porque perciben que la mayoría de los precios de productos y servicios no requiere de esta denominación.
  - En Mérida prefieren batallar con las moneditas que enfrentar aumento de precios.
  - En Pachuca y San Cristóbal de las Casas, inicialmente están de acuerdo pero al pensar en el incremento de precios, rechazan la idea.
  - En Tulancingo no están de acuerdo porque pueden usarla para pagar copias, chicles y el transporte.

## ¿Y si hubiera una moneda de 25¢ en lugar de las de 10¢ y 20¢?\*

- D. F.: Esta idea únicamente gustó en el grupo de comerciantes.
- Prefieren que se enfoquen los esfuerzos a mejorar el tamaño de las monedas de 10 y 20 centavos en lugar de trabajar en una nueva denominación.
- Las pérdidas para los compradores serían mayores a causa del redondeo.
- Monterrey: Les parece que habría problemas con la denominación de 25¢ siendo que no hay moneda de 5 centavos.

## ¿Qué opinan del redondeo?

- Tuxtla Gutiérrez: Elimina la problemática de buscar cambio.
- El redondeo que aplican los comerciantes es siempre hacia la siguiente unidad hacia arriba; es decir, redondean a su conveniencia.
- En los comercios ya no preguntan si se está de acuerdo y en automático redondean.
- Aplican el redondeo hasta en las tiendas pequeñas.
- Mérida, Pachuca y San Cristóbal de las Casas:
  - Tienen dudas con respecto a la legalidad del redondeo.



## ¿Y si hubiera máquinas para cambiar moneditas por otras denominaciones o por billetes?

- Gusta la idea.
- Lugares en donde gustaría encontrar este tipo de máquinas:
  - Bancos
  - Centros comerciales
  - Estacionamientos
  - Estaciones del metro y metrobús
  - Farmacias
  - Gasolineras
  - Paradas de autobuses
  - Tiendas de autoservicio
- Pero, no les gustaría pagar comisión.
  - D. F.: Podrían pagar entre un 5% y 10%
  - Mérida: No pagarían comisión.
  - Monterrey: La más baja posible.
  - Pachuca y San Cristóbal de las Casas: Entre el 3% y 5%
  - Tulancingo: Entre el 1% y 3%
  - Tuxtla Gutiérrez: Mencionan que el 1% pero sus ejemplos corresponden al 10%

## ¿Y si hubiera máquinas para cambiar moneditas por un vale de compra?

- La propuesta contempla que en lugar de pagar una comisión, el vale de compra que se obtenga sea por una cantidad mayor a la que se cambió; es decir, se recibe un pequeño premio por el cambio.
  - Ejemplo: si se cambian 20 pesos, el vale de compra podría ser por 22 pesos.
  - Gusta la idea.
- Lugares en donde gustaría que fuera válido el vale de compra:
  - Centros comerciales
  - En tiendas de regalos y jugueterías
  - Entretenimientos
  - Recargas de teléfono celular
  - Tiendas de autoservicio

## Verificación de elementos de seguridad actuales

- Se reconoce la importancia de revisar los billetes.
- Sólo algunos revisan los billetes cuando sospechan de su autenticidad.
  - Cuando revisan un billete sólo ponen atención en uno o dos elementos de seguridad.
  - Los comerciantes mencionan que al tocar el billete pueden sospechar de su autenticidad.
  - En Pachuca y San Cristóbal de las Casas: No revisan los billetes que obtienen de cajero automático y ventanilla bancaria.
- Dicen que verifican varios elementos de seguridad pero:
  - No saben exactamente qué elementos de seguridad están presentes por denominación; por ejemplo, varios asocian el hilo 3D únicamente con los billetes de 100 y 200 pesos.
  - En cuanto al hilo 3D, pocos saben cómo deben moverse los caracoles y tampoco saben exactamente en qué denominaciones está presente.
  - Confunden nombres de elementos de seguridad; por ejemplo, hacen referencia al hilo 3D cuando se trata del hilo magnético.
  - Utilizan nombres que no corresponden a los de los elementos de seguridad; por ejemplo, “holograma”.

## Nuevo diseño del billete de \$50\* Ventana transparente



- Muy fácil de identificar.
- Gusta su diseño.
- Parece muy difícil de falsificar.
- Mérida, Pachuca y San Cristóbal de las Casas: El tamaño de la ventana da la sensación de ser muy frágil y creen que puede romperse fácilmente.
- Nombres sugeridos:
  - Cristal
  - Dúplex
  - Espejo
  - Fantasma
  - Gran ventana
  - Portal grande
  - Reflejo
  - Reflexiones
  - Transparencia
  - Ventana digital
  - Vitral
  - Window

# Nuevo diseño del billete de \$50\* Spark



- Rápido y sencillo de identificar.
- Le da “vida” al billete, gusta su colorido.
- Parece fácil de falsificar.
- Mérida, Pachuca y San Cristóbal de las Casas: Unos cuantos opinan que tantas mariposas le restan seriedad al billete.
- Nombres sugeridos:
  - Arcoiris
  - Bicolor
  - Camaleón
  - Colorido
  - Destellos de colores
  - Efectos de colores
  - Folclórico
  - Lluvia de colores
  - Mariposa 3D
  - Mil paisajes
  - Monarca
  - Mosaico de colores
  - Multicolor
  - Vaivén



## Billetes presuntamente falsos

- En general, la mayoría ha tenido en su poder un billete presuntamente falso o conoce a alguien que lo ha tenido. En Mérida se opinó lo contrario.
  - El destino del billete falso ha sido la destrucción o quedar guardado.
  - Muy pocos han acudido o saben que se puede acudir a un banco. Desconocen los procedimientos.
  - Muy pocos conocen las penas relacionadas con la producción, almacenamiento y distribución de piezas falsas.
- Algunos recuerdan los comerciales de televisión sobre elementos de seguridad pero ...
  - No revisan los billetes por andar a las carreras, por exceso de confianza y/o por flojera.
- Los comerciantes son más cuidadosos para revisar los billetes.
- Solicitan difusión sobre los procedimientos a seguir en los bancos cuando se tiene un billete presuntamente falso.

## Sistema de pagos electrónicos interbancarios (SPEI): nivel de conocimiento y opinión sobre el comercial de TV\*

- Espontáneamente:
  - Desconocen el significado de las siglas SPEI.
  - Muy pocos han utilizado el servicio.
- Al explicar el servicio:
  - Genera desconfianza el saber que se basa en Internet porque se tienen que proporcionar datos personales y manejar dinero.
  - Confían en él cuando saben que el Banco de México respalda el sistema.
  - Bajo nivel socio económico: Es un servicio que no es para ellos porque no están bancarizados y tampoco tienen Internet.
- Al ver el comercial de TV:
  - Sencillo y práctico.
  - Falta resaltar que el Banco de México está detrás de este sistema.
  - Para algunos, es un tema serio como para usar dibujos animados en el comercial.

\*Este tema sólo se trató en el Distrito Federal, Monterrey, Tulancingo y Tuxtla Gutiérrez.



## Prototipo de polidíptico de servicios que otorga la banca relacionados con billetes y monedas\*

- Gusta el colorido y la información que contiene les parece útil.
- El tamaño es práctico para llevarlo consigo.
- Los temas se explican de forma sencilla.
  
- Preferirían que se ilustrara con imágenes reales en lugar de dibujos.
- Sería conveniente incorporar las penas relacionadas con falsificación de billetes.

\*Este tema sólo se trató en Mérida, Pachuca y San Cristóbal de las Casas.

# SESIONES DE PROFUNDIDAD

## Si al realizar un pago se tienen varias opciones ¿cuál es el orden de preferencia?

- A mayor nivel socioeconómico:
  - Tarjeta de crédito y/o tarjeta de débito
  - Efectivo
  - Transferencia electrónica
- A menor nivel socioeconómico:
  - Efectivo
  - Tarjeta de crédito y/o tarjeta de débito
  - Transferencia electrónica

## Numismática: definición y productos

- Sugieren que Banxico haga más promoción de los productos numismáticos.
- No sabían qué es numismática, hasta que se les explicó.
  - Les pareció interesante cuando supieron de qué se trata.
- Algunos opinan que es un entretenimiento muy caro y que los productos numismáticos son difíciles de conseguir.



## Información de billetes y monedas en dispositivos móviles

- No todos tienen un dispositivo móvil pero aún así les pareció interesante la idea.
  - Opinan que también se debería hacer llegar información en mensajes tipo texto para los que tengan un teléfono celular sencillo.
- Los temas que les gustaría poder consultar a través de dispositivos móviles, son:

Tema	D.F.	Mérida	Mty	Pachuca	San Cristóbal de las Casas	Tulancingo	Tuxtla Gutiérrez
Elementos de seguridad actuales y los nuevos que se incorporen	●	●	●	●	●	●	●
Lanzamiento de nuevos billetes y monedas	●	●		●	●	●	
Tipo de cambio de principales monedas extranjeras	●	●		●	●	●	
Indicaciones a seguir en caso de tener piezas falsas o maltratadas	●	●	●	●	●	●	
Información de centros de canje	●	●		●	●	●	
Temas de numismática		●		●	●		
Información financiera relevante				●			
Cotización de monedas de oro y plata					●	●	●

## Prototipo del logotipo para identificar centros de canje\*

- Los dos diseños que más gustaron fueron:

	
<p>Gusta la variedad de colores.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gustan los colores aunque en <i>Monterrey</i> se comentó que el color verde de los billetes es alusivo a los dólares.</li> <li>Sugieren emplear imágenes de billetes reales.</li> </ul>
<p>En <i>D. F., Monterrey y Tuxtla Gutiérrez</i> causó confusión la frase porque perciben que sólo se les darán monedas.</p>	
<p>En <i>Tulancingo</i> opinaron que es claro el mensaje porque contiene una pregunta que normalmente se hace la gente.</p>	<p>En <i>Tulancingo</i> opinaron que la indicación es clara.</p>

En el *D. F. y Monterrey* se sugirió incluir el logotipo del Banco de México para dar seriedad al mensaje y brindar confianza.

\*Este tema sólo se trató en el Distrito Federal, Monterrey, Tulancingo y Tuxtla Gutiérrez.

## Percepción de los sustratos de papel y polímero

En el D. F., Monterrey, Tulancingo y Tuxtla Gutiérrez:

- Se prefieren los billetes de polímero porque son resistentes al agua, tienen una ventana transparente que se identifica fácilmente y porque creen que es más difícil falsificarlos que los de papel.
- Como desventajas mencionan que los billetes de polímero se rompen con mayor facilidad que los de papel, se resbalan fácilmente y al contarlos, se pegan unos con otros.

En Mérida, Pachuca y San Cristóbal de las Casas:

- La gente joven prefiere los billetes de polímero porque creen que es difícil falsificarlos y por ser resistentes al agua.
- La gente de menor nivel socioeconómico y de mayor edad, prefiere los billetes de papel porque creen que son más resistentes.
- Como desventajas de los billetes de polímero mencionan que se rompen con facilidad y se resbalan.

## Percepción de los diferentes tamaños y colores en los billetes actuales

- En el D.F., Monterrey, Tulancingo y Tuxtla Gutiérrez se basan en el color para identificar la denominación:
  - Hubo algunas personas que desconocían que el tamaño de los billetes actuales varía por denominación.
- En Mérida, Pachuca y San Cristóbal de las Casas: La mayoría desconocía el motivo por el que cada denominación es de un tamaño diferente.
  - Cuando conocen el motivo opinan que fue una muy buena idea.
- No hay inconformidades por la diferencia de tamaños.
- Sugieren que se cambie el color del billete de 50 pesos o el de 1000 pesos porque se parecen.





## Opinión del diseño vertical Vs. horizontal en los billetes

- Están acostumbrados a los diseños horizontales.
- Inicialmente, no identifican ninguna ventaja para el diseño vertical.
- Al explicar que la posición del numeral de la denominación puede facilitar el conteo de billetes:
  - Únicamente en Pachuca y San Cristóbal de las Casas, los comerciantes y personas de nivel socioeconómico bajo cambian de opinión y les gusta el diseño vertical.



# Conocimiento de los diferentes tipos de billetes de 500 pesos que aún son válidos para hacer pagos

- No sabían que hay 4 tipos de billetes de 500 pesos en circulación.
- En Monterrey y Tuxtla Gutiérrez sugieren que sólo se deje el reciente billete en circulación para evitar recibir uno falso de los anteriores.
- En Mérida y Pachuca sugieren que al menos se saquen de circulación los dos tipos de billetes más antiguos de esta denominación.
- En el D.F., San Cristóbal de las Casas y Tulancingo sugieren que al menos se retiren los billetes que dicen “Nuevos Pesos”.
  - La petición de retirar de la circulación billetes anteriores a los de la nueva familia también la hicieron los asistentes al VII Congreso Latinoamericano de Ciegos, para facilitarles el uso de la tablilla de billetes.



## Temas que les gustaría ver reflejados en los billetes y monedas

Tema	D.F.	Mérida	Mty	Pachuca	San Cristóbal de las Casas	Tulancingo	Tuxtla Gutiérrez
Símbolos de identidad nacional como: zonas arqueológicas, la bandera, el nopal, el himno nacional, pueblos mágicos, platillos típicos		●	●	●	●	●	●
Arte mexicano o arquitectura mexicana	●	●		●	●		
Personajes culturales, artísticos y científicos de México		●		●			
Escritores mexicanos destacados			●				●
Personajes de la historia de México	●		●			●	
Flora y fauna de México		●		●	●		
Flora y fauna en peligro de extinción	●					●	●



BANCO DE MÉXICO®

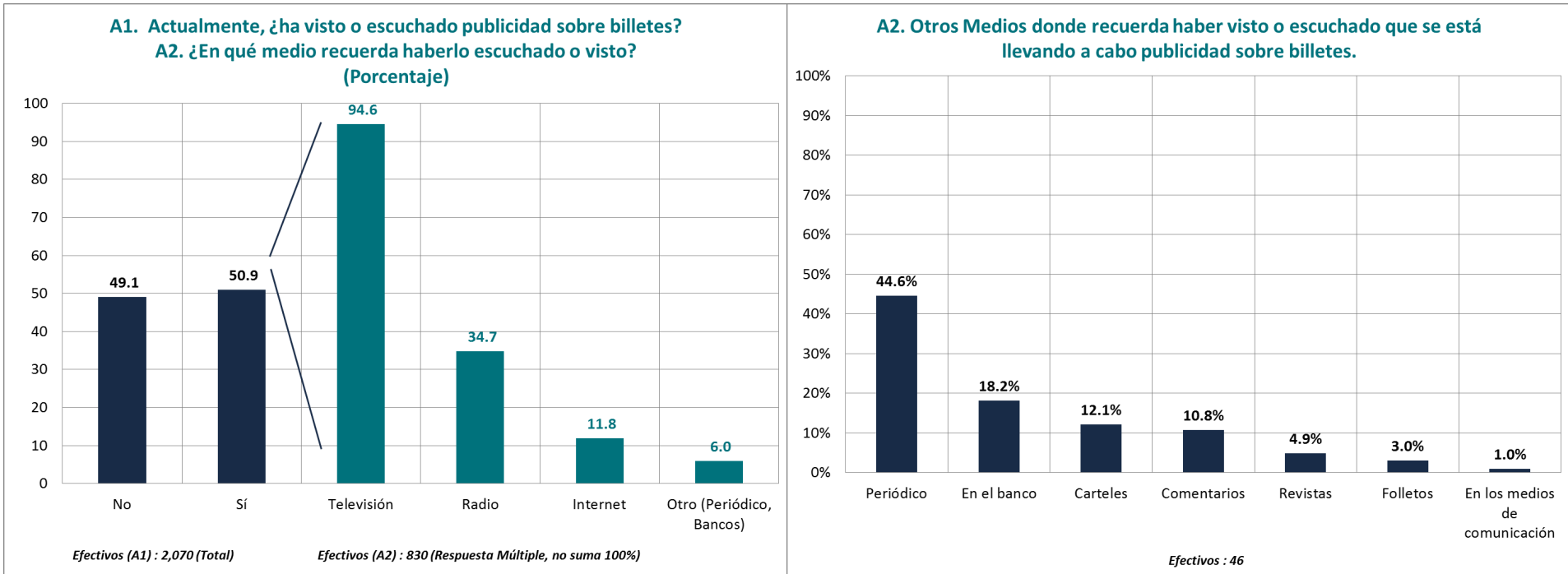
[www.banxico.org.mx](http://www.banxico.org.mx)

## Diseño muestral y cobertura

- Población objetivo
  - Personas mayores de 18 años que viven en el hogar.
  - Localidades con al menos 50 mil habitantes (en 2012 esta población fue aproximadamente de 41.3 millones).
  - Tamaño de la muestra: 2,070 cuestionarios con los siguiente parámetros.
  - Nivel de Confianza del 95%
  - Error de medición de 5%
  - Varianza máxima para proporciones de 50%
  - Efecto de diseño igual a 4
  - No respuesta parcial del 15%
- El tamaño de la muestra representa a la población objetivo mencionada anteriormente, 41.3 millones.
- Tipo de diseño probabilístico, multietápico, estratificado y por conglomerados.

# **ANEXO. SECCIÓN “A” CAMPAÑAS Y COMUNICACIÓN**

# Campañas y comunicación: A1 y A2





## Sección A. Campañas y comunicación

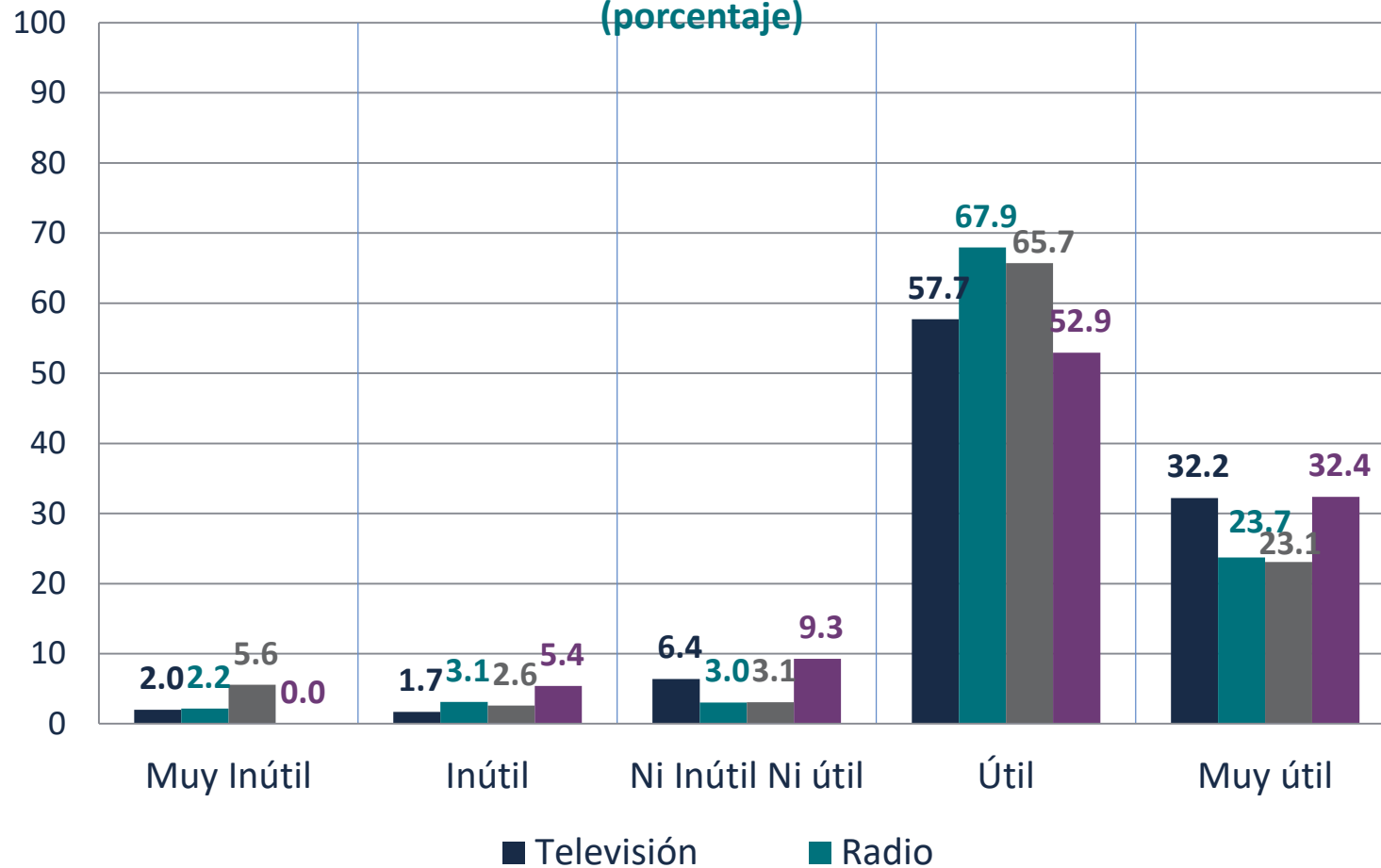
Interpretaciones erróneas de las campañas✖					
Medio de información	Recuerdan el "holograma"	Recuerdan la "banda magnética" o "banda de seguridad"	Comparación de un billete falso con uno auténtico	Error en el billete conmemorativo de 100 pesos	Comentarios
Televisión	●	●			Estos nombres no se han utilizado en campañas publicitarias.
Radio	●	●			
Internet		●			
Periódicos			●	●	Esto no se ha hecho en ninguna campaña publicitaria. Es posible que la recordación sea de alguna nota periodística.





## Campañas y comunicación: A4

A4. Por favor dígame, ¿qué tan útil o inútil le pareció la publicidad sobre billetes que vio y/o escuchó por...?  
(porcentaje)



## Campañas y comunicación: A5

A5. Ahora dígame, ¿Qué le disgustó de la publicidad de billetes que vio y/o escuchó por... ?			
Televisión	Radio	Internet	Otro Medio
Bajó mucho la moneda	Hablaron mal del billete	Ser más explícitos	Te ponen a la vista lo que tienen escondido los billetes
Es un anuncio a favor del dueño, como recuperar dinero perdido	Es fácil falsificar los billetes	Son poco identificables	
Es fácil falsificar los billetes	Están engañando al mexicano / a la gente	Duran muy poco los comerciales	
Están engañando al mexicano / a la gente	Poner otras cosas	Le falta información	
Es un aviso impersonal		Es un aviso impersonal	
Es muy pesado traer las monedas en las bolsas			
Nos den mucha información sobre los billetes			
Gastos publicitarios excesivos			
No me gustan los billetes son delgados se rompen fácil			
Ser más explícitos			



## Campañas y comunicación: A6

A6. ¿Para qué utilizó Internet?	A6. ¿Qué página ha consultado principalmente?
Para checar mi red social (Facebook, etc.)	Facebook
Bajar Información	Google
Para checar temas de mi escuela (Tareas)	Hotmail
Checar correo	YouTube
Para comunicarme / Chatear (con amigos / familiares)	Wiki pedía
Ver las noticias	Buscadores
Para el trabajo	De gobierno s/e
Para hacer compras	De noticias s/e
Ver películas / videos	Mercado Libre
Solo consulta	Bolsa de Trabajo s/e
Otros (Afore, CURP, Escuchar música, De entretenimiento, Buscar direcciones, etc.)	Otros (Yahoo, Bancos, Informática, Entretenimiento, Deportes, Ares, Twitter, etc.)



## Campañas y comunicación: A6

A6. ¿Para qué utilizó las Revistas?	A6. ¿Cuál revista ha consultado principalmente?
Entretenimiento	De noticias s/e
Para leer	Tv Novelas
Para información	Muy Interesante
Buscar artículos	Proceso
Buscar noticias	TV Notas
Artículos para la escuela	De Cultura s/e
Ver reportajes	De espectáculos s/e
De deportes	De automóviles
Para recortar	Vanidades
Sólo verlas	National Geographic
	Otros (Selecciones, Cosmopolitan, De cocina, Algarabia, Expansión, etc.)



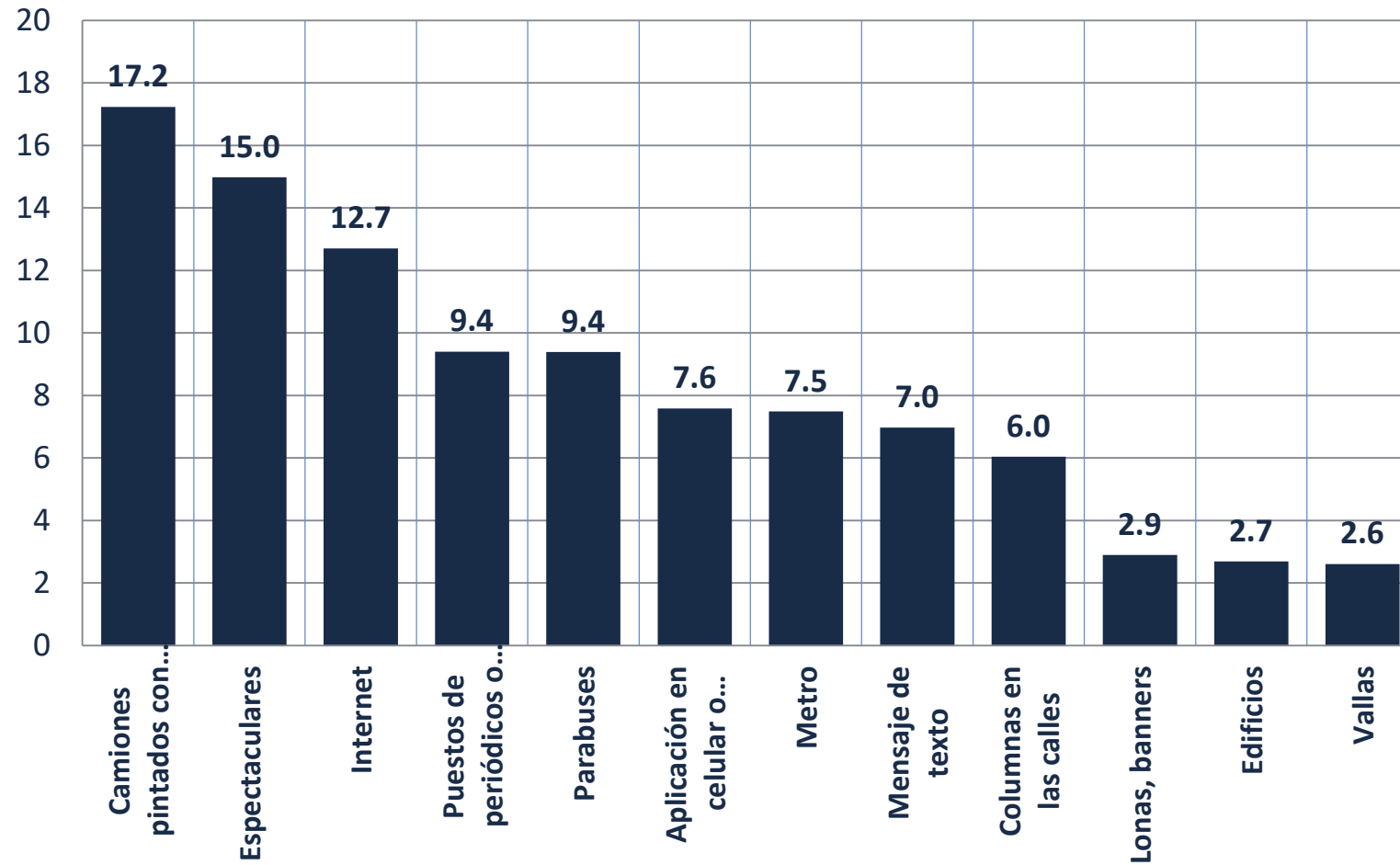
## Campañas y comunicación: A6

A6. ¿Para qué utilizó alguna aplicación para celular o tableta electrónica?	A6. ¿Qué ha consultado principalmente?
Solo buscar información s/e	Facebook
Para el Banco (Estados de cuenta, Transferencias)	Google
Para las redes sociales (Facebook)	Operaciones Bancarias
Para juegos	Información s/e
Para llamar	Entretenimiento
Para mensajes	Para mensajes
Para bajar música	Bajar música
Búsqueda de trabajo	YouTube
Para hablar con gente	Redes sociales
Solo entretenimiento	Para llamada s/e
Otros (Consulta de correo, Investigación, Internet, Chat, GPS, etc.)	Otros (Correo, Chat, Noticias, Deportes, etc.)

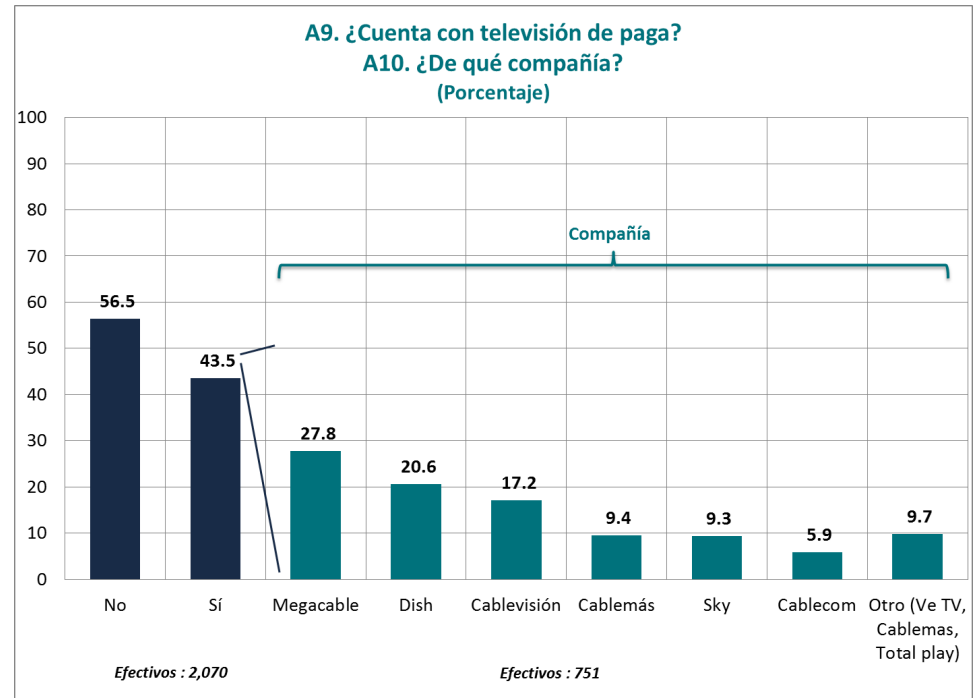
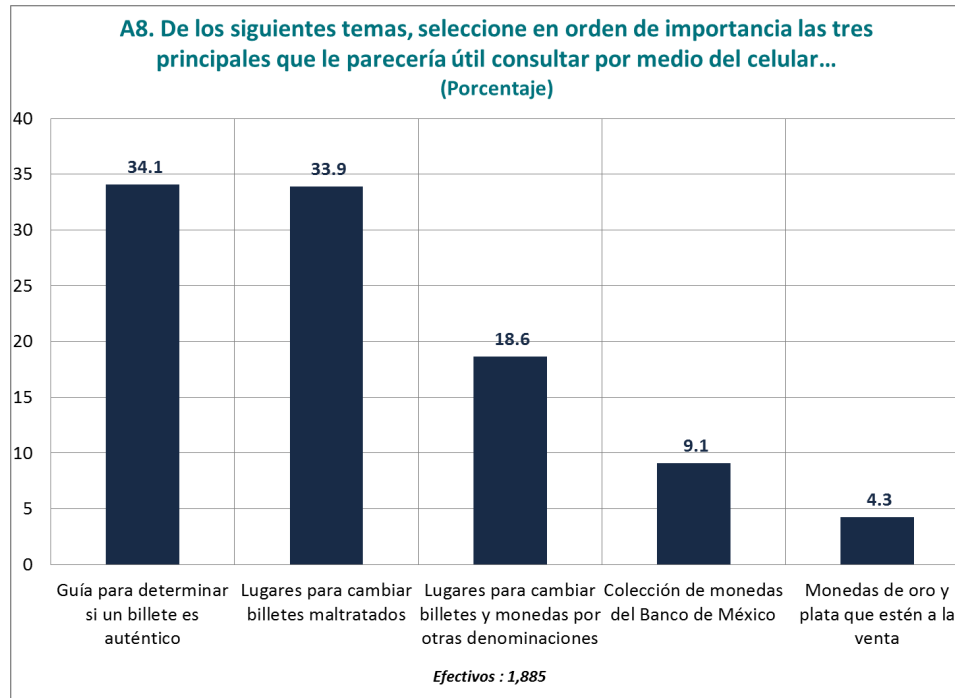


## Campañas y comunicación: A7

A7. En orden de importancia, ¿me podría decir tres lugares donde le gustaría encontrar información relacionada con billetes y monedas?  
(Porcentaje)



## Campañas y comunicación: A8, A9 y A10

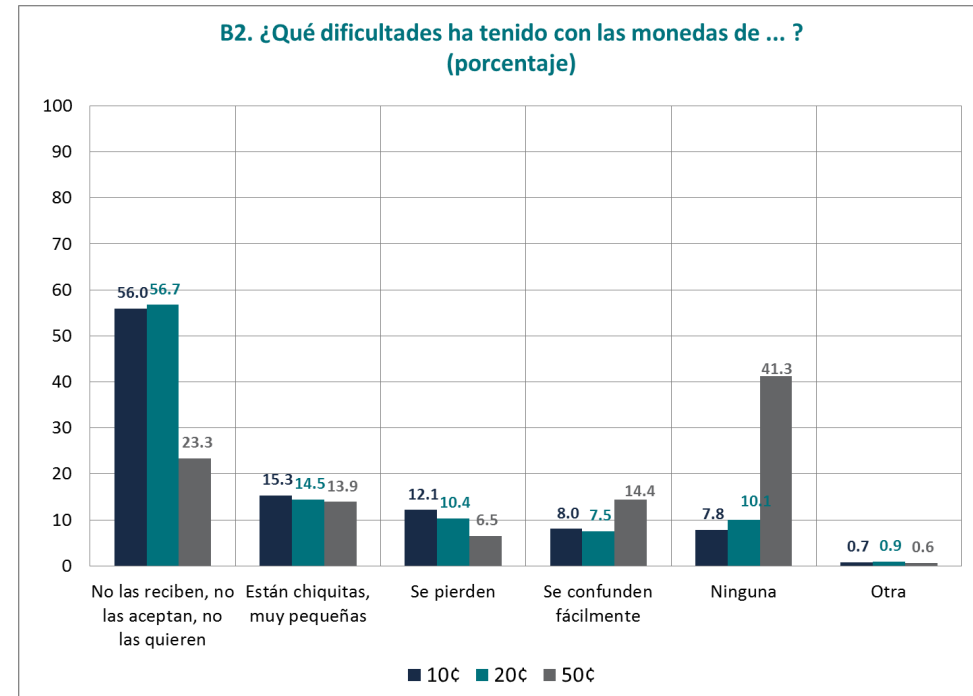
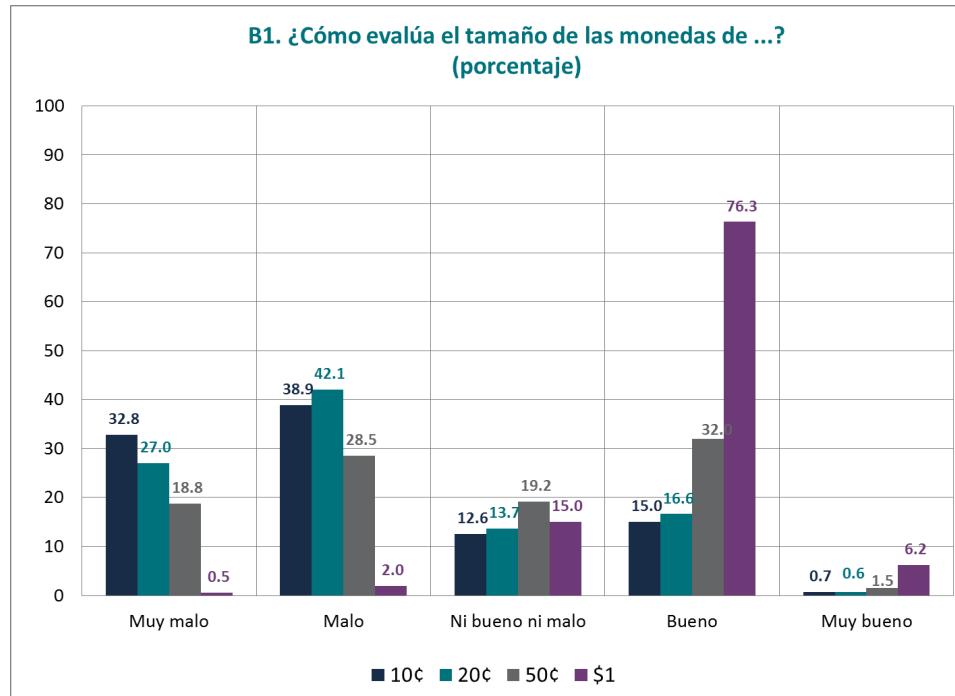


# ANEXO. SECCIÓN “B” MONEDAS

Publicada-Usó General



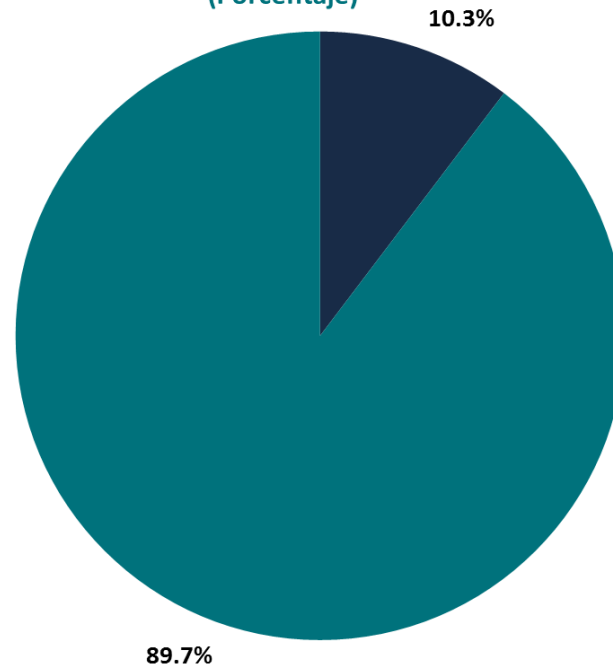
## Monedas: B1 y B2



## Monedas: B1 y B2

B3. Al comparar las monedas de centavos de los nuevos diseños con respecto a las anteriores, ¿cuáles pierde con mayor facilidad: las anteriores o las nuevas?

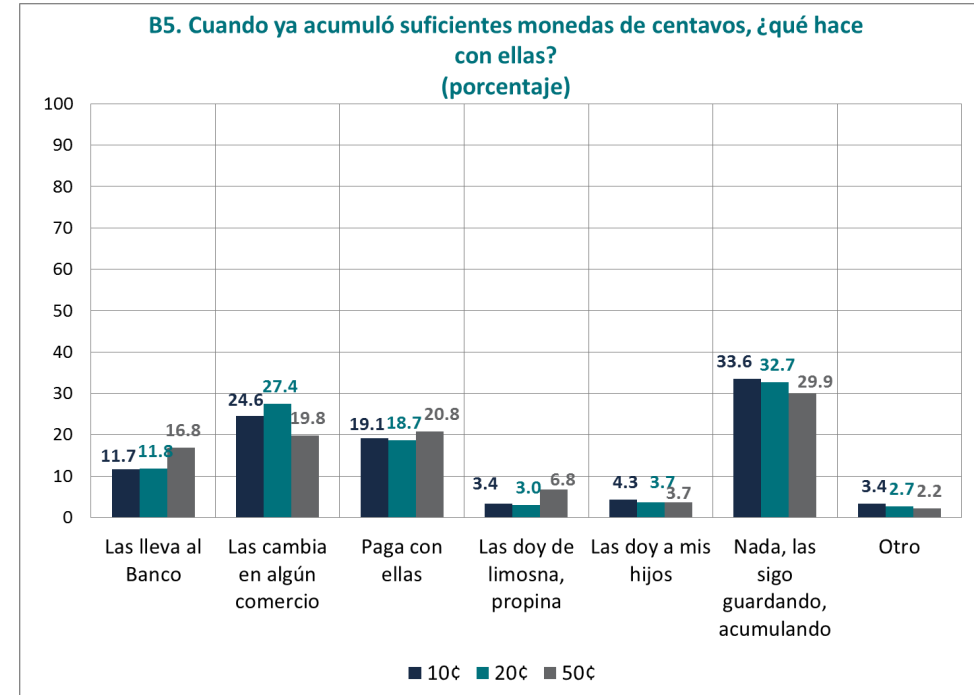
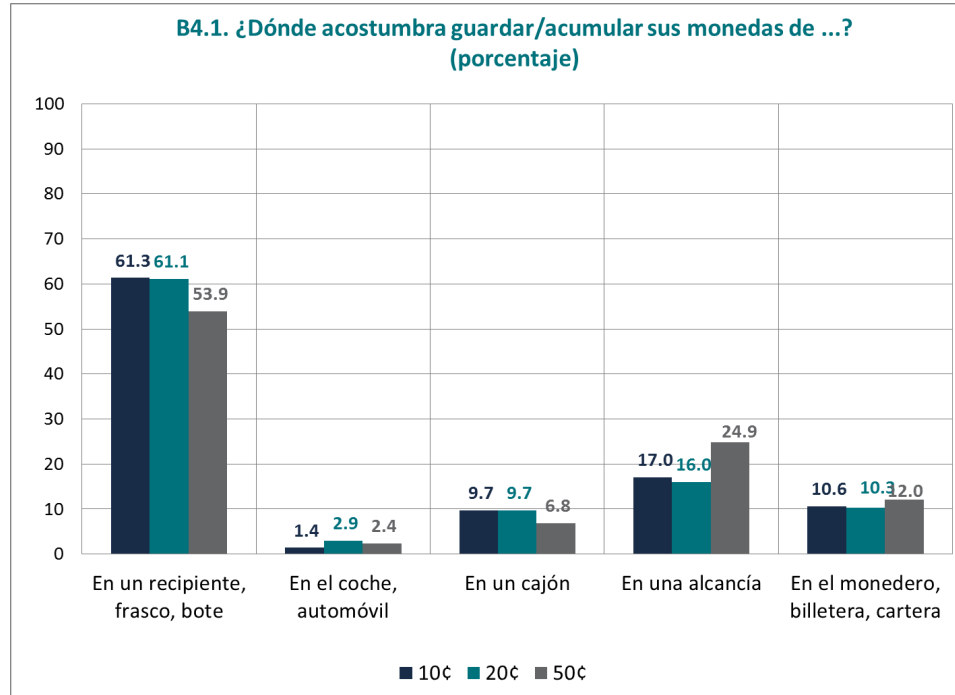
(Porcentaje)



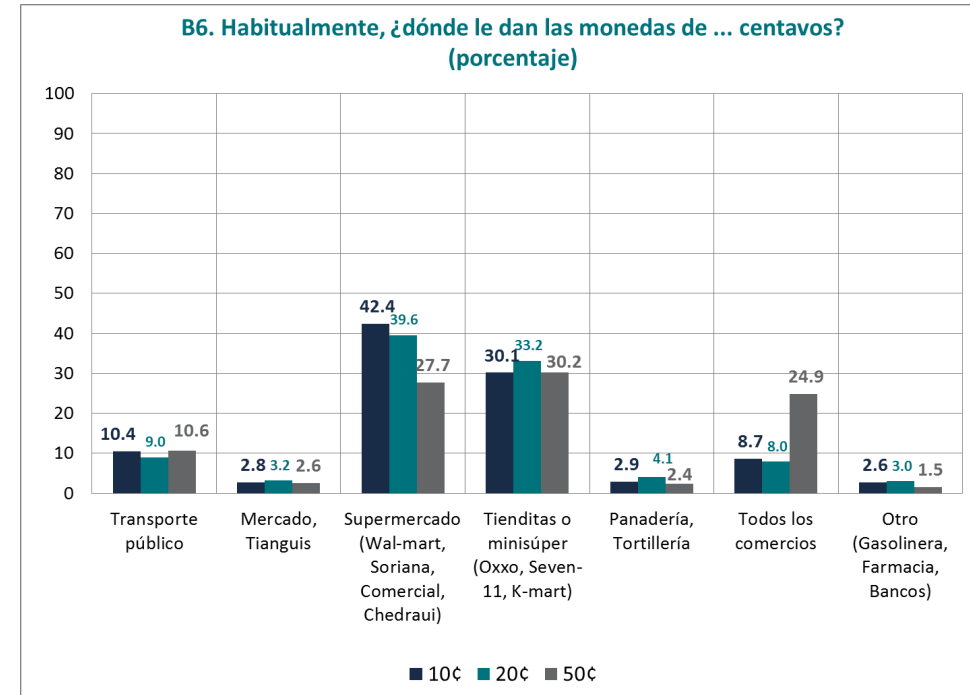
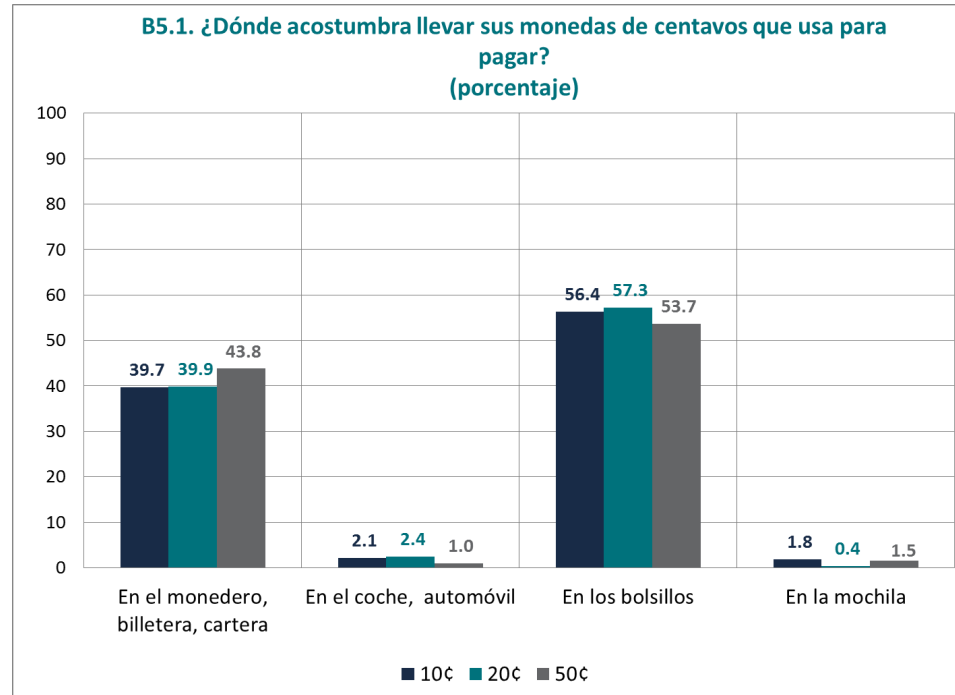
■ Anteriores ■ Nuevas



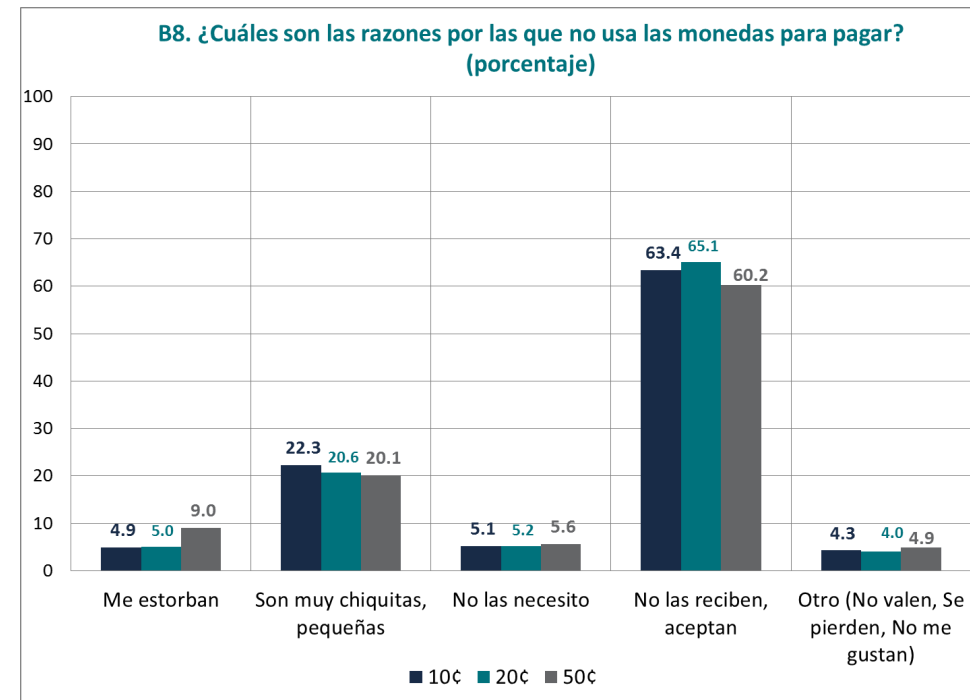
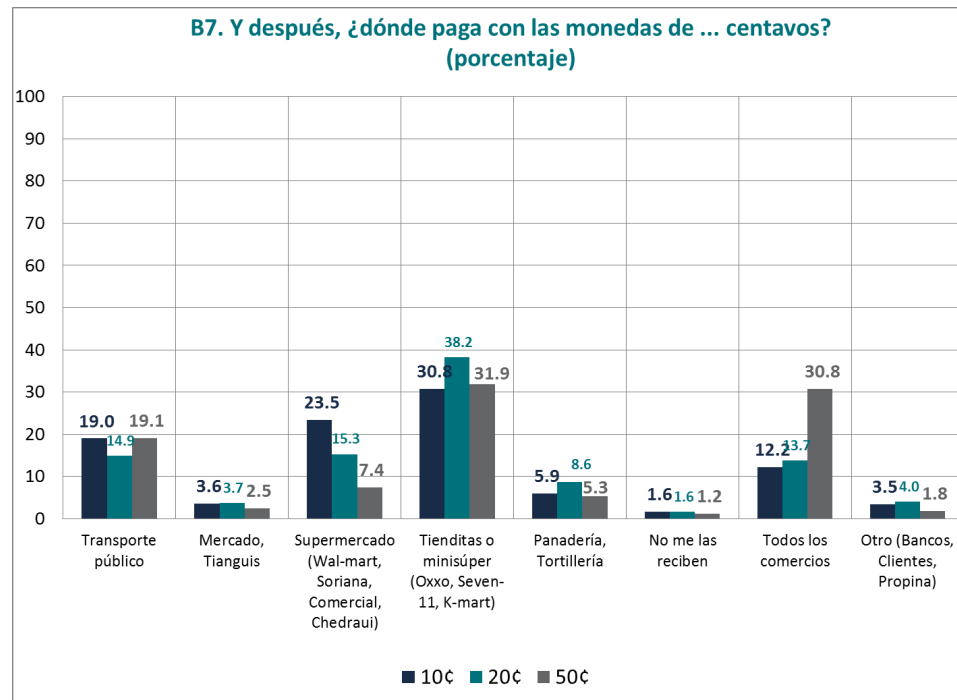
## Monedas: B4.1 y B5



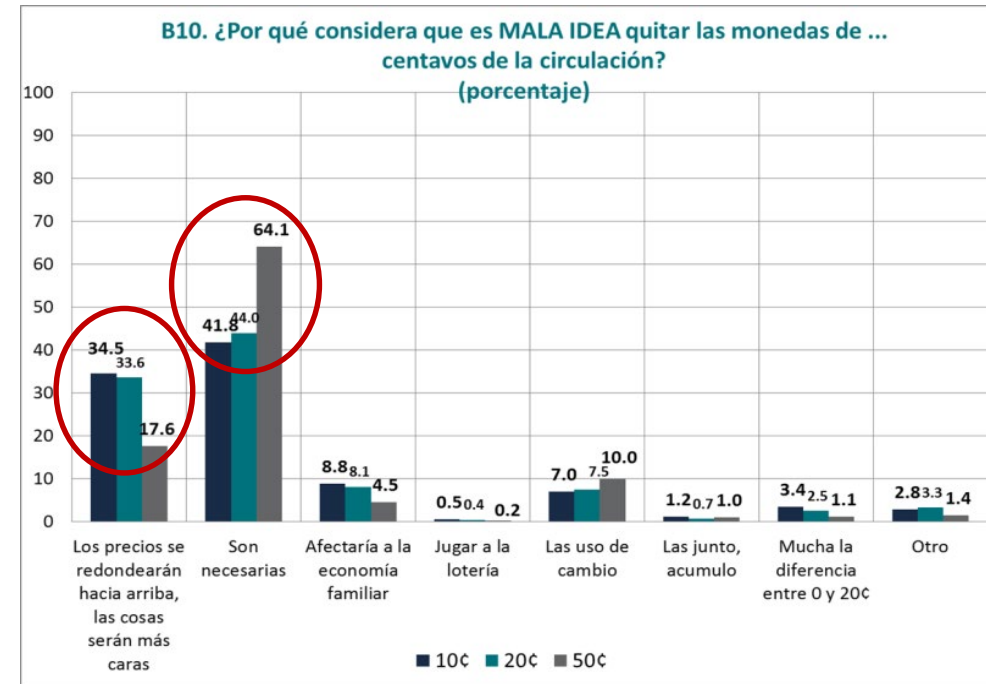
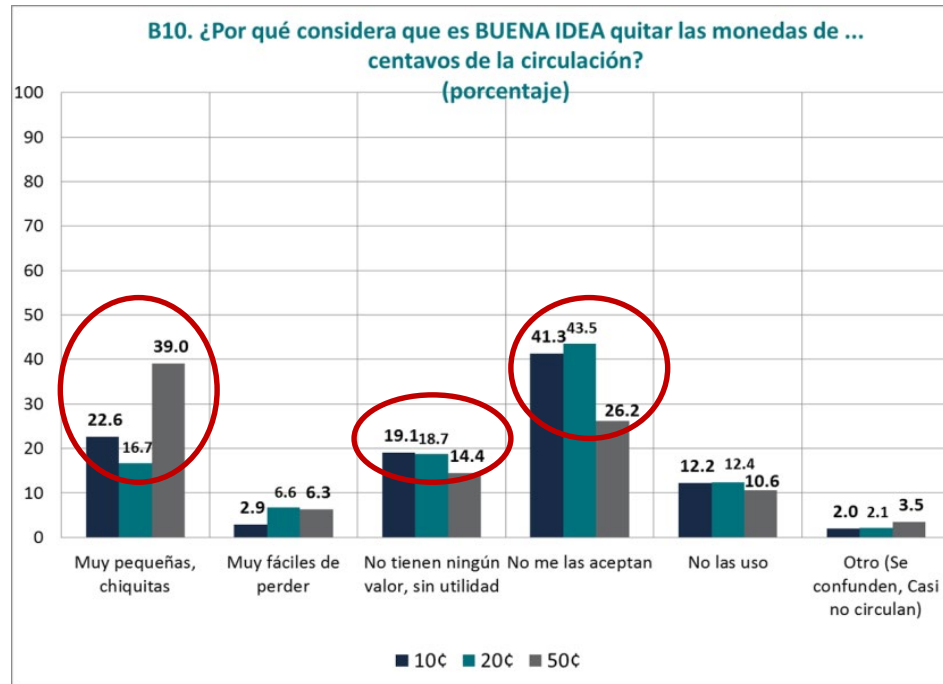
# Monedas: B5.1 y B6



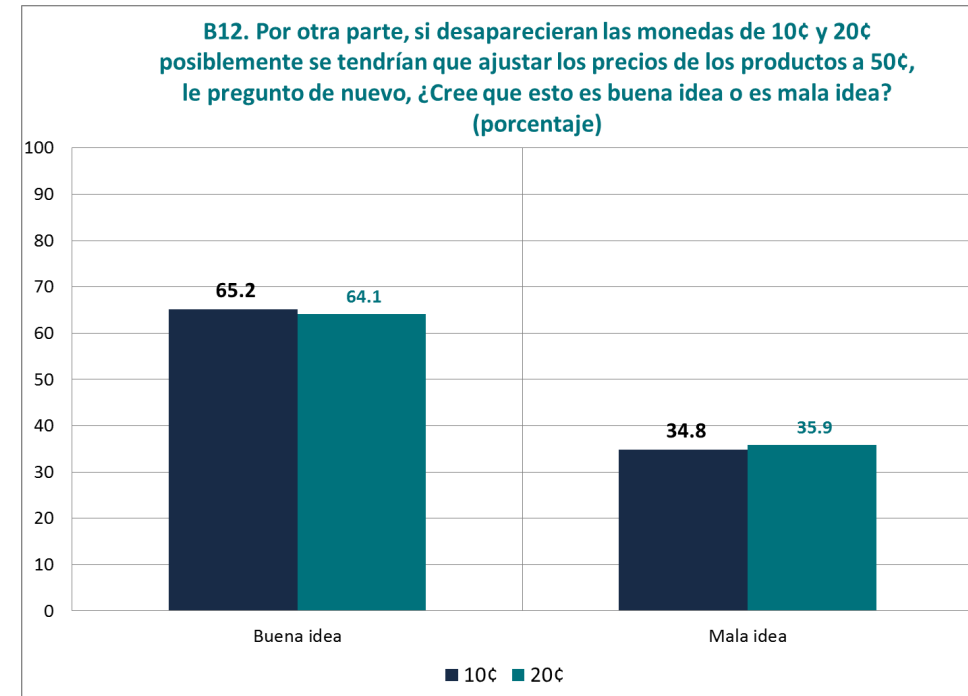
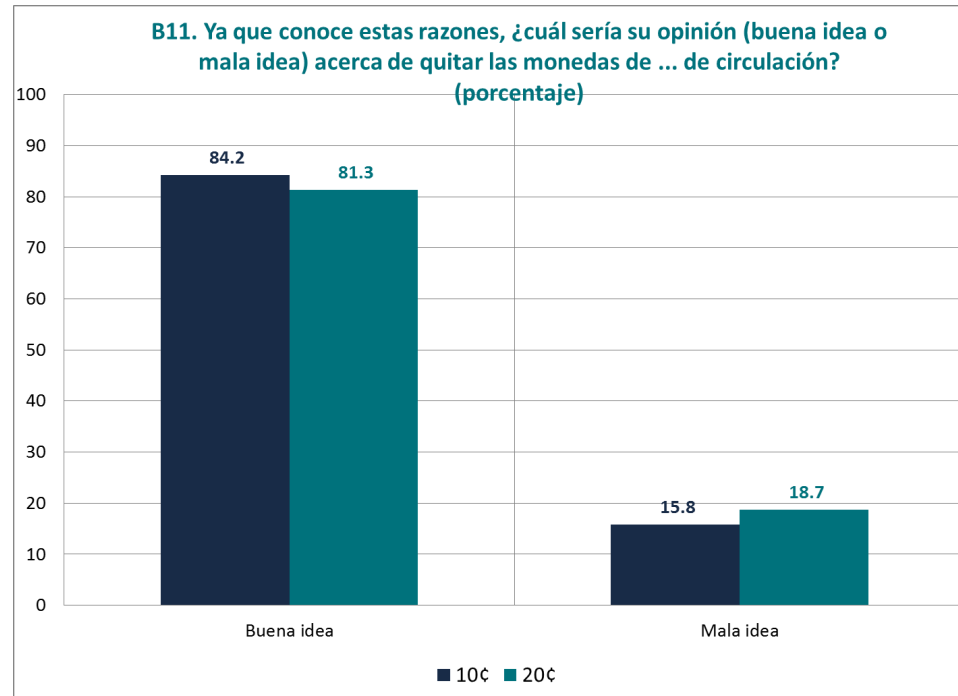
## Monedas: B7 y B8



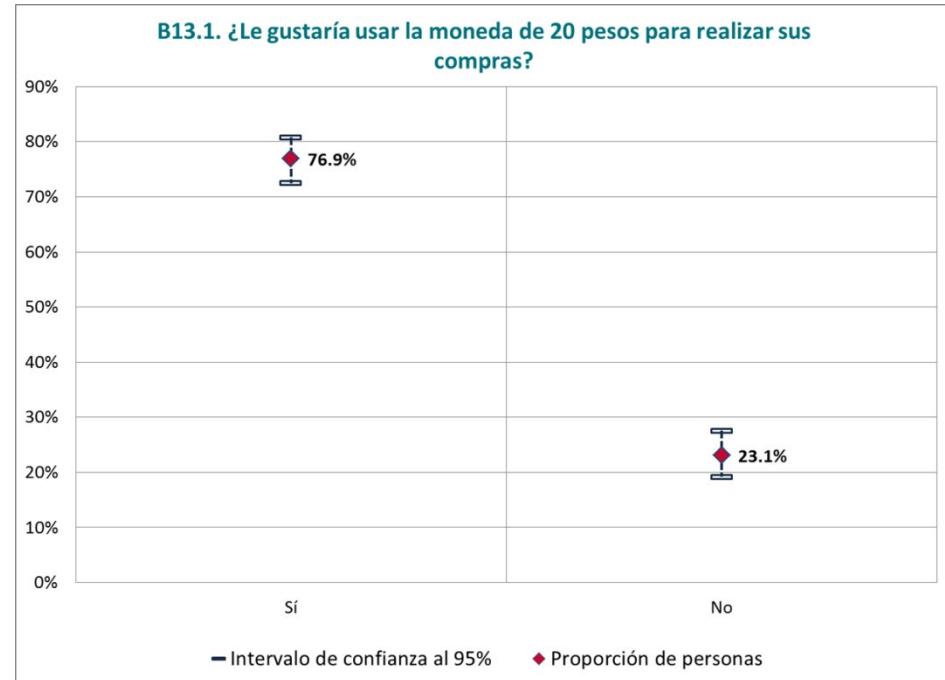
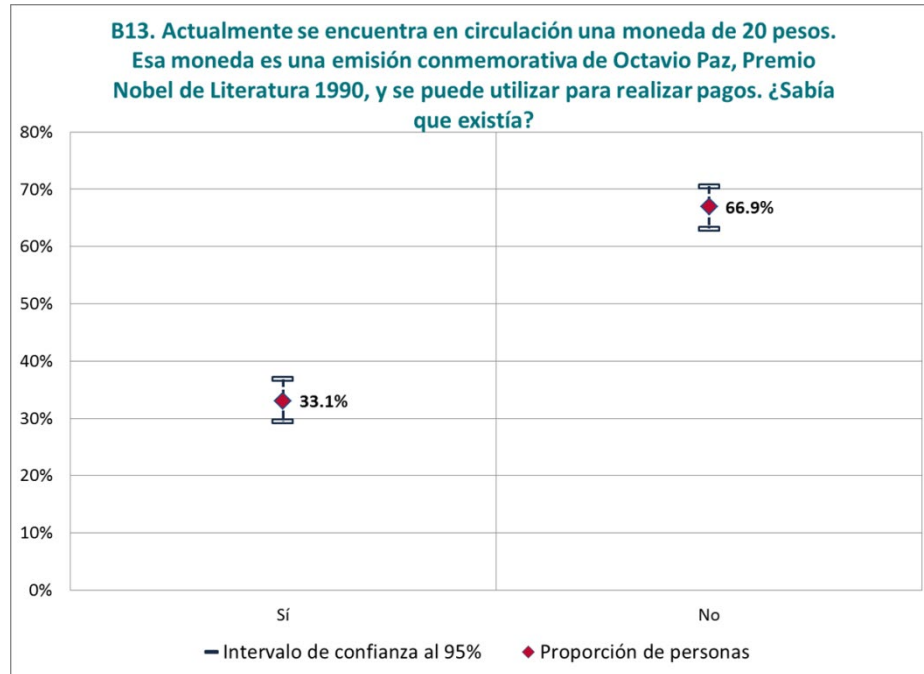
## Monedas: B10



## Monedas: B11 y B12

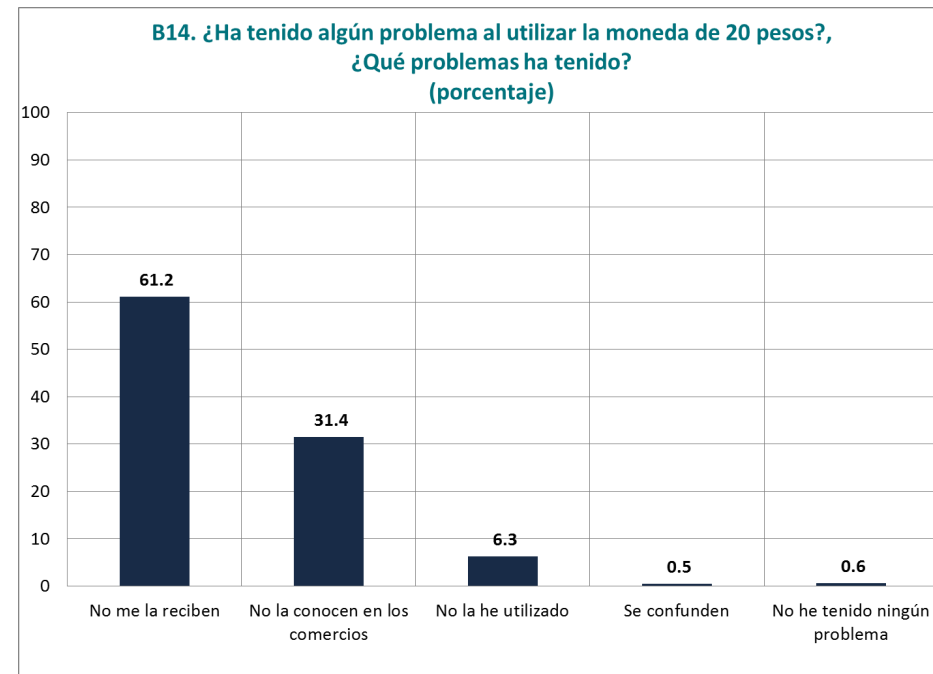
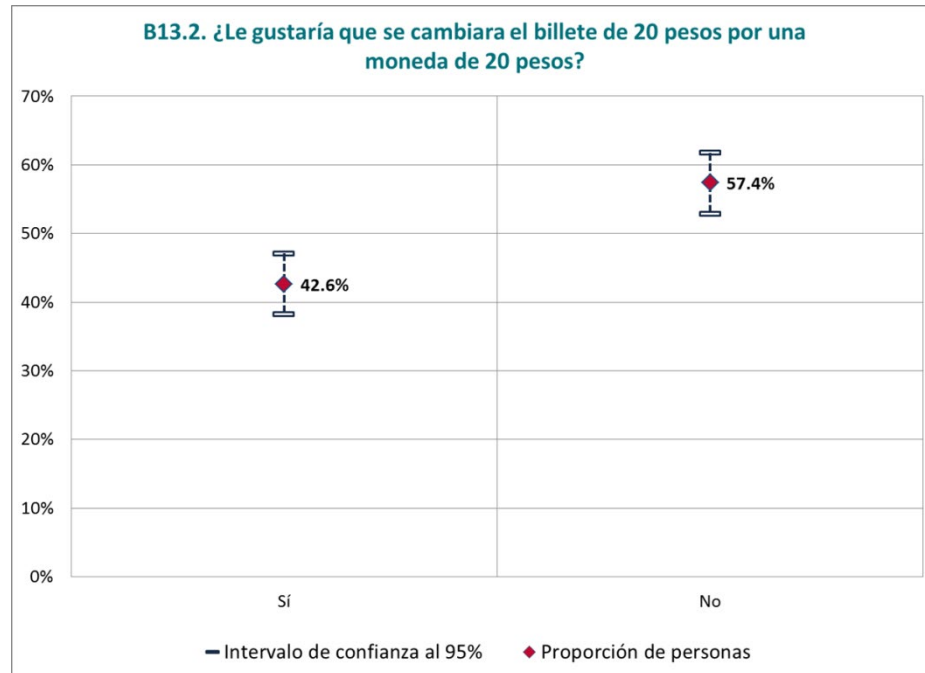


# Monedas: B13 y B13.1





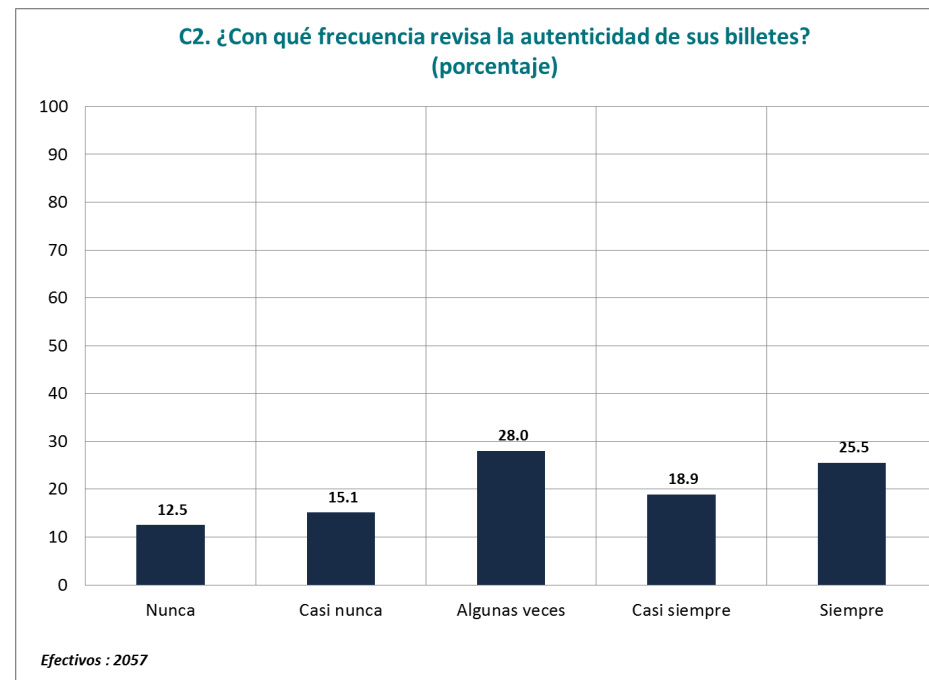
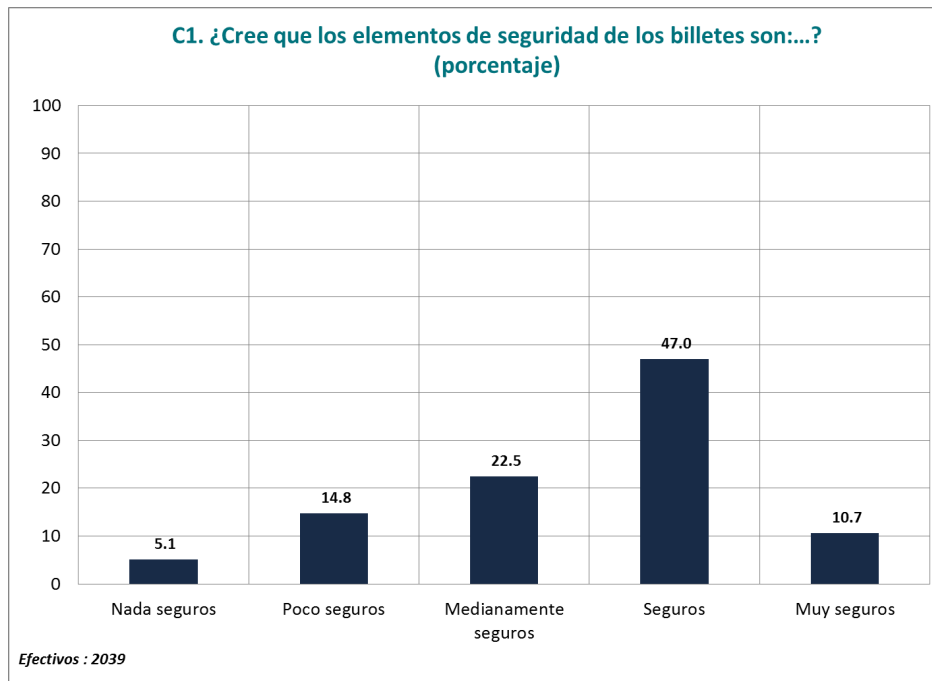
## Monedas: B13.2 y B14



# **ANEXO. SECCIÓN “C”**

## **ELEMENTOS DE SEGURIDAD Y DISEÑO DE BILLETES**

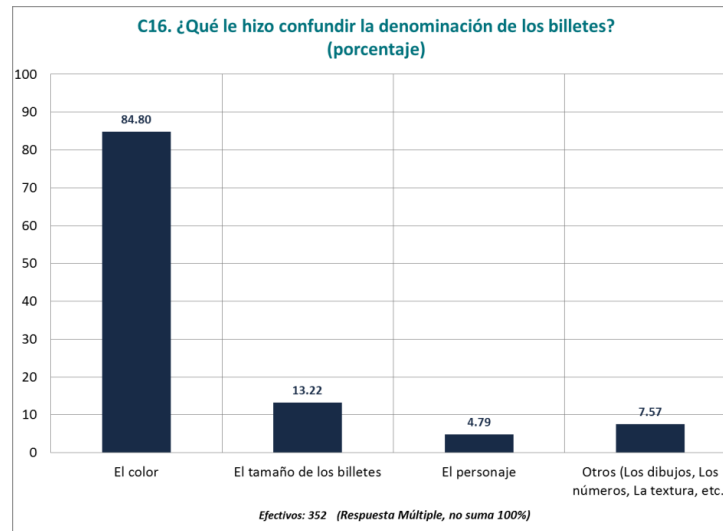
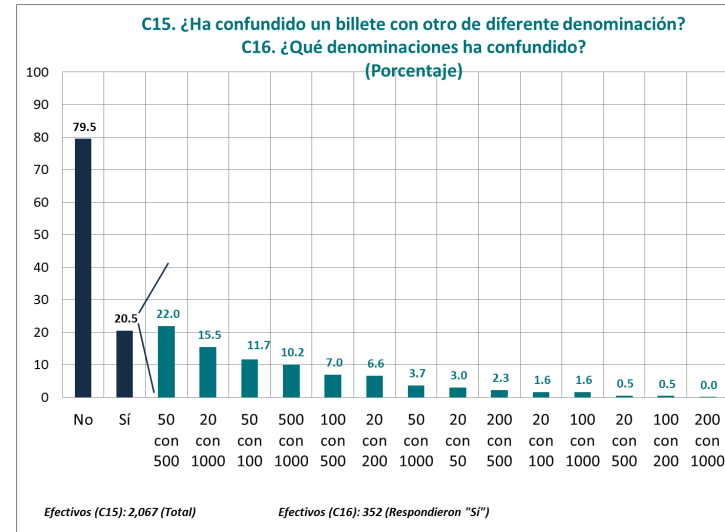
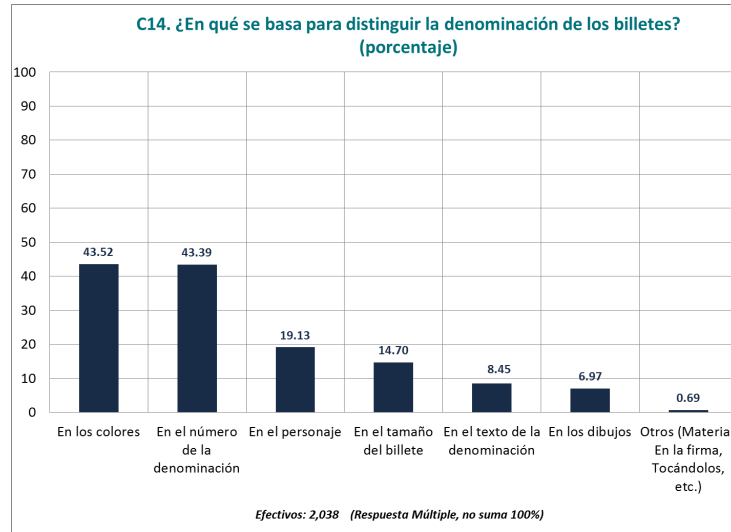
## Elementos de seguridad y diseño de billetes: C1 y C2



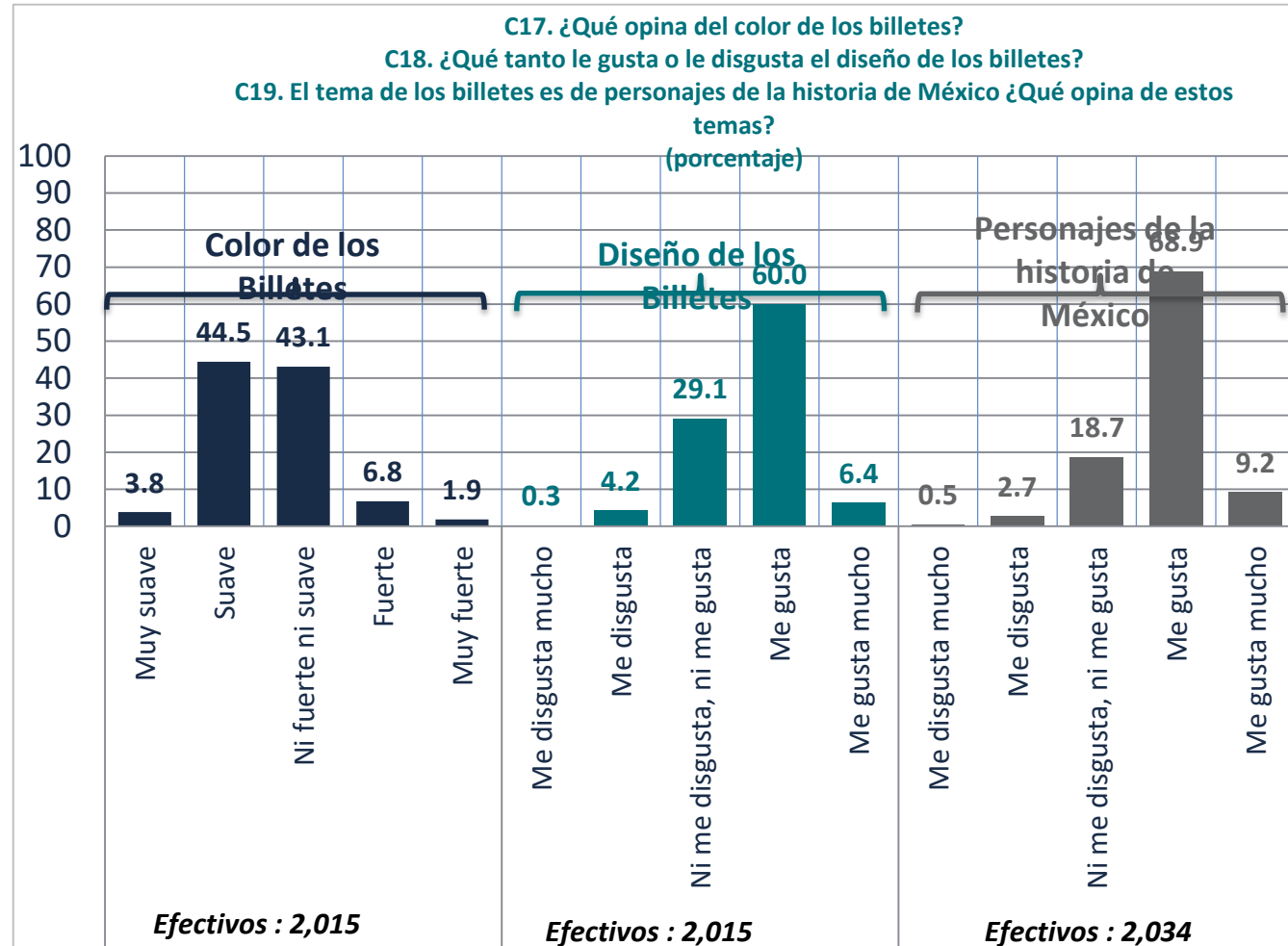
## Elementos de seguridad y diseño de billetes: C13

C13. En un billete, ¿cuáles características considera son las dos MÁS importantes ?			C13. En un billete, ¿cuáles características considera son las dos MENOS importantes ?		
	Primera mención	Total de menciones (1a y 2a mención)		Primera mención	Total de menciones (1a y 2a mención)
Que no se puedan falsificar	23.8%	52.9%	Que estén bonitos	53.5%	76.8%
Que sean durables	23.6%	40.4%	Que no estén sucios	20.4%	57.7%
Que se pueda verificar rápidamente si son auténticos	20.5%	39.9%	Que se puedan contar fácilmente	5.4%	17.6%
Que se vea fácilmente la denominación	10.5%	23.6%	Que sean durables	5.3%	13.3%
Que no estén sucios	6.1%	11.8%	Que no se puedan falsificar	4.4%	6.5%
Que representen valores nacionales	6.1%	11.2%	Que representen valores nacionales	3.9%	12.9%
Que estén bonitos	2.7%	5.0%	Que se pueda verificar rápidamente si son auténticos	3.2%	6.9%
Que se puedan contar fácilmente	2.2%	6.9%	Que se vea fácilmente la denominación	2.4%	6.6%
Otros (El color, el tamaño, personajes importantes, etc.)	4.4%	8.2%	Otros (El tamaño, etc.)	1.5%	1.6%

# Elementos de seguridad y diseño de billetes: C14, C15 y C16

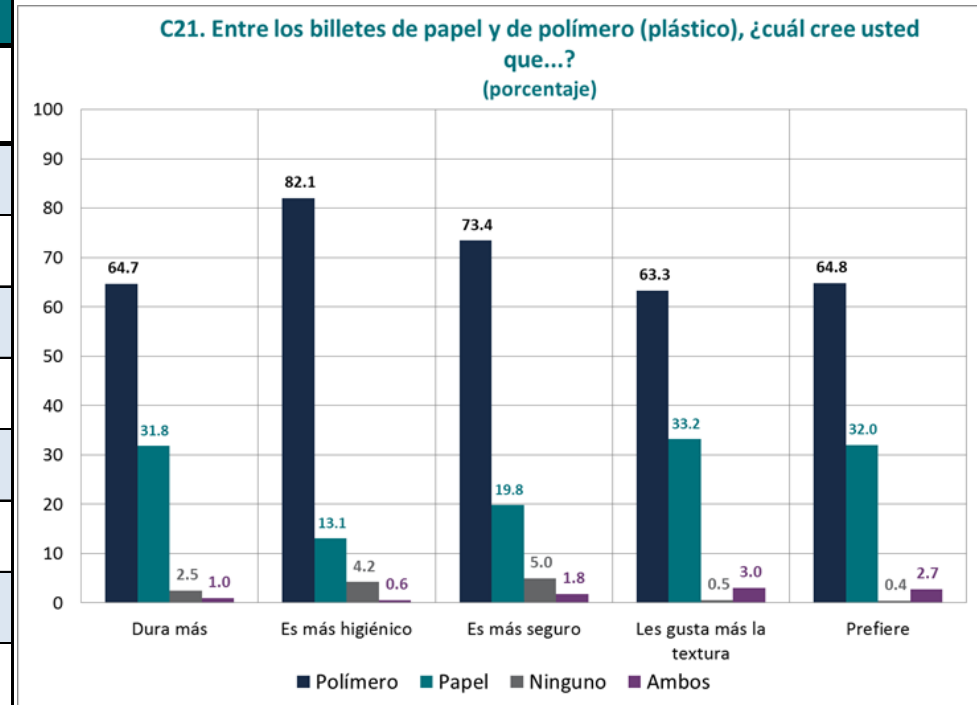


## Elementos de seguridad y diseño de billetes: C17, C18 y C19



## Elementos de seguridad y diseño de billetes: C20 y C21

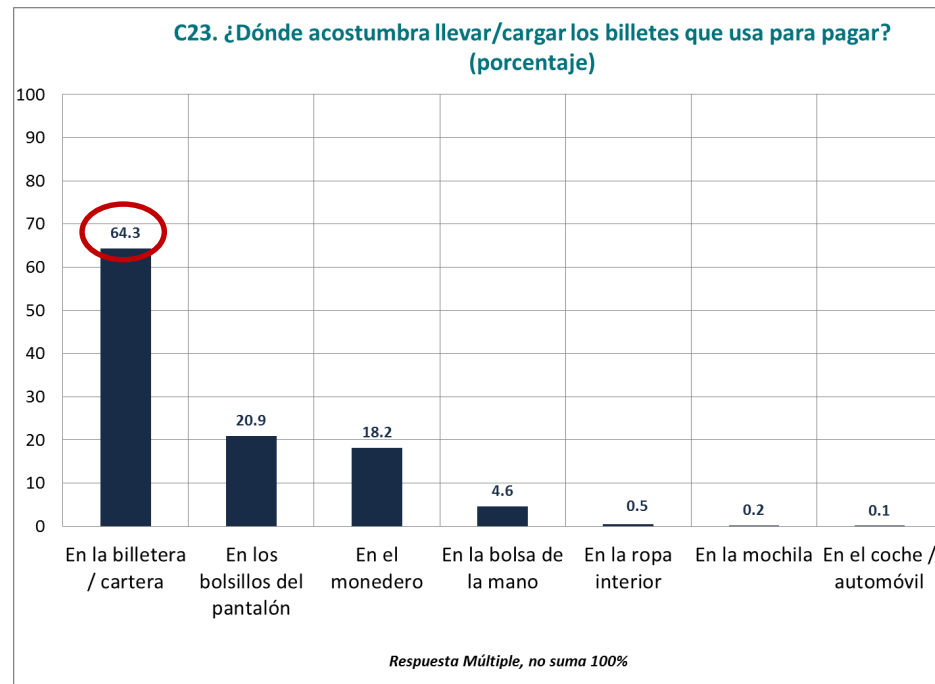
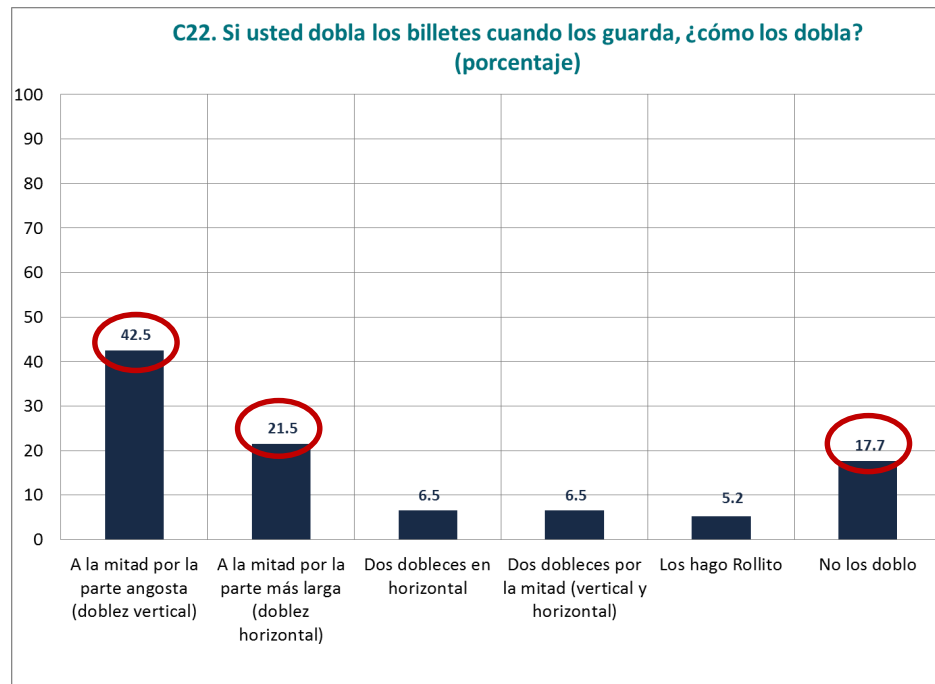
C20. Si tuviera que elegir dos de las siguientes opciones para el diseño de los billetes, ¿cuáles escogería?		
	Primera mención	Total (1a y 2a mención)
Personajes de la historia de México	31.0%	44.4%
Monumentos	13.6%	27.8%
Paisajes	11.1%	25.7%
Culturas prehispánicas	10.2%	23.0%
Eventos históricos de México	9.6%	24.2%
Arquitectura	8.9%	16.1%
Personajes de las ciencias y de las artes de México	6.1%	12.8%
Artesanías	4.0%	10.9%
Animales	3.1%	8.1%
Plantas	1.7%	5.9%



## Sección C. Elementos de seguridad y diseño de billetes

### Lugares en donde se acostumbra guardar billetes y cómo se guardan

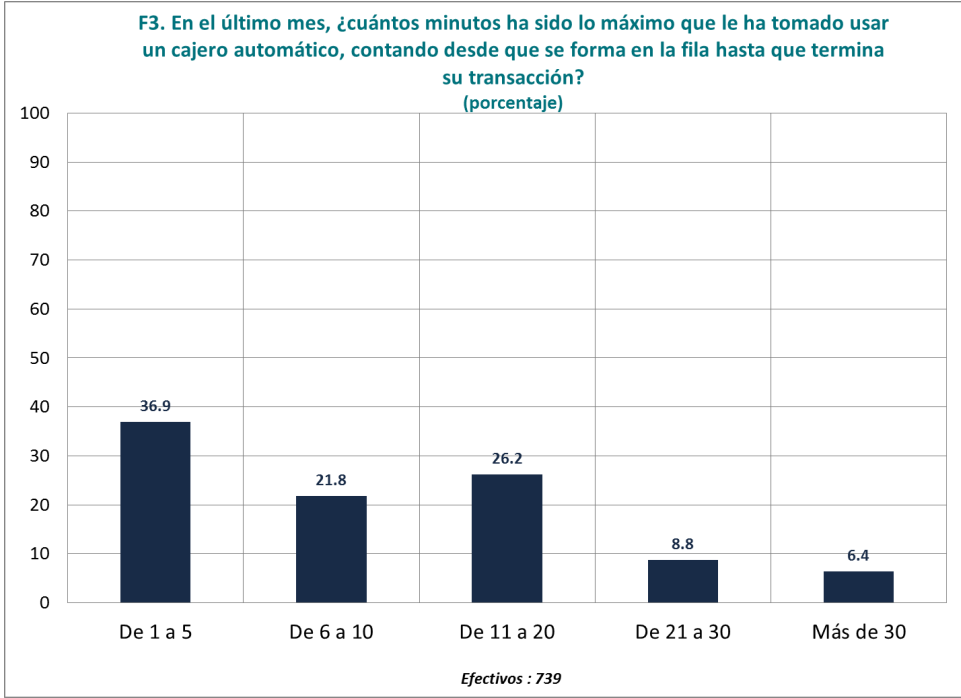
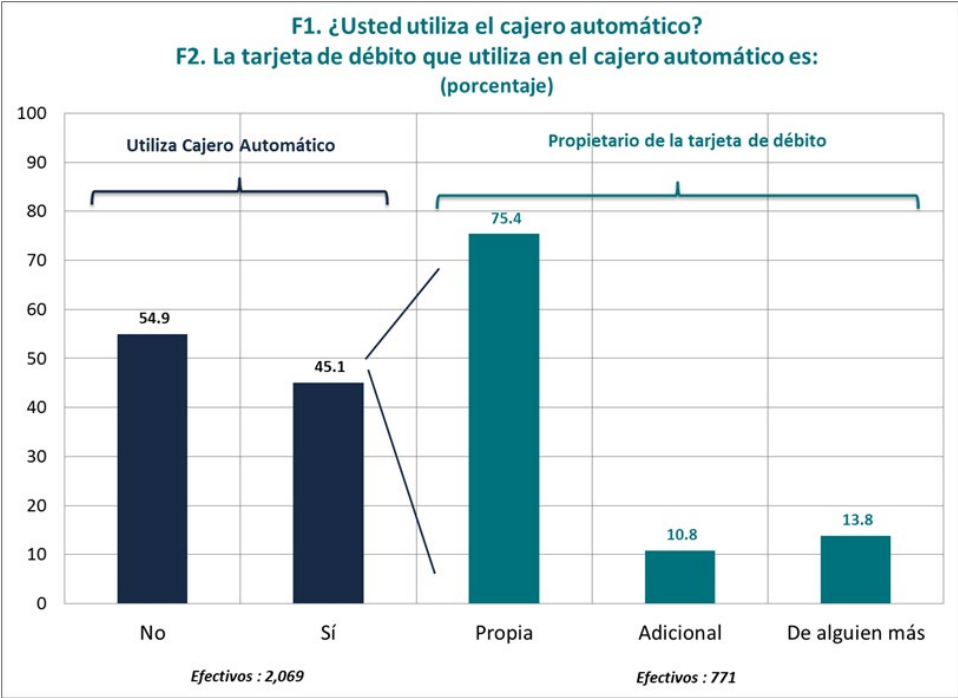
- El 64.3% de los entrevistados suele guardar los billetes en la billetera o cartera.
- Cuando doblan los billetes, el 42.5% dijo que hacen el doblez verticalmente (a la mitad por la parte angosta). El 21.5% lo doblan horizontalmente (a la mitad a lo largo) y sólo el 17.7% mencionó que no dobla los billetes.





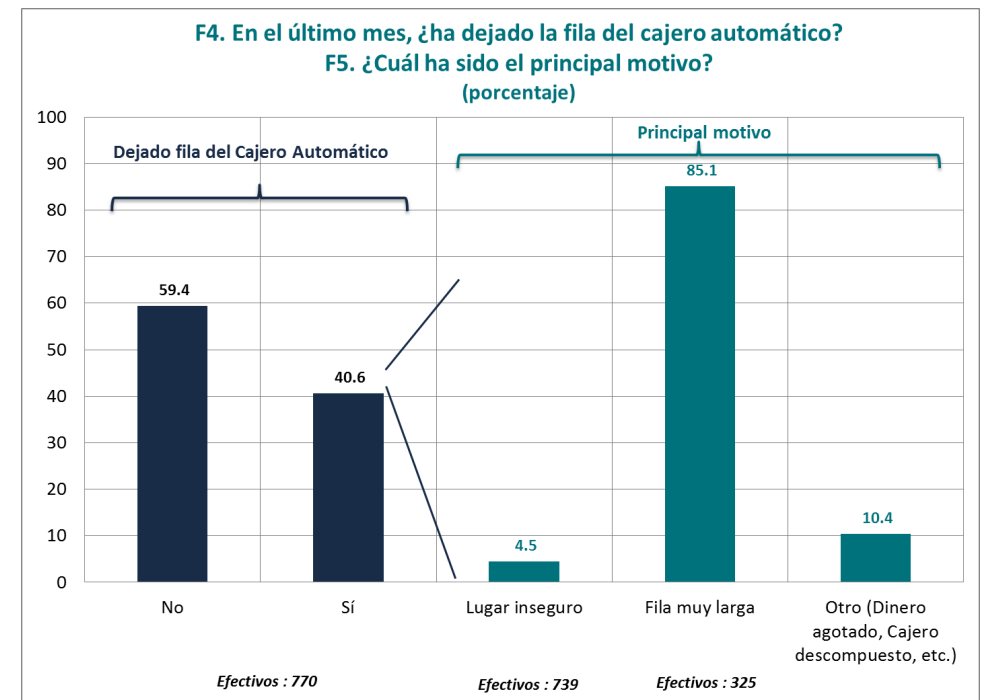
## **ANEXO. SECCIÓN “F” MEDIOS DE PAGO**

# Medios de pago: F1, F2 y F3



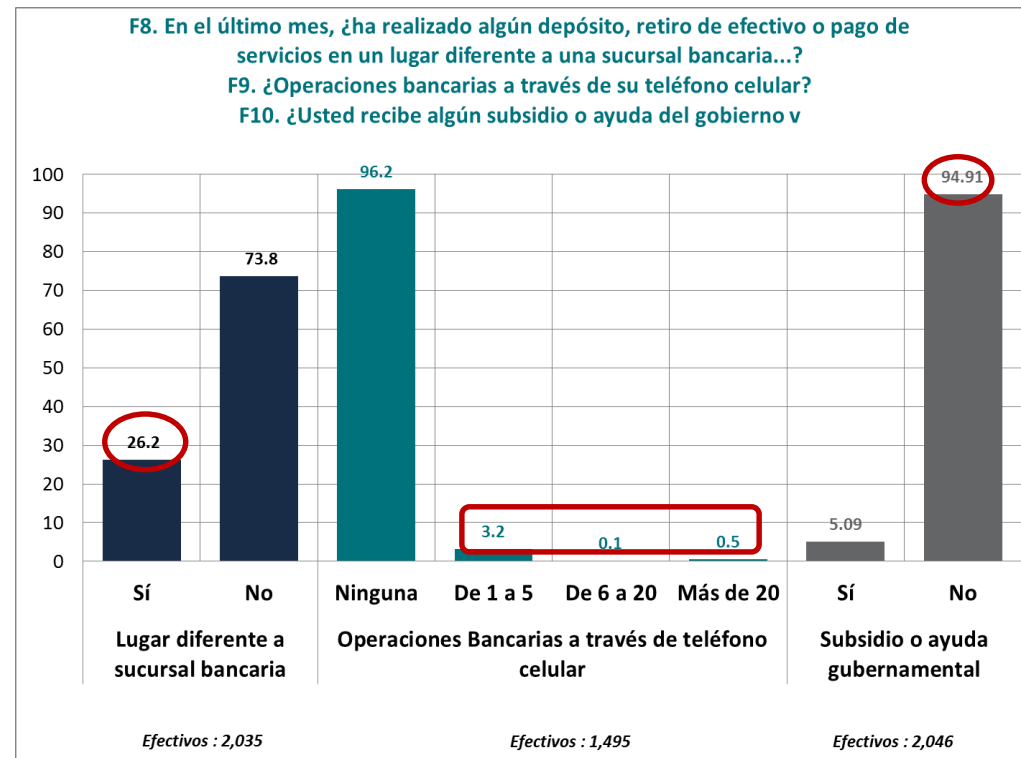
## Sección F. Medios de pago

- Los principales tiempos de espera para utilizar el cajero automático desde la formación en la fila hasta terminar la transacción son:
  - De 1 a 5 minutos en el 39.9% de los casos.
  - De 11 a 20 minutos en 26.2% de las veces.
  - De 6 a 10 minutos en el 21.8% de los casos.
- Los entrevistados que dejaron la fila para usar un cajero automático (40.6%), lo hicieron principalmente porque había mucha gente en la fila (85.1%).

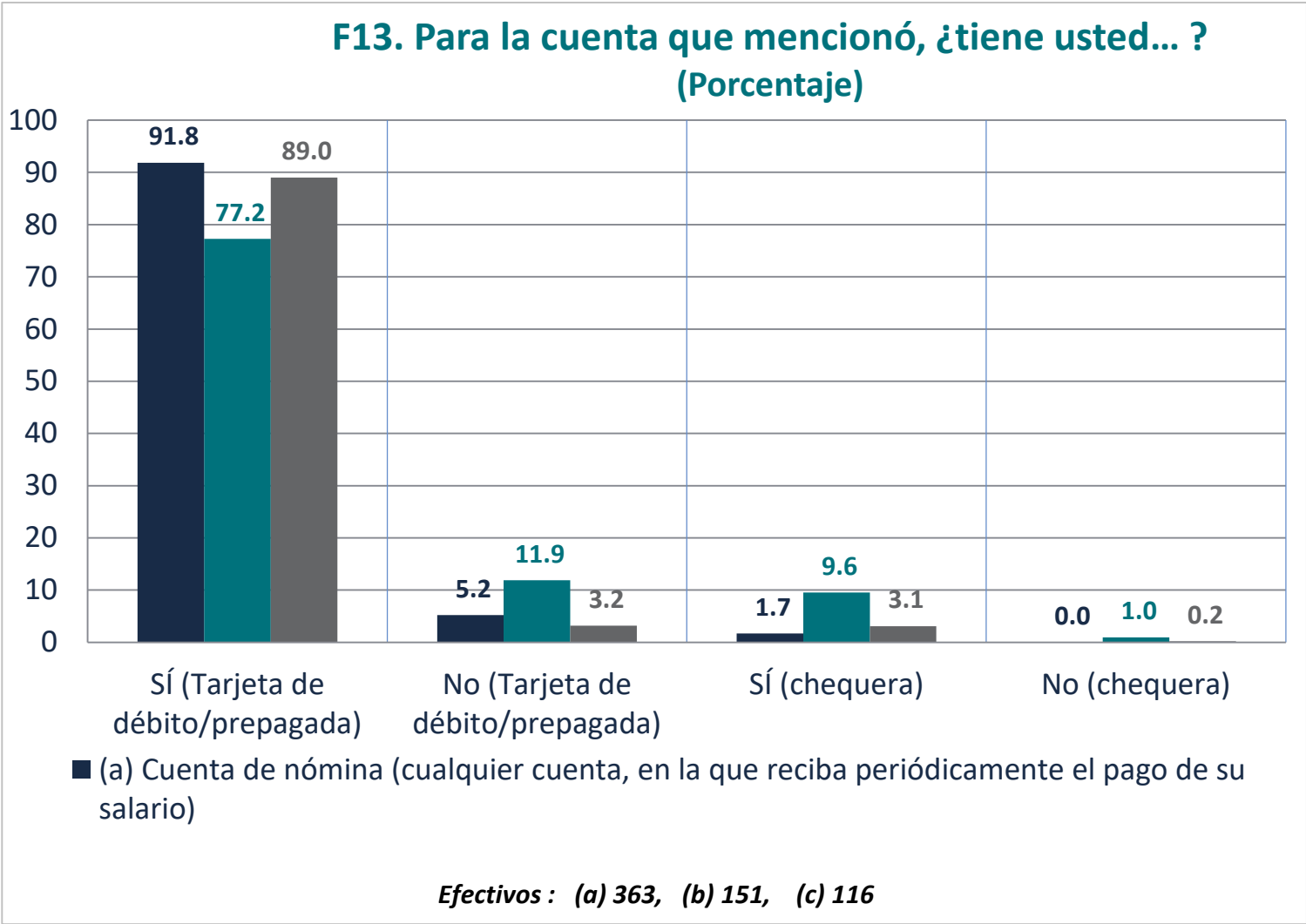


## Sección F. Medios de pago

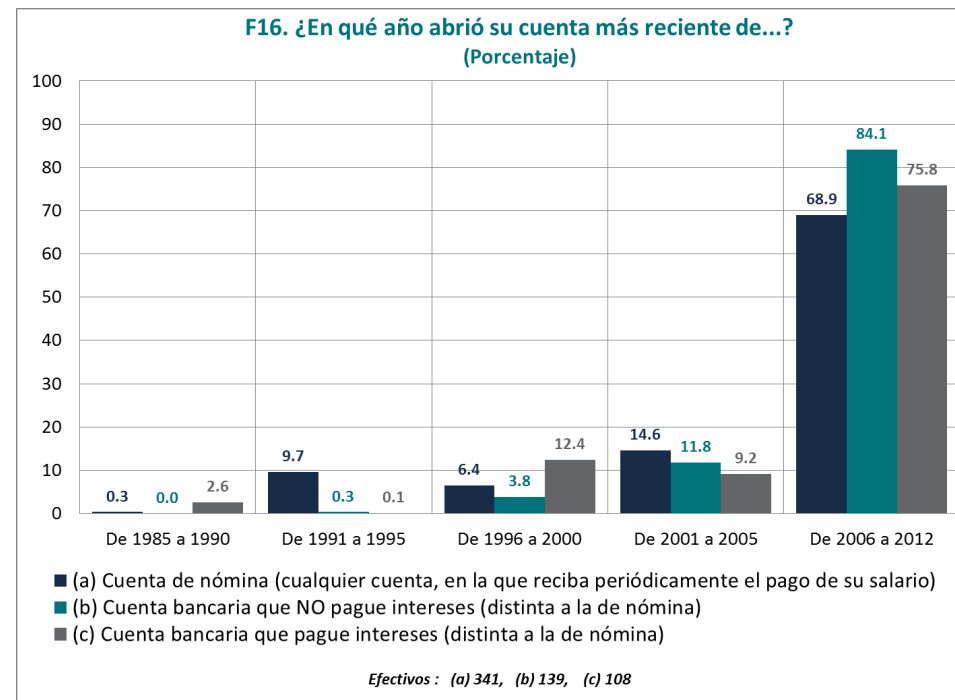
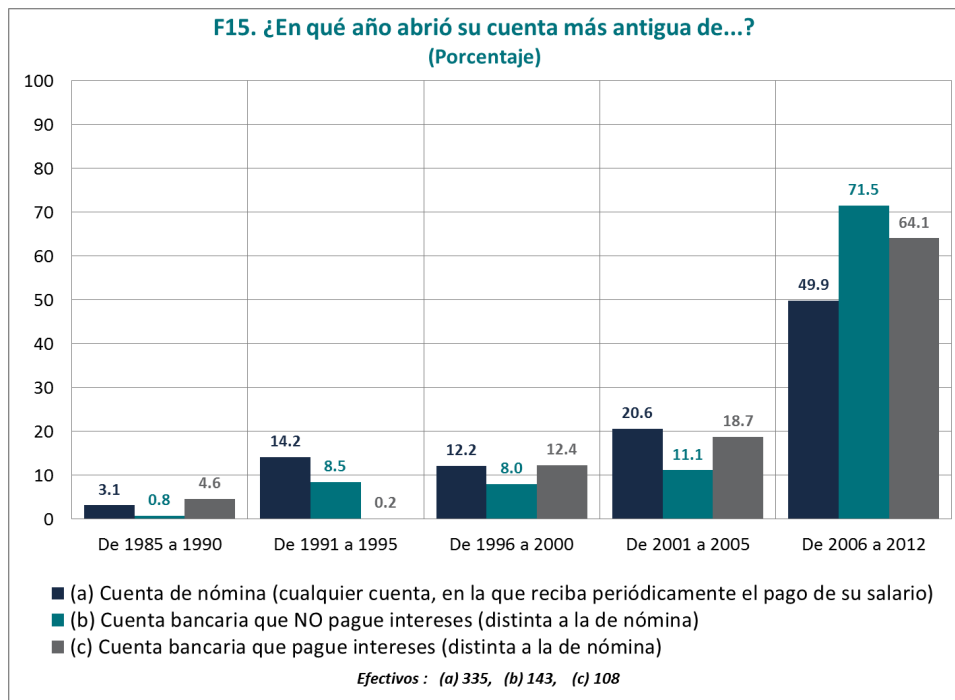
- En el último mes, el 26.2% de los entrevistados dijo haber realizado algún depósito, pago de servicios o retiro de efectivo en un lugar diferente a una sucursal bancaria. Mientras que sólo el 3.8% realizó alguna operación bancaria a través de teléfono celular.
- El 94.9% de las personas dijo no recibir algún subsidio o ayuda gubernamental en una tarjeta bancaria.



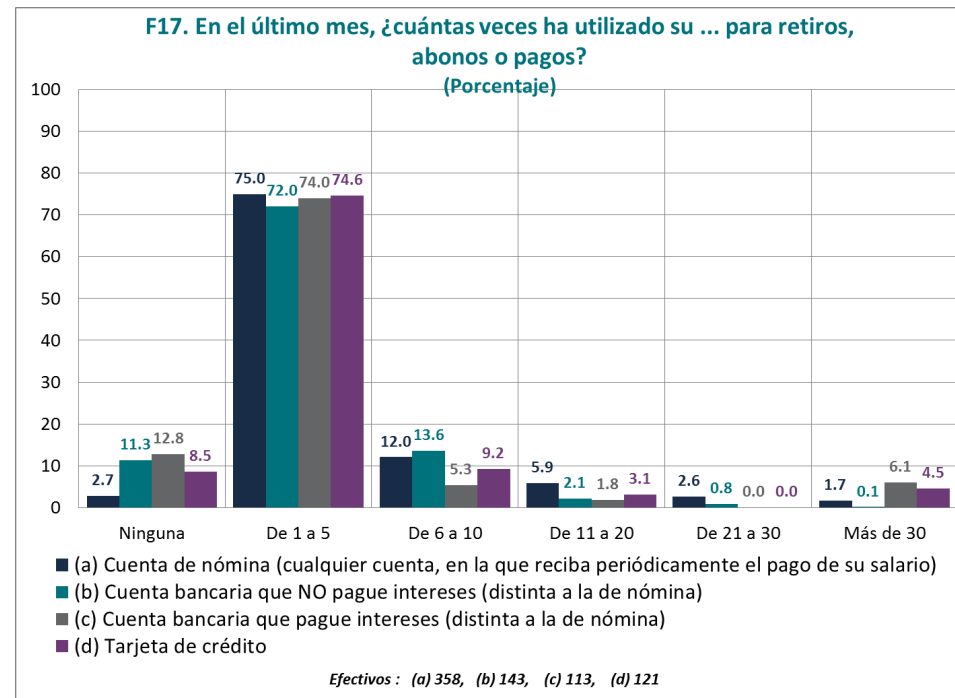
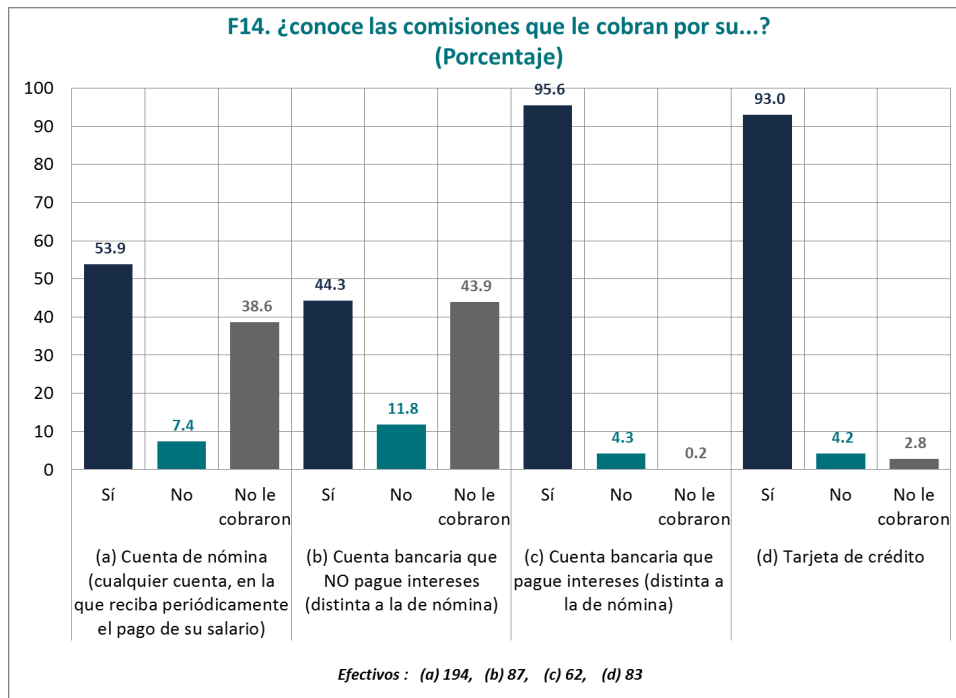
# Medios de pago: F13



## Medios de pago: F15 y F16



## Medios de pago: F14 y F17



- ◀ Nómina
- ◀ Bancaria sin intereses
- ◀ Bancaria con intereses

## Sección F. Medios de pago

- Del 41% de los entrevistados que tienen cuenta de nómina o bancaria (con y sin intereses), el 71.8% dijo haber guardado o dejado una cantidad de dinero por un plazo mayor a dos meses en alguna de sus cuentas.

