



BANCO DE MÉXICO®

Resultados de estudios cuantitativos y cualitativos sobre efectivo 2022

Dirección General de Emisión

Publicada-Usa General

Información que ha sido publicada por el Banco de México

Contenido

| | |
|--|----|
| Tipos de estudios..... | 4 |
| Estudios cuantitativos | 4 |
| Estudios cualitativos..... | 4 |
| Resultados | 5 |
| Billetes actuales..... | 5 |
| Encuestas trimestrales | 5 |
| Encuesta anual | 7 |
| Estudios cualitativos, segunda ronda de grupos focales | 18 |
| Monedas metálicas | 33 |
| Encuestas trimestrales | 33 |
| Estudios cualitativos, primera ronda de grupos focales | 33 |
| Problemas de cambio..... | 37 |
| Encuestas trimestrales | 37 |
| Servicio que ofrecen los bancos..... | 37 |
| Encuestas trimestrales | 37 |
| Disposición de efectivo | 38 |
| Encuestas trimestrales | 38 |
| Acceso al efectivo..... | 38 |
| Encuestas trimestrales | 38 |
| Uso de medios de pago | 39 |
| Encuestas trimestrales | 39 |
| Encuesta adicional..... | 39 |
| Hábitos de ahorro y uso de efectivo originados por la pandemia por COVID19 | 41 |
| Encuesta adicional..... | 41 |
| Anexo I. Aspectos metodológicos de los estudios cuantitativos | 47 |
| Encuesta trimestral | 47 |
| Distribución de la muestra | 48 |
| Encuesta anual | 49 |
| Distribución de la muestra | 49 |
| Encuesta adicional..... | 50 |
| Distribución de la muestra | 50 |
| Anexo II. Características de los estudios cualitativos..... | 51 |
| Anexo III. Encuesta trimestral: Gráficas y tablas..... | 52 |
| Evaluación de usos y hábitos..... | 52 |

| | |
|---|-----|
| Cajeros, ventanillas y otros | 58 |
| Estado físico de los billetes y monedas | 63 |
| Billetes falsos y desinfección de billetes | 72 |
| Elementos de seguridad | 80 |
| Hábitos en el uso de efectivo | 81 |
| Medios de pago usados durante la pandemia | 85 |
| Anexo IV. Encuesta anual: Gráficas y tablas..... | 90 |
| Temas generales de billetes | 90 |
| Nuevo billete de \$20 | 98 |
| Nuevo billete de \$50 | 103 |
| Nuevo billete de \$100 | 108 |
| Nuevo billete de \$200 | 114 |
| Nuevo billete de \$500 | 119 |
| Nuevo billete de \$1000 | 124 |
| Temas generales de la familia G..... | 129 |
| Uso de los billetes de \$20 | 139 |
| Anexo V. Encuesta adicional: Gráficas y tablas | 141 |
| Uso de medios de pago | 141 |
| Ahorro en efectivo | 144 |
| a) Antes de la pandemia..... | 144 |
| b) Durante la pandemia | 149 |
| c) En la nueva normalidad originada por la pandemia | 154 |
| Cajeros automáticos..... | 158 |
| b) Durante la pandemia | 158 |
| c) En la nueva normalidad originada por la pandemia | 160 |
| Anexo VI. Grupos focales, primera ronda: Gráficas | 163 |
| Resultados por tipo de población | 163 |
| Resultados por región | 166 |

Tipos de estudios

Estudios cuantitativos

En 2022, la Dirección General de Emisión (DGE) realizó, a través de una empresa contratada por la Oficina de Estudios y Encuestas de Opinión de la Dirección General de Administración, encuestas trimestrales y una encuesta anual en hogares, ambos estudios con representatividad nacional, para conocer la percepción del público acerca de temas relacionados con billetes y monedas¹. Los temas que se abordan en la encuesta anual son diferentes cada año, mientras que en las encuestas trimestrales algunos temas son fijos, y otros no. Las cifras de resultados corresponden al promedio de los valores de los trimestres del año.

Así mismo, se realizó una encuesta adicional con representatividad nacional para conocer la percepción del público sobre sus hábitos de ahorro y uso de efectivo y otros medios de pago, antes de la pandemia por Covid-19, durante el período más crítico (marzo de 2020 a marzo de 2022), y a partir del momento de la entrevista y hacia adelante (nueva normalidad)².

Estudios cualitativos

Los estudios cualitativos que anualmente se realizan para la DGE, a través de una empresa contratada por la Oficina de Estudios y Encuestas de Opinión de la Dirección General de Administración, se hacen mediante dos rondas de grupos focales³, las cuales consisten en un reducido número de personas que, con la guía de una persona moderadora, expresan sus opiniones de manera libre y espontánea sobre un tema particular. Aunque este tipo de estudios no son estadísticamente representativos de una población en particular, puesto que los entrevistados no provienen de una muestra aleatoria probabilística, constituyen una técnica cualitativa para entender las opiniones o actitudes de grupos específicos de la población, mediante el análisis de sus reacciones ante conceptos de productos y servicios, y así identificar deseos y necesidades.

Los resultados de cada ronda de grupos focales realizados en 2022 corresponden a la opinión de 210 personas participantes, y sólo representan la opinión de ese número de personas. Las sesiones se llevaron a cabo en Ciudad de México; Guadalajara, Jalisco; San Luis Potosí, San Luis Potosí; Ciudad Juárez, Chihuahua; Oaxaca, Oaxaca; Mérida, Yucatán, y Monclova⁴, Coahuila.

Para ambas rondas se realizaron tres sesiones en cada ciudad con la participación de diez personas por sesión⁵: una de población general de los niveles socioeconómicos medio y medio bajo (C-/D+);

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

² ídem.

³ En el Anexo II se encuentran las características de los estudios cualitativos.

⁴ En la segunda ronda no hubo sesiones en Monclova; en su lugar, se realizaron en Torreón, Coahuila.

⁵ Personas de 18 a 60 años.

otra de población general de los niveles socioeconómicos altos (AB/C+)⁶, y una más de población que usa el efectivo de manera frecuente o intensiva, la cual será denominada a lo largo de este documento como “usuarios intensivos de efectivo”.

Resultados

A continuación, se presentan los resultados obtenidos de los estudios cuantitativos⁷ y cualitativos realizados en 2022, los cuales están agrupados por tema.

Cabe mencionar que los resultados de los estudios cuantitativos trimestrales y anual, representan frecuencias expandidas a la población objetivo, es decir, personas de 18 a 79 años que viven en localidades de 50 mil y más habitantes, y que, en 2022, se estima eran 50.5 millones de personas (mdp).

En el caso de la encuesta adicional, los resultados se refieren a opiniones expandidas a nivel del hogar, obtenidas de la jefa o jefe del hogar, o de personas entre 18 y 79 años de edad que conocen sobre los hábitos de gastos y ahorro del hogar, que viven en localidades de 50 mil habitantes o más. La población objetivo para 2022 es de 19.7 millones de hogares (mdh) aproximadamente, los cuales equivalen a alrededor de 50.5 millones de personas.

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

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

Billetes actuales

Encuestas trimestrales

Estado físico de los billetes

El 85% (43.2 mdp) de la población consideró que los billetes que usa cotidianamente están en buen estado.

Al evaluar los billetes en circulación con respecto a su limpieza, señales de maltrato y falta de tinta, se obtuvo que las denominaciones de \$20 y \$50 se perciben como las más maltratadas; ambas denominaciones alcanzaron una puntuación de 6.4 y 6.5 respectivamente⁸. La denominación mejor

⁶ Los niveles socioeconómicos (NSE) de este estudio corresponden al índice de Niveles Socioeconómicos que publica la AMAI (Asociación Mexicana de Agencias de Inteligencia de Mercado y Opinión) en su página web <https://www.amai.org/NSE/> Consulta realizada el 27 de abril de 2023.

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

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

evaluada fue la de \$1000, con una puntuación de 7.4. Las principales características de maltrato que se mencionaron para cada denominación, son las siguientes: los billetes de \$20 y \$50 están despintados, viejos, desgastados, rasgados o rotos; y los billetes de \$100, \$200, \$500 y \$1000 están despintados, viejos o gastados.

Billetes falsos

El 12% de la población objetivo (5.8 mdp) dijo que en alguna ocasión, al momento de realizar una operación en la ventanilla de un banco, le indicaron que alguno de sus billetes era presuntamente falso; al 20% (10.3 mdp) le indicaron que alguno de sus billetes era falso al momento de realizar una operación en algún comercio o servicio, y al 18% (9.0 mdp) le indicaron que alguno de sus billetes era falso al darlo a otra persona.

Por otro lado, considerando los últimos tres meses con respecto al momento de responder la encuesta, el 9% de la población objetivo (4.5 mdp) indicó haber recibido billetes falsos, siendo más frecuentes las denominaciones de \$200 (43%, 1.9 mdp), \$500 (37%, 1.7 mdp), \$50 (21%, 1.0 mdp) y \$100 (20%, 0.9 mdp). La principal característica que hizo que se dudara de la autenticidad fue el papel o textura.

De quienes dijeron haber recibido una pieza falsa, el 12% (0.5 mdp) la llevó a un banco. De estas personas: al 74% (0.4 mdp) se le retuvo la pieza, el 24% (0.13 mdp) recuperó su dinero porque el billete era auténtico y al 14% (0.08 mdp) se lo devolvieron; mientras que al 8% (0.05 mdp) le sellaron o rompieron la pieza.

Elementos de seguridad en los billetes

Al explorar cuáles elementos de seguridad conocen las personas, de quienes mencionaron al menos uno, en respuesta múltiple, el 84% (32.8 mdp) hizo mención a los hilos; el 44% (17.1 mdp) a la marca de agua; el 38% (14.7 mdp) al elemento que cambia de color; el 28% (10.8 mdp) a los relieves sensibles al tacto; el 22% (8.5 mdp) mencionó el sustrato del billete; el 20% (7.7 mdp) el folio del billete, y el 15% (6.0 mdp) la ventana transparente. Con porcentajes muy bajos, entre 1% y 3%, también se mencionaron el tamaño, registro perfecto, textos microimpresos, fondos lineales y la fluorescencia.

Desinfección de billetes

Por otro lado, desde que inició la pandemia, el 43% de la población objetivo (21.6 mdp) manifestó que desinfecta los billetes que recibe. Los productos más comunes que señalaron utilizar para desinfectarlos fueron: sanitizante, Lysol o aerosol (31%, 6.6 mdp); alcohol (26%, 5.6 mdp); gel antibacterial (25%, 5.5 mdp); antiséptico o desinfectante (13%, 2.9 mdp); agua con cloro (11%, 2.5 mdp); entre otras menciones.

De quienes suelen desinfectar sus billetes, el 10% (2.1 mdp) notó que algunos de ellos se decoloraron o perdieron su color. De estas personas, el 56% (1.2 mdp) pagó con él, y el 13% (0.3 mdp) los llevó al banco.

Asimismo, durante la pandemia, el 21% de la población objetivo (10.5 mdp) recibió información sobre cómo tratar los billetes y monedas que recibe o entrega. De estas personas, al 82% (8.6 mdp)

le proporcionaron información sobre desinfectar los billetes, y al 4% (0.4 mdp) sobre entregar y recibir billetes y monedas con guantes. Los medios por los cuales recibieron esta información fueron las redes sociales (34%, 3.6 mdp), la televisión (33%, 3.4 mdp), un familiar o conocido (12%, 1.3 mdp) o en el trabajo (7%, 0.7 mdp), entre otros.

Encuesta anual

Temas generales de billetes

Forma de identificar la denominación de un billete

Cuando las personas quieren saber la denominación de un billete o cuánto vale, en respuesta múltiple y espontánea, suelen fijarse primero en:

- El número de la denominación, 82% (41.4 mdp).
- Los colores, 32% (16.1 mdp).
- Los dibujos, 8% (4.2 mdp).
- El personaje, 6% (3 mdp), entre otras menciones.

Forma de identificar la autenticidad de un billete, qué revisa y cómo lo revisa

Las personas acostumbran revisar con distinta frecuencia la autenticidad de los billetes que reciben, ya que el 86% (43.3 mdp) suele revisar que los billetes sean auténticos, y de este grupo, el 56% (28.3 mdp) lo hace *siempre* o *casi siempre*. De las características que suelen revisar para hacer esta validación están, en respuesta múltiple y espontánea:

- El hilo o los hilos, 41% (17.9 mdp).
- Los relieves o la textura, 28% (12.2 mdp).
- El cambio de color o el “holograma”, 28% (12.0 mdp).
- La marca de agua, 23% (9.8 mdp).
- El material del billete, 19% (8.3 mdp).
- La ventana transparente, 6% (2.5 mdp).
- El folio, 4% (1.8 mdp).
- La imagen, la foto o la cara, 3% (1.2 mdp), entre otras menciones.

Las maneras en que hacen estas revisiones son diversas, entre las que se encuentran:

- A contraluz o al trasluz, 53% (21.9 mdp).
- Al tacto, 40% (16.7 mdp).
- A simple vista, 29% (11.9 mdp).
- Con un plumón, 8% (3.1 mdp).
- Girándolo o moviéndolo, 5% (2.1 mdp).
- Con una lámpara, 3% (1.2 mdp).
- Tallándolo en una hoja de papel, 2% (0.9 mdp), entre otras menciones.

Al cuestionar sobre por qué no utilizan otros elementos de seguridad que tienen los billetes, en respuesta múltiple y espontánea, el 31% (13.3 mdp) dijo no conocerlos o desconocer que tenían otros elementos de seguridad; el 21% (9.0 mdp) no lo hace por falta de tiempo; el 14% (5.9 mdp) confía en los que revisa, mientras que el 13% (5.7 mdp) cree que no es necesario, entre otras menciones.

Conocimiento de los materiales de los billetes, su utilidad, y preferencia entre billetes de papel algodón y de polímero

Por otro lado, al indagar sobre si han notado que los billetes en circulación están hechos de distintos materiales, el 80% (40.5 mdp) de la población objetivo respondió que sí. De estas personas, en respuesta múltiple, un 76% (30.6 mdp) mencionó, en general, que los billetes están hechos de plástico o polímero, mientras que un 56% (22.7 mdp) indicó que de papel algodón. Básicamente, se dieron cuenta de esta diferencia en el material de los billetes por medio del tacto o por la textura (69%, 23.6 mdp) y, en menor porcentaje, a simple vista (19%, 6.5 mdp), entre otras menciones. Asimismo, dos de cada tres personas (65%, 22.1 mdp) consideraron que esta diferencia en el material les ha sido de utilidad: para poder identificarlos (41%, 9.1 mdp); para que no se rompan, maltraten o ensucien (34%, 7.5 mdp); para saber si son auténticos o que no sean falsos (17%, 3.7 mdp); entre otras menciones.

De manera adicional, a quienes notaron que los billetes en circulación están hechos de distintos materiales (84%, 34.2 mdp) se les preguntó si recordaban cuáles denominaciones eran de papel y cuáles de polímero. Al respecto, de quienes mencionaron que los billetes son de polímero:

- El 91% y 92% (31.0 y 31.3 mdp) aseguraron que las denominaciones de \$20 y \$50 son de este material, respectivamente.
- El 43% (14.6 mdp) dijo que el billete de \$100.
- Entre el 16% y el 22% (5.4 a 7.6 mdp) las denominaciones de \$200, \$500 y \$1000.

Por otro lado, para quienes opinan que los billetes son de papel:

- El 78% (26.8 mdp) mencionó que el billete de \$200 es de este material.
- El 71% (24.4 mdp) dijo que la denominación de \$500.
- El 55% (18.7) el billete de \$1000.
- El 22% (7.5 mdp) el de \$100.

Cabe mencionar que una de cada cuatro personas no supo de qué material son los billetes de \$1000 que están en circulación. Asimismo, para el billete de \$100, el 34% (11.8 mdp) mencionó, de manera espontánea, que hay billetes tanto de papel como de polímero.

En lo referente a la evaluación de distintos atributos de los billetes de polímero y de papel algodón; en general, las personas dijeron preferir los de polímero porque consideran que son más higiénicos, 76% (25.8 mdp); duran más, 69% (23.7 mdp); son más seguros, 61% (20.7 mdp); les gusta más la textura, 60% (20.3 mdp); además de preferirlos, 57% (19.5 mdp), respecto a los billetes de papel.

Características más importantes y menos importantes de un billete

También se cuestionó sobre las dos características más importantes y las dos menos importantes de un billete, sin considerar el material. Entre las más importantes para la población objetivo destacan, en respuesta múltiple, que:

- Los billetes no se puedan falsificar, 46% (23.1 mdp).
- Que se pueda verificar rápidamente si son auténticos, 43% (21.5 mdp).
- Que se vea fácilmente la denominación, 30% (15.2 mdp).
- Que sean durables, 29% (14.7 mdp), entre otras menciones.

Por el contrario, las características menos importantes que se mencionaron son:

- Que estén bonitos, 69% (34.6 mdp).
- Que no estén sucios, 60% (30.5 mdp).
- Que se puedan contar fácilmente, 19% (9.3 mdp), entre otras menciones.

Conocimiento sobre nuevos diseños de billetes en circulación y cómo se enteró

El 83% (42.0 mdp) de la población objetivo ha notado que hay nuevos diseños de billetes en circulación. En general, estas personas se enteraron de los nuevos diseños porque, en respuesta múltiple y espontánea: los recibieron, 50% (20.9 mdp); por televisión, 43% (18.0 mdp); en internet, 28% (11.7 mdp); entre otras menciones.

Asimismo, el 48% (24.3 mdp) de la población objetivo ha notado que el diseño de algunas denominaciones de estos nuevos billetes son verticales y otras horizontales. De estas personas, y respecto a si recordaban cuáles denominaciones tienen formato vertical, el 43% (10.5 mdp) indicó que el billete de \$100, el 35% (8.4 mdp) el billete de \$50, y el 24% (5.8 mdp) el billete de \$20.

Nuevo billete de \$20

Conocimiento del nuevo billete de \$20 y de sus características como color(es), personaje(s) principal(es) y reverso

En particular, sobre el nuevo billete de \$20, el 72% de la población objetivo (36.2 mdp) aseguró conocerlo o haber escuchado sobre esta denominación. De estas personas, los colores que asociaron a este billete, en respuesta múltiple, fueron:

- Rosa, fucsia, rosa mexicano; 35% (12.7 mdp).
- Verde, 29% (10.6 mdp).
- Rojo, 21% (7.8 mdp).
- Azul, 15% (5.3 mdp), entre otros colores.

Por otro lado, se observó un elevado desconocimiento por parte de la gente sobre lo que hay tanto en la parte frontal como en el reverso de este nuevo billete.

Respecto al anverso de esta denominación:

- El 71% (25.8 mdp) no supo o no recordó qué hay.
- El 14% (5.2 mdp) mencionó que el personaje principal es Benito Juárez.
- Sólo un 1.3% (0.45 mdp) mencionó que es el Ejército Trigarante.
- Otro 1.0% (0.36 mdp) hizo referencia a la Consumación de la Independencia.

De igual manera ocurrió con el reverso, ya que:

- El 78% (28.3 mdp) no supo o no recordó qué hay.
- El 4% (1.4 mdp) mencionó al cocodrilo.
- Un 2% (0.9 mdp) supo que hay un paisaje.
- El 2% (0.6 mdp) dijo que una garza.
- Un 2% (0.6 mdp) indicó que manglares.

Uso en transacciones, confusión con otras denominaciones y razones de la confusión, o en qué se fijan quienes no los confunden

Por otro lado, de quienes aseguraron conocer o haber escuchado sobre este billete, el 97% (35.0 mdp) lo ha tenido en sus manos; de los cuales, el 99% (34.7 mdp) afirmó que lo ha usado en sus compras o pagos. Asimismo, al momento de hacer las compras o pagos, el 56% (19.4 mdp) de las personas ha confundido este nuevo billete de \$20 con alguna otra denominación. Básicamente, la confusión ha sido con el billete de \$100 (60%, 11.7 mdp) y, en menores porcentajes, con el billete de \$500 (16%, 3.2 mdp), el de \$200 (12%, 2.4 mdp) y el de \$50 (10%, 1.9 mdp). Esta confusión se originó principalmente por los colores del billete (94%, 18.2 mdp).

Finalmente, quienes han tenido este nuevo billete en sus manos, para distinguir su denominación se fijan principalmente, en respuesta múltiple, en el número de la denominación, 81% (28.2 mdp); en los colores, 22% (7.5 mdp); en el tamaño del billete, 10% (3.6 mdp); entre otras menciones.

Posibles razones del incremento en el uso del billete de \$20

En el último año, el 78% de la población objetivo (39.2 mdp) ha utilizado los billetes de \$20 con mayor frecuencia que el año anterior. De estas personas, en respuesta múltiple, se mencionó que es porque:

- Es el más usado o el que recibe con más frecuencia, 64% (25.3 mdp).
- Se lo han dado, 25% (9.6 mdp).
- No consigue monedas, 3% (1.2 mdp).
- No hay suficientes monedas de \$10, 2% (0.8 mdp).
- Le gusta mucho el nuevo billete de \$20, 1% (0.4 mdp).
- Para ahorrarlo, 1% (0.3 mdp).
- Para coleccionarlo, 1% (0.2 mdp).

Por otro lado, al mostrar a todas las personas una imagen con el nuevo billete de \$20 conmemorativo, se preguntó qué usos le daban a este billete. En respuesta múltiple, el 89% de la población objetivo (44.8 mdp) paga con él o lo usa como cambio, el 12% (5.9 mdp) lo guarda para ahorrarlo, el 9% (4.6 mdp) lo guarda para coleccionarlo.

Nuevo billete de \$50

Conocimiento del nuevo billete de \$50 y de sus características como color(es), personaje(s) principal(es) y reverso

En lo referente al nuevo billete de \$50, el 62% de la población objetivo (31.3 mdp) aseguró conocerlo o haber escuchado de él. De estas personas, los colores que le asociaron a este billete, en respuesta múltiple, fueron:

- Morado, 45% (14.2 mdp).
- Rosa, fucsia, rosa mexicano, 34% (10.6 mdp).
- Rojo, 10% (3.1 mdp).
- Violeta, 7% (2.3 mdp), entre otros colores.

Similar al billete de \$20, también se observó un elevado desconocimiento sobre lo que hay tanto en el anverso como en el reverso de este nuevo billete. Respecto al anverso de esta denominación, el 56% (17.6 mdp) no supo o no recordó qué hay, el 32% (10.0 mdp) mencionó que el ajolote, un 5% (1.4 mdp) mencionó que es Morelos. De igual manera ocurrió con el reverso, ya que el 70% (21.8 mdp) no supo o no recordó qué hay, el 16% (5.2 mdp) mencionó nuevamente al ajolote, y un 4% (1.2 mdp) dijo que está el lago de Xochimilco.

Uso en transacciones, confusión con otras denominaciones y razones de la confusión, o en qué se fijan quienes no los confunden

Asimismo, de quienes aseguraron conocer o haber escuchado sobre este billete, el 91% (28.6 mdp) lo ha tenido en sus manos; y de éstos, el 91% (26.0 mdp) afirmó que lo ha usado en sus compras o pagos. De igual manera, al momento de hacer las compras o pagos, sólo el 10% (2.5 mdp) de las personas ha confundido este nuevo billete de \$50 con alguna otra denominación. Básicamente, la confusión ha sido con el billete de \$100 (33%, 0.8 mdp), con el billete de \$20 (32%, 0.8 mdp), y el de \$500 (29%, 0.7 mdp). Nuevamente, esta confusión se originó principalmente por los colores del billete (92%, 2.3 mdp).

Finalmente, quienes han tenido este nuevo billete en sus manos, para distinguir su denominación se fijan principalmente, en respuesta múltiple, en el número de la denominación, 73% (20.8 mdp); en los colores, 32% (9.2 mdp); en los dibujos, 9% (2.6 mdp); entre otras menciones.

Nuevo billete de \$100

Conocimiento del nuevo billete de \$100 y de sus características como color(es), personaje(s) principal(es) y reverso

Para el nuevo billete de \$100, el 64% de la población objetivo (32.4 mdp) mencionó conocerlo o haber escuchado de él. De estas personas, los colores que le asociaron a este billete, en respuesta múltiple, fueron:

- Rosa, fucsia, rosa mexicano, 40% (13.1 mdp).
- Rojo, 36% (11.5 mdp).
- Anaranjado, 16% (5.2 mdp), entre otros colores.

De manera similar a los billetes de \$20 y \$50, se observó un elevado desconocimiento sobre lo que hay tanto en el anverso como en el reverso de este nuevo billete. Respecto al anverso de esta denominación, el 74% (23.8 mdp) no supo o no recordó qué hay, y sólo el 18% (5.8 mdp) mencionó a Sor Juana Inés de la Cruz. Análogamente ocurrió con el reverso, ya que el 91% (29.3 mdp) no supo o no recordó qué hay, y sólo el 4% (1.2 mdp) mencionó mariposas.

En lo referente al material de esta nueva denominación, el 80% (26.0 mdp) de quienes lo conocen, saben que es de polímero o “plástico”, un 4% (1.3 mdp) de papel algodón. Cabe mencionar que un 16% (5.3 mdp) no supo o no recordó.

Uso en transacciones, confusión con otras denominaciones y razones de la confusión, o en qué se fijan quienes no los confunden

Asimismo, de quienes aseguraron conocer o haber escuchado sobre este billete, el 97% (31.4 mdp) lo ha tenido en sus manos; y de éstos, el 99% (31.2 mdp) afirma que lo ha usado en sus compras o pagos. De igual manera, al momento de hacer las compras o pagos, el 39% (12.1 mdp) de las personas ha confundido este nuevo billete de \$100 con alguna otra denominación. Básicamente, la confusión ha sido con el billete de \$20 (90%, 10.9 mdp), y en menor proporción con el de \$50 (9%, 1.1 mdp). Esta confusión se originó principalmente por los colores del billete (94%, 11.5 mdp).

Nuevo billete de \$200

Conocimiento del nuevo billete de \$200 y de sus características como color(es), personaje(s) principal(es) y reverso

Para el nuevo billete de \$200, el 38% de la población objetivo (19.0 mdp) lo conoce o ha escuchado de él. De estas personas, los colores que le asociaron a este billete fueron:

- Verde, 87% (16.6 mdp).
- Azul, 5.5% (1.0 mdp), entre otros colores.

Como en los billetes anteriores, se observó un elevado desconocimiento sobre lo que hay en el anverso y en el reverso de este nuevo billete. Respecto al anverso de esta denominación, en respuesta múltiple, el 71% (13.5 mdp) no supo o no recordó quiénes son los personajes del anverso;

el 11% (2.1 mdp) mencionó a Miguel Hidalgo y Costilla; un porcentaje similar, 10.5% (2.0 mdp), mencionó a Sor Juana Inés de la Cruz, y sólo el 6% (1.1 mdp) a José María Morelos y Pavón, entre otras menciones. De igual manera ocurrió con el reverso, ya que el 87% (16.5 mdp) no supo o no recordó qué hay, y sólo el 5% (0.9 mdp) mencionó que un águila, entre otras respuestas.

Uso en transacciones, confusión con otras denominaciones y razones de la confusión, o en qué se fijan quienes no los confunden

Asimismo, de quienes aseguraron conocer o haber escuchado sobre este billete, el 91% (17.4 mdp) lo ha tenido en sus manos; y de éstos, el 99% (17.3 mdp) afirmó que lo ha usado en sus compras o pagos. De igual manera, al momento de hacer las compras o pagos, sólo el 6.2% (1.1 mdp) de las personas ha confundido este nuevo billete de \$200 con alguna otra denominación. Básicamente, la confusión ha sido con el billete de \$20 (86%, 0.93 mdp), principalmente por los colores (91%, 1.0 mdp).

Finalmente, quienes han tenido este nuevo billete en sus manos, para distinguir su denominación se fijan principalmente, en respuesta múltiple, en el número de la denominación, 78% (13.5 mdp); en los colores, 40% (7.0 mdp); entre otras menciones.

Nuevo billete de \$500

Conocimiento del nuevo billete de \$500 y de sus características como color(es), personaje(s) principal(es) y reverso

Para el nuevo billete de \$500, el 55% de la población objetivo (27.8 mdp) lo conoce o ha escuchado de él. De estas personas, los colores principales que le asociaron a este billete fueron:

- Azul, 87% (24.3 mdp).
- Morado, 6.5% (1.8 mdp), entre otros colores.

Sobre el conocimiento del personaje de este nuevo billete, en respuesta múltiple, el 45.7% (12.7 mdp) mencionó a Benito Juárez, mientras que un porcentaje similar, 46% (12.8 mdp) no supo o no recordó quién es el personaje del anverso, entre otras menciones. Como en las denominaciones previas, para este billete también hubo un elevado desconocimiento sobre lo que hay en el reverso, ya que el 79% (22.0 mdp) no supo o no recordó qué hay, y sólo el 15% (4.2 mdp) mencionó que hay una ballena o ballenas, entre otras respuestas.

Uso en transacciones, confusión con otras denominaciones y razones de la confusión, o en qué se fijan quienes no los confunden

Asimismo, de quienes aseguraron conocer o haber escuchado sobre este billete, el 97% (27.1 mdp) lo ha tenido en sus manos; y de éstos, el 99% (26.9 mdp) afirmó que lo ha usado en sus compras o pagos. De igual manera, al momento de hacer las compras o pagos, el 41% (11.0 mdp) de las personas ha confundido este nuevo billete de \$500 con alguna otra denominación. Básicamente, la confusión ha sido con el billete de \$20 (95%, 10.5 mdp), siendo los colores la principal razón (91%, 10.0 mdp), y, en segundo lugar, el personaje (21%, 2.3 mdp).

Finalmente, quienes han tenido este nuevo billete en sus manos, para distinguir su denominación se fijan principalmente, en respuesta múltiple, en el número de la denominación, 82% (22.3 mdp); en los colores, 26% (7.1 mdp); entre otras menciones.

Nuevo billete de \$1000

Conocimiento del nuevo billete de \$1000 y de sus características como color(es), personaje(s) principal(es) y reverso

Esta denominación de \$1000 fue la menos conocida entre la población objetivo, ya que el 39% (19.6 mdp) lo conoce o ha escuchado de él. De estas personas, los colores principales que le asociaron a este billete fueron:

- Azul, 34% (6.6 mdp).
- Gris, 27% (5.3 mdp).
- Morado, 21% (4.0 mdp), entre otros colores.

Referente a los personajes de este nuevo billete, también se observó un elevado desconocimiento sobre quiénes son, ya que el 78% (15.3 mdp) no supo o no recordó quiénes eran, mientras que el 6.5% (1.3 mdp) mencionó a Miguel Hidalgo y Costilla, y sólo el 4.5% (0.88 mdp) a Francisco I. Madero, entre otras menciones. Análogamente ocurrió con el reverso de este billete, el 89% (17.4 mdp) no supo o no recordó qué hay, y sólo el 9% (1.8 mdp) mencionó al jaguar, entre otras respuestas de menor porcentaje.

Uso en transacciones, confusión con otras denominaciones y razones de la confusión, o en qué se fijan quienes no los confunden

Asimismo, de quienes aseguraron conocer o haber escuchado sobre este billete, el 79% (15.5 mdp) afirma haberlo tenido en sus manos; y de éstos, el 89% (13.7 mdp) aseguró que lo ha usado en sus compras o pagos. De igual manera, al momento de hacer las compras o pagos, el 7.1% (0.97 mdp) de las personas ha confundido este nuevo billete de \$1000 con alguna otra denominación. La mayor confusión ha sido con el billete de \$500 (57%, 0.6 mdp), siendo, nuevamente, los colores la principal razón (95%, 0.9 mdp).

Finalmente, quienes han tenido este nuevo billete en sus manos, para distinguir su denominación se fijan principalmente, en respuesta múltiple, en el número de la denominación, 85% (13.1 mdp); en los colores, 34% (5.2 mdp); entre otras menciones.

Temas generales de la familia G

Medios por los que se enteraron de los nuevos billetes

Al indagar con las personas a través de qué medio se enteraron de estos nuevos diseños de billetes, en respuesta múltiple, el 44% (22.3 mdp) de la población objetivo se enteró por la televisión, el 41% (20.7 mdp) porque recibió físicamente alguno de ellos, el 25% (12.4 mdp) por medio de internet (Facebook, Twitter, Google, Yahoo), entre otras menciones.

Conocimiento de los diferentes diseños de billetes de una misma denominación, e inconvenientes

Asimismo, se cuestionó sobre si han notado o visto en circulación diferentes diseños de billetes para una misma denominación; un 46% (23.2 mdp) lo ha notado. Básicamente, se hizo mención de todas las denominaciones de billetes, siendo las más comunes la de \$20 (76%, 17.5 mdp), la de \$100 (63%, 14.6 mdp), y la de \$50 (55%, 12.7 mdp).

De igual manera, de quienes han notado o visto en circulación diferentes diseños de billetes para una misma denominación, sólo una de cada cinco personas (20%, 4.6 mdp) ha tenido algún problema con que haya diferentes diseños de billete para una misma denominación. El problema principal es que se confunden al pagar porque se parecen mucho, 81% (3.7 mdp).

Conocimiento de billetes de la familia G, por anverso y reverso, y en qué se fija

Para validar si las personas identificaban cuáles billetes eran de nuevo diseño, se les presentó una tarjeta con las imágenes de todos los anversos de los billetes de las familias F y G. Al respecto, las personas asociaron, en general, de manera correcta los anversos de los billetes de la familia G con nuevos diseños, además de que la denominación de \$200G tuvo un porcentaje similar para el \$200 conmemorativo del bicentenario del inicio del movimiento de Independencia (39%, 19.4 mdp). Los porcentajes son los siguientes:

- \$20 (conmemorativo), 65% (32.7 mdp).
- \$50, 64% (32.3 mdp).
- \$100, 56% (28.2 mdp).
- \$200, 39% (19.8 mdp).
- \$500, 60% (30.4 mdp).
- \$1000, 55% (27.8 mdp).

En lo referente a los reversos de la familia G, los porcentajes fueron:

- \$20 (conmemorativo), 64% (32.2 mdp).
- \$50, 49% (25.0 mdp).
- \$100, 61% (30.7 mdp).
- \$200, 37% (18.7 mdp).
- \$500, 67% (34.1 mdp).
- \$1000, 51% (25.6 mdp),

Para el caso del billete de \$200 conmemorativo del bicentenario del inicio del movimiento de Independencia, éste tuvo un porcentaje ligeramente superior al \$200G (40%, 19.9 mdp).

Para hacer esta distinción en los billetes que tienen nuevos diseños, las personas se basaron, en respuesta múltiple, en el diseño o en los dibujos, 54% (27.1 mdp); en los colores, 37% (18.6 mdp); en el número de la denominación, 25% (12.4 mdp); entre otros.

Convivencia en la circulación de billetes de nuevo diseño con los diseños anteriores, y molestias que origina

El 91% de la población objetivo (45.8 mdp) ha notado que tanto los diseños nuevos de billetes como los anteriores están actualmente en circulación. De estas personas, el 51% (23.4 mdp) afirmó que, al realizar una transacción, no le genera nada de confusión que estén en circulación los diseños de billetes nuevos y los anteriores; mientras que al 48% (21.9 mdp) le genera poca o mucha confusión. Entre las principales razones de las confusiones están, en respuesta múltiple, el color (67%, 14.7 mdp); el diseño o el dibujo (17%, 3.8 mdp); el tamaño (14%, 3.1 mdp); confundir uno de \$500 pensando que era de \$20 (6%, 1.4 mdp); o confundir uno de \$100 pensando que era de \$20 (4%, 0.9 mdp), entre otras menciones.

Gusto por el contenido de los billetes de la familia G y su comparación con gusto por diseños de la familia F

Al preguntar sobre qué tanto gustan los nuevos diseños de los billetes (familia G), al 55% (27.6 mdp) de la población objetivo le gustan mucho, al 33% (16.5 mdp) poco y al 10% (5.1 mdp) nada. Asimismo, comparando los billetes de diseño anterior (familia F) con los de diseño nuevo, el 74% (37.4 mdp) piensa que los nuevos diseños están más bonitos, mientras que el 19% (9.7 mdp) considera que los anteriores, sólo un 3% (1.6 mdp) piensa que ninguno.

Para quienes consideran que los diseños nuevos son más bonitos, las razones fueron:

- Tienen más colorido, 35% (13.1 mdp).
- Por el diseño, 13% (4.9 mdp).
- Por los personajes, 10% (3.8 mdp).
- El material, 6% (2.4 mdp).
- Por la cultura mexicana, 6% (2.4 mdp), entre otras menciones.

Por el contrario, para quienes piensan que los diseños anteriores son más bonitos, las razones fueron:

- Es más fácil reconocerlos, 22% (2.1 mdp).
- Por el material, 12% (1.1 mdp).
- Por la cultura mexicana, representan a México; 10% (1.0 mdp).
- La calidad, duran más; 10% (0.9 mdp).
- Por los personajes, 10% (0.9 mdp); entre otras menciones.

Percepción de seguridad en billetes de las familias G y F

Al indagar sobre si estos nuevos billetes son más seguros, igual o menos seguros que los billetes de diseño anterior, el 43% (21.8 mdp) de la población objetivo consideró que son igual de seguros los nuevos y los anteriores, el 39% (19.9 mdp) cree que son más seguros los nuevos, y el 15% (7.5 mdp) que son menos seguros.

Para quienes manifiestan que son más seguros, las razones fueron:

- Por el material, o son más resistentes; 42% (8.4 mdp).
- Tienen nuevos elementos de seguridad, 21% (4.2 mdp).
- Tienen más elementos de seguridad, 15% (2.9 mdp).
- Más difícil de falsificar, 8% (1.6 mdp), entre otras menciones.

Quienes manifestaron que son menos seguros, las razones fueron:

- Son fáciles de falsificar, 32% (2.4 mdp).
- Se maltratan muy rápido, 22% (1.6 mdp).
- Son muy resbaladizos, 15% (1.1 mdp).
- Por el papel o material, 9% (0.7 mdp).
- Por las confusiones que causan, 8% (0.6 mdp), entre otras menciones.

Recepción de billetes falsos de la familia G, denominaciones, cantidad promedio y cómo se enteró de que era falso

El 8% (4.2 mdp) de la población objetivo manifestó que en los últimos tres meses ha recibido billetes falsos imitando billetes de la nueva familia G. Las denominaciones que han recibido, y el número de billetes falsos recibidos en promedio, se muestran en la **Tabla 1**:

Tabla 1. Porcentaje de personas que recibieron

| <i>Denominación</i> | <i>Porcentaje (millones de personas, mdp)</i> | <i>Promedio de billetes recibidos</i> |
|---------------------|---|---------------------------------------|
| \$20 | 14% (0.6 mdp) | 2.9 |
| \$50 | 35% (1.5 mdp) | 2.2 |
| \$100 | 14% (0.6 mdp) | 2.1 |
| \$200 | 35% (1.5 mdp) | 2.0 |
| \$500 | 31% (1.3 mdp) | 2.4 |
| \$1000 | 8% (0.3 mdp) | 1.7 |

Las razones por las cuales se dieron cuenta de que la pieza era presuntamente falsa fueron:

- La textura del billete, 36% (1.5 mdp).
- El papel, estaba muy delgado o más grueso; 27% (1.1 mdp).
- Los elementos de seguridad, 21% (0.9 mdp).
- El color del billete, 18% (0.7 mdp).
- Las marcas de agua, 12% (0.5 mdp).
- El tamaño del billete, 9% (0.4 mdp), entre otras menciones.

Estudios cualitativos, segunda ronda de grupos focales

Conocimiento de los billetes de la familia G

Identificación de los billetes de la familia G

Conocimiento de las denominaciones de billetes

Sin excepción alguna, en todas las sesiones realizadas los participantes mencionaron que conocían todas las denominaciones de billetes que actualmente están en circulación, es decir, los de \$20, \$50, \$100, \$200, \$500 y \$1000.

De manera similar, al preguntarles si habían notado la existencia de nuevos billetes en circulación, mencionaron las mismas denominaciones anteriormente indicadas, aunque en cinco sesiones⁹ se mencionó que ya estaba o estaría en circulación el billete de \$2000. Asimismo, **se observaron variaciones en cuanto a la manera de enunciar las diferentes denominaciones que conocían de los nuevos billetes**, pues en lugar de mencionarlas en orden ascendente, como fue en el caso de los billetes en general, la mayoría inició mencionando el billete de \$50.

Recordación general de los billetes de la familia G

Respecto a la recordación general de los billetes de la familia G, la mayoría de los participantes mencionó el billete de \$50, el cual fue descrito como el billete del ajolote o el que era muy bonito. También mencionaron que estos nuevos billetes se confundían, que eran conmemorativos, más resistentes, pequeños, coloridos, que había nuevos personajes o los habían cambiado de denominación, que se cambió el material (más plastificados) y orientación, que algunos se coleccionan y que había una aplicación del celular en donde se podía ver el movimiento de los animales o personajes.

Diseño

Posteriormente se les preguntó de manera específica qué recordaban sobre el diseño de cada denominación, tanto del anverso como del reverso, y se registró que en el nuevo billete de \$20 muy pocos participantes lograron identificar el diseño del anverso: algunos, de manera difusa, indicaron que se trataba de la independencia y que traía una bandera y un arco, pero únicamente un par de participantes mencionaron que se trataba de la entrada del Ejército Trigarante. En cambio, lo que más resaltaron de este diseño fue el color —descrito como una combinación de gamas de rosa y verde—, la ventana transparente y que se confundía con el de \$100. El reverso fue menos recordado y los pocos participantes que lograron hacerlo principalmente mencionaron al cocodrilo. Sólo unos cuantos participantes hicieron referencia al “lago” y al ave (garza chocolatera).

El diseño del nuevo billete de \$50 fue recordado por buena parte de los participantes, principalmente porque “trae a un ajolotito” y por su color vino, violeta, púrpura o “moradito”. Sin embargo, la mayoría, incluso quienes recordaron con precisión el diseño, indicó que el ajolote se

⁹ Las sesiones fueron C-/D+ en San Luis Potosí; usuarios intensivos de efectivo en Guadalajara; AB/C+ en Guadalajara; AB/C+ en San Luis Potosí y usuarios intensivos de efectivo en Ciudad de México.

encontraba en el anverso. Solo una mínima parte recordó correctamente que el ajolote estaba en el reverso y que había un lago.

La mayor parte de los participantes recordaron que en el anverso del nuevo billete de \$100 estaba Sor Juana Inés de la Cruz y unas mariposas. En cambio, el reverso no fue recordado en la misma proporción y con la misma precisión, pues sólo algunos participantes llegaron a decir que había mariposas.

De igual manera, el anverso del nuevo billete de \$200 fue recordado por varios participantes, pero con menor precisión al de \$100, ya que, a pesar de que algunos indicaron que se trataba de Morelos e Hidalgo, otros mencionaron que traía a dos o tres personajes sin mencionar quiénes eran. Por el contrario, en pocas sesiones se recordó correctamente el reverso.

El diseño del anverso del nuevo billete de \$500 tuvo un nivel de recordación alto, pues en todas las sesiones mencionaron que el personaje era Benito Juárez. El reverso, de igual manera, tuvo un nivel de recordación alto (pues la mayoría indicó que había ballenas en el mar), salvo en algunas sesiones como Ciudad Juárez-usuarios intensivos de efectivo; Torreón-usuarios intensivos de efectivo; Ciudad de México-usuarios intensivos de efectivo y C-/D+.

En contraste con el billete anterior, el de \$1000 fue recordado con menor frecuencia y precisión, puesto que la mayoría de los participantes mencionó que estaba “Madero y otros dos personajes”, “Madero y dos mujeres” o simplemente que “había tres personas”. La parte del reverso tampoco fue recordada por la mayoría. De hecho, en más de una de las sesiones en donde no fue recordado el diseño, tanto del anverso como del reverso, algunos participantes dijeron que **dicho desconocimiento se debía a que pocas veces o nunca habían tenido ese billete en sus manos**.

A la mayoría de los participantes le gustan estos nuevos billetes porque son resistentes, bonitos, coloridos, llamativos, modernos, seguros, resistentes y se pueden ver en tercera dimensión con una aplicación del teléfono. En cuanto al diseño, varios dijeron que las imágenes “son menos aburridas” que los billetes anteriores y que era mejor que estos diseños se enfocaran más en elementos de la naturaleza y la cultura, en lugar de personajes históricos o presidentes.

Como era de esperarse, el billete que más les gustó de la familia G fue el de \$50, principalmente por el ajolote y el color. Al indagar las razones de por qué les había gustado tanto el ajolote, los participantes mencionaron que: “se veía contento en el diseño”, era una especie endémica de México, “a los niños les llama la atención”, “es un animal medicinal”, “es un animalito muy diferente”, “es un animal que todos quieren” y “es de la suerte”.

En menor medida mencionaron que el billete que más les gustaba era el de \$500 y \$20.

Material

Al indagar si recordaban de qué material estaban hechos los billetes de la familia G, todos los participantes mencionaron que los de \$20 y \$50 eran de plástico, material que también fue referido

como papel sulfatado, nylon, polímero, “hule”, “el material que se resbala”, “el que se pega”, “los que flotan cuando se caen al agua” o “los que se pueden lavar”.

De igual manera, el material del billete de \$100 fue recordado por casi todos, pues en la sesión de Guadalajara con la población AB/C+ algunos participantes dudaron si era de papel o polímero.

El material del billete de \$200 fue recordado por la mayoría como de papel, y en algunas sesiones señalaron que no se sentía igual que el papel de los billetes de la familia anterior, pues el nuevo se sentía encerado y más rasposo. No obstante, en las sesiones de San Luis Potosí con la población C-/D+ y usuarios intensivos de efectivo, y en CDMX con la población C-/D+ algunos participantes indicaron que estaban hechos de plástico.

En cuanto al material del billete de \$500, todos los participantes mencionaron que era de papel, pero varios afirmaron que era más grueso, texturizado, corrugado y resistente que el billete de \$200 de la familia G y que todos los de la familia F. Incluso, en algunas sesiones, como en Cd. Juárez-usuarios intensivos de efectivo, se dijo que el material era tan grueso que parecía cartón, lo que hacía pensar que conforme aumentaba la denominación incrementaba el grosor del billete. Asimismo, algunos participantes mencionaron que era papel encerado y ligeramente plastificado.

Finalmente, sobre el material del billete de \$1000, todos dijeron que era de papel, excepto en las sesiones de Oaxaca C-/D+ y Torreón AB/C+, en donde se dijo que eran de plástico, y las sesiones de San Luis Potosí-usuarios intensivos de efectivo y C-/D+, donde se dijo que no sabían de qué material era porque no lo habían visto en circulación.

Orientación

En general, ninguno de los participantes recordó correctamente la orientación del nuevo billete de \$20. La mayoría indicó que era vertical y las únicas sesiones en donde se mencionó que era vertical y horizontal fue en Guadalajara AB/C+, Torreón AB/C+ y C-/D+, y CDMX-usuarios intensivos de efectivo, pero no se indicó con precisión qué parte del billete era vertical y cuál horizontal.

La orientación del billete de \$50 fue recordada por más de la mitad de los participantes correctamente. En las demás sesiones se recordó con orientación horizontal y en algunas se dudó (Mérida AB/C+, Oaxaca AB/C+, Torreón-usuarios intensivos de efectivo) o se dijo que de un lado era horizontal y del otro vertical (CDMX C-/D+).

A diferencia de las denominaciones anteriores, la orientación del billete de \$100 fue recordada correctamente por casi todos los participantes, excepto en algunas sesiones de Cd. Juárez, CDMX, Mérida y Guadalajara, donde se indicó que era horizontal.

Respecto a la orientación de los billetes de \$200, \$500 y \$1000 todos recordaron correctamente que eran horizontales, salvo en las sesiones de Mérida C-/D+ y San Luis Potosí AB/C+ y C-/D+, donde algunos participantes dijeron que los de \$200 eran verticales, lo cual podría deberse a que el billete de \$200 *Conmemorativo del inicio del movimiento de Independencia de la familia F* tiene orientación vertical.

Al profundizar en por qué recordaban con mayor precisión la orientación de los billetes en lugar de los diseños, algunos participantes dijeron que **asociaban el material del que estaban hechos con la orientación, de modo que los de polímero eran verticales y los de papel, horizontales**. De igual manera se comentó que la orientación era un elemento que tenían más presente, particularmente al momento de acomodar los billetes.

Contenido temático

Al preguntarles si recordaban algún contenido temático en los nuevos billetes, en general identificaron distintos aspectos que se agruparon en tres categorías: historia, flora y fauna, y cultura. Asimismo, se encontraron comentarios más generales que hacían referencia a “temas nacionales de México”, “temas más actuales que la familia de billetes anterior” y “nuevos personajes”.

Respecto a los comentarios relacionados con la historia de México, algunos se refirieron a un periodo específico de la historia, como la Revolución mexicana, la Independencia de México, “el Porfiriato” o el establecimiento de la Constitución. Otros hicieron referencia a la “prehistoria”, “los antepasados”, “los presidentes” y “los personajes históricos”, los cuales “ya no estaban solos” en estos nuevos diseños de billetes, sino que “venían con todo y escena”.

Los comentarios afines a la flora y fauna de México fueron biodiversidad, especies en peligro de extinción (como el ajolote, las mariposas, las ballenas, el jaguar y el águila), naturaleza, “concientización sobre biología o vida”, “concientización del medio ambiente”, “rescate de animales en peligro de extinción”, “vida marina” y contenido ecológico.

En cuanto a la cultura, al ser una categoría amplia y difusa, se mencionaron lugares representativos de México como paisajes, Xochimilco, ciudades importantes, la reserva de las mariposas y los santuarios. También se hizo referencia a los símbolos patrios y a los aspectos artísticos y arquitectónicos, que se manifiestan en los monumentos históricos, edificios, pirámides y palacios.

Colores

Billete de \$20

Todos recordaron correctamente que el nuevo billete de \$20 tiene varios colores, incluso en las sesiones de Oaxaca AB/C+, San Luis Potosí C-/D+ y Torreón-usuarios intensivos de efectivo se dijo que eran los colores de la bandera, pero “difuminados” o “en color pastel”.

Si bien en todas las sesiones se indicaron los colores verde, blanco y rojo, lo que cambió en cada sesión fue el énfasis en las respectivas tonalidades, por ejemplo, para el color rojo se mencionó anaranjado, rosa, beige, salmón, melón, caqui y café; para el verde, se dijo verde militar y verde bandera; y para el blanco, “cremita” y gris.

En la mayoría de las sesiones, los participantes dijeron que sí les gustaba este color porque “le da identidad nacionalista”, es llamativo, se identifica fácilmente, tiene muchos colores, “los colores son mexicanos”, “resalta como si fuera la bandera”, es novedoso, es “alusivo a nuestros colores patrios”,

se ve “alegre”, “es difícil de igualar”, “se ve femenino” y “porque al tener tonos pastel, se refleja la idea de paz que queremos”.

A quienes no les gustó este color, principalmente dijeron que se confundía con el billete de \$100 y en menor medida se dijo que era “aburrido”, “parece cartón o basura”, “no tiene chiste”, “lo hubieran dejado azul”, es un color “muy débil” y que “debería haber un color para cada denominación”.

Billete de \$50

En cuanto al color del nuevo billete de \$50, todos los participantes lo recordaron correctamente, refiriéndolo como morado, fucsia, rosa, púrpura, violeta y lila. De igual manera, y a diferencia de la denominación anterior, sin excepción alguna a todos les gustó porque es un **color novedoso, pero cercano al de la familia anterior, el cual ya habían asociado con la denominación**; en palabras de una participante: “no tuvo un cambio brusco”. Otros participantes dijeron que les gustaba porque era llamativo, fácil de identificar, moderno, “fresco”, “afín a la temática del ajolote”, “alusivo a las mujeres y particularmente al cáncer de mama”, “tiene que ver con instancias de no violencia a las mujeres”, “es un color mexicano” y “es un color que se utiliza en las fiestas de las iglesias de Oaxaca”.

Billete de \$100

El color del nuevo billete de \$100 también fue recordado correctamente por todos y se mencionó que era una combinación de tonos rojos con blanco y verde. Igualmente, una buena parte de los participantes dijo que era similar al de \$20, pero a diferencia de éste, el de \$100 gustó más, básicamente porque es similar al color que tenía anteriormente (en la familia F). También se dijo que el color agradaba porque era llamativo, “elegante” y fácil de distinguir.

A quienes no les gustó este color indicaron que se confundía con el de \$20 y que, al ser parecido a un billete de baja denominación, se asociaba a un valor menor del que le corresponde al de \$100. En un sentido similar se dijo que parecía un color de un “billete de juguete” y que los colores fuertes se asociaban con fuerza, por lo que al tener el nuevo billete tonos pasteles, se asociaba con “la carencia de fuerza”.

Billete de \$200

El color del nuevo billete de \$200 fue recordado en todas las sesiones, salvo por algunos participantes de la sesión de Mérida AB/C+ que afirmaron no conocerlo o no recordarlo. En un sentido similar, a todos les gustó este color, excepto por algunos participantes de Torreón del grupo de usuarios intensivos de efectivo.

Este color gustó esencialmente porque ya están familiarizados con él —en palabras de un participante de Torreón AB/C+: “te quedaste con el mismo chip”— lo cual evita confusiones. Asimismo, se indicó que les gustaba el color porque el verde lo asocian con la naturaleza y porque se parece al color de los dólares.

Billete de \$500

El color del nuevo billete de \$500 fue recordado por todos de manera correcta y en todas las sesiones se registró que gusta este color, excepto por unos pocos participantes de las sesiones de Mérida-usuarios intensivos de efectivo, San Luis Potosí AB/C+ y C-/D+, Torreón AB/C+ y usuarios intensivos de efectivo, quienes principalmente argumentaron que se confundía con el de \$20 de la familia F.

En general este color gustó porque es alusivo a las ballenas y mares, “transmite paz o relajación”, “es llamativo”, “remite al cielo o a la vida”, “es un color más limpio que el anterior color violeta que se ensuciaba fácilmente”, “se ve imponente”, es un color neutro, es “elegante” y porque “es el color que le pertenece a Benito”.

Billete de \$1000

El color del nuevo billete de \$1000 fue el que se recordó de manera más difusa. Algunos lo recordaron correctamente como gris con verde, otros incorrectamente como azul, morado o rosa, y otros no lograron recordarlo, particularmente porque “casi no hay” y no lo han visto.

Quienes lo recordaron correctamente dijeron que les gustaba ese color primordialmente porque es un color “serio” y “elegante” que le da “más formalidad” a una denominación alta que “no cualquiera puede tener”.

Características comunes

Al preguntarles si habían identificado que los nuevos billetes tienen características comunes, los participantes mencionaron varios elementos como la ventana transparente (“burbujita” o “ventanita”), los relieves (“sensibilidad al tacto” o “braille”), la marca de agua (“dibujito que se ve en ambos lados del billete” o “lo que se ve a contra luz”), los hologramas (“denominación al interior de la denominación” o “efecto de movimiento”), el tamaño del billete que aumenta conforme incrementa la denominación, “que se puede usar una app en el celular para ver cómo se mueven los personajes”, la denominación, la franja de seguridad, el material, el número de serie, las firmas de los banqueros, los sellos del Banco de México y las leyendas de personajes o poesías.

En general, a todos les gustaron las características mencionadas porque permiten una identificación más fácilmente de la denominación, son novedosos, más seguros, más prácticos y manejables, más resistentes, más inclusivos (los tamaños y relieves “permiten que las personas que no ven, los puedan identificar”, “pensaron en la gente que no ve”) y más “presentables”.

Identificación de mensajes

El principal mensaje que identificaron en esta nueva familia de billetes fue la identidad mexicana, la cual: a) genera sentimiento de orgullo, alegría o amor por México, b) es difundida hacia los mexicanos —principalmente a las nuevas generaciones— y los extranjeros, pues los billetes “son tan bonitos que han ganado concursos a nivel internacional”, y c) se manifiesta a través de la cultura y biodiversidad.

Respecto al último aspecto, los participantes identificaron que los nuevos billetes transmiten conciencia por la naturaleza: proteger la flora (“al sacar más billetes de plástico, no se usa tanto papel ni se deforesta tanto”), conocer a los animales que están en peligro de extinción y cuidar a los animales (“así como cuidas tu dinero, cuidame [a los animales]”). Asimismo, se dijo que, **a diferencia de los billetes de la familia anterior, en la nueva se representa más a los mexicanos**, por lo que son billetes “**más cercanos a la población** porque no se enfoca tanto en héroes o demás”.

También se dijo que las características de estos billetes transmitían la idea de que son más seguros que los anteriores, ya que “parece que son más difíciles de falsificar”.

En la sesión de Torreón AB/C+ se mencionó que el hecho de **que estén cambiando constantemente los diseños de los billetes transmite el mensaje de que “no estamos muy estables. Nuestra estabilidad está comprometida”**.

Tenencia de denominaciones

En términos generales se identificó que no todos han tenido el nuevo billete de \$1000 y buena parte de quienes han tenido todas las denominaciones, sólo los han tenido una sola vez, pues algunas denominaciones, según indicaron, circulan rara vez.

Colección de billetes de la familia G

De los participantes que dijeron coleccionar algún billete de la familia G, la mayoría indicó el de \$50, seguido del billete de \$20 y el de \$1000. Entre las principales razones por las que coleccionan estos billetes, se encontró que lo hacían porque son conmemorativos, coloridos, por gusto, como herencia, como forma de ahorro y como inversión, pues después pueden tener más valor.

Convivencia en la circulación de billetes

A partir de esta sección se le repartió a cada participante seis billetes de cada denominación de las familias F y G, y se les indicó cuáles pertenecían a cada una.

Impacto

Se les preguntó si el que hubiera diferentes diseños de una misma denominación tenía algún impacto en sus transacciones diarias y la mayoría contestó que les confundía identificar ciertas denominaciones, buscan gastar el billete de la familia anterior, pierden tiempo al fijarse más para distinguir la denominación, “sacan a uno de concentración” o “te trabas al momento de dar el cambio”, revisan varias veces el billete para verificar y memorizar la denominación, les resulta tedioso y les genera desconfianza porque deben revisar más los nuevos billetes.

También dijeron que estos impactos fueron más intensos al inicio, cuando recién salieron a circular los nuevos billetes.

Para finalizar, en relación a la confusión, en la sesión de CDMX AB/C+ se dijo que el principal problema radicaba en que los colores fueran compartidos en diferentes denominaciones, más que

en la misma denominación, de ahí que **el problema sea “cuando se cruzan los colores de las denominaciones”**.

Confusión

Al profundizar sobre las posibles confusiones entre los billetes de las familias F y G, sin excepción alguna, en todas las sesiones se mencionó que la principal confusión estaba entre el billete de \$20 de la familia G y el de \$100 de la familia G, así como en el de \$20 de la familia F y el de \$500 de la familia G.

Entre las principales razones por las que se confunde el billete de \$20 G con el de \$100 G se mencionó el color, el tamaño, la textura, la orientación y el reverso que tiene paisajes similares y mariposas. En cuanto a las razones por las que se confunde el billete de \$20 F con \$500 G se señaló el color y el personaje (Benito Juárez).

También se enfatizó que dichas confusiones se podían agravar si se realizaban transacciones rápidas o con escasa luz y falta de visibilidad, y si el billete estaba doblado.

Varios participantes mencionaron que no solo los billetes se parecían, sino que llegaron a dar o recibir un billete en lugar de otro. En cambio, otros participantes de las sesiones de usuarios intensivos de efectivo, como en Guadalajara, por ejemplo, dijeron que a ellos no les había pasado, pero que frecuentemente algunos clientes querían aprovechar esta confusión para poderles dar o pedir un billete en lugar de otro: “la confusión no es con nosotros, sino que las personas que nos compran algo nos quieren confundir”.

Por último, se mencionó que **el ingreso de la familia G a la circulación no sólo causó confusión en los billetes de la familia G, sino que introdujo confusión entre los billetes de la familia F, la cual no había tenido problemas en este sentido**.

Identificación y uso de características denominativas y elementos de seguridad

Identificación de las denominaciones

En todas las sesiones se comentó que los elementos que toman en cuenta para identificar la denominación de los billetes de la familia G son los numerales, el tamaño, el color y la textura del material. Lo que relativamente cambió entre las sesiones fue el orden en el que mencionaron estos elementos, excepto los numerales que permanentemente fueron la primera mención.

Al preguntarles si estos elementos eran diferentes a los de la familia F, la mayoría dijo que sí porque la tipografía y ubicación de la denominación había cambiado, así como los personajes, pero sobre todo los colores de las distintas denominaciones.

Teniendo en cuenta lo anterior, en poco más de la mitad de las sesiones los participantes **prefirieron los elementos de la familia F**, en particular porque ya **están familiarizados con ellos, lo cual aminora el riesgo de equivocarse y el tiempo de revisión, con lo que se agiliza las transacciones**.

Quienes prefirieron los elementos de identificación de la familia G lo hicieron porque sus características facilitan la recordación (números brillantes, textura y relieves más marcados) y porque la denominación tiene una mejor ubicación.

Identificación de la autenticidad

Entre las características que los participantes toman en cuenta para identificar que los billetes de la familia G sean auténticos se enlistaron la denominación multicolor (“números holográficos”, “los tornasoles”, “la serie que se mueve”, “numero adentro de la denominación” o “numerito adentro del grande”), relieves sensibles al tacto (ubicados en “dibujos”, “la orilla del billete”, en “las ventanitas” y en letras de Banco de México), marca de agua (“lo que se ve a contra luz” o “lo que se ve a un lado del personaje”), ventana transparente (“membranas”), hilo dinámico (“cinta de color”, “cintilla”, “tiras”, “franja donde está la denominación” o “cinta tornasol”), folio creciente (“número de serie en tamaños”), material, franja negra o cintilla, y las firmas.

En menor medida se dijo que también se fijaban en el olor, los dibujos hechos de puntitos, que no manchaban los billetes, y que principalmente se revisaban los billetes cuando eran de alta denominación: “de \$100 en adelante”.

Mayoritariamente se dijo que los elementos para verificar la **autenticidad de los billetes eran más efectivos en la familia G que en la F porque tienen más elementos** y están mejor elaborados, lo cual hace que sean más difíciles de falsificar.

Dentro de los billetes de la familia G, se mencionó como el más **seguro el de \$50**, seguido del de \$20, \$1000 y \$100. Las principales razones por las que se consideró el billete de \$50 como el más seguro fueron que **tenía más elementos** y que se veían más detallados y diferentes. Los elementos mencionados fueron: material, ventana transparente, mayor cantidad de relieves marcados en la ventana, color del billete, hologramas, orientación vertical, denominación multicolor y “mariposita” que se ve en el anverso de la denominación multicolor.

Las razones que se indicaron para las denominaciones de \$20 y \$100 fueron similares a las del billete de \$50. Incluso, varios participantes dijeron que estos tres billetes eran los más seguros, básicamente porque consideraban que el material del que estaban hechos era más difícil de falsificar que el papel, por la ventana transparente y sus relieves, porque “la estructura de los billetes es diferente a los demás, no sigue el mismo patrón” y porque “trae gamas de colores diferentes, si hay cambio de color se puede ver que es falso”.

En cuanto a las razones para justificar que el billete de \$1000 es el más seguro, se comentó que era el que tenía los relieves más marcados, pero primordialmente se enfatizó que tenía que ser el más seguro porque es el que tiene más valor o como sostuvo un participante: “Como vale más, le meten más seguridad... es lo más lógico que sea el de \$1000”.

Elementos de seguridad

En esta sección se les pidió que describieran los elementos de seguridad que conocían de cada una de las denominaciones. A continuación, se muestran los elementos mencionados por denominación.

Billete de \$20

En general se mencionaron alrededor de ocho elementos que fueron percibidos como elementos de seguridad, los cuales fueron denominados de distinta forma. De éstos, el más mencionado fue la ventana transparente y sus respectivos relieves, seguido de la denominación multicolor y los relieves sensibles al tacto.

El elemento transparente que está al reverso de la denominación multicolor, mayoritariamente denominado como “la mariposa del reverso”, se consideró como un elemento de seguridad por varios participantes.

En el siguiente cuadro se muestran las diferentes maneras en las que se nombró a cada elemento de seguridad, así como otras características que se consideraron elementos de seguridad.

Cuadro 1. Elementos de seguridad mencionados en el billete de \$20

| Elemento de seguridad mencionado | Maneras de nombrarlo |
|---|--|
| Ventana transparente | Membrana, franja, las fechas de la cinta y la denominación, la bandera, muchos veintes en cinta, línea transparente, dos puntitos en la cinta, rueditas en la ventana que parecen braille, burbujitas, la denominación escondida donde está, los cuatro puntitos, lo que se siente en las ventanas, las rayas, braille en ventana. |
| Denominación multicolor | El movimiento de la denominación, holograma, numeral que cambia de color, transparencia de la línea, denominación dorada que tiene numeritos que suben y bajan, la denominación tiene otro veinte, el color dorado en la denominación |
| Relieves sensibles al tacto | (En arco, letras de Banco de México), textura en todo el billete, el número de serie está en relieve, relieve en personajes |
| Elemento transparente al reverso de la denominación multicolor | Mariposa de atrás, paloma que brilla atrás, holograma de la mariposita, figurita atrás de la denominación, mariposa en material diferente, un ave. |
| La flor de mangle del anverso | La estrella debajo del veinte rojo. |
| Material del billete* | |
| Color del billete* | |
| El escudo de la bandera* | |

* No se registraron otras maneras de nombrar este elemento.

Billete de \$50

En esta denominación se percibieron nueve elementos de seguridad y de igual manera, el que tuvo mayor número de menciones fue la ventana transparente con sus respectivos relieves y figuras. A diferencia del billete de \$20, el segundo elemento más mencionado fueron los relieves sensibles al tacto y el tercero, la denominación multicolor.

Asimismo, varios participantes percibieron como elemento de seguridad el elemento transparente al reverso de la denominación multicolor, igualmente llamado “mariposa”. De igual manera, la franja transversal con la denominación se percibió como otro elemento de seguridad por algunos participantes.

Cuadro 2. Elementos de seguridad mencionados en el billete de \$50

| Elemento de seguridad mencionado | Maneras de nombrarlo |
|--|---|
| Ventana transparente | El ojo, transparencia, El cincuenta transparente en la ventana, Relieve de la parte transparente, los cinco puntos de la ventana, el sistema braille, ventana con holograma, ventana tiene un “monito”. |
| Relieves sensibles al tacto | Textura del águila, letras en relieve, denominación, textura del nopal, nombre Banco de México, relieves en cuadro de la denominación, donde dice cincuenta hay relieve. |
| Denominación multicolor | Holograma, denominación dorada, denominación en tornasol, numero fosforescente, adentro de la denominación trae más denominación, numero dorado que cambia de color, varios cincuenta chiquitos en el holograma. |
| Elemento transparente al reverso de la denominación multicolor | La que parece una mariposa en la parte de atrás, mini ventana del reverso, la otra parte del cincuenta dorado, la figura prehispánica, jeroglífico en la denominación, abajo del ajolote hay una ventana, mariposa de plástico. |
| Franja transversal con la denominación | banda que se ve a contra luz y dice 50, tirita de en medio que dice 50, línea de seguridad que dice 50, |
| El caracol que está en el reverso a la derecha de la ventana transparente | Caracoles de los extremos. |
| En el reverso se ve como una imagen de unos elotes al fondo* | |
| Sello y dos firmas* | |
| Leyenda del águila* | |

* No se registraron otras maneras de nombrar este elemento.

Billete de \$100

En el billete de \$100 se identificaron diez elementos de seguridad y la ventana transparente también fue la más mencionada, pero a diferencia de las denominaciones anteriores, el elemento transparente al reverso de la denominación multicolor fue el segundo más mencionado, seguido de los relieves sensibles al tacto y la franja transversal con la denominación.

Cuadro 3. Elementos de seguridad mencionados en el billete de \$100

| Elemento de seguridad mencionado | Maneras de nombrarlo |
|---|---|
| Ventana transparente | Ventana transparente en la iglesia, las mariposas, el cine que se ve a contraluz, Puntitos, rayitas en la ventana, en el arco está la denominación en relieve, marcas en braille. |
| Elemento transparente al reverso de la denominación multicolor | Mariposa de atrás, mariposa transparente, mariposa dentro del cien. |
| Relieves sensibles al tacto | Relieve en sor Juana, letras bordadas. |
| Franja transversal con la denominación | La línea que dice 100 pesos, cinta de seguridad atravesada, tiritita cruzada, línea con mariposas. |
| Denominación multicolor | Denominación que cambia de color, número dorado, el cien en oro, cambia de color el holograma. |
| El número cien tres veces | A un costado de la ventana está tres veces la denominación. |
| El material | Se siente ahulado. |
| Folio creciente | Números de serie. |
| El cien en rojo* | |
| Leyenda* | |

* No se registraron otras maneras de nombrar este elemento.

Billete de \$200

Se nombraron alrededor de nueve elementos de seguridad en el billete de \$200 y los más mencionados fueron la marca de agua, los relieves sensibles al tacto, la línea negra que se ve a contraluz y el hilo dinámico.

La denominación multicolor también fue otro elemento mencionado, pero en menor frecuencia, así como los “cuatro puntitos que se encuentran en la esquina inferior derecha”.

Cuadro 4. Elementos de seguridad mencionados en el billete de \$200

| Elemento de seguridad mencionado | Maneras de nombrarlo |
|--|---|
| Marca de agua | La campana que se ve a contra luz, denominación a contra luz. |
| Relieves sensibles al tacto | Relieves en carita y campana, se puede raspar, el logotipo que está más bordado, líneas de los costados, la denominación que se siente al tacto |
| Línea negra que se ve a contraluz | Línea negra, cinta negra, cinta oscura, tiritita de ene medio, cinta café que se ve a contra luz, cinta que está por dentro. |
| Hilo dinámico | Holograma azul, franja que cambia de color, línea azul que se mueve y tiene numeritos, doscientos en la cinta. |
| Denominación multicolor | Holograma, serie tornasol, números chiquitos adentro de la denominación. |
| 4 puntitos en la esquina inferior derecha | Cuatro puntos por donde dice cantidad en letra, a tras luz se ve que caen los puntitos adentro. |

| Elemento de seguridad mencionado | Maneras de nombrarlo |
|----------------------------------|--|
| Número de serie* | |
| | En el fondo del lado izquierdo del águila se ve muchas veces en chiquito que dice la denominación* |
| Árbol que está al reverso* | |

* No se registraron otras maneras de nombrar este elemento.

Billete de \$500

En esta denominación se mencionó una cantidad relativamente menor de elementos de seguridad (siete) que en el billete de \$200, pero de igual modo, los elementos más mencionados fueron la marca de agua y los relieves sensibles al tacto. Sin embargo, el hilo dinámico y la denominación multicolor fueron más mencionados que la línea negra que se ve a contraluz.

Cabe resaltar que en esta denominación varios participantes respondieron que los elementos de seguridad eran los mismos que había en el billete de \$200, por lo que se registraron menos elementos y menor frecuencia de mención en cada uno de ellos.

Cuadro 5. Elementos de seguridad mencionados en el billete de \$500

| Elemento de seguridad mencionado | Maneras de nombrarlo |
|---|--|
| Marca de agua | El Benito de marca de agua, Juárez a contraluz, se ve a contra luz Benito y la denominación, el tipo que se ve en la luz, imagen doble. |
| Relieves sensibles al tacto | Relieves en Banxico, relieves en denominación, relieves en las líneas y la cara, relieve en ballena, tiene unos arañes, tacto en número |
| Hilo dinámico | Cinta con color, cinta holográfica, tira 3d. |
| Denominación multicolor | El numeral 500 que se mueve, holograma de la denominación, denominación en verde, numero s en chiquito en numeral, denominación en tornasol. |
| Línea negra que se ve a contraluz | Cinta, tira oscura. |
| 4 puntitos en la esquina inferior derecha | Puntos a un costado de Benito Juárez, cuatro puntitos donde dice cantidad con letra, la parte de atrás tiene puntitos. |
| Material | Textura del billete. |

Billete de \$1000

En el billete de \$1000 se mencionaron ocho elementos de seguridad y, a diferencia de las denominaciones de \$200 y \$500, los relieves sensibles al tacto fueron el elemento con mayor número de menciones, incluso se enfatizó que este elemento era más notorio en esta denominación.

De manera similar, la marca de agua y la denominación multicolor fueron los elementos de seguridad más mencionados, pero en segundo y tercer lugar.

En contraste con las denominaciones anteriores y relacionado con el énfasis que se hizo sobre los relieves sensibles al tacto, el material con el que está elaborado este billete fue considerado como un elemento de seguridad por varias personas.

Cuadro 6. Elementos de seguridad mencionados en el billete de \$1000

| Elemento de seguridad mencionado | Maneras de nombrarlo |
|--|---|
| Relieves sensibles al tacto | Relieve en Banxico y denominación, las rayitas con relieve en extremos del billete, relieve en personajes, líneas de lado de la denominación, jaguar está bordado, las 4 líneas, rayitas con relieve, relieve en cabello de personajes. |
| Marca de agua | El presidente en marca de agua, madero a contra luz, la denominación, rostro incrustado en la parte blanca. |
| Denominación multicolor | Cambio de color, hologramas en la denominación, número con holograma, variedad de números escondidos, colores de mil cuando lo mueves. |
| Material | Enfrente es más brillante y atrás más opaco, material es más durito y plastificado, papel es diferente, no es liso, el papel se siente como si fuera un cheque, textura del billete, material más grueso. |
| Línea negra que se ve a contraluz | Cinta negra en medio, en cinta viene denominación en chiquito, línea en medio del billete. |
| Hilo dinámico | Franja, cintilla. |
| 4 puntitos en la esquina inferior derecha | Los cuatro puntitos que tiene en el reverso y el signo, tiene 4 puntitos, cuatro puntitos donde dice cantidad con letra. |
| Folio creciente | Números dispares, aumentan las líneas conforme avanza la denominación. |

Billetes falsos

En todas las sesiones, al menos un participante dijo que había recibido billetes falsos, principalmente de las denominaciones de \$200, \$500, \$100 y \$50 de la familia F. En menor medida se mencionaron billetes de la familia G, siendo el billete de \$500 G el más recurrente.

Básicamente se dieron cuenta de que los billetes eran falsos porque la textura del papel se sentía diferente (“aguado”, más delgado y encerado, y más rasposo o corrugado), se veía decolorado o despintado o porque algunos de sus elementos de seguridad no eran auténticos: no se movían los caracoles del hilo 3D, no tenían hologramas o no brillaban, los dibujos estaban malhechos o se veían borrosos, no tenían relieves sensibles al tacto y no traían número de serie.

Después de haber recibido los billetes falsos, la mayoría los puso en circulación nuevamente, los guardó o los rompió, y en menor medida los llevaron a un banco para determinar si eran falsos o no, no los aceptaron o los pusieron de exhibición con la leyenda “falso”.

Publicidad

Entre dos y cuatro participantes por sesión dijeron que recordaban alguna publicidad sobre los billetes de la nueva familia G. De éstos, la mayoría señaló que dicha publicidad había sido sobre los billetes de \$50 y \$500, y mínimamente, de \$20 y \$1000.

Aunque más de la mitad dijo que el principal medio de difusión en el que vieron la publicidad fue la televisión, algunos participantes mencionaron diferentes redes sociales como Facebook, Instagram, YouTube y TikTok.

En cuanto a la temática de la publicidad recordada, la mayoría hizo referencia a los diseños (“salía un ajolote”, “estaba una ballena con su bebé”, “traía una campana”, “algo de la selva”, etc.) y a la aplicación de realidad aumentada (“cómo se movía el ajolote”, “se veía un jaguar con el teléfono”, “que se podía ver con una aplicación”, etc.). Asimismo, otros recordaron que la publicidad era sobre los diferentes elementos de seguridad y cómo verificarlos.

Uso del billete de \$20 de la familia G

La mayoría de los participantes dijo que utilizaba el billete de \$20 de la familia G con mayor frecuencia que el año pasado porque hay más en circulación, no hay suficiente moneda de \$20, se están “descontinuando” los de la familia anterior, ya no lo colecciona la gente como lo hacía el año pasado, ahora lo usan más y “apartan el viejito”, “sacaron todos a circular porque va salir de circulación”, es el billete más común, y porque al confundirse con el de \$100 la gente “prefiere deshacerse de él”.

Quienes indicaron que lo han utilizado menos que el año pasado dijeron que eso se debía a que las personas los coleccionan, hay más monedas, hay más billetes de la familia anterior en circulación, les llama la atención y no lo usan, se confunden y no quieren usarlo, es raro que llegue a las manos, el anterior es más práctico, y que es una “tira muy corta” (se imprimieron muy pocos billetes) porque son conmemorativos. Cabe señalar que en las tres sesiones de Mérida fue en donde se registró un mayor número de menciones de participantes que lo usaban menos.

De manera similar **la mayoría de los participantes dijo que había visto que el billete de \$20 G circulaba con mayor recurrencia respecto al año pasado**, particularmente porque “antes circulaba más el azul”, “antes no había tantos como ahora”, “antes eran contados” y “se quieren deshacer de ellos”.

Únicamente **alrededor de una tercera parte de los participantes ha guardado billetes de \$20 de la familia G** particularmente desde que salieron a circulación y entre las principales razones por las que hacen esto se registró que lo conciben como una forma de ahorro, pues creen que el billete tendrá más valor en el futuro y lo podrán vender más caro. Otras razones con menor número de menciones fueron las siguientes: “para que mis hijos conozcan sus características”, “para ver cómo han evolucionado”, por la novedad, “como recuerdo”, “porque dijeron que son de colección” y porque les gusta “ver en su cartera billetes nuevos”.

En contraste con lo anterior, un mayor número de personas dijo que sabía de algún conocido o familiar que sí guardaba los billetes de \$20 G, ya sea porque les gustaba el diseño o porque eran coleccionistas.

Casi la totalidad de quienes dijeron que guardaban otro billete mencionaron el de \$50 y las razones por las que lo hacen fueron que el diseño del ajolote les gustaba, porque no hay muchos en circulación y para revenderlos.

Monedas metálicas

Encuestas trimestrales

Estado físico de las monedas

Al evaluar el estado de las monedas en circulación, es decir, si se encuentran rayadas, dobladas, deformes, oxidadas, entre otras características, se obtuvo que las denominaciones de 10, 20 y 50 centavos se percibieron como las más maltratadas; con una puntuación entre 6.8 y 6.9¹⁰. La denominación mejor evaluada fue la de \$20, con una puntuación de 7.6. Las principales características de maltrato que se mencionaron para las monedas de centavos, con porcentajes entre 12% y 32%, es que están sucias, quemadas o rayadas, y entre 10% y 27% que están desgastadas. Para las monedas en pesos, las principales características de maltrato fueron que están sucias, quemadas o rayadas, o desgastadas.

Estudios cualitativos, primera ronda de grupos focales

Monedas metálicas actuales

Conocimiento, preferencia y uso de las monedas actuales

Todos los participantes mencionaron que conocían las denominaciones de las monedas de 20, 10, 5, 2 y 1 peso, pero al referirse a las denominaciones de centavos se presentó mayor diversidad de opiniones, incluso, algunos participantes dudaron sobre la validez de éstas, ya que no se las han aceptado en sus transacciones.

Asimismo, casi todos los participantes indicaron que las denominaciones de moneda que más utilizan en el día a día son las de \$5 y \$10, principalmente porque “hay muchas en circulación”, “los productos o servicios cuestan esa cantidad (múltiplos de 5)”, “se carga menor número de piezas en altos montos”, “sus tamaños permiten identificar fácilmente la denominación”, “es fraccional”, “todo mundo tiene cambio de esa denominación”, “alcanza para todo”, “no se tiene que contar tanta moneda”, “se guardan mejor en las alcancías o garrafrones”, “eso cuestan las máquinas de videojuegos”, “es más fácil completar montos altos”, “es más práctico dar propinas” y “son las más aceptadas por las máquinas de auto pagos”.

En el caso de las sesiones de usuarios intensivos de efectivo, se mencionó que igualmente las monedas de \$5 y \$10 son las que más usan porque “las pueden manipular fácilmente al dar cambio o feria”, “porque a los clientes no les gusta que les den cambio con tanta morralla y es más rápido mover el efectivo”. En la sesión de Oaxaca indicaron que cuando requieren dar cambio buscan hacerlo con monedas de alta denominación y en caso de no tenerlas dan el cambio con la moneda

¹⁰ Las opciones de respuesta están en una escala categórica que va del “Muy malo” al “Muy bueno”. Las respuestas obtenidas se convierten a la escala numérica del 0 a 10, donde 0=“Muy malo” y 10=“Muy bueno”.

adyacente de menor denominación.

Por el contrario, casi todos los participantes indicaron que las monedas que menos usan¹¹ son las de centavos porque “son muy pequeñas y se pierden fácilmente”, “muchas personas no las aceptan”, “algunos parquímetros o máquinas de estacionamiento no las aceptan”, “se tienen que reunir muchas monedas para juntar una buena cantidad de dinero”, “no es práctica por el peso y el tamaño”, “al ser tan pequeñas no se distingue la denominación” y porque en sus compras los vendedores redondean los precios.

De igual manera, en las sesiones de usuarios intensivos de efectivo los participantes señalaron que las monedas de centavos son las que menos les gusta usar porque “no agilizan las transacciones” y por ello es que algunos sugieren redondear el precio u ofrecen un producto del mismo valor. En las sesiones de Mérida y Monclova indicaron que juntan varias monedas de centavos y las canjean en una sucursal bancaria por monedas de denominaciones más altas.

Asimismo, en algunas sesiones se enfatizó que resulta “insultante” o “mal visto” pagar con estas monedas.

Cabe destacar que en algunas ciudades se mencionó como la moneda menos preferida la de \$20 y entre las principales razones se comentó que “se confundía con la de \$10 por el tamaño y el color”, “no se las aceptan” y “hay pocas piezas en circulación”.

Respecto a las denominaciones que menos les gusta usar, específicamente porque son demasiado grandes, la mayoría dijo que ninguna en particular, sin embargo, algunos participantes mencionaron la de \$20 circular. Por el contrario, casi todos los participantes dijeron que las monedas de centavos son las que menos usan por ser demasiado pequeñas, debido a que “casi no se ven”, “se pierden fácilmente” y “se confunden entre ellas”.

En general, ningún participante mencionó que no utiliza alguna moneda en particular debido a que pesa demasiado. Lo único que se comentó al respecto fue que “el peso llega a ser incómodo cuando se juntan varias monedas”.

En cuanto a las monedas que menos usan, concretamente porque se confunden con otras denominaciones, la mayor parte mencionó las de centavos, como la de 10 centavos que se confunde con la de 20 centavos, y la de 50 centavos con 20 centavos. Asimismo, casi la mitad dijo que las monedas de \$20 dodecagonales se confundían con las de \$10 porque “tienen el mismo color y tamaño”, y que dicha confusión “se agrava al realizar transacciones en lugares donde hay poca luz o de manera apresurada”. Este último aspecto se resaltó en algunas sesiones de usuarios intensivos de efectivo, en donde los participantes comentaron que se han confundido en sus transacciones al utilizar la moneda de \$20 dodecagonal, ya sea porque dieron o recibieron erróneamente una moneda de \$10 en lugar de la de \$20 o viceversa.

En la sesión de usuarios intensivos de efectivo de Mérida, se indicó que suelen confundir la de \$10

¹¹ De acuerdo con la lógica planeada, primero se les preguntó de manera general cuál era la moneda que menos les gustaba y posteriormente se les preguntó por características específicas como el tamaño, el peso o la posible confusión con otra denominación.

con la moneda de un dólar, la cual circula constantemente por la alta presencia del turismo.

En general, casi todos los participantes dijeron que no revisaban la autenticidad de las monedas, en particular porque no consideran que sean igual de falsificables que los billetes. Quienes dijeron que sí lo hacían indicaron que “revisaban la forma dodecagonal” o “si el numeral denominativo o el águila del escudo nacional se sentían rasposos”.

Las denominaciones que más guardan son las de \$5, \$10 y \$20. En particular, las de \$20 las guardan para coleccionar, aunque una parte considerable de los participantes indicó que también las guardan como inversión, pues esperan venderlas posteriormente por arriba de su valor nominal.

En la sesión de usuarios intensivos de efectivo de Oaxaca, algunos participantes mencionaron que, al momento de recibir una moneda de \$20 dodecagonal, la sustituyen con sus propias monedas para quedárselas.

Las monedas conmemorativas que más recordaron fueron las de \$5, \$10 y \$20, tanto circulares como dodecagonales.

Monedas de \$20 circulares y dodecagonales

Conocimiento y uso de las monedas de \$20 dodecagonales

Recordación de las monedas de \$20 dodecagonales

Casi todos los participantes (97%) dijeron que conocían las monedas de \$20 y poco más de la mitad recordó que tienen forma dodecagonal (54%). En relación a los diseños de la moneda de \$20 dodecagonal, la mayoría no mencionó los diseños correctamente o se confundió con los diseños de la moneda de \$20 circular. No obstante, algunos recordaron los diseños del Puerto de Veracruz, el bicentenario de la independencia, Tenochtitlán y Emiliano Zapata.

La mayoría indicó desconocer los elementos de seguridad de las monedas dodecagonales, a excepción de algunas personas que identificaron la imagen latente como “el grabado de 20 pesos”, “la línea rayadita”, “el relieve en el círculo interno”, “el sello de verificación que tiene un efecto traslúcido”, “el cuadrado con el mapa” o “el sello del logo del país”. Asimismo, algunos señalaron que la forma dodecagonal era un elemento de seguridad. Cabe mencionar que algunos participantes dijeron que no se sentían motivados a revisar las monedas porque, a diferencia del billete, perciben que difícilmente se falsifican.

Uso de las monedas dodecagonales

Cuatro de cada cinco participantes (83%) ha recibido monedas de \$20 dodecagonales. De éstos, nadie las ha utilizado de una manera diferente a las demás denominaciones; sin embargo, se llegó a señalar que “se ve mejor pagar o dar propina con esta moneda porque es una moneda nueva, bonita y brillante”. En la sesión de usuarios intensivos de efectivo de Monclova, un participante dijo que usaría la moneda en ocasiones especiales, como cuando se regala dinero en una fiesta.

Solo a unos pocos les han rechazado la moneda de \$20 dodecagonal porque les dijeron que eran falsas, que no las querían, que desconocían su validez o que aún no estaban autorizados para

aceptarlas. No obstante, varios participantes comentaron que, al realizar una transacción monetaria, ellos han tenido que aclarar o les han aclarado que se trata de una moneda de \$20.

Independientemente de que los participantes hubieran utilizado o no monedas de \$20 dodecagonales, poco más de la mitad las ha guardado (57%) ya sea para ahorrarlas, coleccionarlas o invertir las, pues consideran que en el futuro incrementaría su valor. No obstante, al preguntarles si conocían de un caso cercano en el que se hubiera comprado o vendido una moneda dodecagonal a un precio mayor a su valor nominal, sólo tres participantes de todas las sesiones realizadas dijeron que sí conocían a alguien y otros dos participantes afirmaron haberla vendido: uno fue de la sesión de Oaxaca AB/C+ que la vendió en cuatro mil pesos, y el otro, de la sesión de Monclova C-/D+, la vendió en 70 pesos. Los demás dijeron que solamente habían visto anuncios en Facebook o en Mercado Libre.

Al plantearles la situación de que si actualmente existieran más monedas de \$20 en circulación, casi todos (90%) dijeron que sí las usarían para sus pagos y compras del día a día porque “ya no tendrían valor adicional”, “sería una moneda como cualquier otra (repetida y desgastada)”, “ya no tendría nada exclusivo ni especial”, “ya no tendrían motivos para coleccionarla”, “llegarían más fácilmente a sus manos”, “agilizaría los pagos”, “no se cargarían tanta morralla” y “se evitaría la falsificación de billetes”.

Comparación de la moneda de \$20 dodecagonal con la de \$20 circular

Entre la moneda de \$20 dodecagonal y la de \$20 circular, la mayoría prefirió la forma de la dodecagonal (88%) porque es un diseño “más bonito”, “original”, “moderno y novedoso”, “es más fácil de manipular”, “fácilmente se puede identificar la denominación para los normovisuales y personas ciegas, por los relieves de los lados”, y porque “es fácil de distinguir de la de 10 pesos”.

De igual manera, al 86% les gustó más el peso de la moneda dodecagonal que el de la circular, ya que al ser menos pesada “se podrían cargar mayor número de piezas”, lo cual, por ejemplo “evitaría que se rompieran las bolsas del pantalón o las bolsas”, “sería más cómodo y se haría menos ruido al cargarlas”. En la sesión de usuarios intensivos de efectivo de Oaxaca se mencionó que, como parte de sus actividades laborales, requieren trasladarse con el dinero, de manera que si la moneda fuera menos pesada representaría una ventaja para ellos ya que podrían transportar más dinero.

En cambio, quienes prefirieron el peso de la moneda circular indicaron que al pesar más “se podría distinguir más fácilmente de la moneda de \$10 sin necesidad de observarla”, con lo que se agilizarían las transacciones tanto de personas ciegas como normovisuales. Asimismo, en algunas sesiones, como Mérida AB/C+ y Monclova-usuarios intensivos de efectivo, se indicó que la moneda de \$20 “tendría que pesar más por una razón de congruencia”, ya que entre mayor sea su valor nominal, mayor tendría que ser su peso.

En cuanto al tamaño preferido, dos terceras partes (64%) eligieron el de la moneda dodecagonal, pues al ser de menor tamaño que la circular, “es más fácil de identificar”, “más bonita”, “se requiere menos material para fabricarlas y así habría más en circulación”, “ocupa menos espacio”, “se puede agarrar fácilmente y hasta se puede cerrar la mano completa” y “se podría distinguir de la moneda

de \$10, a pesar de tener un tamaño similar”. Quienes prefirieron el tamaño de la moneda circular, que es ligeramente más grande, indicaron que la principal razón era que “no se confundiría con la moneda de \$10, pues con solo tocarla se identificaría rápidamente la denominación”. Asimismo, mencionaron que la moneda de \$20 debería tener un tamaño único, para ser consistente con la idea de que “entre mayor tamaño, mayor denominación”.

Quienes dijeron que no se confunden las monedas de \$20 con las de \$10 (43%) señalaron que “aunque se parezcan en los colores y tamaños, tienen pesos y grosores distintos”, y “la forma dodecagonal la hace única, pues no hay otra moneda con esa forma”.

Problemas de cambio

Encuestas trimestrales

El 93% de la población objetivo (46.8 mdp) indicó que acostumbra usar efectivo en sus gastos diarios. El 17.1% (8.7 mdp) de la población objetivo dejó de hacer una compra o pago en efectivo por falta de cambio o morralla.

Considerando la última compra o pago en efectivo, el 38% de la población objetivo (19.0 mdp) dio el importe exacto, el 57% (28.9 mdp) recibió su cambio completo, y el 5% (2.3 mdp) no recibió su cambio completo.

Servicio que ofrecen los bancos

Encuestas trimestrales

El 15% de la población objetivo (7.4 mdp) ha ido al banco a cambiar billetes de denominaciones altas por denominaciones bajas; y, de ellos, al 86% (6.3 mdp) siempre le proporcionaron el servicio, al 5% (0.4 mdp) algunas veces, y al 9% (0.7 mdp) no le han dado el servicio.

El 16% de la población objetivo (7.9 mdp) ha ido al banco a cambiar billetes por monedas; y de ellos, al 87% (6.9 mdp) siempre le proporcionaron el servicio, al 6% (0.46 mdp) algunas veces, y al 7% (0.54 mdp) no le han dado el servicio.

El 13% de la población objetivo (6.6 mdp) ha ido al banco a cambiar monedas por billetes; y, de ellos, al 93% (6.1 mdp) siempre le proporcionaron el servicio, al 2% (0.2 mdp) algunas veces, y al 5% (0.3 mdp) no le han dado el servicio.

El 20% de la población objetivo (10.3 mdp) ha ido al banco a cambiar billetes maltratados por billetes en buen estado. Al 91% de ellos (9.4 mdp) siempre le han proporcionado el servicio, al 3% (0.3 mdp) algunas veces, y al 6% (0.6 mdp) no le han dado el servicio.

El 7% de la población objetivo (3.3 mdp) ha ido al banco a llevar un billete o moneda que parece falso para que lo envíen al Banco de México para su análisis. Al 83% de ellos (2.7 mdp), siempre le han proporcionado el servicio, al 4% (0.1 mdp) algunas veces, y al 13% (0.4 mdp) no le han dado el servicio.

Disposición de efectivo

Encuestas trimestrales

El 48% de la población objetivo (24.1 mdp) obtuvo efectivo de cajero automático, el 25% (12.7 mdp) del pago que recibió, el 18% (9.0 mdp) de un familiar, y el 4% (1.9 mdp) de ventanilla bancaria.

El 53% de la población objetivo (26.8 mdp) acudió al cajero automático entre una y cinco veces al mes; el 3% (1.6 mdp) acudió entre 6 y 10 veces al mes, y el 1% (0.6 mdp) acudió más de 10 veces al mes. De todos ellos, el 46% (13.5 mdp) tardó hasta 10 minutos en trasladarse al cajero automático, el 32% (9.5 mdp) entre 11 y 20 minutos, el 15% (4.5 mdp) entre 21 y 30 minutos y el 5% (1.4 mdp) más de 30 minutos. Una vez que se llegó al cajero automático, el 8% (2.4 mdp) no tuvo que hacer fila para poder pasar, el 64% (18.9 mdp) hizo fila de 1 hasta 10 minutos, el 17% (5 mdp) esperó de 11 a 20 minutos, el 7% (1.9 mdp) entre 21 y 30 minutos y el 2% (0.7 mdp) hizo fila de más de 30 minutos. Con respecto al gasto para trasladarse hasta el cajero automático, el 34% (10.1 mdp) no gastó nada, el 36% (10.6 mdp) gastó hasta \$20, y el 27% (7.8 mdp) más de \$20.

El 14.5% de la población objetivo (7.3 mdp) acudió a ventanilla bancaria a obtener efectivo entre una y cinco veces al mes; y el 0.2% (0.11 mdp) acudió más de 5 veces al mes. De todos ellos, el 41% (3.1 mdp) tardó hasta 10 minutos en trasladarse a la sucursal bancaria, el 29% (2.2 mdp) entre 11 y 20 minutos, el 19% (1.5 mdp) entre 21 y 30 minutos, y el 9% (0.7 mdp) más de 30 minutos. Una vez que se llegó a la sucursal bancaria, el 2% (0.11 mdp) no tuvo que hacer fila para pasar, el 47% (3.6 mdp) hizo fila de hasta 10 minutos, el 28% (2.1 mdp) de 11 a 20 minutos, el 14% (1.1 mdp) de 21 a 30 minutos, y el 8% (0.6 mdp) más de 30 minutos. Con respecto al gasto en trasladarse a una sucursal bancaria, el 30% (2.2 mdp) no gastó nada, el 36% (2.7 mdp) gastó hasta \$20, y el 32% (2.4 mdp) más de \$20.

Acceso al efectivo

Encuestas trimestrales

El 96% de la población objetivo (48.3 mdp) acostumbra usar efectivo. De estas personas; el 43% (20.8 mdp) lo usa porque es más práctico, fácil o rápido; el 18% (8.8 mdp) porque sólo tiene esa forma de pago, y en igual medida, con 11% (5.4 mdp), porque es más seguro y porque algunas veces no aceptan tarjeta.

Al suponer que ya no se pudieran hacer pagos en efectivo; el 86% de la población objetivo (43.5 mdp) considera que quienes podrían tener más dificultades serían las comunidades rurales, el 84% (42.3 mdp) las personas que no tienen acceso a buenas conexiones de internet, el 83% (42.0 mdp) las personas con bajos ingresos, el 82% (41.6 mdp) las personas mayores y el 75% (38.0 mdp) cree que serían las personas con alguna discapacidad, entre otras menciones. Por otro lado, con respecto a lo que la gente considera que mejoraría si ya no se pudieran hacer pagos en efectivo, el 46% (23.1 mdp) cree que disminuiría la evasión fiscal; el 35% (17.6 mdp) piensa que disminuiría la corrupción; el 24% (11.9 mdp) que disminuiría el narcotráfico; mientras que el 15% (7.7 mdp) piensa que nada mejoraría.

El 32% de la población objetivo (16.0 mdp) acostumbra guardar efectivo en algún lugar que no sea un banco o institución financiera. De estas personas, el 44% (7.1 mdp) acostumbra guardar dinero para alguna eventualidad; el 21% (3.3 mdp) para ahorrar; el 7% (1.1 mdp) porque es más fácil obtenerlo, práctico o cómodo; el 5% (0.8 mdp) para tener tranquilidad, entre otras menciones. El 37% de las personas (5.8 mdp) suele tener guardado, en promedio, hasta \$500; el 19% (3.1 mdp) guarda entre \$501 y \$1000; mientras que el 13% (2.1 mdp) guarda entre \$1,001 y \$2,000; el 13% (2.0 mdp) guarda entre \$2,001 y \$5,000; y el 6% (1.0 mdp) más de \$5,000.

Uso de medios de pago

Encuestas trimestrales

Medios de pago usados durante la pandemia

Algunos medios de pago presentaron una baja en su uso durante 2022. De estos medios, el efectivo tuvo una mayor reducción; ya que, el 82% de la población objetivo (41.2 mdp) lo utiliza, comparado con el 88% de la población (44.6 mdp) que acostumbraba usarlo antes de la pandemia.

Por el contrario, los medios de pago electrónicos son los que tuvieron un incremento en su uso. De estos, el medio de pago con un mayor aumento fue la tarjeta de débito, ya que el 24% de la población objetivo (12.3 mdp) la usa, comparado con el 16% (8.1 mdp) antes de la pandemia. El 7% (3.4 mdp) utiliza la tarjeta de crédito, comparado con el 4% (2.0 mdp) antes de la pandemia. El SPEI® es usado por el 3% (1.6 mdp), comparado con el 0.7% (0.3 mdp) que lo usaba antes de la pandemia, y el CoDi® actualmente es usado por el 0.4% (0.2 mdp) de la población, y antes de la pandemia lo usaba el 0.1% (0.03 mdp).

Encuesta adicional

Uso de medios de pago (antes, durante y después de la pandemia)

Al preguntar sobre la preferencia en los medios de pago que se usaban antes de la pandemia, y compararlos con los meses más críticos de ésta (comprendidos en la encuesta entre marzo de 2020 y hasta marzo de 2022), se observó que el efectivo tuvo una mayor reducción; ya que, durante el periodo crítico de la pandemia, el 80% de la población objetivo (15.8 mdh) lo utilizaba, comparado con el 90% (17.7 mdh) que acostumbraba usarlo antes de la pandemia. El siguiente medio de pago que presentó una baja en su uso fue la tarjeta de débito, ya que en los meses críticos la usaba el 29% de la población objetivo (5.6 mdh), en comparación con el 32% (6.2 mdh) antes de la pandemia. Otro medio de pago que presentó una baja fueron los vales, cheques y otros, ya que en el periodo crítico de la pandemia eran usados por el 4% (0.8 mdh) de la población, y antes de la pandemia lo usaba el 5% (0.9 mdh).

Por el contrario, las transferencias electrónicas y las tarjetas de créditos, en general, son los que tuvieron un incremento en su uso. De estos, la transferencia electrónica bancaria fue el medio de pago que mostró un mayor incremento, ya que el 9% de la población objetivo (1.8 mdh) opinó que la usó más durante los meses más críticos, comparado con el 5% (1.1 mdh) antes de la pandemia. Le sigue el SPEI®, que 4.4% de la población objetivo (0.86 mdh) lo usaron en los meses críticos,

comparado con el 2.9% (0.58 mdh) que lo usaban antes de la pandemia. El 12% (2.4 mdh) utilizaba la tarjeta de crédito en los meses críticos, comparado con el 11% (2.2 mdh) antes de la pandemia. El CoDi® se usó en el periodo crítico por el 0.4% (0.07 mdh), y antes de la pandemia era usado por el 0.1% (0.03 mdh).

Asimismo, durante el periodo de la pandemia de marzo de 2020 a marzo de 2022, en el 31% de los hogares (6.2 mdh) se usó más o mucho más el efectivo; en un porcentaje similar, 33% (6.4 mdh), el uso fue menor o mucho menor; y en el 35% (7.0 mdh) el uso fue igual que antes.

Para los hogares donde este uso de efectivo fue mayor, se debió a que:

- Aumentaron los gastos, 31% (1.9 mdh).
- Aumentaron los precios, 19% (1.2 mdh).
- Comprábamos más cosas (comida, despensa), 17% (1.1 mdh).
- No salíamos, evitábamos salir, 9% (0.5 mdh).
- No había trabajo, vivíamos al día, 7% (0.4 mdh)
- Empezamos a recibir ingresos en efectivo, 6% (0.3 mdh), entre otras menciones.

Por el contrario, en los hogares donde el uso de efectivo fue menor, se debió a que:

- Los ingresos se redujeron, 30% (1.9 mdh).
- No había trabajo, 16% (1 mdh).
- Precaución, evitar la manipulación de dinero, evitar el contagio, 15% (1 mdh).
- No poder salir, 11% (0.7 mdh).
- Pagaba con tarjeta de débito o crédito, 9% (0.6 mdh).
- Disminuir gastos, economizar, 5% (0.3 mdh).
- Compraba a través de internet, 5% (0.3 mdh).

Al plantear la forma de pago que seguiría usando, desde el momento de la entrevista y hacia adelante, y sin tomar en cuenta el monto que tuviera que pagar, en el 63% de los hogares (12.4 mdh) creen que seguirían pagando sólo en efectivo, en el 16% (3.2 mdh) sería mayormente en efectivo; por el contrario, en el 12% (2.4 mdh) sería mayormente con otro medio de pago diferente al efectivo, y en el 7% de los hogares (1.4 mdh) consideran que sería sólo con otro medio de pago diferente al efectivo.

Hábitos de ahorro y uso de efectivo originados por la pandemia por COVID19

Encuesta adicional

Ahorro en efectivo

a) Antes de la pandemia

Esta sección está relacionada con el ahorro antes de que iniciara la pandemia por el coronavirus (COVID-19), en marzo de 2020.

A este respecto, sólo en uno de cada tres hogares, aproximadamente, 31% (6.1 mdh), los miembros que lo conforman acostumbraban guardar o ahorrar dinero en efectivo en algún lugar que no fuera un banco o una institución financiera. De los hogares que acostumbraban guardar o ahorrar dinero en efectivo, lo hacían:

- Para emergencias (como de salud), 63% (3.9 mdh).
- Para gastos de comida, personales o pago de servicios (renta, luz, gas, etc.), 27% (1.6 mdh).
- Para vacaciones o fiestas (XV años, bodas, etcétera), 11% (0.7 mdh).
- Para tener disponible/ liquidez, 6% (0.4 mdh).
- Para gastos de educación, 6% (0.4 mdh), entre otros.

Asimismo, lo hacían en un lugar distinto a un banco o una institución financiera porque:

- Daba facilidad, practicidad, comodidad, rapidez, 41% (2.5 mdh).
- No confiaba en los bancos, 19% (1.1 mdh).
- Los bancos cobran comisión, manejo de cuenta, 10% (0.6 mdh).
- Prefería tener liquidez, disponible para emergencias, 9% (0.5 mdh).
- Tenía la costumbre, 8% (0.5 mdh).
- El monto no era mucho, 6% (0.3 mdh), entre otros.

La frecuencia con la que acostumbraban guardar o ahorrar dinero en efectivo era:

- Diario, en el 8% de los hogares (0.5 mdh).
- Semanal, 39% (2.4 mdh).
- Quincenal, 29% (1.8 mdh).
- Mensual, 18% (1.1 mdh).
- De vez en cuando o cuando se podía, 4% (0.3 mdh).

De los hogares donde se manifestó que ahorraban con frecuencia diaria, el 60% (0.3 mdh) ahorraba menos de \$200; los que ahorraban con frecuencia semanal, el 55% (1.3 mdh) ahorraba menos de \$1000; quienes ahorraban quincenalmente, el 54% (0.96 mdh) ahorraba menos de \$1500; y quienes ahorraban mensualmente, el 46% (0.5 mdh) ahorraban hasta \$2000.

En independencia de la frecuencia con que acostumbraban ahorrar, en uno de cada cuatro hogares, 25% (1.5 mdh), no respondieron o no sabían cuánto dinero en efectivo mantuvieron ahorrado hasta antes de que iniciara la pandemia. Mientras que, en la mitad de los hogares, 50% (3.1 mdh) el ahorro alcanzado fue de menos de \$10,000; y sólo en uno de cada cuatro hogares, 25% (1.5 mdh), el ahorro fue de \$10,000 y más.

Del dinero ahorrado o guardado hasta antes de que iniciara la pandemia, en el 76% (4.6 mdh) de los hogares ese ahorro disminuyó o se lo gastaron. Principalmente, se ocupó para:

- Gastos de comida, personales o pago de servicios (renta, luz, gas, etc.), 69% (3.2 mdh).
- Para una emergencia de salud/ Gastos médicos, 42% (1.9 mdh).
- Gastos de educación, 4% (0.2 mdh), entre otras menciones.

Gastos para emergencia

Para los hogares que, de manera espontánea, no mencionaron con anterioridad haber hecho algún ahorro para gastos de emergencia, se preguntó de manera explícita si guardaban dinero en efectivo en algún lugar que no fuera un banco o una institución financiera para este rubro. El 57% (1.3 mdh) realizó este ahorro.

De todos los hogares en los que se hizo un ahorro para emergencias (5.1 mdh), en el 61% (3.1 mdh) de ellos se tenía ahorrado menos de \$10,000; y en el 21% (1.1 mdh) de \$10,000 y más.

b) Durante la pandemia

Esta sección está relacionada con el ahorro durante los meses más críticos de la pandemia por COVID-19, comprendidos entre marzo de 2020 y hasta marzo de 2022.

Durante ese periodo de la pandemia, en el 86% (16.9 mdh) de los hogares no se guardó o ahorró dinero en efectivo en algún lugar que no fuera un banco o una institución financiera. En el 10% (1.9 mdh) continuaron con el ahorro que tenían desde antes de la pandemia, y sólo en el 4% (0.8 mdh) empezaron a ahorrar en efectivo cuando inició la pandemia.

De todos los hogares donde se realizó un ahorro en efectivo durante este periodo de la pandemia (2.7 mdh), lo hicieron:

- Para emergencias (como de salud), 67% (1.8 mdh).
- Para gastos de comida, personales o pago de servicios (renta, luz, gas, etc.), 38% (1.0 mdh).
- Para vacaciones o fiestas (XV años, bodas, etcétera), 6% (0.2 mdh).
- Para gastos de educación, 3% (0.1 mdh), entre otros.

Asimismo, lo hacían en un lugar distinto a un banco o una institución financiera porque:

- Daba facilidad, practicidad, comodidad, rapidez, 46% (1.2 mdh).
- Prefería tener liquidez, disponible para emergencias, 10% (0.3 mdh).
- Para no salir o tener contacto con la gente, 8% (0.2 mdh).

- No confiaba en los bancos, 7% (0.2 mdh).
- Los bancos cobran comisión, manejo de cuenta, 5% (0.1 mdh), entre otros.

La frecuencia con la que acostumbraban guardar o ahorrar dinero en efectivo era:

- Diario, en el 9% de los hogares (0.2 mdh).
- Semanal, 31% (0.8 mdh).
- Quincenal, 36% (1.0 mdh).
- Mensual, 22% (0.6 mdh).
- De vez en cuando o cuando se podía, 1% (0.04 mdh).

De los hogares donde se manifestó que ahorraron con frecuencia diaria, el 61% (0.14 mdh) ahorró menos de \$1000; los que ahorraron con frecuencia semanal, el 62% (0.5 mdh) ahorraba menos de \$1500; quienes ahorraron quincenalmente, el 43% (0.4 mdh) ahorró menos de \$1500; y quienes ahorraron mensualmente, el 40% (0.2 mdh) ahorró \$2000 y más, mientras que el 26% (0.16 mdh) ahorró menos de \$2000.

Durante ese periodo de la pandemia, y en independencia de la frecuencia con que acostumbraron ahorrar, en uno de cada cuatro hogares, 24% (0.6 mdh), no respondieron o no sabían cuánto dinero en efectivo mantuvieron ahorrado. Mientras que, en casi la mitad de los hogares, 44% (1.2 mdh) el ahorro alcanzado fue de menos de \$10,000; y en el 32% (0.9 mdh) de ellos, el ahorro fue de \$10,000 y más.

Del dinero ahorrado o guardado durante ese periodo de la pandemia, en el 62% (1.7 mdh) de los hogares ese ahorro disminuyó o se lo gastaron. Principalmente, se ocupó, en respuesta múltiple, para:

- Una emergencia de salud. Gastos médicos, 57% (1.0 mdh).
- Gastos de comida, personales o pago de servicios (renta, luz, gas, etc.), 52% (0.9 mdh), entre otras menciones.

Gastos para emergencia

Para los hogares que, de manera espontánea, no mencionaron con anterioridad haber hecho algún ahorro para gastos de emergencia, se preguntó de manera explícita si guardaron dinero en efectivo en algún lugar que no fuera un banco o una institución financiera para este rubro. El 63% (0.6 mdh) realizó este ahorro.

De todos los hogares en los que se hizo un ahorro para emergencias (2.4 mdh), en el 51% (1.2 mdh) de ellos se ahorró menos de \$10,000; y en el 25% (0.6 mdh) de \$10,000 y más; en el 25% (0.6 mdh) no supieron o no quisieron responder.

Uso de billetes de \$500 y \$1000

Referente a guardar billetes de alta denominación, durante ese periodo de la pandemia, en el 20% (3.9 mdh) de los hogares guardaron billetes de \$500, mientras que sólo en el 5% (1.0 mdh) de ellos guardaron el billete de \$1000.

c) En la nueva normalidad originada por la pandemia

Esta sección está relacionada con el ahorro durante el periodo comprendido desde el momento de la entrevista y hacia adelante, es decir, en la nueva normalidad originada por la pandemia, y que considera lo que las personas del hogar creen que harían en el futuro.

Durante este periodo, de la nueva normalidad, en el 69% (13.5 mdh) de los hogares piensan que no guardarán o ahorrarán dinero en efectivo en algún lugar que no fuera un banco o una institución financiera. En el 28% (5.6 mdh) creen que sí lo guardarán o ahorrarán, y en el 3% (0.6 mdh) no saben o no respondieron.

De los hogares que manifestaron la intención de hacer un ahorro en efectivo durante este periodo (5.6 mdh), lo harán:

- Para emergencias (como de salud), 73% (4.1 mdh).
- Para gastos de comida, personales o pago de servicios (renta, luz, gas, etc.), 24% (1.3 mdh).
- Para gastos de educación, 8% (0.5 mdh).
- Para vacaciones o fiestas (XV años, bodas, etcétera), 7% (0.4 mdh), entre otros.

Asimismo, lo harán en un lugar distinto a un banco o una institución financiera porque:

- Da facilidad, practicidad, comodidad, rapidez, 45% (2.5 mdh).
- No confía en los bancos, 26% (1.4 mdh).
- Prefiere tener liquidez, disponible para emergencias, 9% (0.5 mdh).
- Los bancos cobran comisión, manejo de cuenta, 7% (0.4 mdh).
- Tener más control de los gastos y presupuesto, 4% (0.2 mdh), entre otros.

La frecuencia con la que piensan guardar o ahorrar dinero en efectivo será:

- Diario, en el 9% de los hogares (0.5 mdh).
- Semanal, 35% (1.9 mdh).
- Quincenal, 29% (1.6 mdh).
- Mensual, 22% (1.3 mdh).
- De vez en cuando o cuando se podía, 3% (0.2 mdh).

De los hogares donde se manifestó que ahorrarían con frecuencia diaria, el 89% (0.44 mdh) piensa que ahorrará menos de \$500; los que ahorren con frecuencia semanal, el 71% (1.4 mdh) ahorrará menos de \$1000; quienes ahorren quincenalmente, el 72% (1.2 mdh) ahorrará menos de \$1500; y quienes ahorren mensualmente, el 34% (0.4 mdh) ahorrará \$2000 y más, mientras que el 50% (0.6 mdh) ahorrará menos de \$2000.

Durante la nueva normalidad, y en independencia de la frecuencia con que piensan ahorrar, en casi la mitad de los hogares, 49% (2.7 mdh) esperan ahorrar menos de \$10,000; y en el 30% (1.7 mdh) esperan ahorrar \$10,000 y más. En el 21% (1.2 mdh) de los hogares no respondieron o no sabían cuánto dinero en efectivo podrían ahorrar.

Gastos para emergencia

Para los hogares que, de manera espontánea, no mencionaron con anterioridad que ahorrarían para gastos de emergencia, se preguntó de manera explícita si guardarían dinero en efectivo en algún lugar que no fuera un banco o una institución financiera para este rubro. El 80% (1.2 mdh) dijo que sí realizaría este ahorro.

De todos los hogares que piensan ahorrar para emergencias (5.3 mdh), en el 64% (3.4 mdh) de ellos piensan ahorrar menos de \$10,000; y en el 25% (1.3 mdh) de \$10,000 y más.

Cajeros automáticos

b) Durante la pandemia

Esta sección está relacionada con el uso de cajeros automáticos durante los meses más críticos de la pandemia por COVID-19, comprendidos entre marzo de 2020 y hasta marzo de 2022.

En este periodo, en el 41% (8.0 mdh) de los hogares se considera que fue relativamente fácil o muy fácil acceder a los cajeros automáticos del banco para retirar efectivo. Por el contrario, en el 14% (2.8 mdh) fue difícil o muy difícil. Para el 18% (3.6 mdh) fue igual que siempre.

Respecto de los hogares que accedieron a los cajeros automáticos a retirar efectivo durante este periodo (14.4 mdh), en el 47% (6.8 mdh) de los hogares se retiró igual de efectivo de lo que retiraban antes de que iniciara la pandemia, el 15% (2.1 mdh) retiró más efectivo, y el 35% (5.0 mdh) retiró menos efectivo.

De quienes retiraron más efectivo durante el periodo crítico de la pandemia, y comparado con lo que retiraban en un cajero antes de que iniciara la pandemia, el 34% (0.7 mdh) retiraba un monto de menos de \$2000, superior a lo que retiraba antes de la pandemia. Un 19% (0.4 mdh) retiraba entre \$2000 y menos de \$3000 más efectivo que antes de la pandemia. El 32% (0.7 mdh) manifestó que comparado con lo que retiraba antes de la pandemia, retiraron \$3000 y más.

En lo referente a la frecuencia, y de quienes retiraron más efectivo durante ese periodo, en el 58% (1.3 mdh) de los hogares manifestaron que retiraban con mayor frecuencia que antes de que iniciara la pandemia, el 22% (0.5 mdh) igual, y el 20% (0.4 mdh) con menor frecuencia.

c) En la nueva normalidad originada por la pandemia

Para el periodo comprendido al momento de la entrevista, en respuesta múltiple, el 50% (9.8 mdh) de los jefes del hogar manifestaron que suelen obtener el efectivo que usan en su hogar de los cajeros automáticos, al 44% (8.7 mdh) les pagan en efectivo, el 10% (2.0 mdh) de la ventanilla bancaria de las sucursales bancarias, el 8% (1.5 mdh) de familiares o amigos, entre otras menciones.

Para quienes obtienen el efectivo del cajero automático, y en comparación con el periodo más crítico de la pandemia en marzo de 2020 a marzo de 2022, al momento de la entrevista, el 57% (5.6 mdh) retira efectivo con la misma frecuencia, el 21% (2.0 mdh) con mayor frecuencia, y el 22% (2.2 mdh) con menor frecuencia.

En la nueva normalidad, en el 84% (8.3 mdh) de los hogares retiran efectivo del cajero automático entre 1 y 5 veces al mes, el 9% (0.9 mdh) entre 6 y 10 veces. El monto del retiro, en promedio, es de hasta \$2000 por el 40% (4.0 mdh) de los hogares, de \$2000 a \$3000 por el 20% (2.0 mdh) de los hogares, y de \$3000 y más por el 24% (2.3 mdh).

* * *

Anexo I. Aspectos metodológicos de los estudios cuantitativos

Encuesta trimestral

- Población objetivo en 2022: **50.5 millones de personas**.
- El procedimiento de muestreo fue estratificado por subregión, usando un muestreo proporcional por tamaño (PPT) para seleccionar las unidades primarias de muestreo (localidad) y con selección aleatoria sistemática del resto de las unidades: AGEB (Área Geoestadística Básica), manzana, cuadra, vivienda, hogar y por último el individuo. Los ponderadores de la muestra fueron obtenidos como el inverso de la probabilidad de selección de cada individuo aplicando un factor de corrección primeramente por la población objetivo de cada subregión y posteriormente por mesorregión, sexo y edad.
- El universo del estudio fueron todas las **personas de 18 a 79 años de edad** de toda la República Mexicana, de ambos sexos, de los diferentes niveles socioeconómicos y que viven en localidades de 50,000 habitantes o más.
- 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.
- Con la muestra obtenida se garantiza que los resultados tienen un margen de error de a lo más el 5% y un nivel de confianza de 95%.
- Levantamiento:

| Encuesta | Periodo de levantamiento |
|----------|--|
| 2022-I | 5 al 23 de febrero de 2022 |
| 2022-II | 13 al 30 de mayo de 2022 |
| 2022-III | 28 de julio al 21 de agosto de 2022 |
| 2022-IV | 15 al 28 de octubre de 2022 |
| 2021-I | 11 de febrero al 12 de marzo de 2021 |
| 2021-II | 22 de abril al 10 de mayo de 2021 |
| 2021-III | 15 de julio al 8 de agosto de 2021 |
| 2021-IV | 10 de octubre al 12 de noviembre de 2021 |
| 2020-I | 15 de febrero al 10 de marzo de 2020 |
| 2020-II | No se realizó debido a la contingencia sanitaria provocada por COVID-19. |
| 2020-III | 19 de septiembre al 1 de noviembre de 2020 |
| 2020-IV | 24 de octubre al 18 de noviembre de 2020 |

- Tamaño de la muestra:

| Encuesta | Casos exitosos |
|-----------------|----------------|
| 2022-I | 2,082 |
| 2022-II | 2,046 |
| 2022-III | 2,057 |
| 2022-IV | 2,150 |
| 2021-I | 2,107 |
| 2021-II | 2,081 |
| 2021-III | 2,080 |
| 2021-IV | 2,051 |
| 2020-I | 2,071 |
| 2020-III | 2,071 |
| 2020-IV | 2,077 |

Distribución de la muestra

Por rango de edad Casos y porcentaje

| Trimestre | 18 a 25 | 26 a 35 | 36 a 45 | 46 a 79 | Total |
|-----------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------------|
| 2022-I | 417 (20%) | 472 (23%) | 418 (20%) | 775 (37%) | 2082 (100%) |
| 2022-II | 405 (20%) | 474 (23%) | 396 (19%) | 771 (38%) | 2046 (100%) |
| 2022-III | 372 (18%) | 474 (23%) | 418 (20%) | 793 (39%) | 2057 (100%) |
| 2022-IV | 425 (20%) | 493 (23%) | 428 (20%) | 804 (37%) | 2150 (100%) |
| 2021-I | 391 (19%) | 452 (21%) | 421 (20%) | 843 (40%) | 2107 (100%) |
| 2021-II | 422 (20%) | 471 (23%) | 417 (20%) | 771 (37%) | 2081 (100%) |
| 2021-III | 389 (19%) | 483 (23%) | 418 (20%) | 790 (38%) | 2080 (100%) |
| 2021-IV | 407 (20%) | 459 (22%) | 418 (20%) | 767 (37%) | 2051 (100%) |
| 2020-I | 451 (22%) | 506 (24%) | 476 (23%) | 638 (31%) | 2071 (100%) |
| 2020-III | 456 (22%) | 531 (26%) | 437 (21%) | 647 (31%) | 2071 (100%) |
| 2020-IV | 454 (22%) | 520 (25%) | 473 (23%) | 630 (30%) | 2077 (100%) |

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

Por sexo Casos y porcentaje

| Trimestre | Femenino | Masculino | Total |
|-----------------|------------|------------|--------------|
| 2022-I | 1088 (52%) | 994 (48%) | 2082 (100%) |
| 2022-II | 1053 (51%) | 993 (49%) | 2046 (100%) |
| 2022-III | 1108 (54%) | 949 (46%) | 2057 (100%) |
| 2022-IV | 1140 (53%) | 1010 (47%) | 2150 (100%) |
| 2021-I | 1097 (52%) | 1010 (48%) | 2107 (100%) |
| 2021-II | 1074 (52%) | 1007 (48%) | 2081 (100%) |
| 2021-III | 1101 (53%) | 979 (47%) | 2080 (100%) |
| 2021-IV | 1068 (52%) | 983 (48%) | 2051 (100%) |
| 2020-I | 1091 (53%) | 980 (47%) | 2,071 (100%) |
| 2020-III | 1085 (52%) | 986 (48%) | 2,071 (100%) |
| 2020-IV | 1110 (53%) | 967 (47%) | 2,077 (100%) |

Encuesta anual

- Población objetivo en 2022: **50.5 millones de personas**.
- El procedimiento de muestreo fue estratificado por subregión, usando un muestreo proporcional por tamaño (PPT) para seleccionar las unidades primarias de muestreo (localidad) y con selección aleatoria sistemática del resto de las unidades: AGEB (Área Geoestadística Básica), manzana, cuadra, vivienda, hogar y por último el individuo. Los ponderadores de la muestra fueron obtenidos como el inverso de la probabilidad de selección de cada individuo aplicando un factor de corrección primeramente por la población objetivo de cada subregión y posteriormente por mesorregión, sexo y edad.
- El universo del estudio fueron todas las **personas de 18 a 79 años de edad** de toda la República Mexicana, de ambos sexos, de los diferentes niveles socioeconómicos y que viven en localidades de 50,000 habitantes o más.
- 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.
- Con la muestra obtenida se garantiza que los resultados tienen un margen de error de a lo más el 5% y un nivel de confianza de 95%.
- Levantamiento: 17 de noviembre al 6 de diciembre de 2022.

Distribución de la muestra

Por sexo

| Femenino | Masculino | Total |
|------------|------------|--------------------|
| 1064 (51%) | 1006 (49%) | 2070 (100%) |

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

Por rango de edad

| 18 a 25 | 26 a 35 | 36 a 45 | 46 a 79 | Total |
|-----------|-----------|-----------|-----------|--------------------|
| 414 (20%) | 462 (22%) | 417 (20%) | 777 (38%) | 2070 (100%) |

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

Encuesta adicional

- El periodo del levantamiento de la encuesta fue del 10 al 22 de septiembre de 2022.
- El tamaño de la muestra fue de 2077 casos efectivos.
- La población objeto del estudio son los **hogares** de localidades con más de 50,000 habitantes. Para 2022 es de **19.7 millones de hogares** (mdh) aproximadamente, los cuales equivalen alrededor de 50.5 millones de personas.
- El respondiente son personas de 18 a 79 años que residan permanentemente en un hogar ubicado dentro del dominio de estudio en la fecha del levantamiento y que sean jefe o jefa del hogar o conozca la información sobre los gastos y ahorros de todos los miembros del hogar.
- El procedimiento de muestreo fue estratificado por subregión, usando un muestreo proporcional por tamaño (PPT) para seleccionar las unidades primarias de muestreo (localidad) y con selección aleatoria sistemática del resto de las unidades: AGEB (Área Geoestadística Básica), manzana, cuadra, vivienda y, por último, el hogar. Los ponderadores de la muestra fueron obtenidos como el inverso de la probabilidad de selección de cada hogar aplicando un factor de corrección primeramente por la población objetivo (hogares) de cada subregión y posteriormente por mesoregión, sexo y edad del jefe o jefa del hogar.
- 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.
- Con la muestra obtenida se garantiza que los resultados tienen un margen de error de a lo más el 5% y un nivel de confianza de 95%.

Distribución de la muestra

Por sexo del jefe de familia

| Femenino | Masculino | Total |
|------------|-----------|--------------------|
| 1091 (53%) | 986 (47%) | 2077 (100%) |

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

Por rango de edad del jefe de familia

| 18 a 25 | 26 a 35 | 36 a 45 | 46 a 79 | Total |
|---------|-----------|-----------|------------|--------------------|
| 75 (4%) | 307 (15%) | 484 (23%) | 1210 (58%) | 2077 (100%) |

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

Anexo II. Características de los estudios cualitativos

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

La población objetivo, para las dos rondas de grupos focales, está conformada por población general y población que usa de manera frecuente o intensa el efectivo (Usuarios Intensivos de Efectivo).

El grupo de población general fue dividido en dos subgrupos según su Nivel Socio Económico (NSE): el primero, de mayor NSE (desde C+ hasta A/B) y el segundo, de NSE medio y medio bajo (desde D+ hasta C-). En el grupo de usuarios intensivos de efectivo no se hizo dicha distinción.

En cuanto al grupo de Usuarios Intensivos de Efectivo se procuró que fuera conformado por taxistas, comerciantes de grandes mercados, cajeros de bancos comerciales, cajeros de supermercado, cajeros de tiendas de conveniencia, choferes de transporte público, despachadores de gasolineras, comerciantes no establecidos y comerciantes o cajeros de pequeños comercios establecidos.

Respecto a la edad y el género, en general se buscó que los grupos se constituyeran por personas de entre 18 y 60 años, y que estuviera balanceado el género, de modo que cada grupo se conformara con la mitad de mujeres y la mitad de hombres.

Las sesiones de la primera ronda de grupos focales se realizaron del 27 de abril al 24 de mayo de 2022, y las de la segunda ronda fueron del 27 de octubre al 17 de noviembre de 2022.

Las sesiones se realizaron en las siguientes ciudades:

- Ciudad de México,
- Guadalajara, Jalisco,
- San Luis Potosí, San Luis Potosí,
- Ciudad Juárez, Chihuahua,
- Oaxaca, Oaxaca,
- Mérida, Yucatán y
- Monclova, Coahuila para la primera ronda y Torreón, Coahuila para la segunda.

Anexo III. Encuesta trimestral: Gráficas y tablas

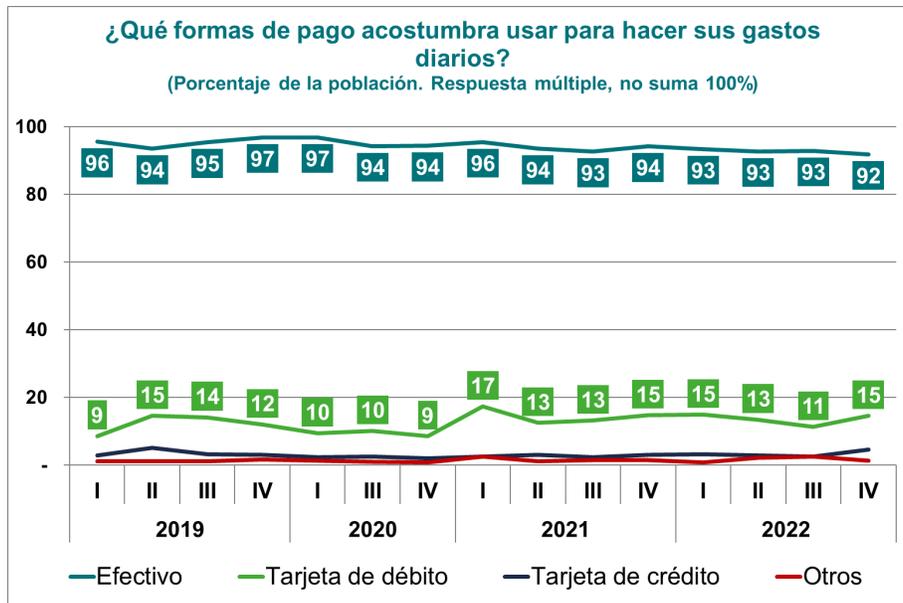
Los porcentajes están redondeados, por lo que podrían no sumar 100%.

NS/NR = No sabe /No respondió.

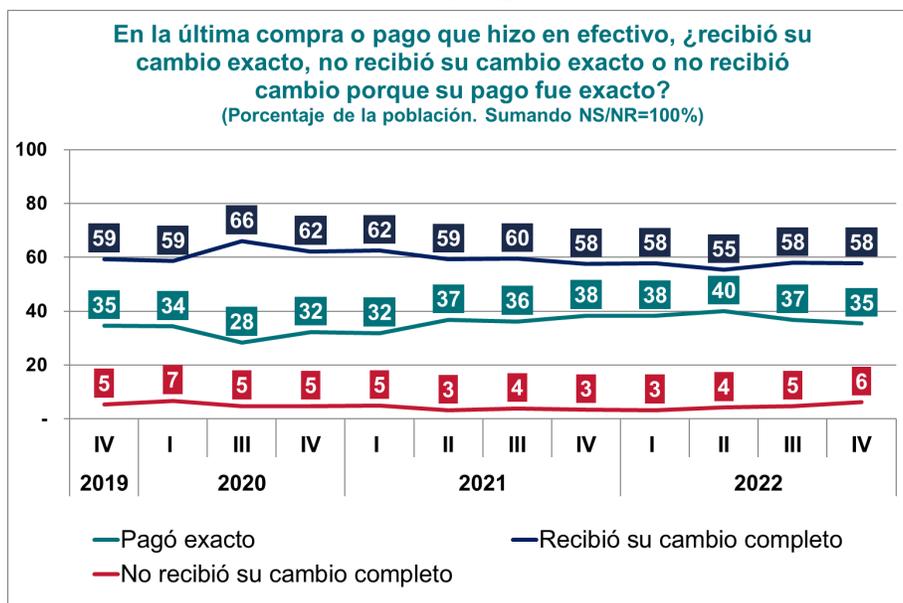
Los ceros representan porcentajes menores a 0.5%.

Evaluación de usos y hábitos

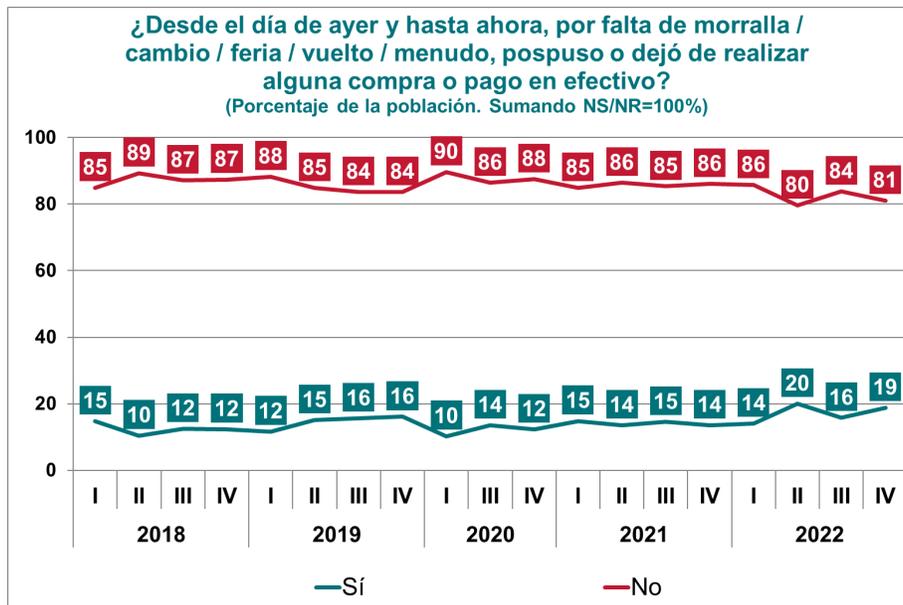
Gráfica 1



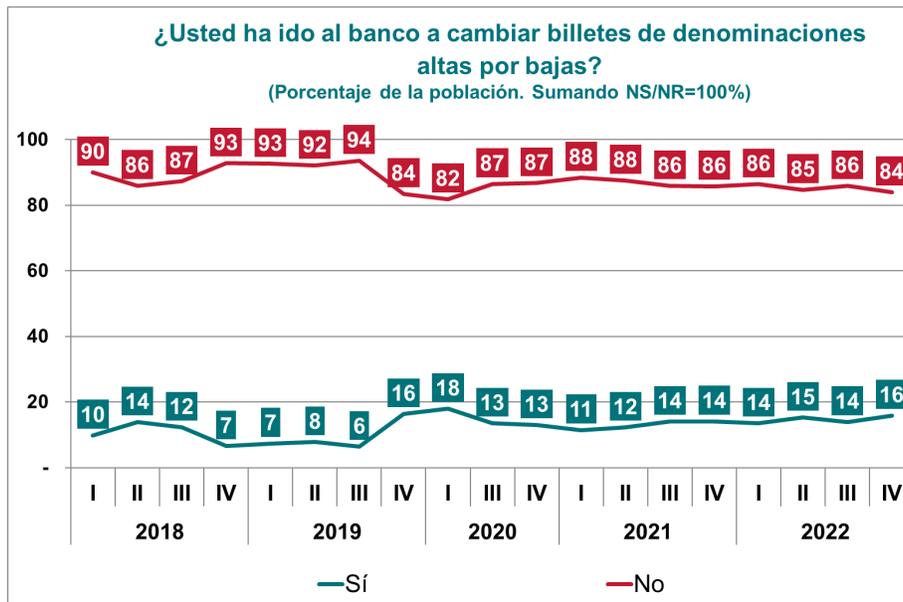
Gráfica 2



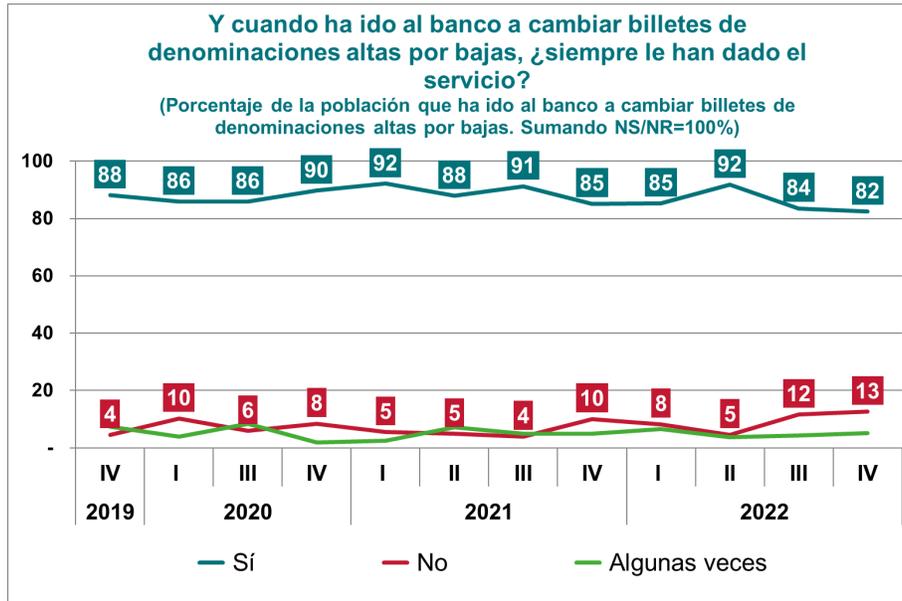
Gráfica 3



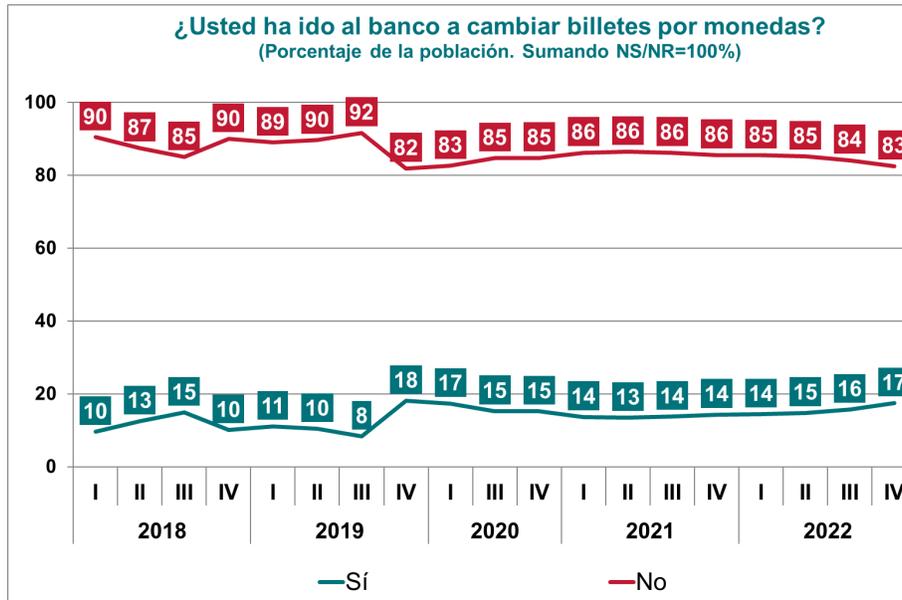
Gráfica 4



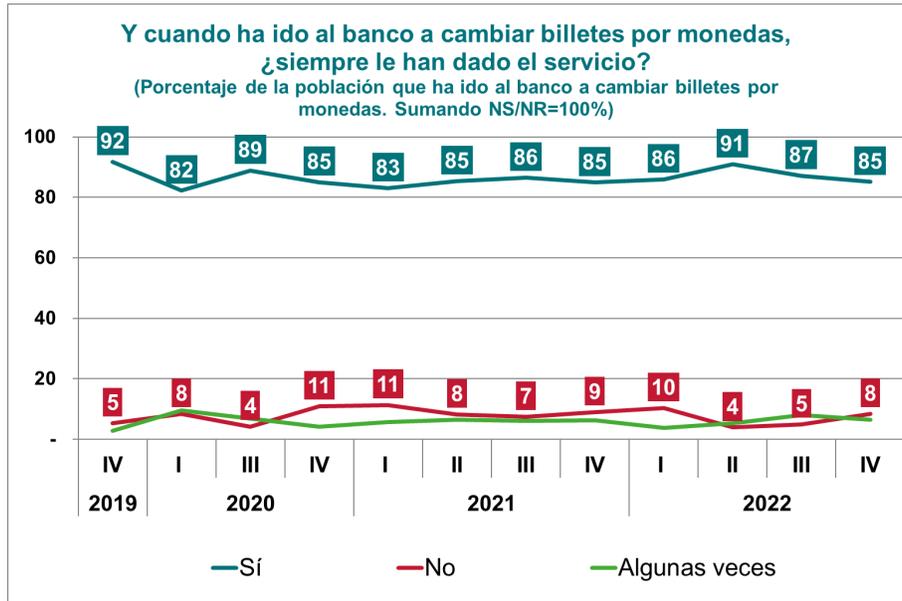
Gráfica 5



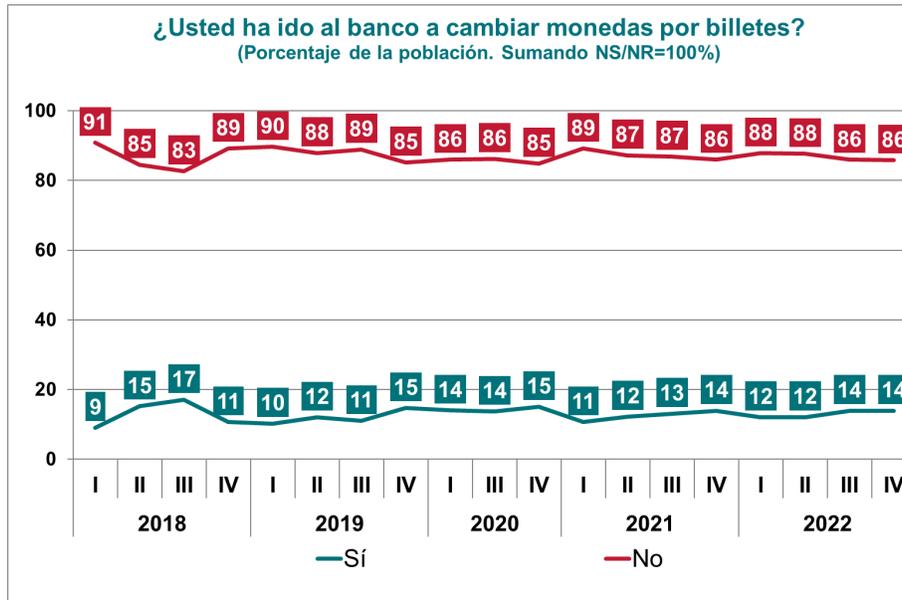
Gráfica 6



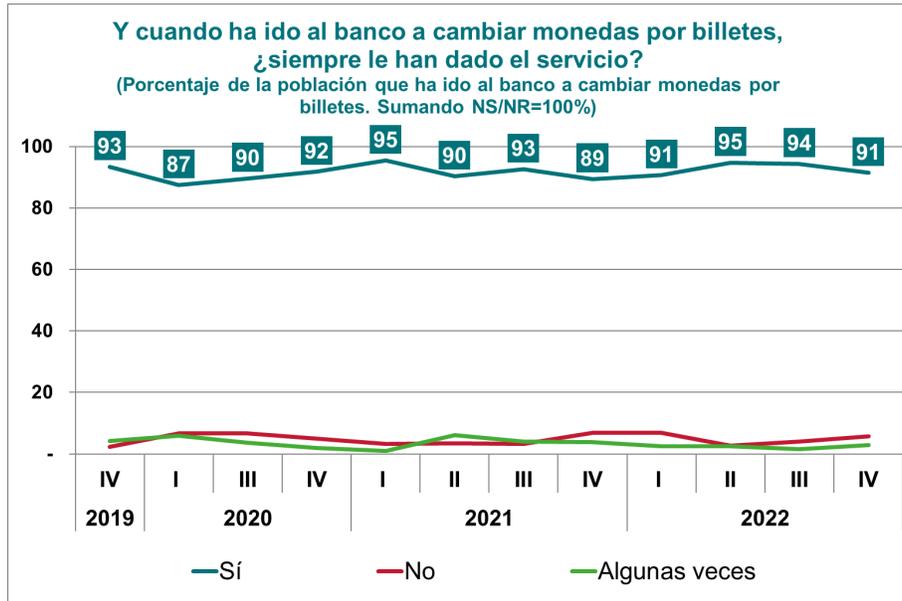
Gráfica 7



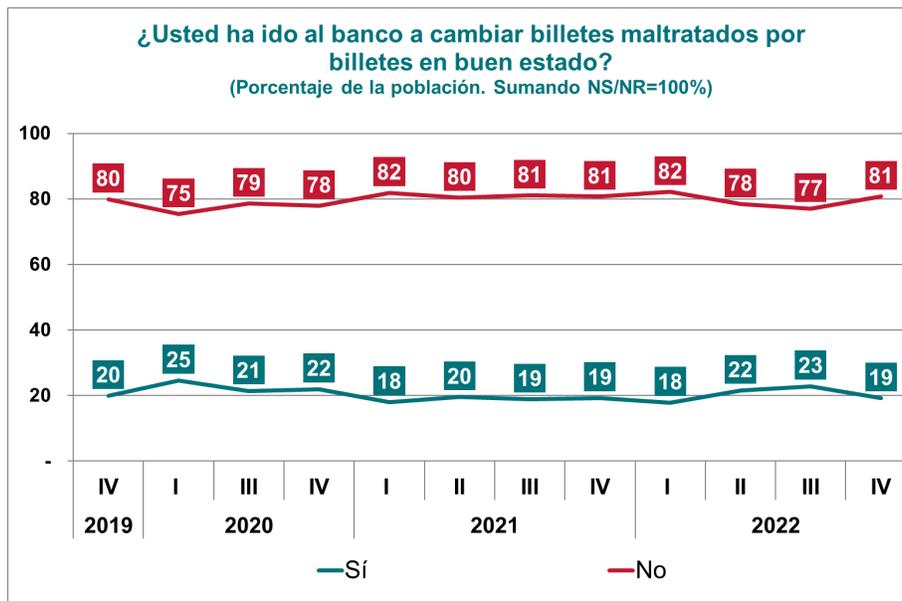
Gráfica 8



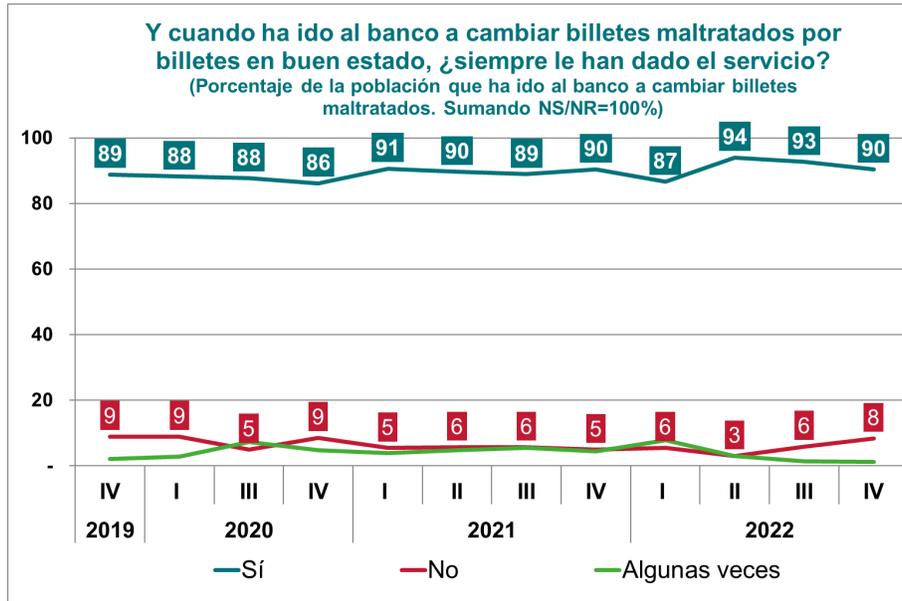
Gráfica 9



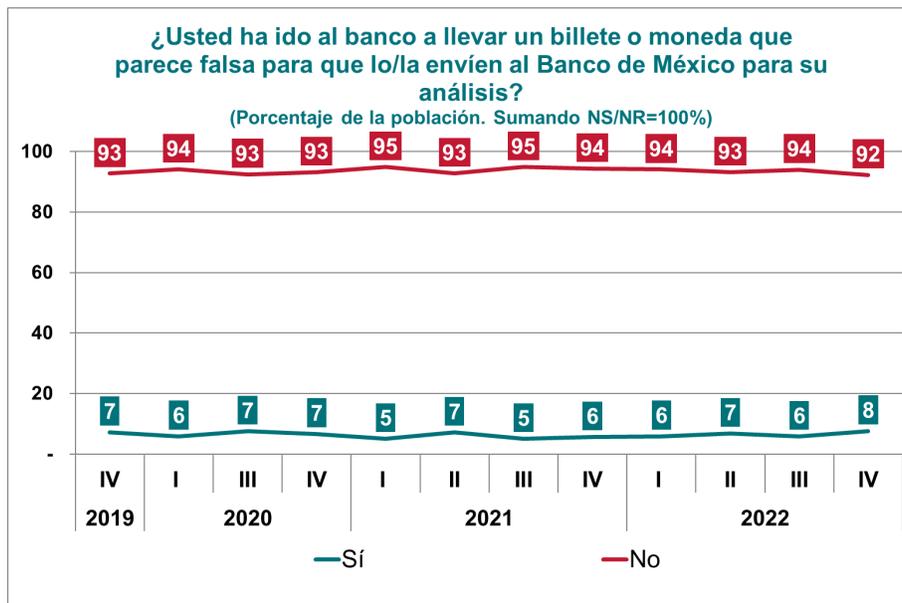
Gráfica 10



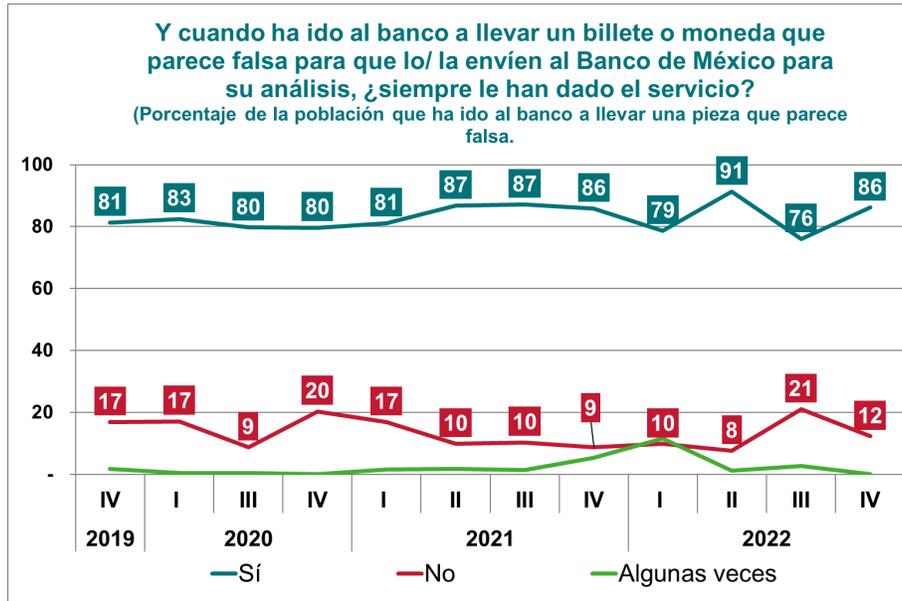
Gráfica 11



Gráfica 12

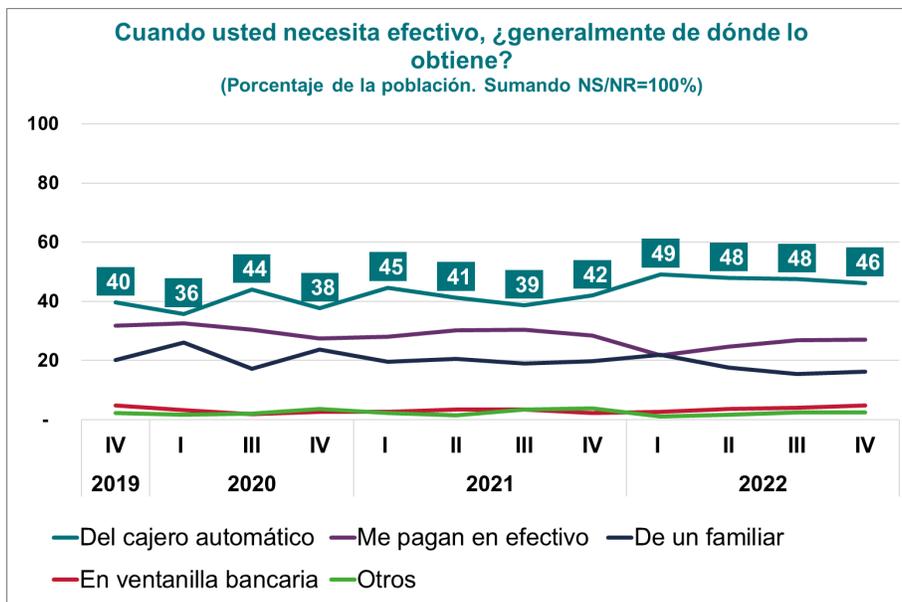


Gráfica 13

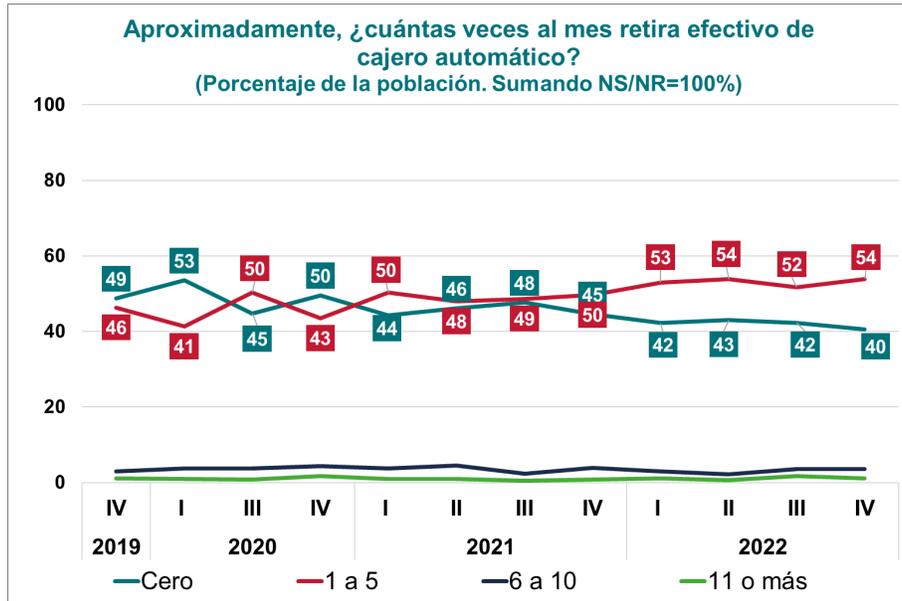


Cajeros, ventanillas y otros

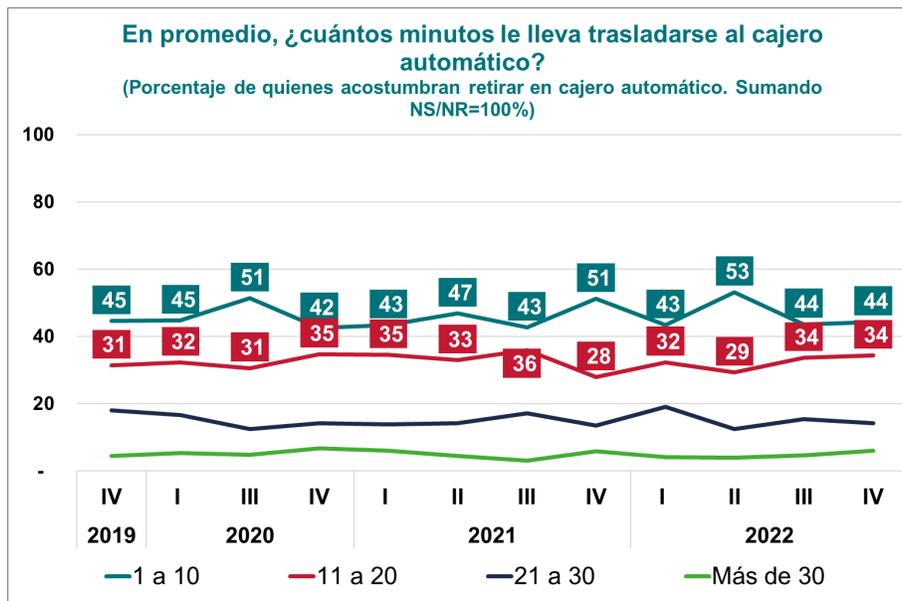
Gráfica 14



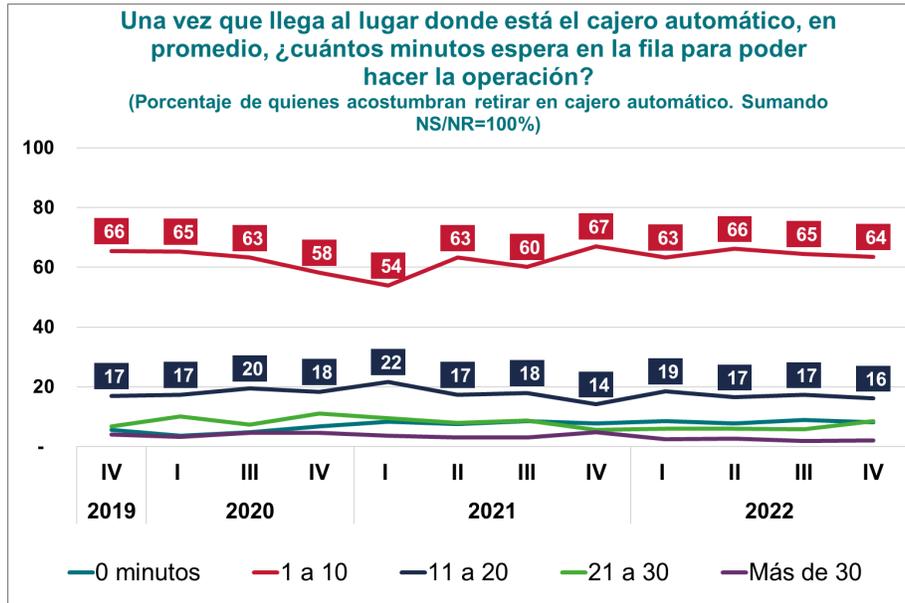
Gráfica 15



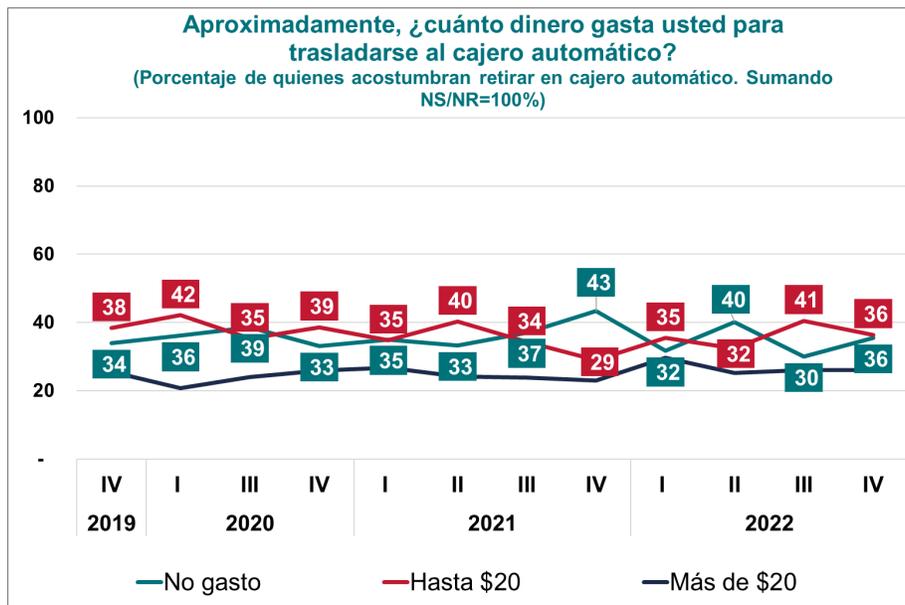
Gráfica 16



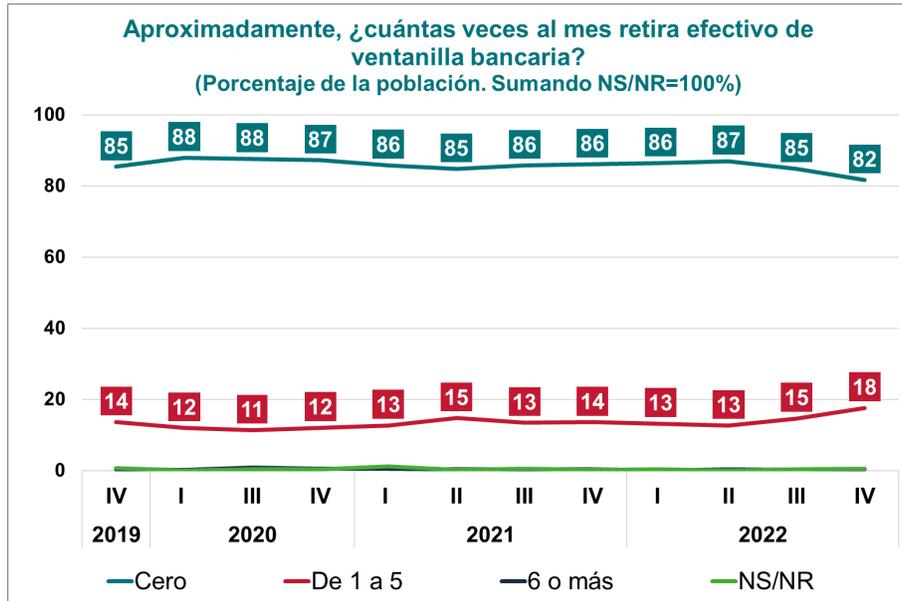
Gráfica 17



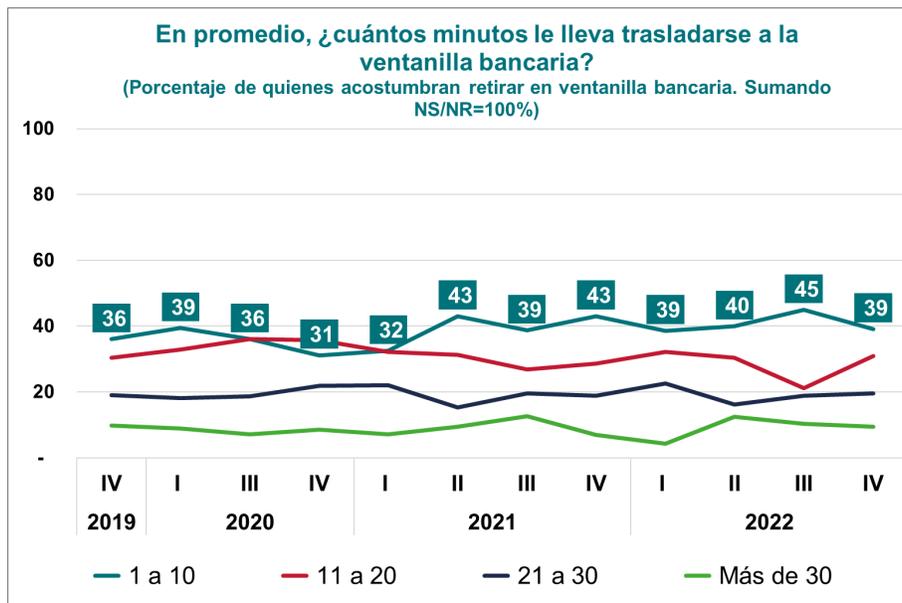
Gráfica 18



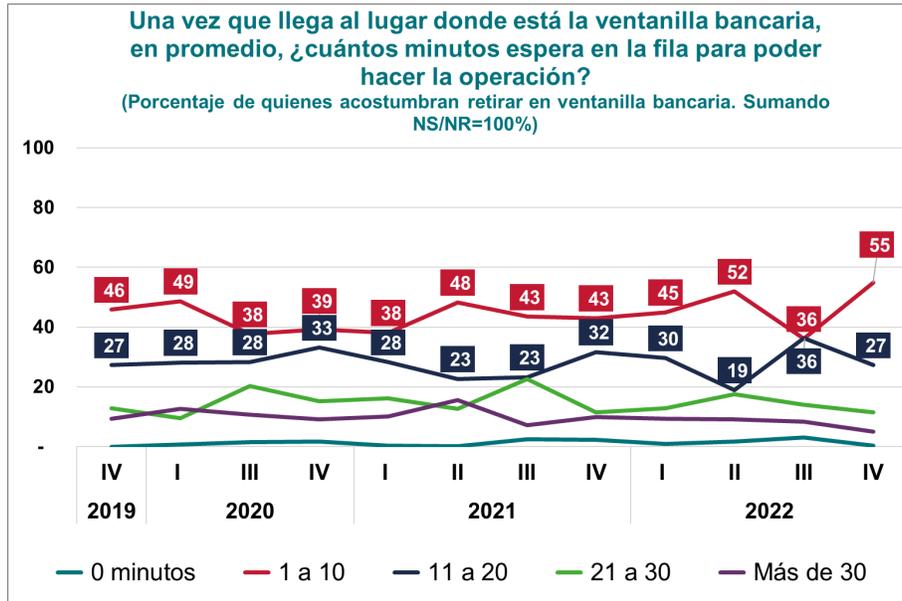
Gráfica 19



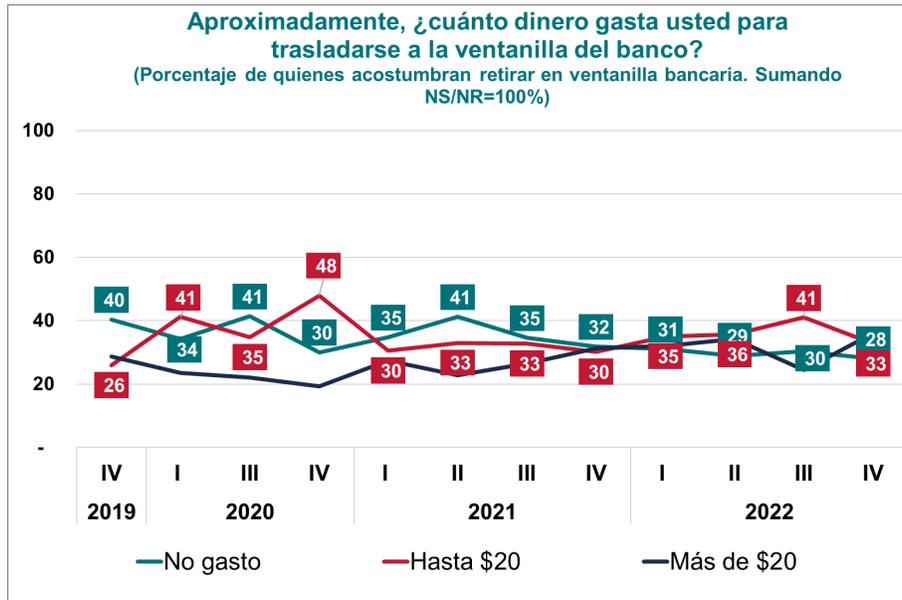
Gráfica 20



Gráfica 21

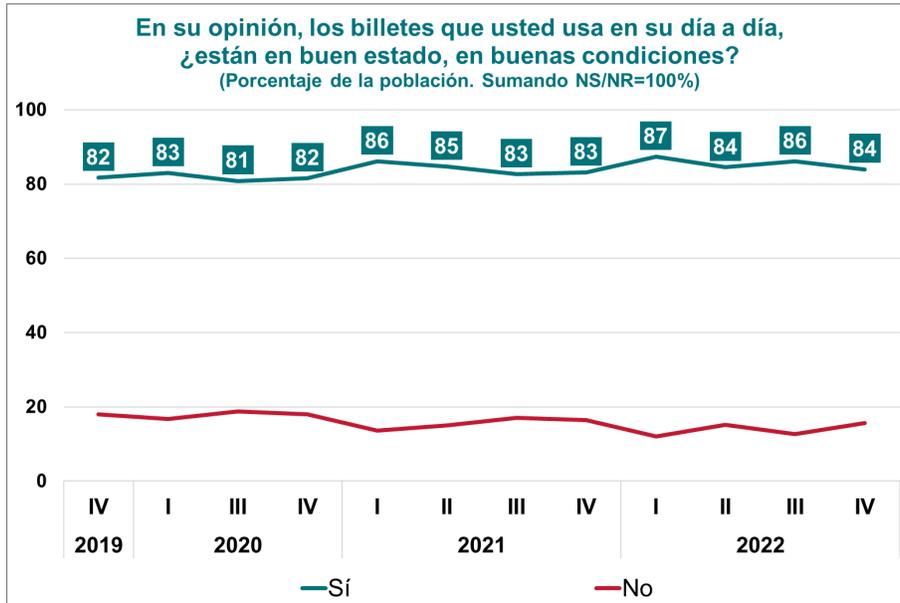


Gráfica 22

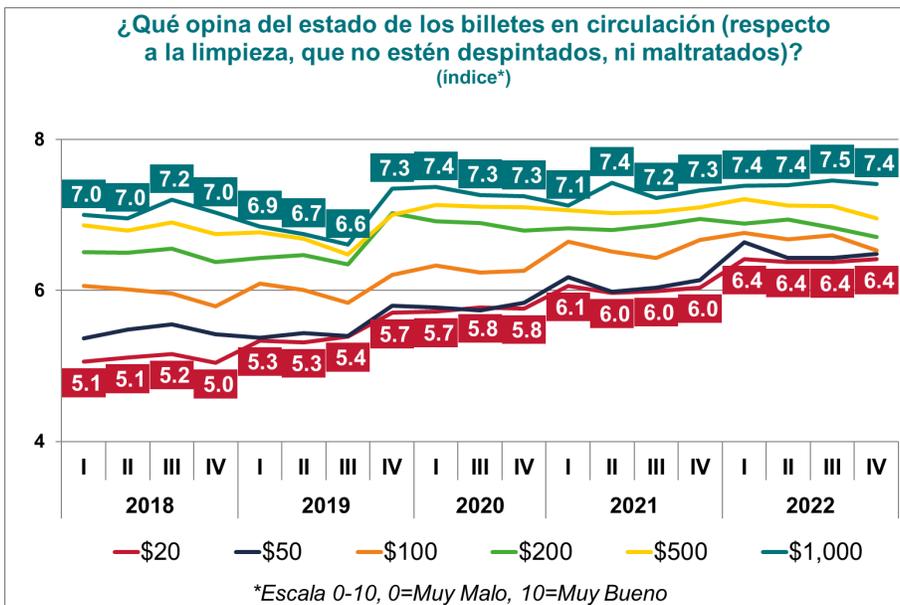


Estado físico de los billetes y monedas

Gráfica 23



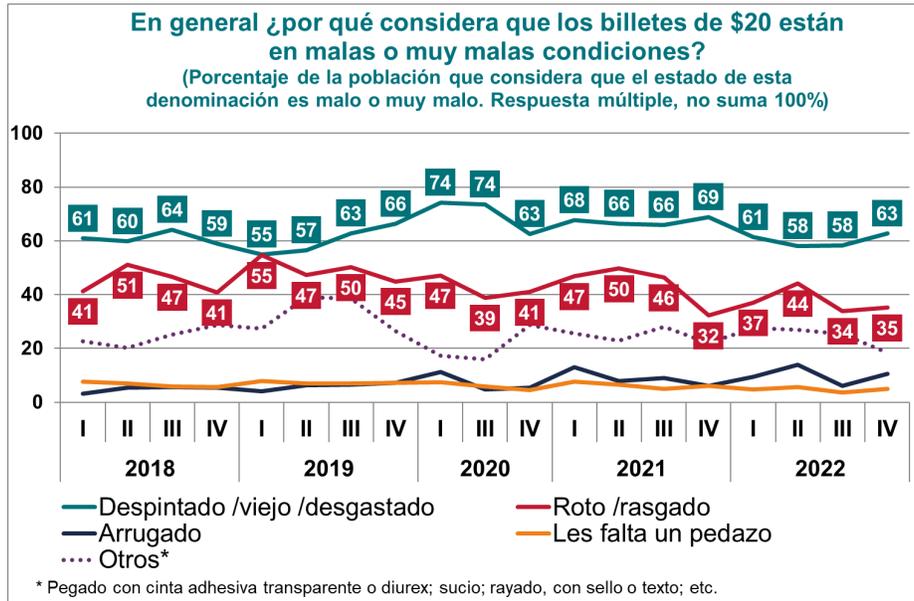
Gráfica 24



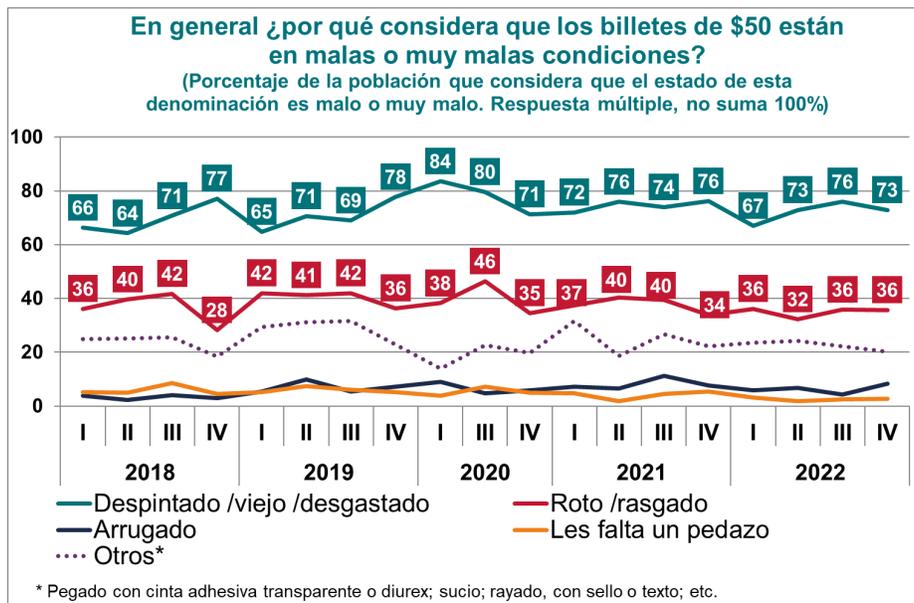
Publicada-Usu General

Información que ha sido publicada por el Banco de México

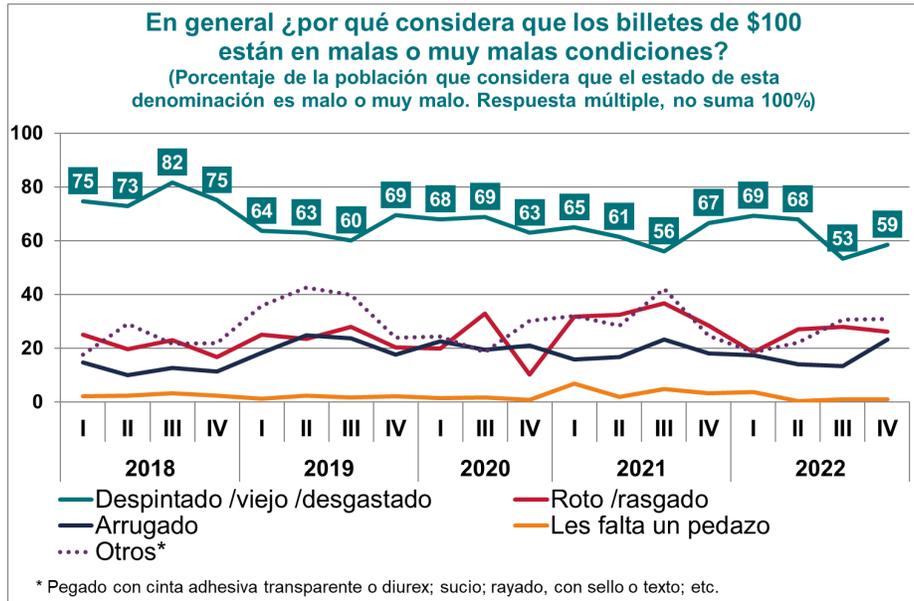
Gráfica 25



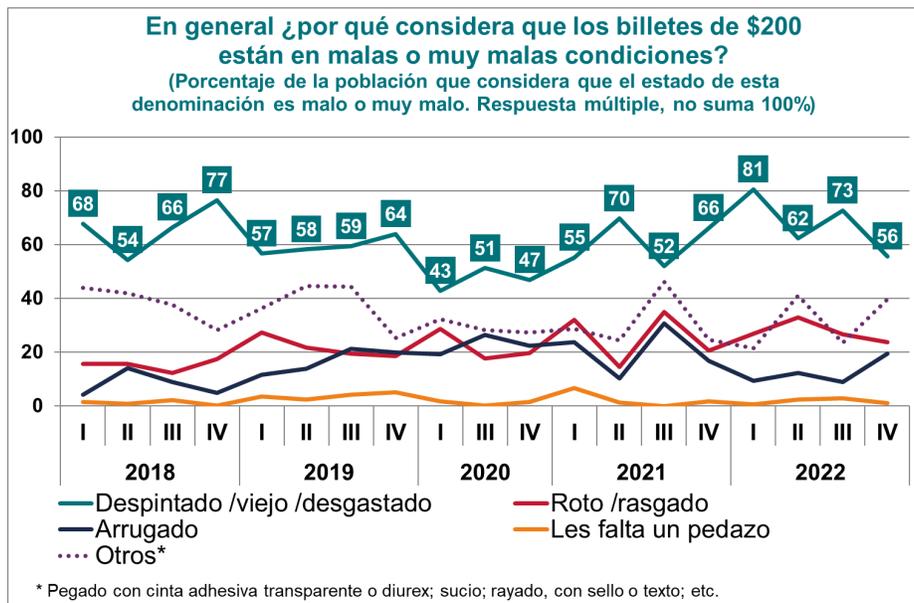
Gráfica 26



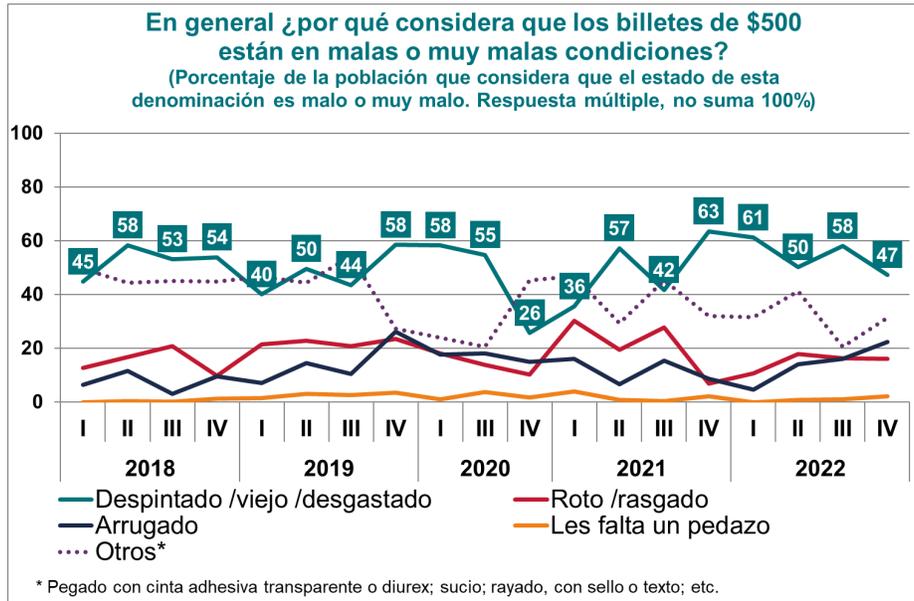
Gráfica 27



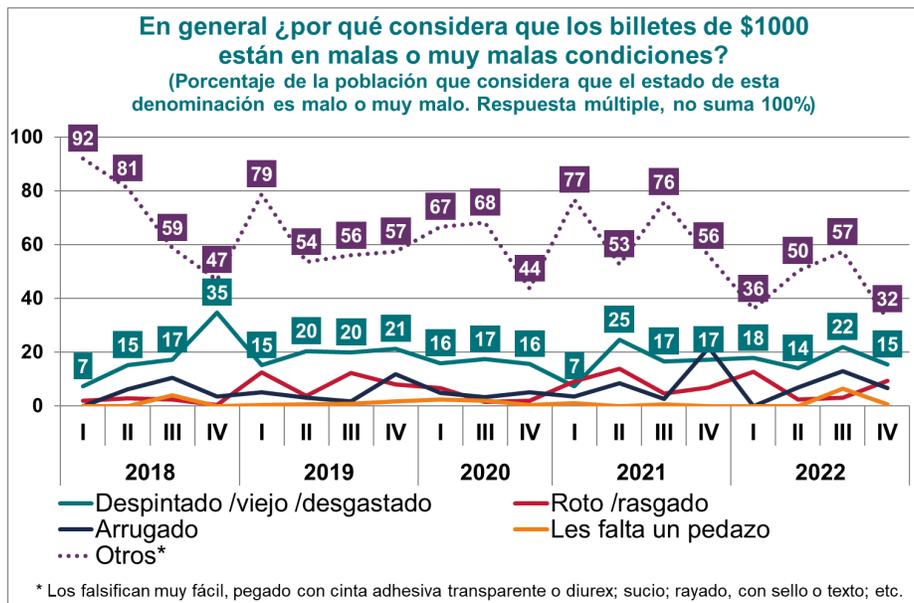
Gráfica 28



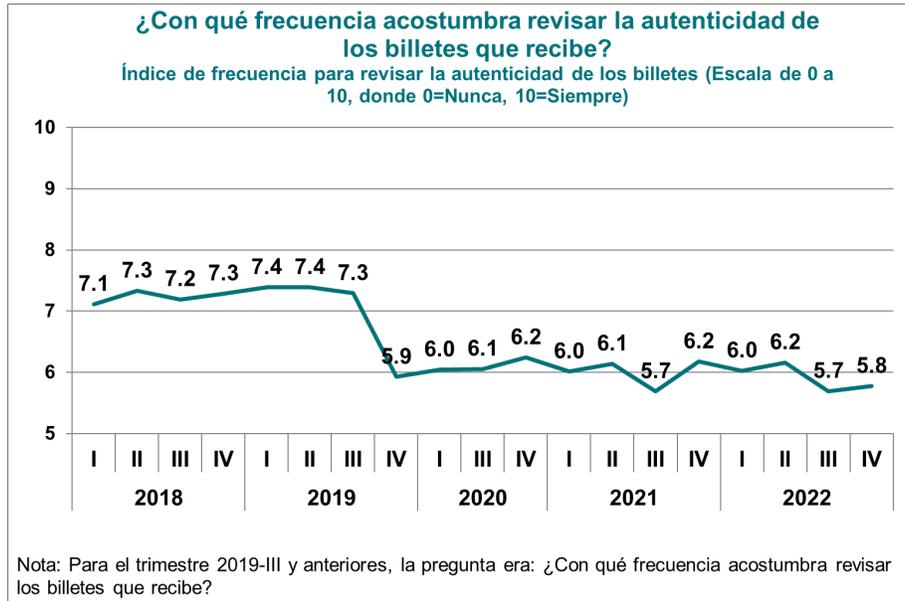
Gráfica 29



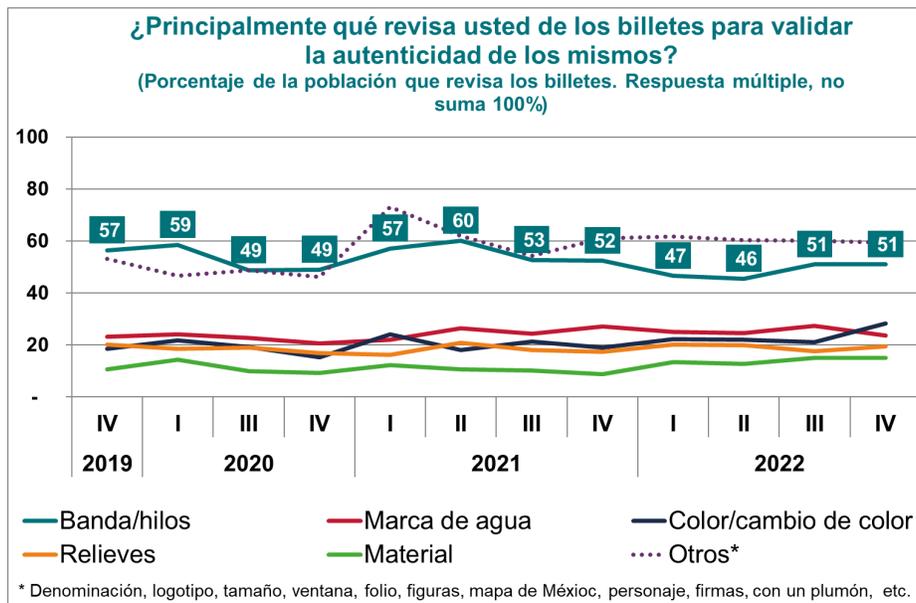
Gráfica 30



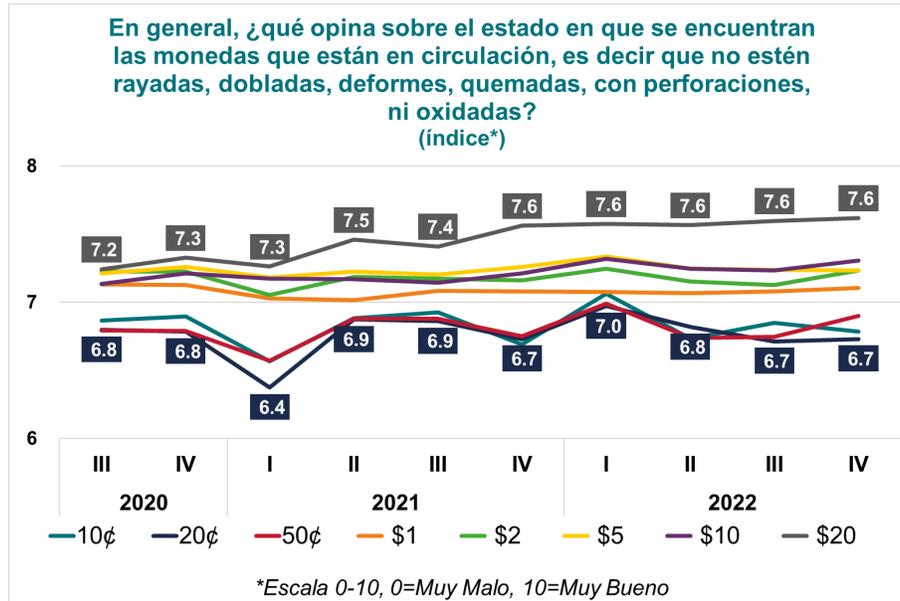
Gráfica 31



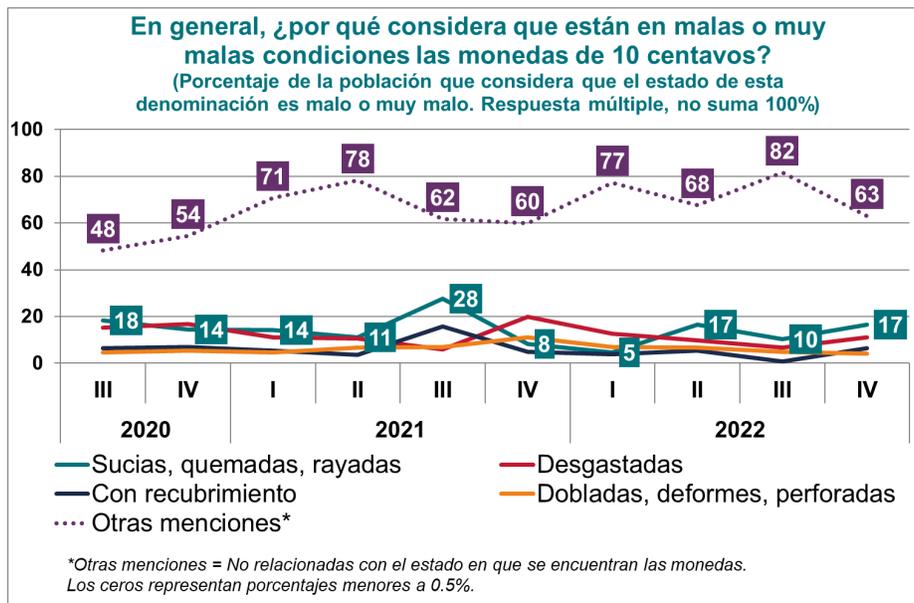
Gráfica 32



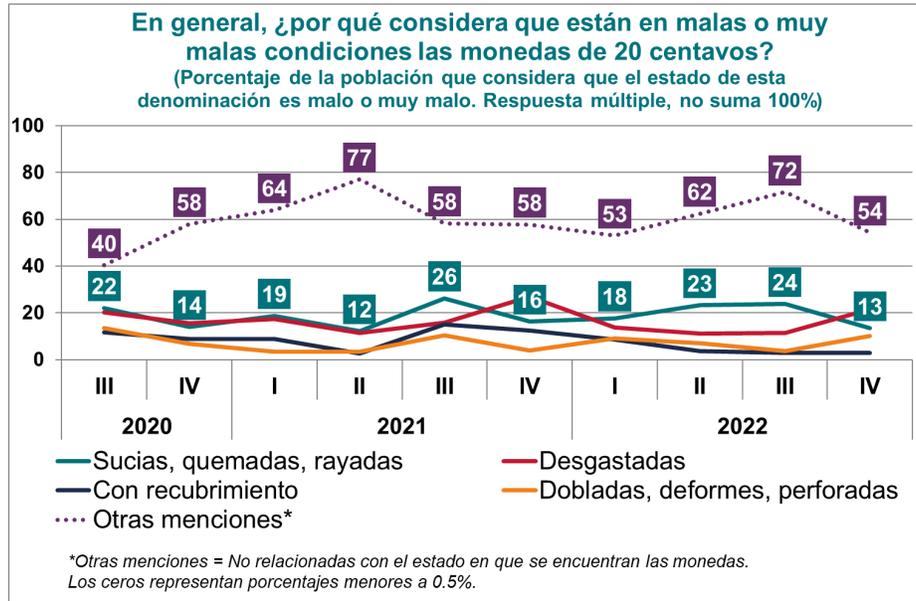
Gráfica 33



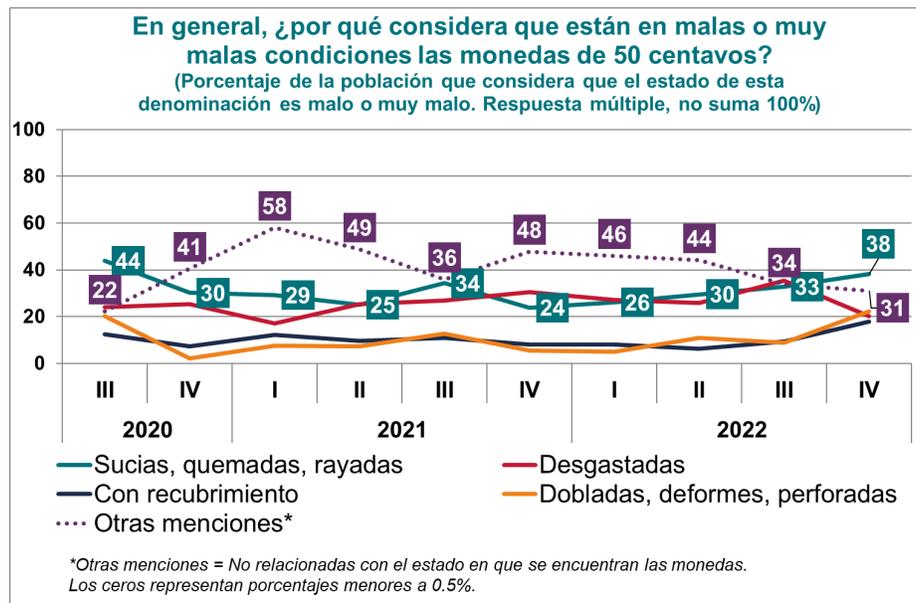
Gráfica 34



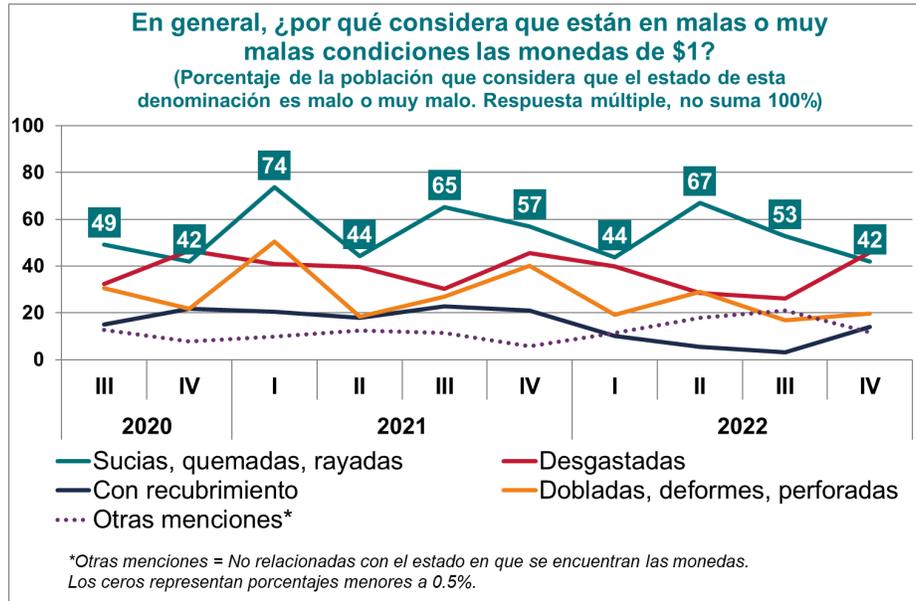
Gráfica 35



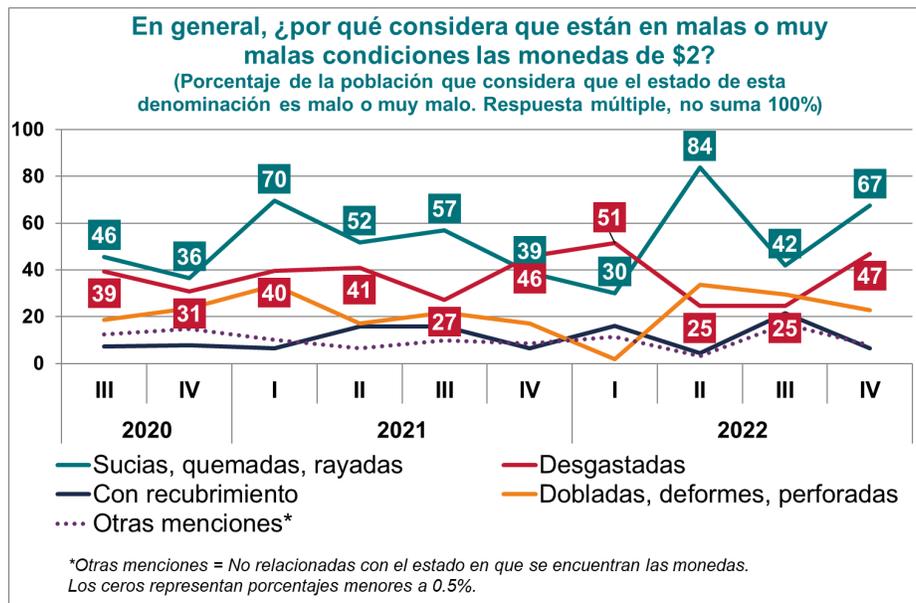
Gráfica 36



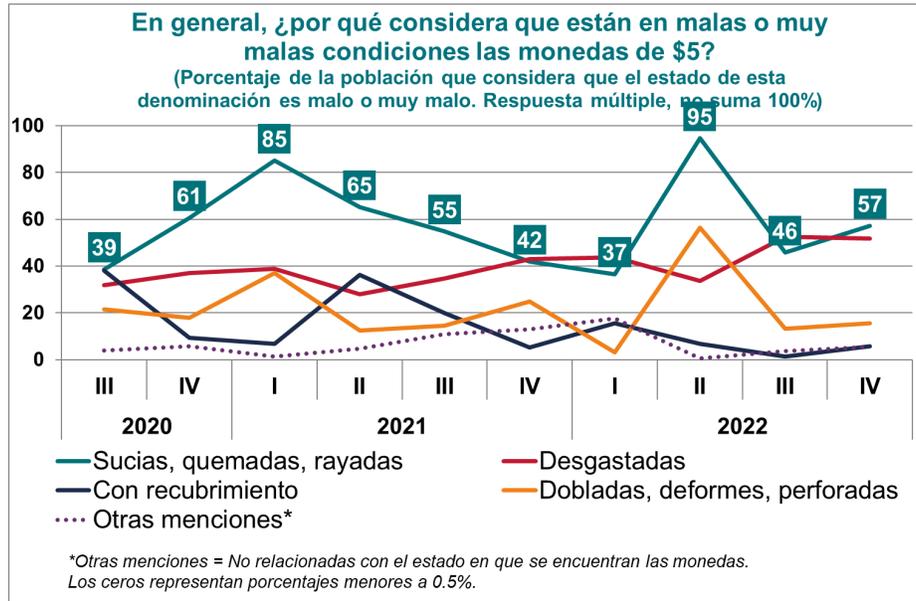
Gráfica 37



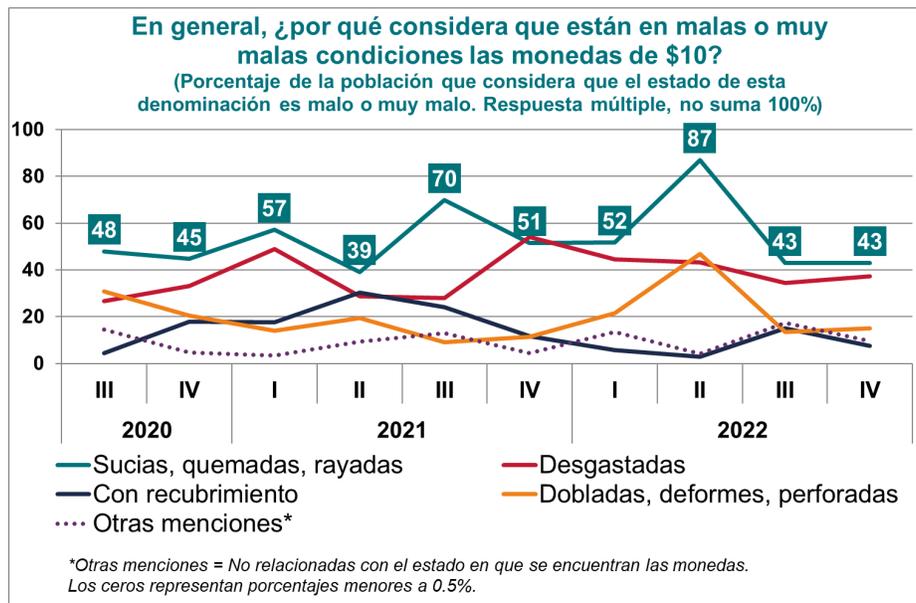
Gráfica 38



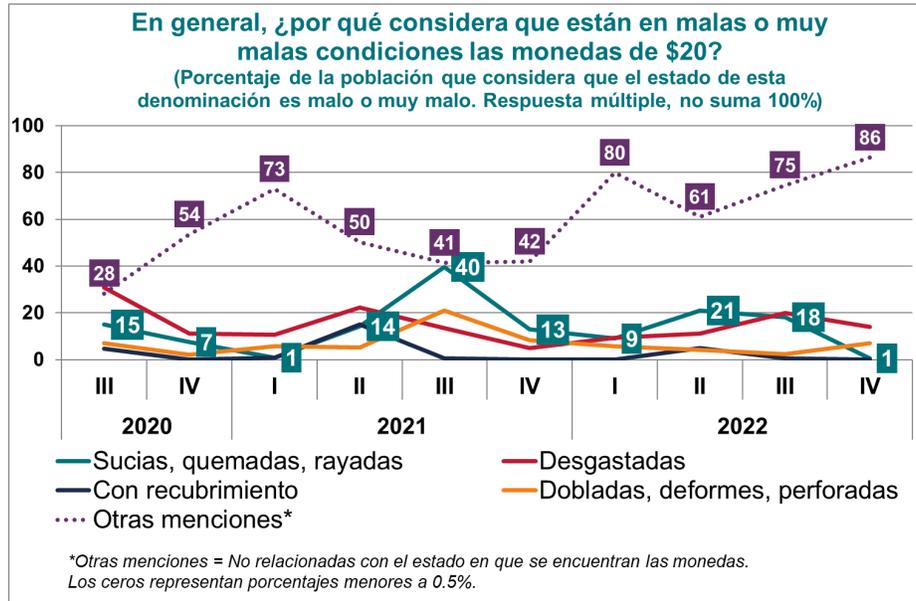
Gráfica 39



Gráfica 40

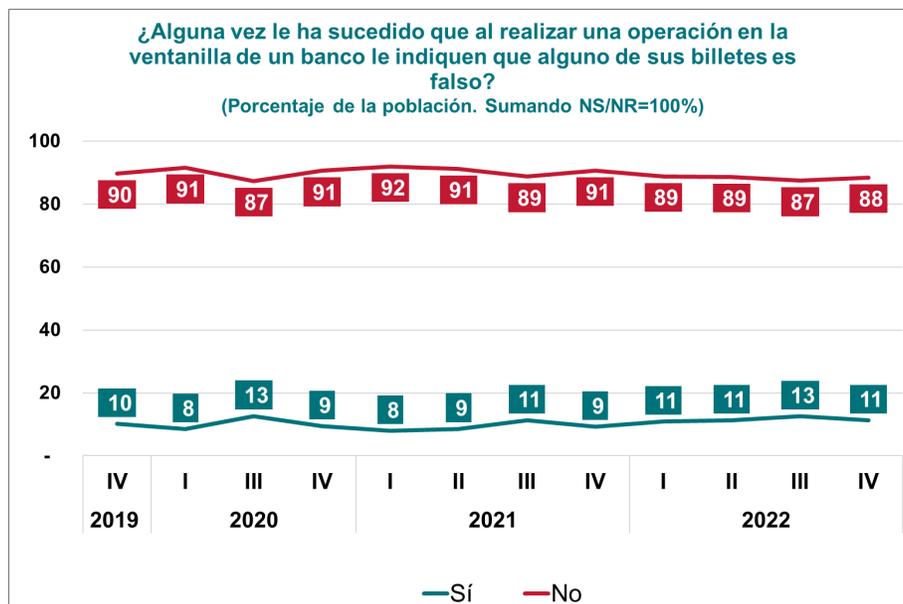


Gráfica 41

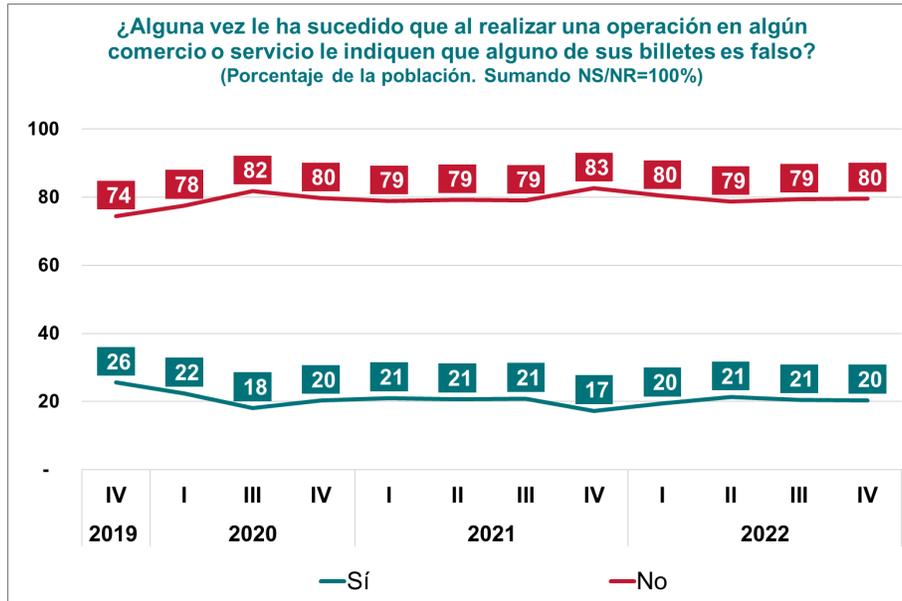


Billetes falsos y desinfección de billetes

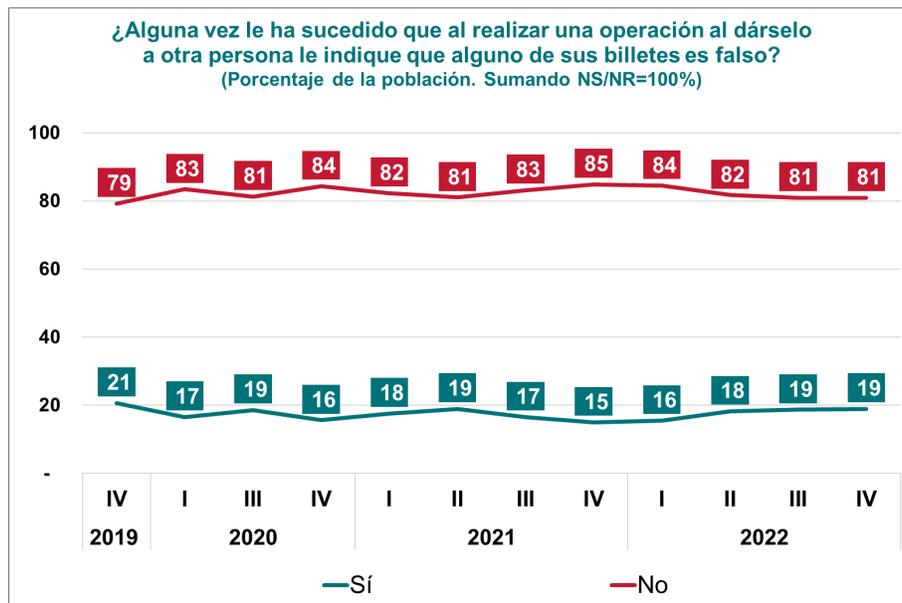
Gráfica 42



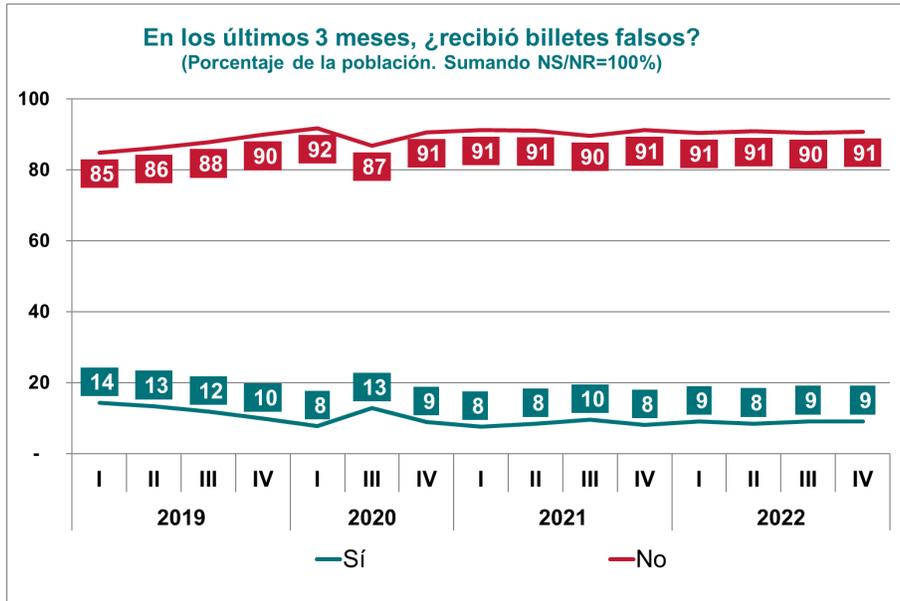
Gráfica 43



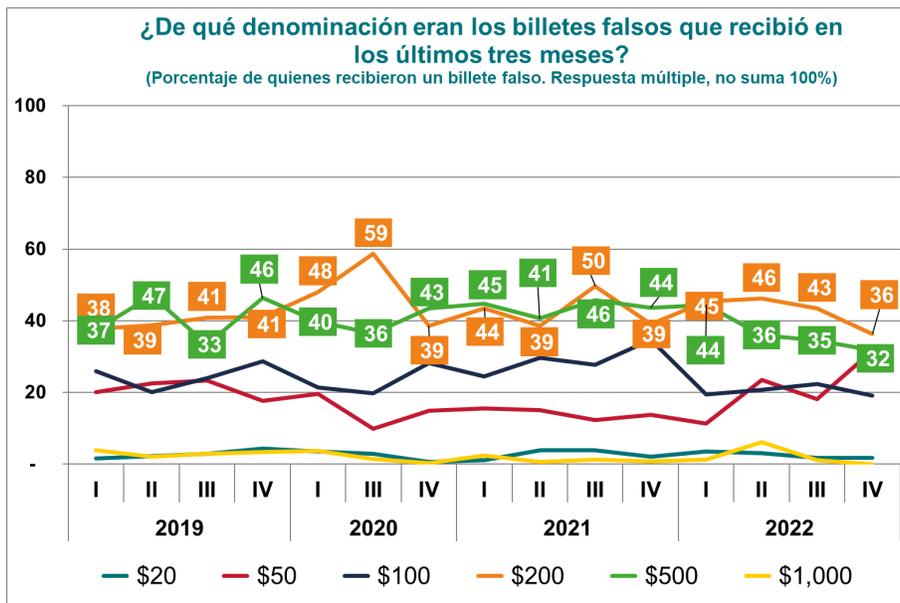
Gráfica 44



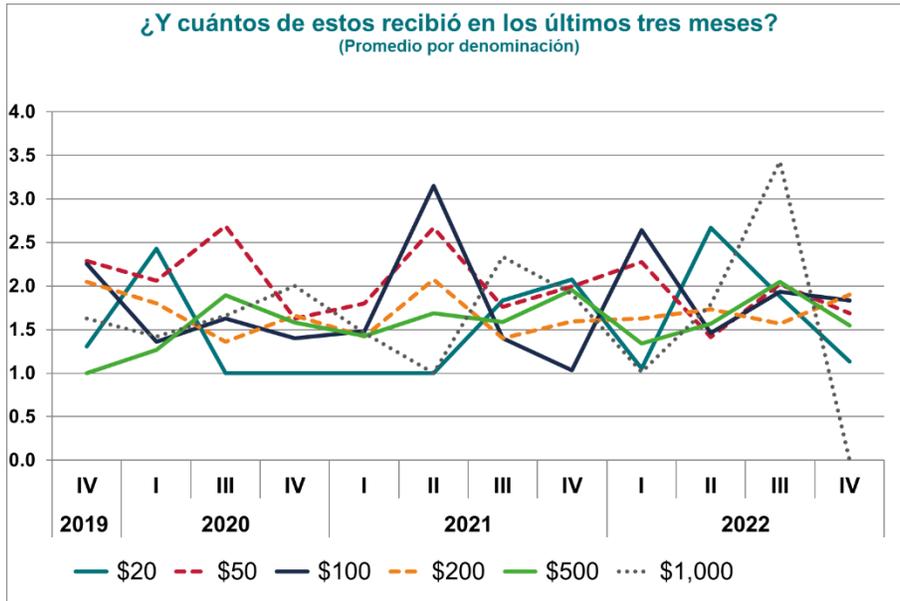
Gráfica 45



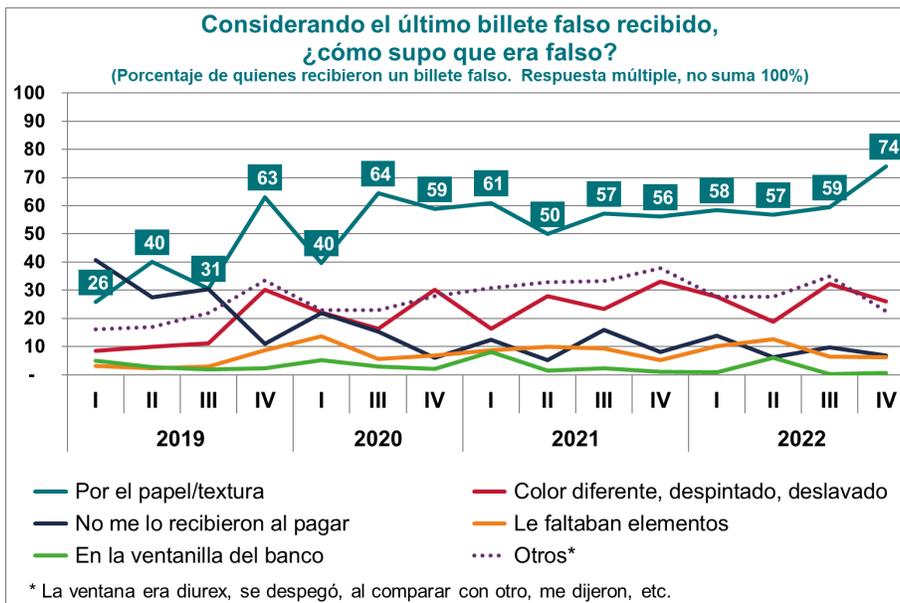
Gráfica 46



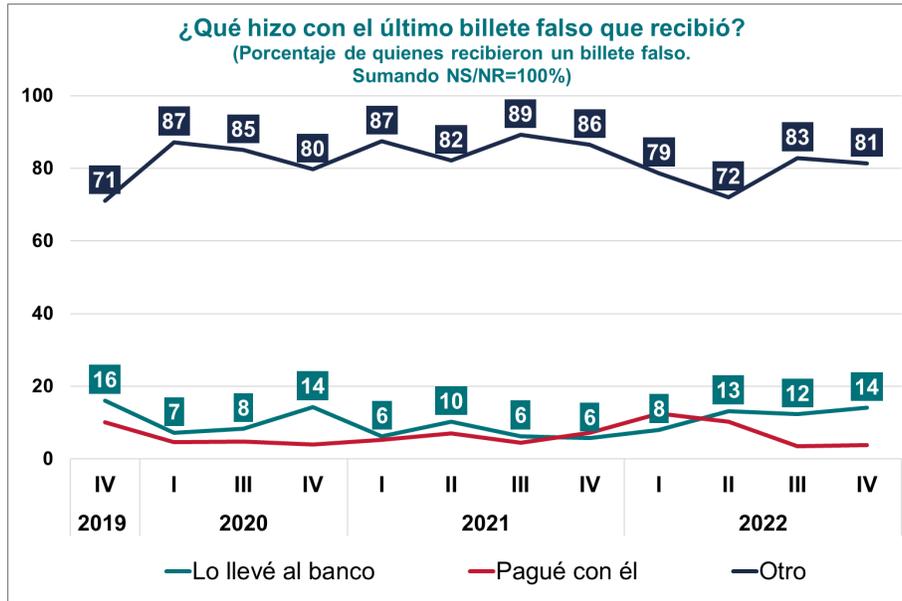
Gráfica 47



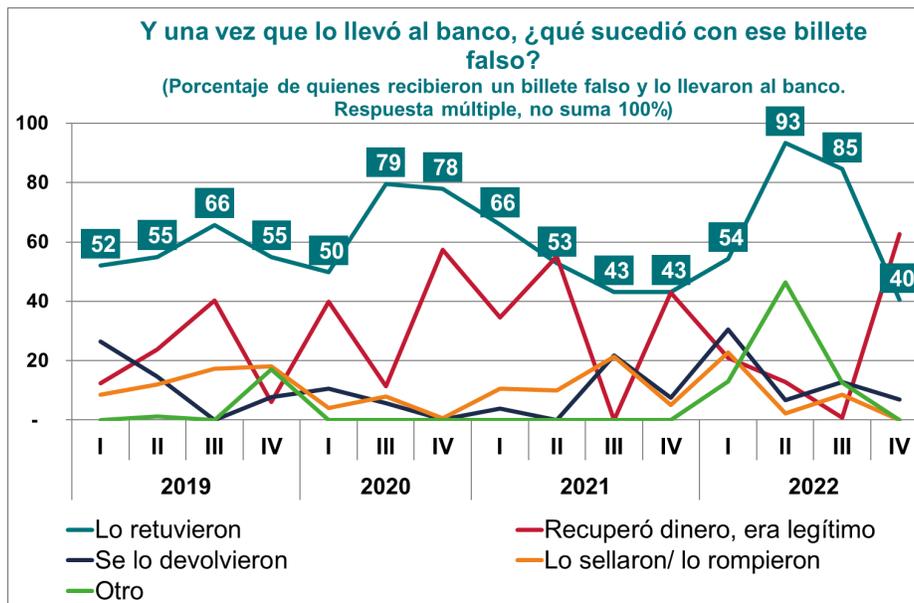
Gráfica 48



Gráfica 49



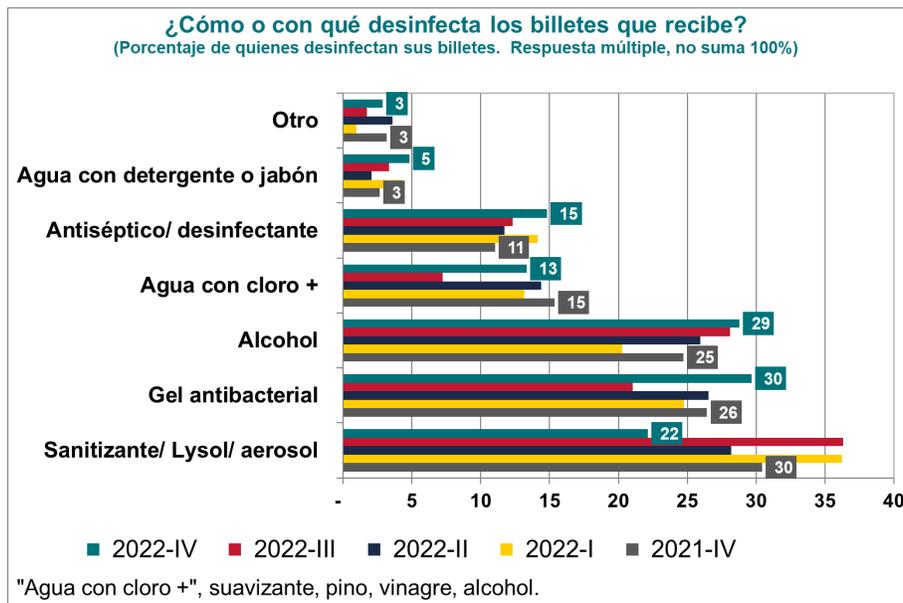
Gráfica 50



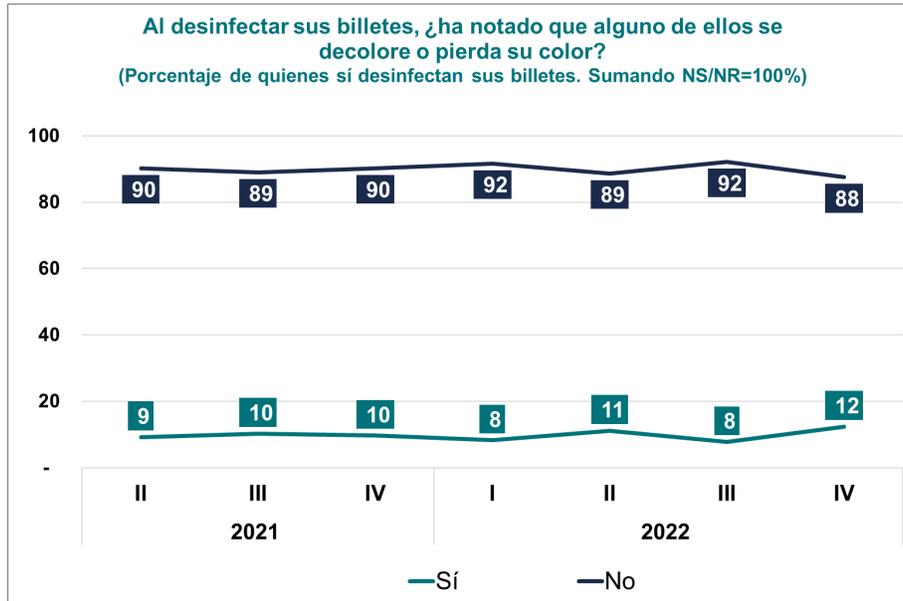
Gráfica 51



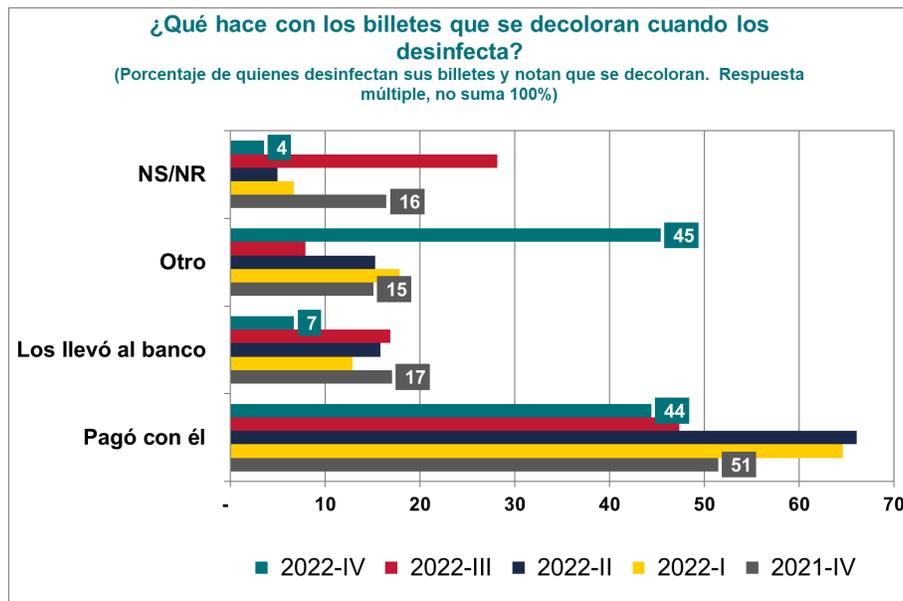
Gráfica 52



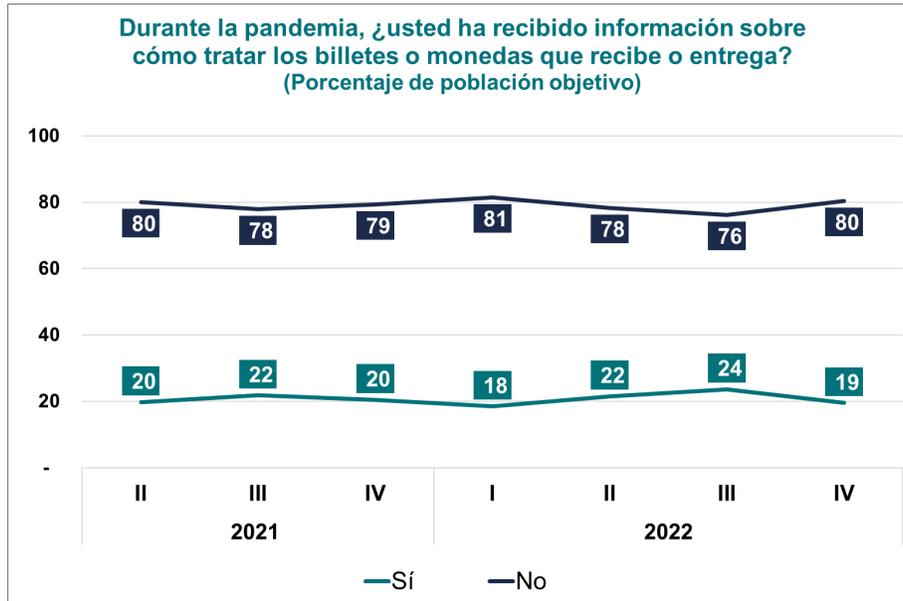
Gráfica 53



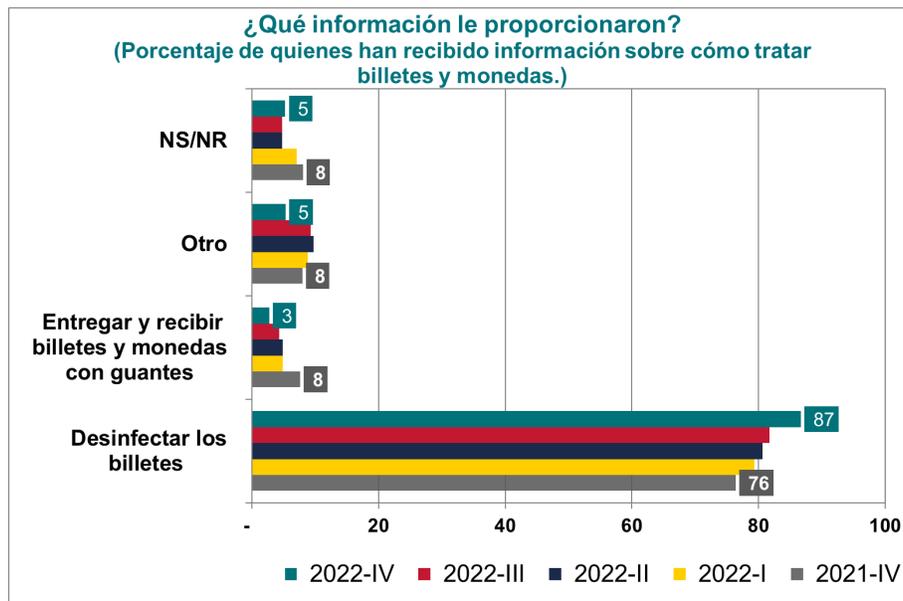
Gráfica 54



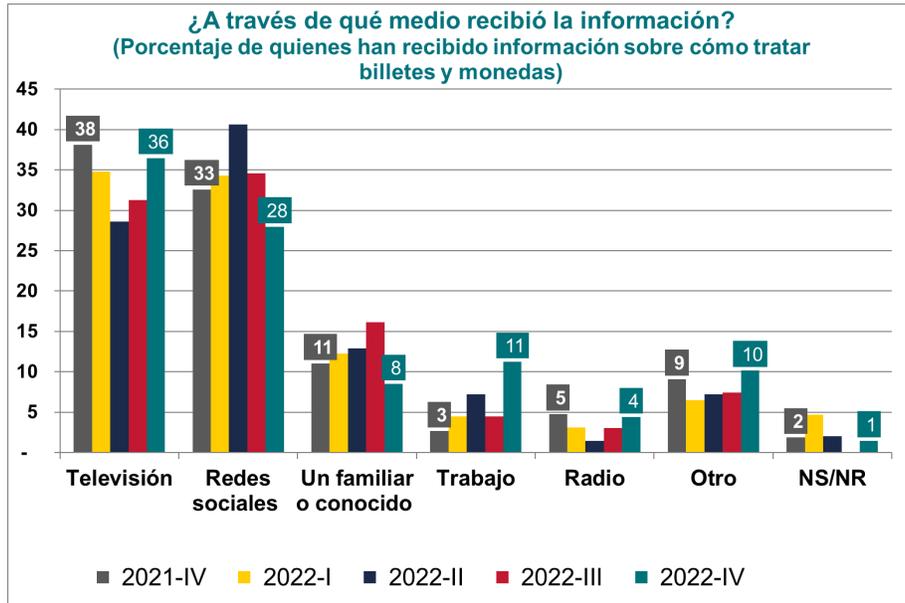
Gráfica 55



Gráfica 56

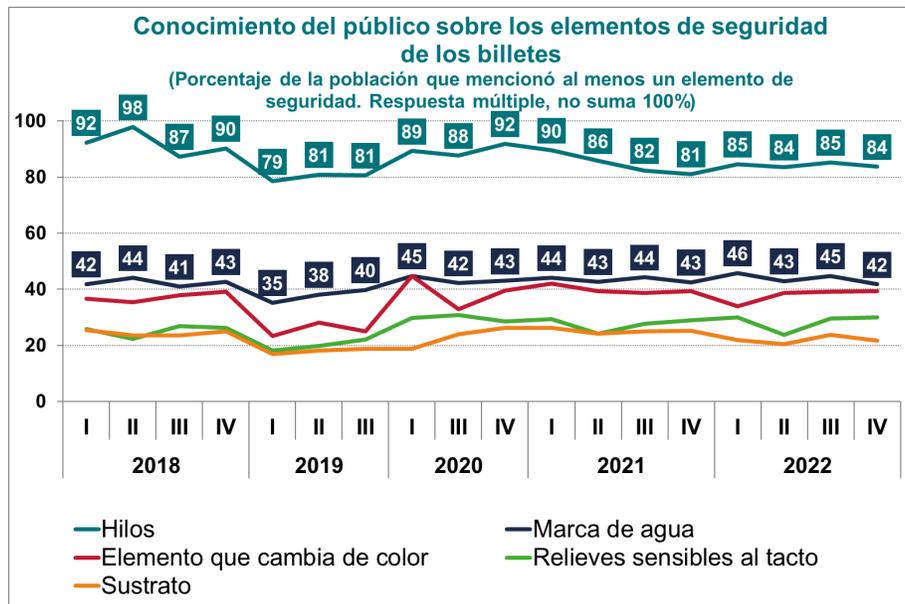


Gráfica 57

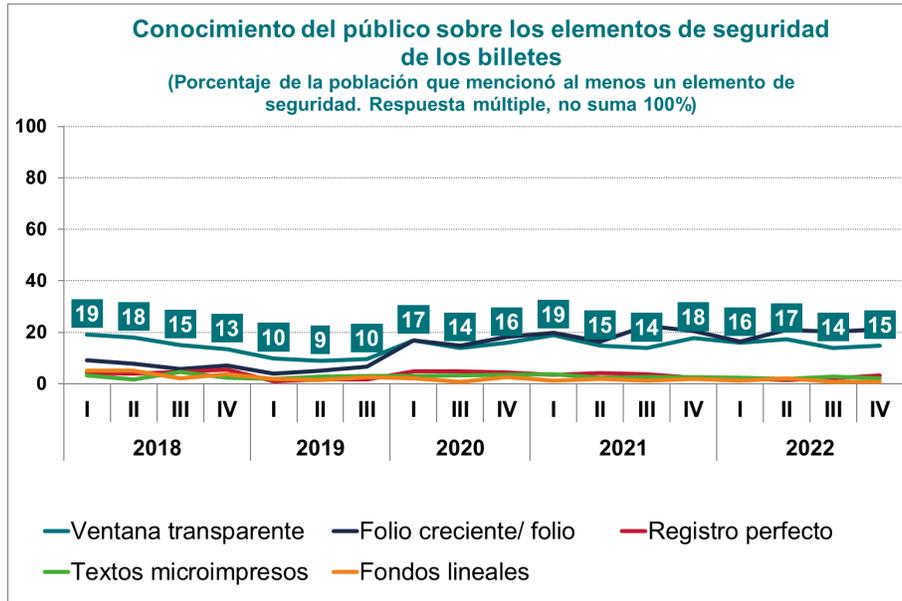


Elementos de seguridad

Gráfica 58

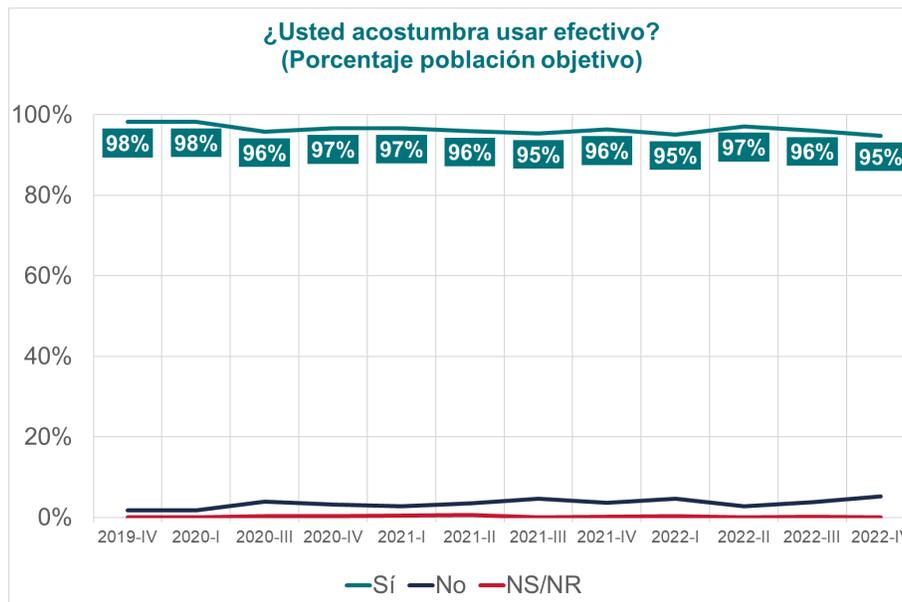


Gráfica 59

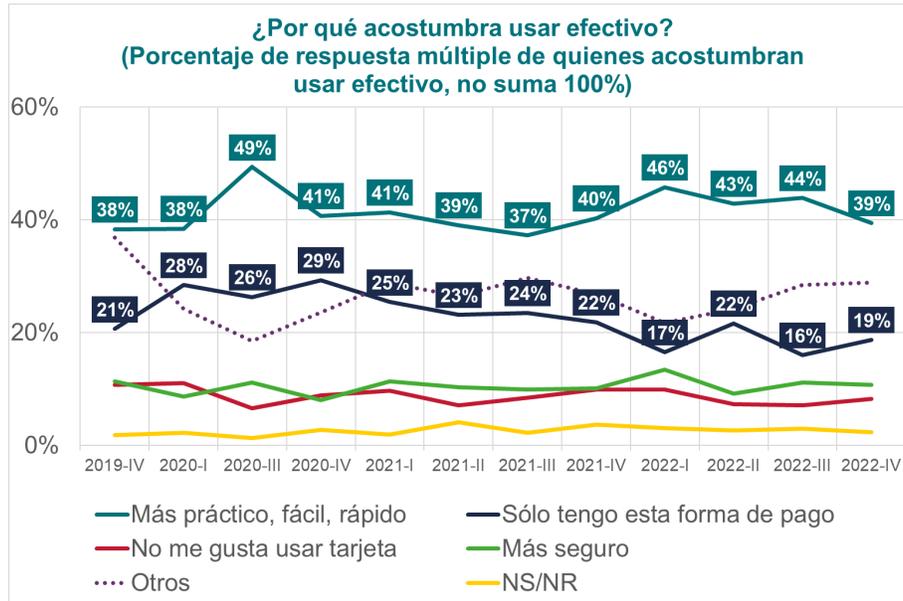


Hábitos en el uso de efectivo

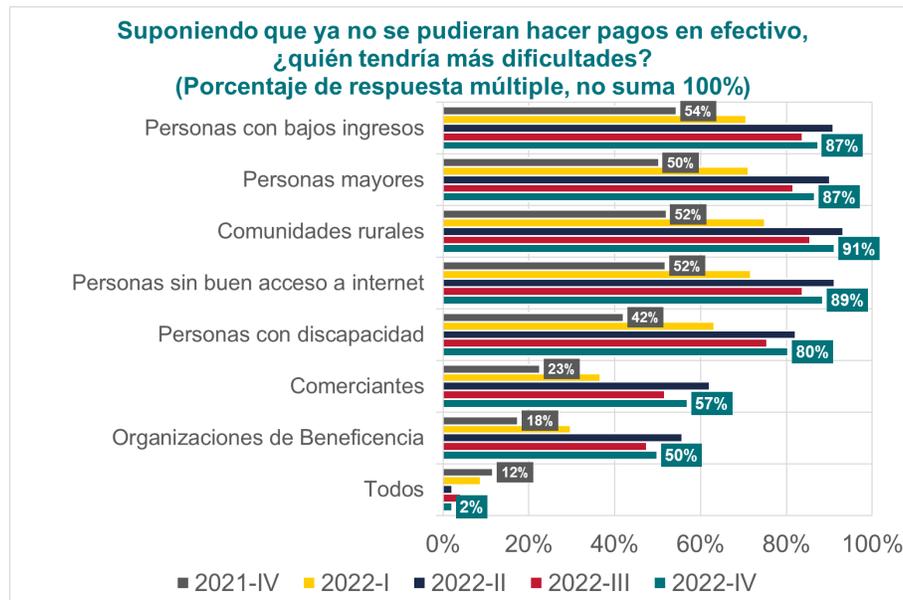
Gráfica 60



Gráfica 61



Gráfica 62¹²

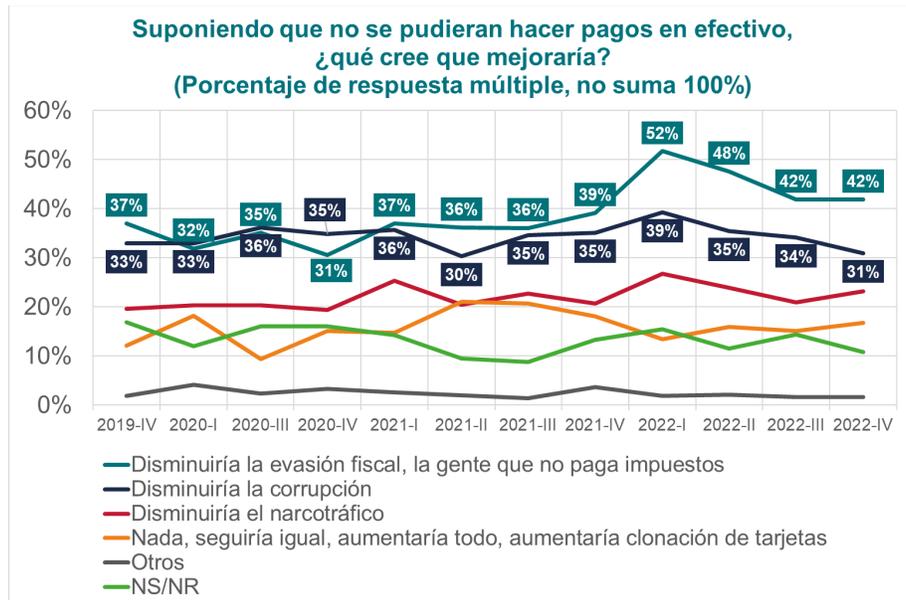


¹² Para mejorar la comprensión de las respuestas por parte de la persona encuestada, hasta el cuarto trimestre de 2021, los entrevistadores leían todas las respuestas y anotaban sólo aquellas que la persona recordaba.

Gráfica 63¹³



Gráfica 64

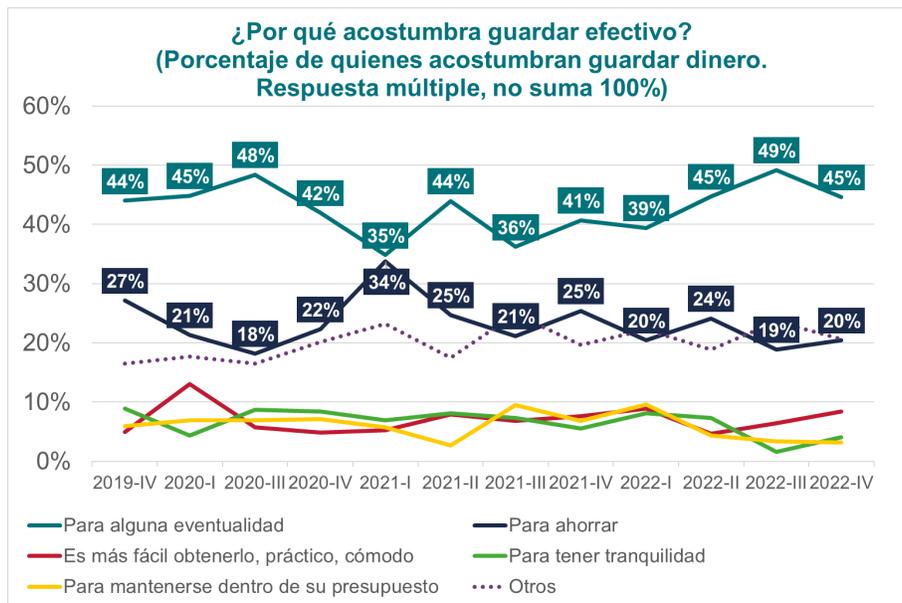


¹³ Para mejorar la comprensión de las respuestas por parte de la persona encuestada, a partir del primer trimestre de 2022, los entrevistadores leen cada opción de respuesta y anotan “sí”, “no”, según les indique la persona.

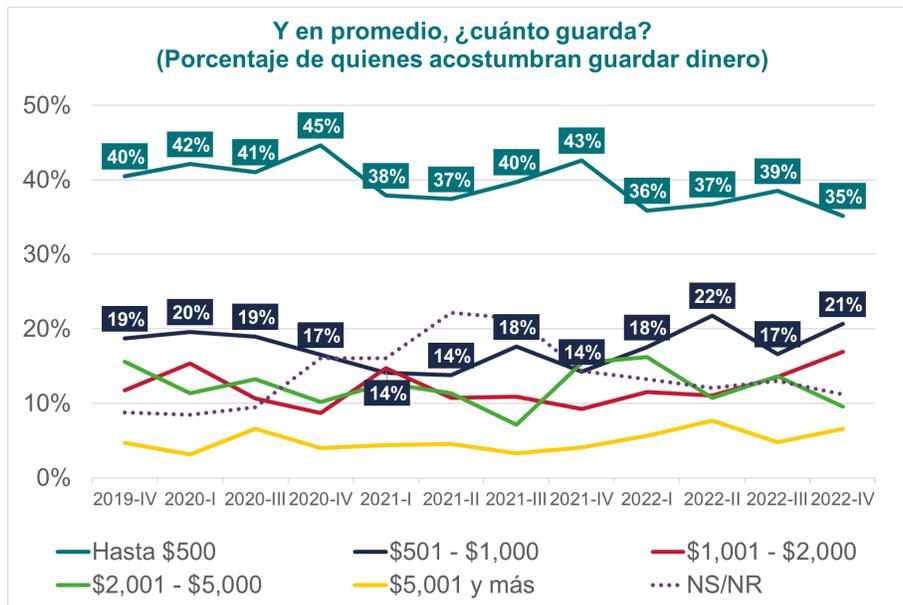
Gráfica 65



Gráfica 66

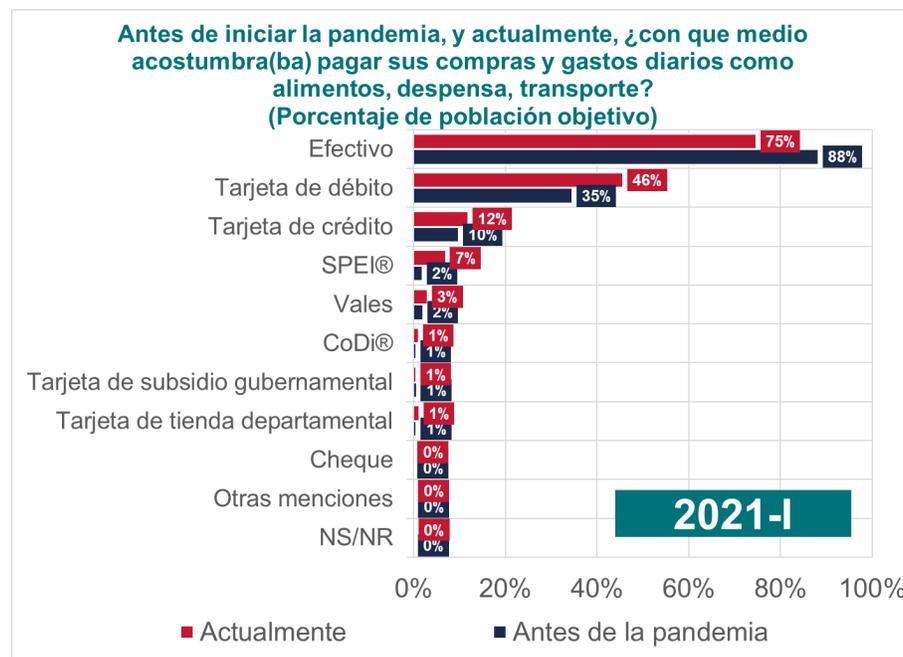


Gráfica 67

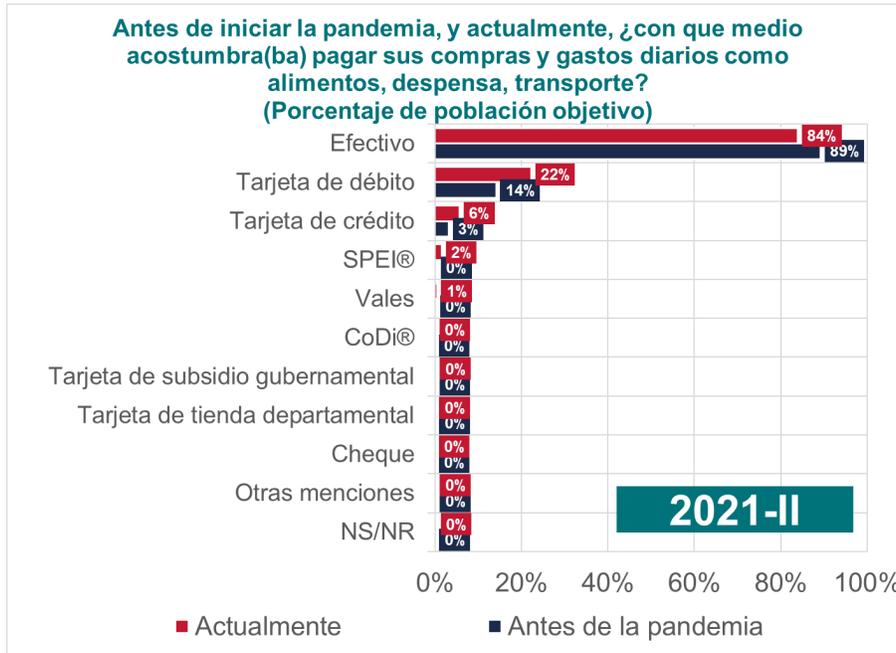


Medios de pago usados durante la pandemia

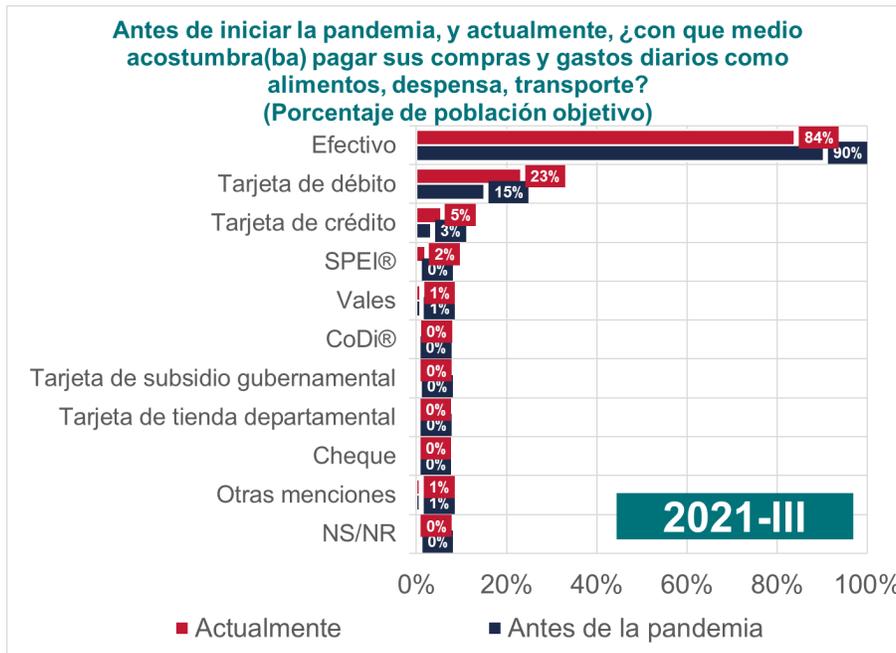
Gráfica 68



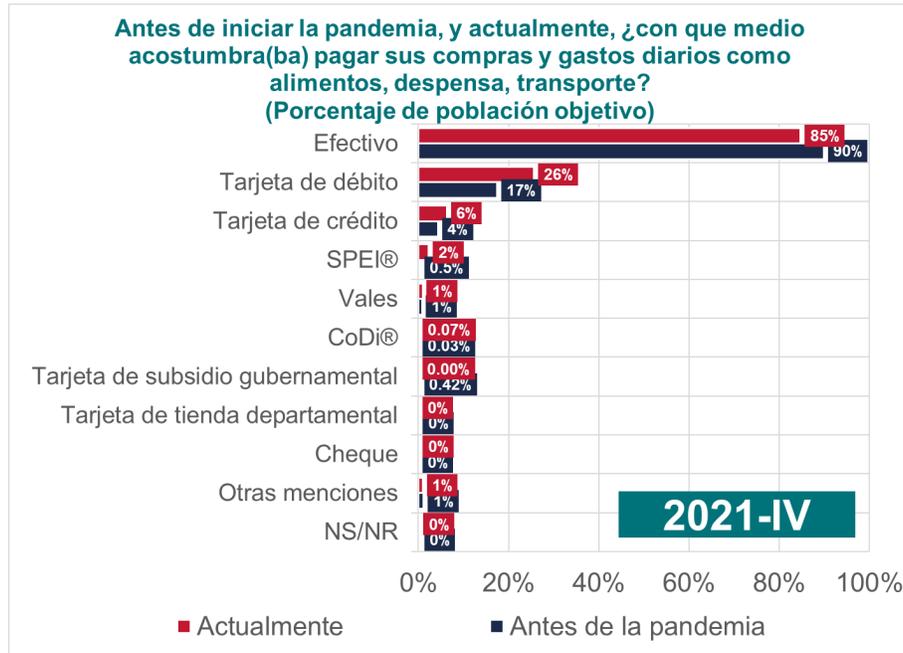
Gráfica 69



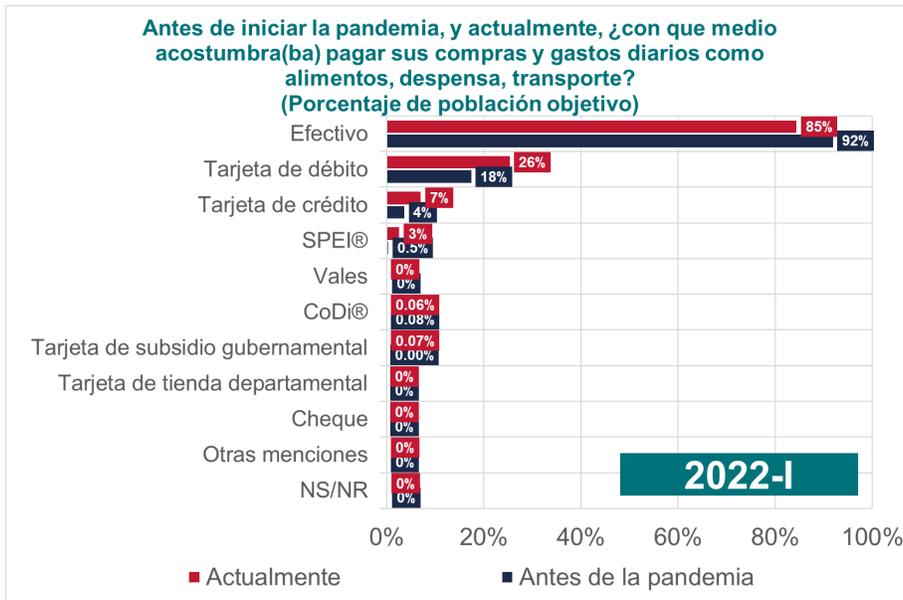
Gráfica 70



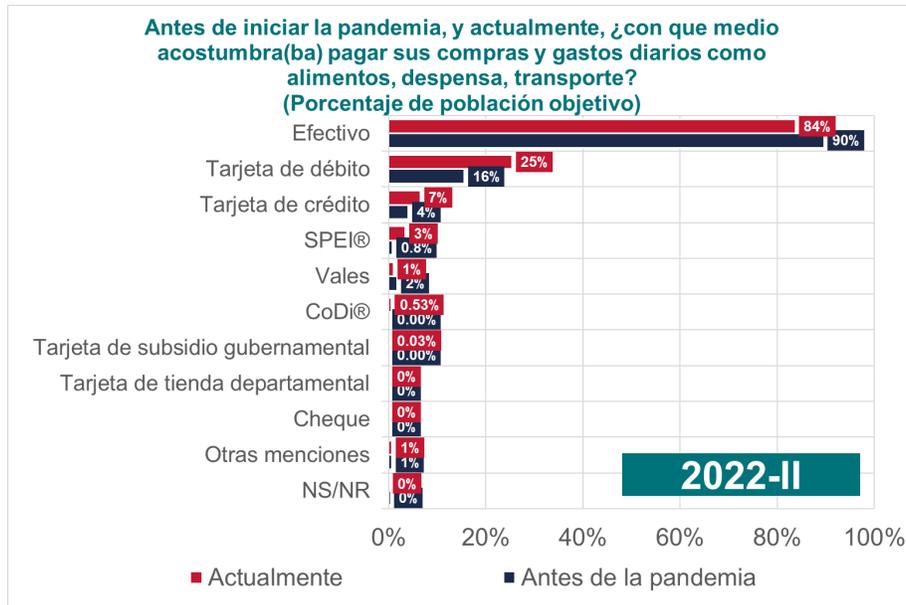
Gráfica 71



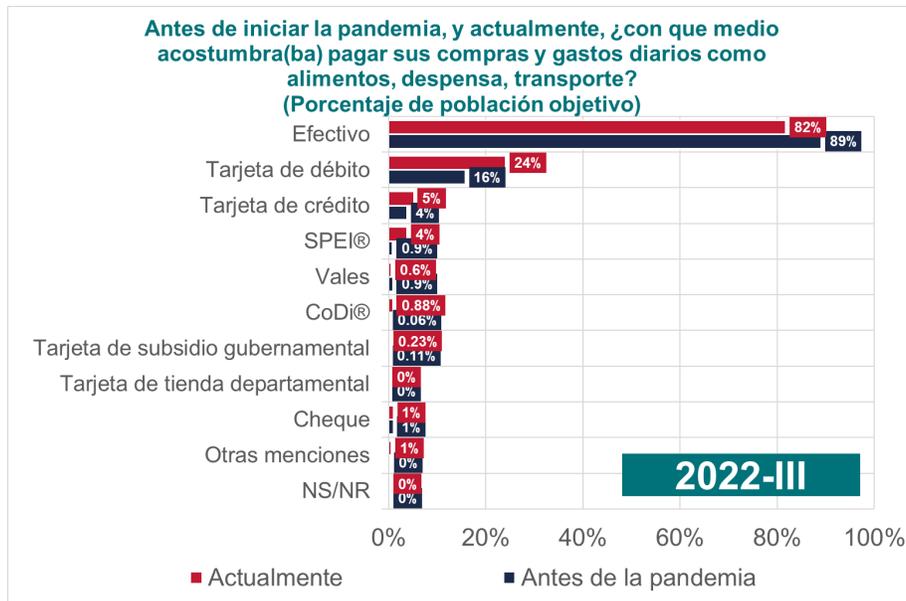
Gráfica 72



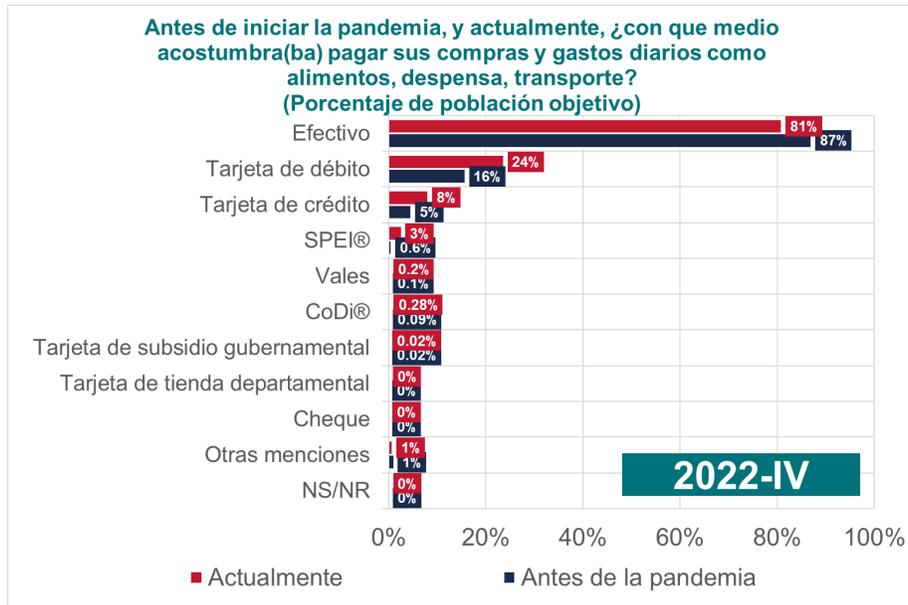
Gráfica 73



Gráfica 74



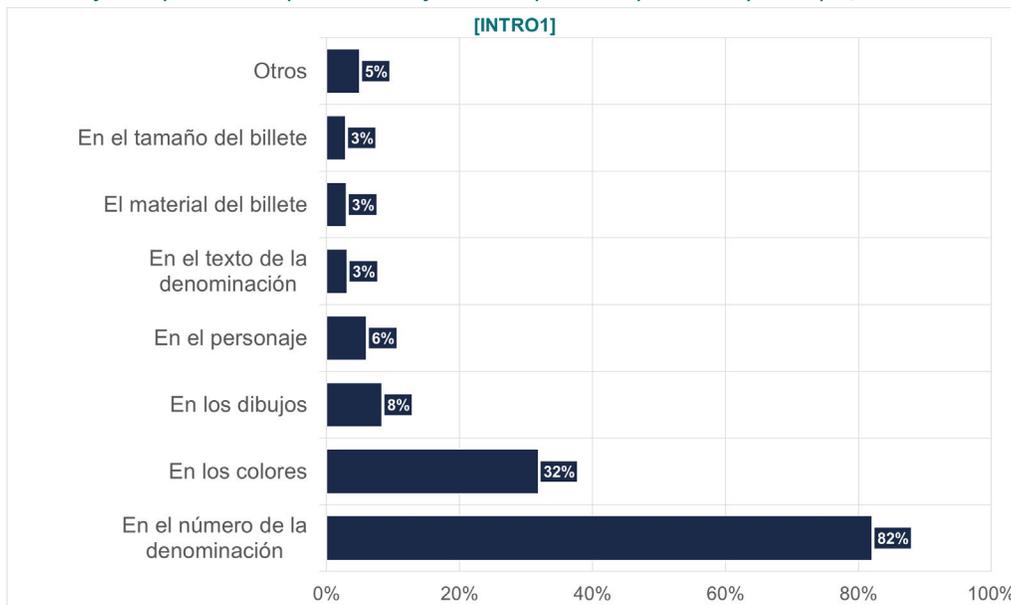
Gráfica 75



Anexo IV. Encuesta anual: Gráficas y tablas

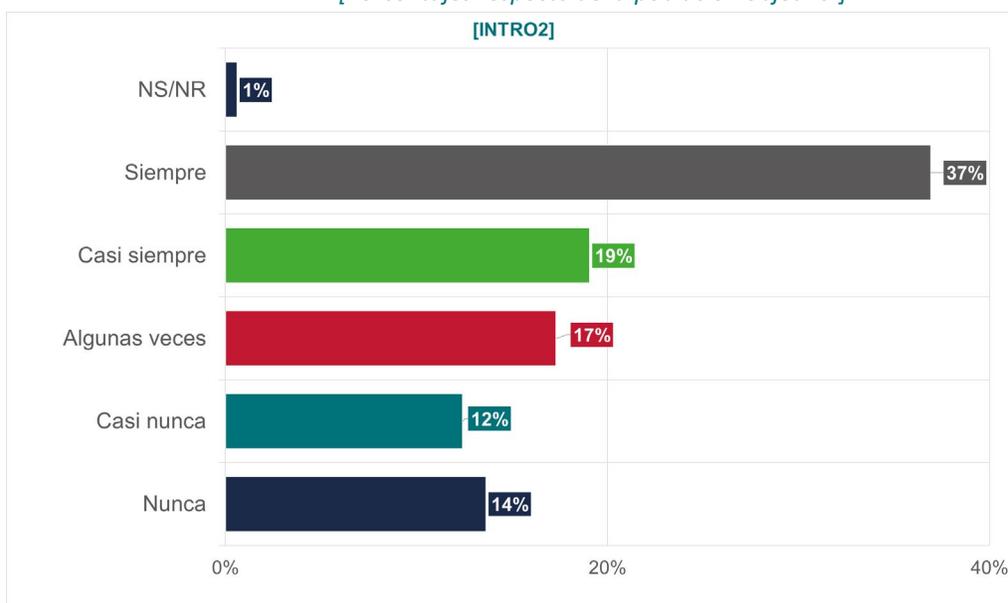
Temas generales de billetes

Gráfica 76. [INTRO1] Cuando quiere saber la denominación o cuánto vale un billete, ¿en qué se fija primero?
 [Porcentajes respecto de la población objetivo. Respuesta espontánea y múltiple, no suma 100%.]

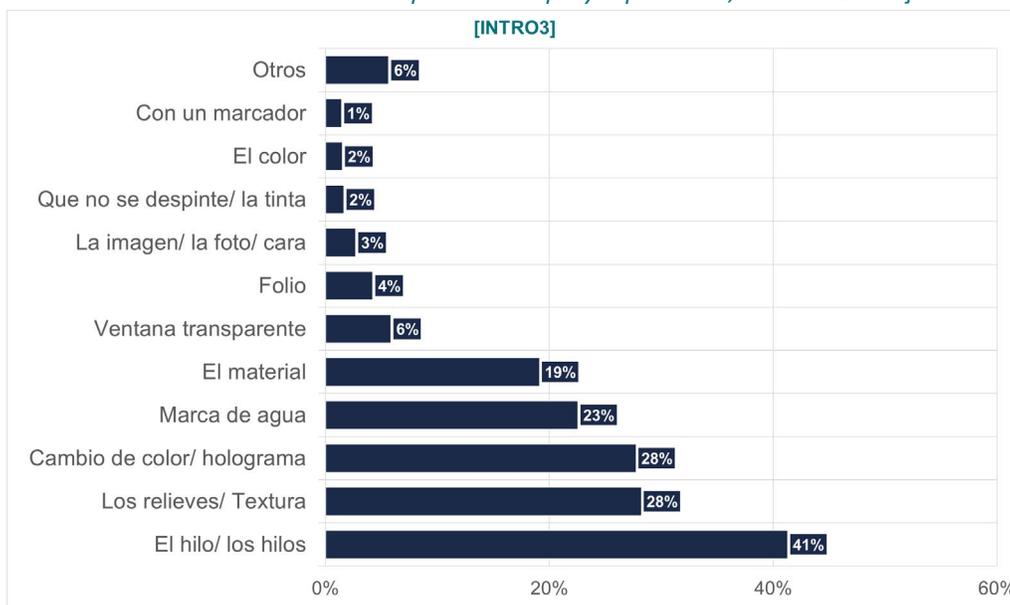


Gráfica 77. [INTRO2] ¿Con qué frecuencia acostumbra revisar que los billetes que recibe son auténticos?
 [Leer opciones de respuesta]

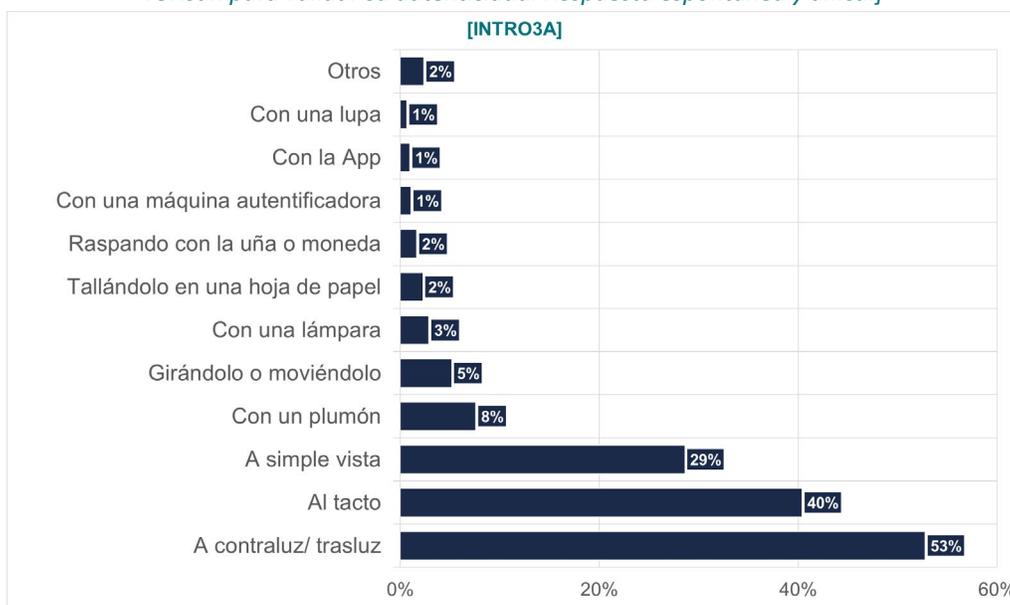
[Porcentajes respecto de la población objetivo.]



Gráfica 78. [INTRO3] ¿Generalmente qué revisa usted de los billetes para validar que no son falsos? [Porcentajes respecto de quienes respondieron que revisan de “Casi nunca” a “Siempre” sus billetes para validar su autenticidad. Respuesta múltiple y espontánea, no suma 100%.]

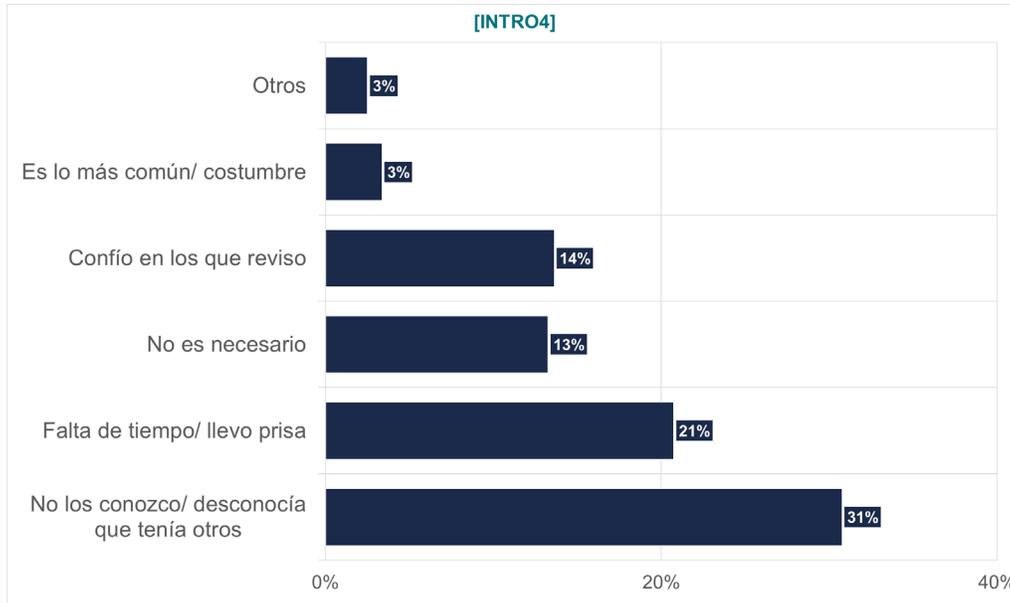


Gráfica 79. [INTRO3] Y ¿cómo o con qué lo revisa...? [refiriéndose a las respuestas que dio] [Respuesta espontánea y única]? [Porcentajes respecto de quienes respondieron que revisan de “Casi nunca” a “Siempre” sus billetes y que le revisan para validar su autenticidad. Respuesta espontánea y única.]



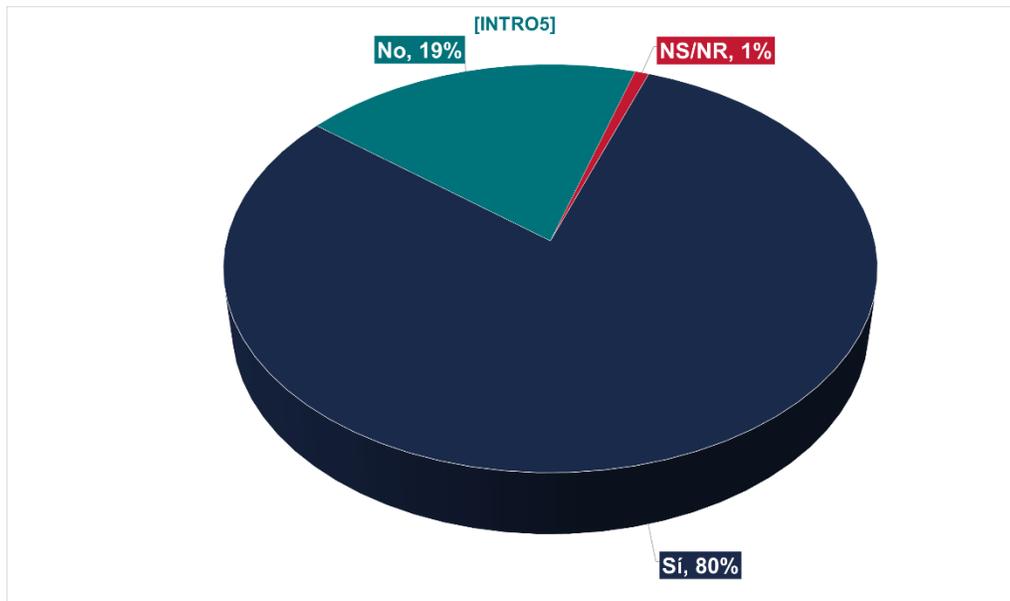
Gráfica 80. [INTRO4] Además de lo que ya me dijo que revisa en sus billetes, ¿por qué no revisa otros elementos de seguridad que tienen los billetes?

[Porcentajes respecto de quienes respondieron que revisan de “Casi nunca” a “Siempre” sus billetes para validar su autenticidad. Respuesta múltiple y espontánea, no suma 100%.]

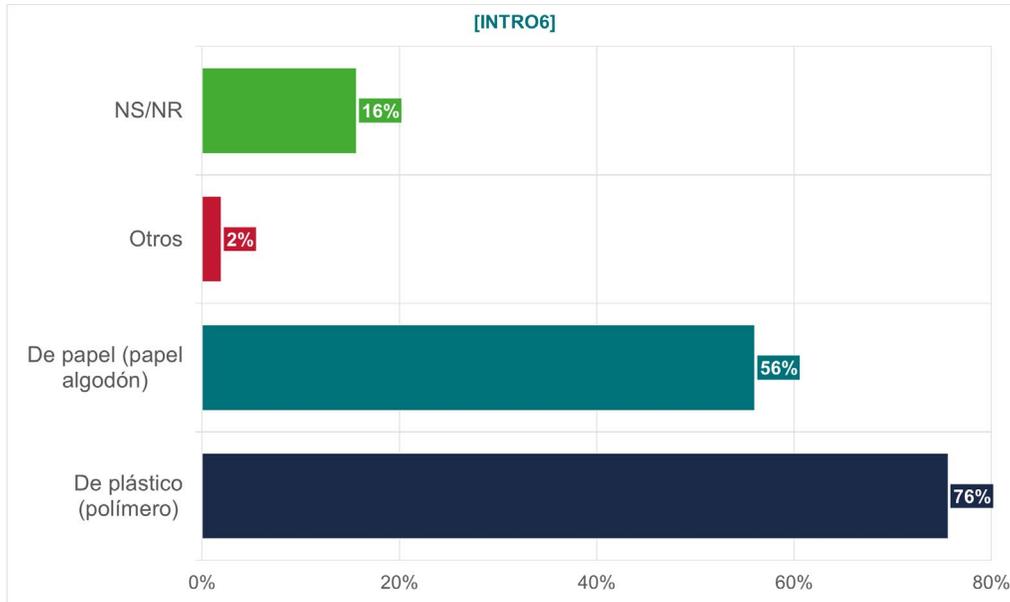


Gráfica 81. [INTRO5] ¿Usted ha notado que los billetes que están en circulación están hechos de distintos materiales?

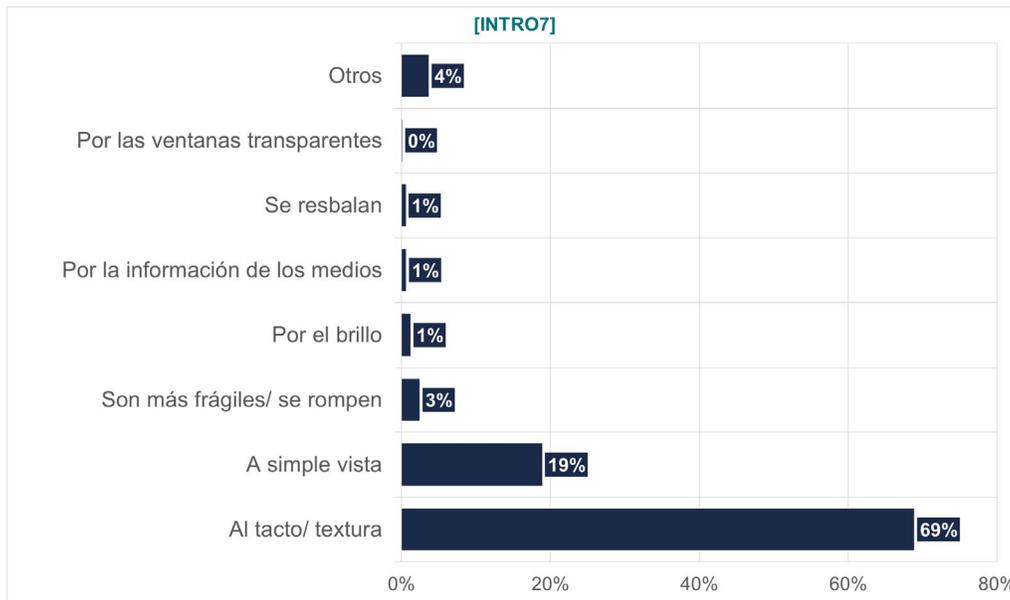
[Porcentajes respecto de la población objetivo.]



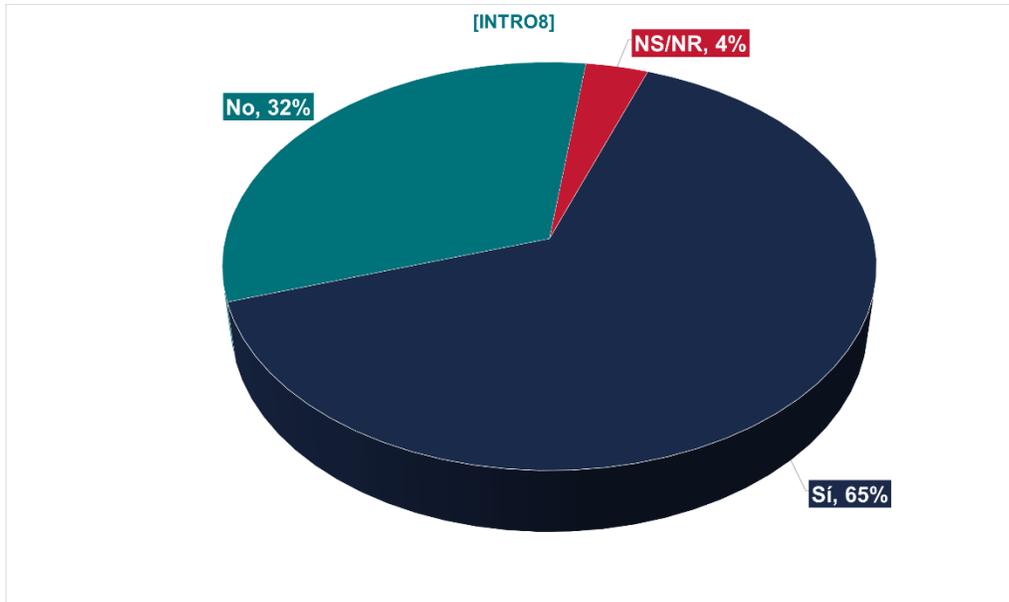
Gráfica 82. [INTRO6] ¿Me podría decir de qué materiales están hechos los billetes que usa?
 [Porcentajes respecto de quienes han notado que los billetes en circulación están hechos de distintos materiales. Respuesta espontánea y múltiple, no suma 100%.]



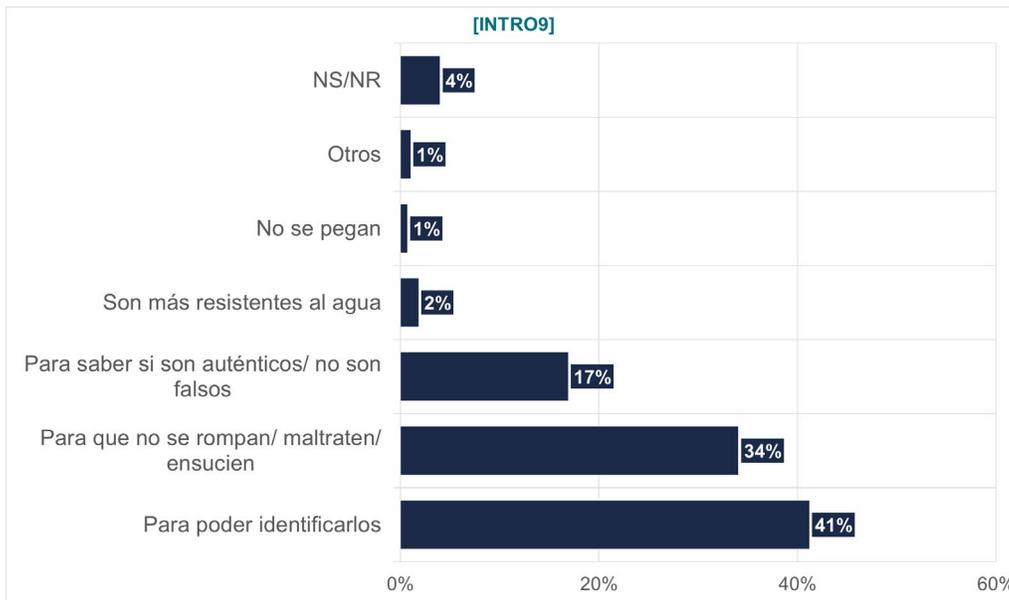
Gráfica 83. [INTRO7] ¿Cómo se dio cuenta de esta diferencia en el material de los billetes?
 [Porcentajes respecto de quienes han notado que los billetes en circulación están hechos de distintos materiales.]



Gráfica 84. [INTRO8] ¿Le ha sido de utilidad que los billetes sean de distinto material?
 [Porcentajes respecto de quienes han notado que los billetes en circulación están hechos de distintos materiales.]

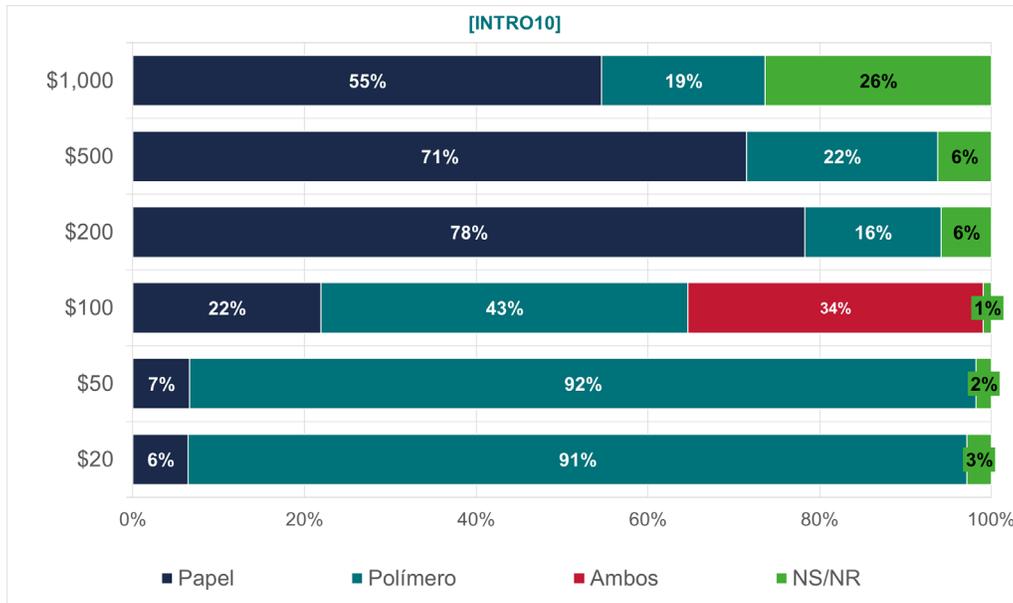


Gráfica 85. [INTRO9] ¿Para qué le ha sido de utilidad?
 [Porcentajes respecto de quienes han notado que los billetes en circulación están hechos de distintos materiales, y les ha sido de utilidad.]



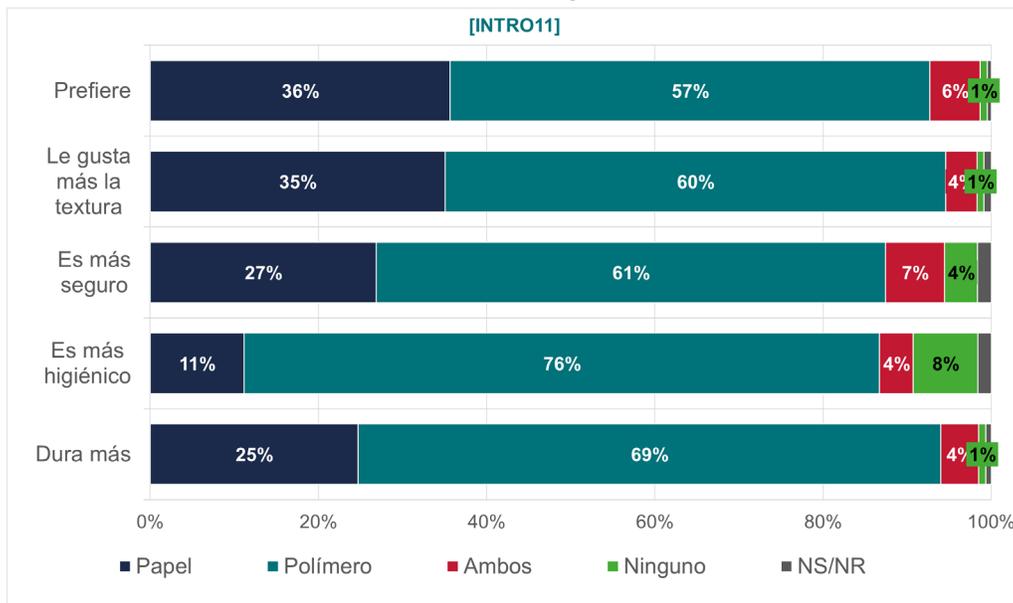
Gráfica 86. [INTRO10] Con lo que usted recuerda, ¿me podría decir cuáles denominaciones son de papel y cuáles de polímero o de plástico, empecemos por \$20...?

[Porcentajes respecto de quienes han notado que los billetes en circulación están hechos de distintos materiales.]



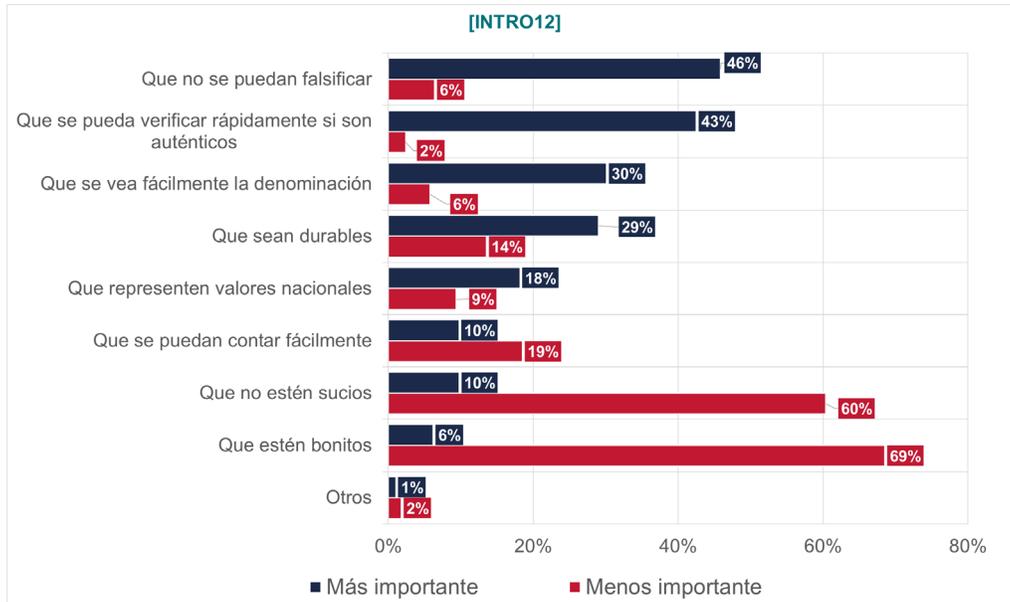
Gráfica 87. [INTRO11] Entre los billetes de papel y de polímero o plástico, ¿cuál cree usted que...?

[Porcentajes respecto de quienes han notado que los billetes en circulación están hechos de distintos materiales.]



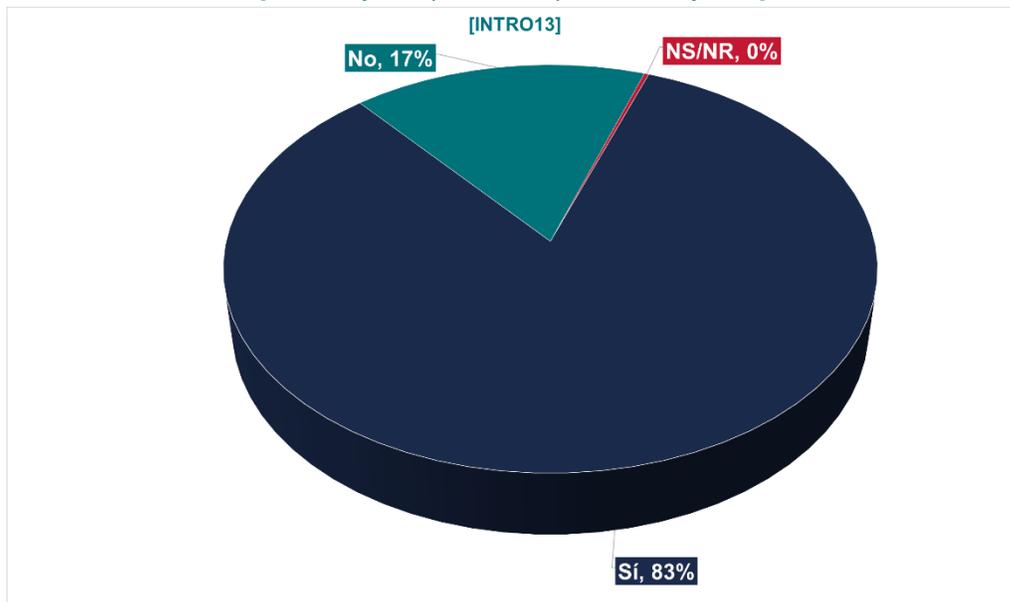
**Gráfica 88. [INTRO12] ¿Cuáles son las dos características más importantes de un billete aparte del material?
Y ¿cuáles son las dos menos importantes?**

[Porcentajes respecto de la población objetivo.]

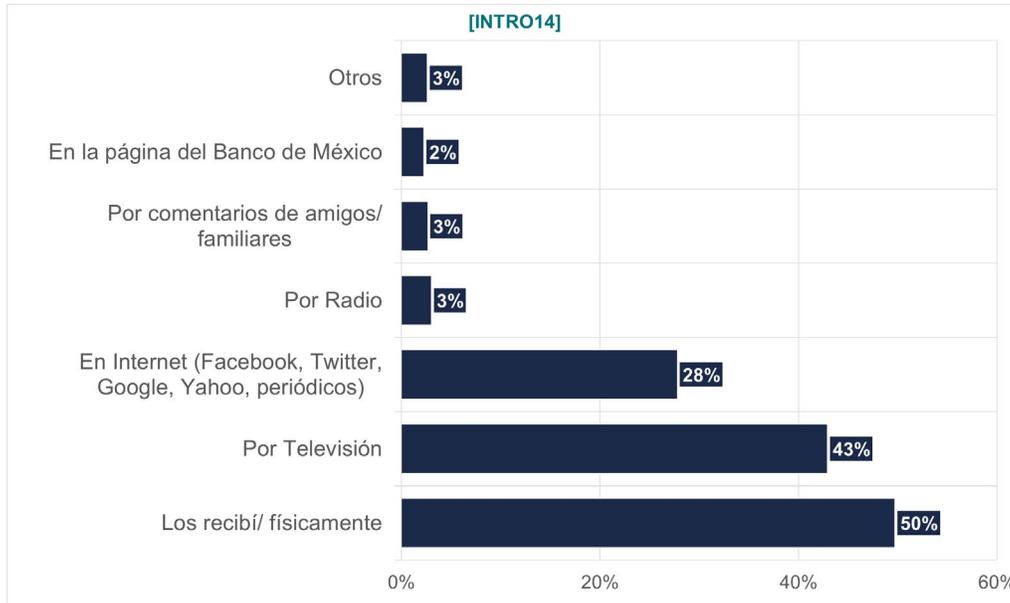


Gráfica 89. [INTRO13] ¿Usted ha notado que hay nuevos diseños de billetes en circulación?

[Porcentajes respecto de la población objetivo.]

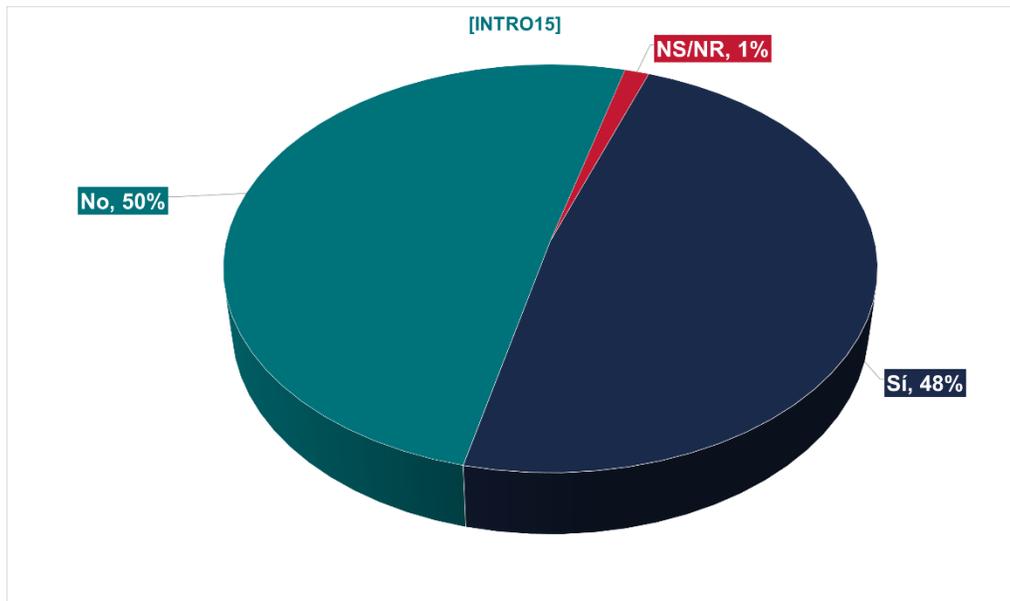


Gráfica 90. [INTRO14] ¿Cómo o a través de qué medio se enteró de estos nuevos diseños de billetes?
 [Respuesta múltiple y espontánea]
 [Porcentajes respecto de quienes han notado que hay nuevos diseños de billetes en circulación. Respuesta espontánea y múltiple, no suma 100%.]



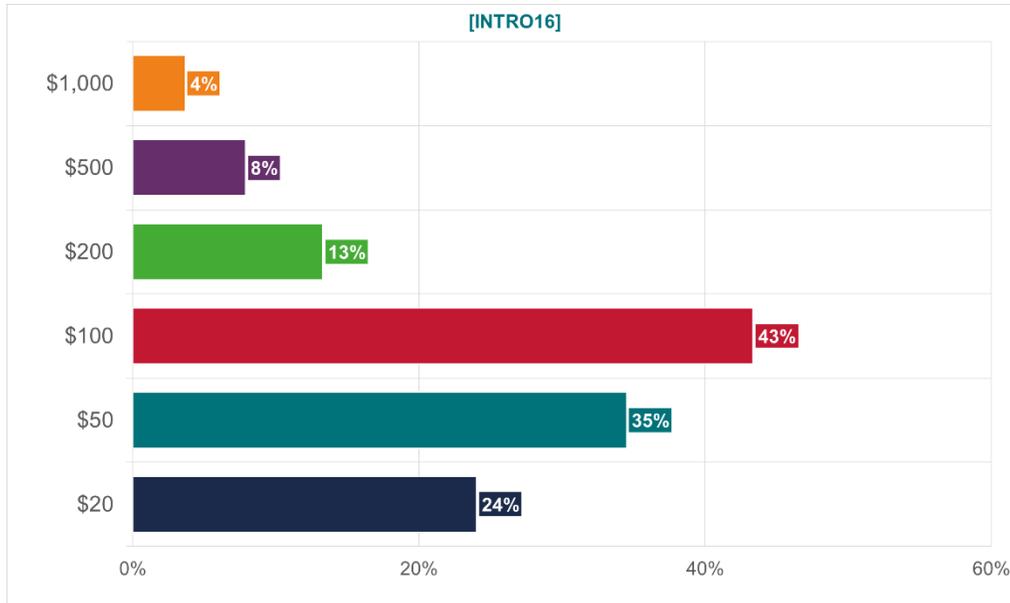
Gráfica 91. [INTRO15] ¿Usted ha notado que algunas denominaciones de estos nuevos billetes son verticales y otros horizontales?

[Porcentajes respecto de la población objetivo.]



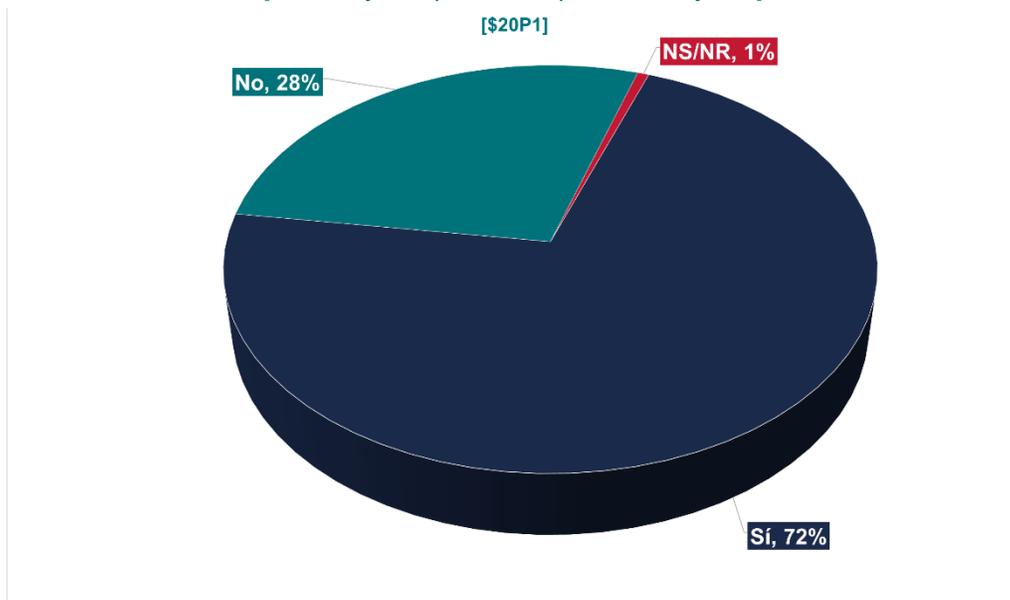
Gráfica 92. [INTRO16] ¿Recuerda cuáles denominaciones de estos nuevos billetes tienen formato vertical
 [Respuesta múltiple y espontánea]

[Porcentajes respecto de quienes han notado que algunas denominaciones de estos nuevos billetes son verticales y otros horizontales. Respuesta espontánea y múltiple, no suma 100%.]

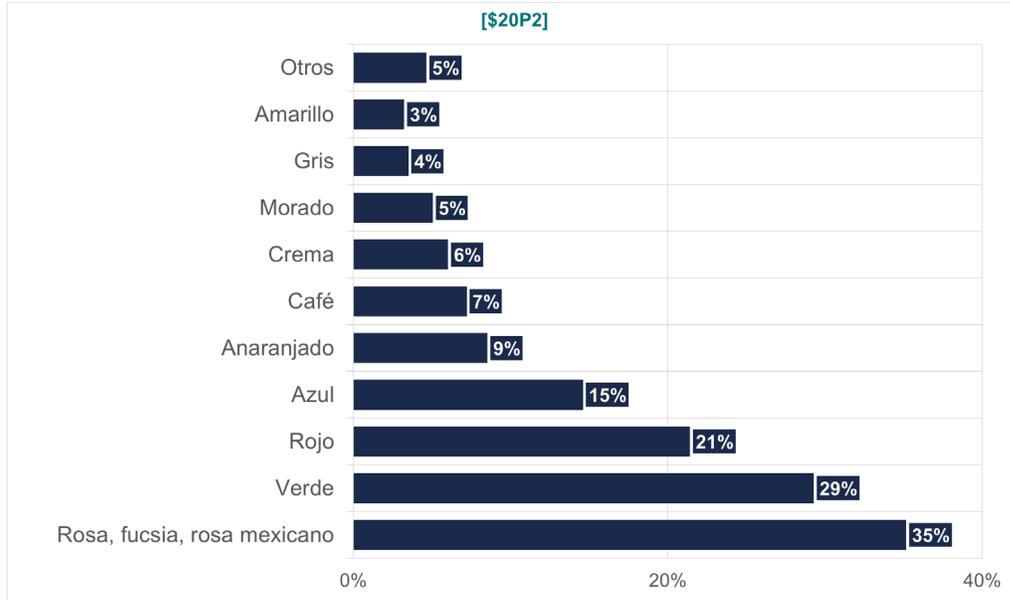


Nuevo billete de \$20

Gráfica 93. [\$20P1] ¿Usted conoce o ha oído hablar sobre el nuevo billete de \$20?
 [Porcentajes respecto de la población objetivo]

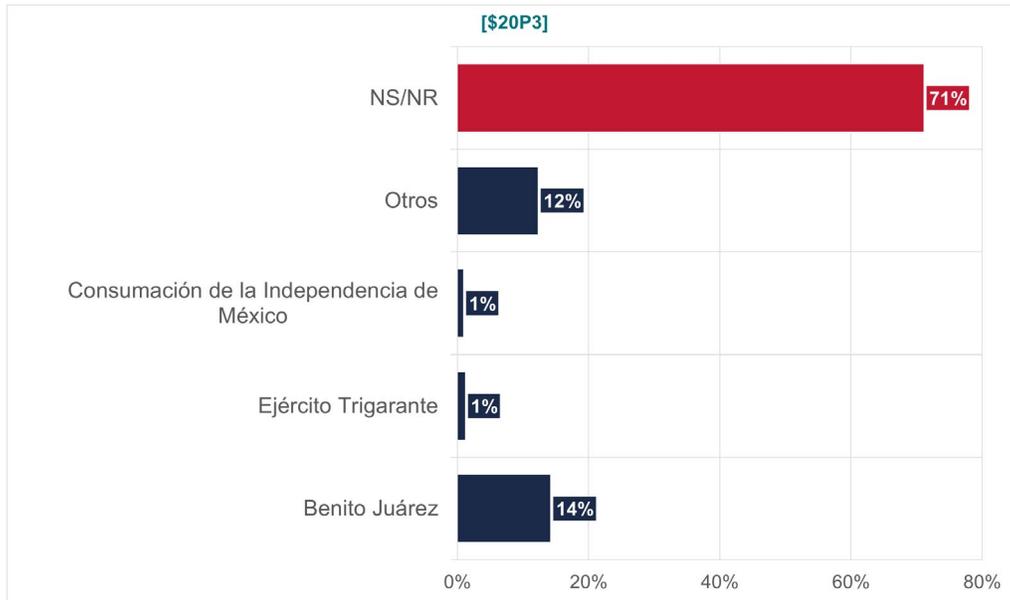


Gráfica 94. [\$20P2]. ¿Usted recuerda de qué color es el nuevo billete de \$20?
 [Porcentajes respecto de quienes conocen o han oído hablar sobre el nuevo billete de \$20. Respuesta múltiple y espontánea, no suma 100%.]

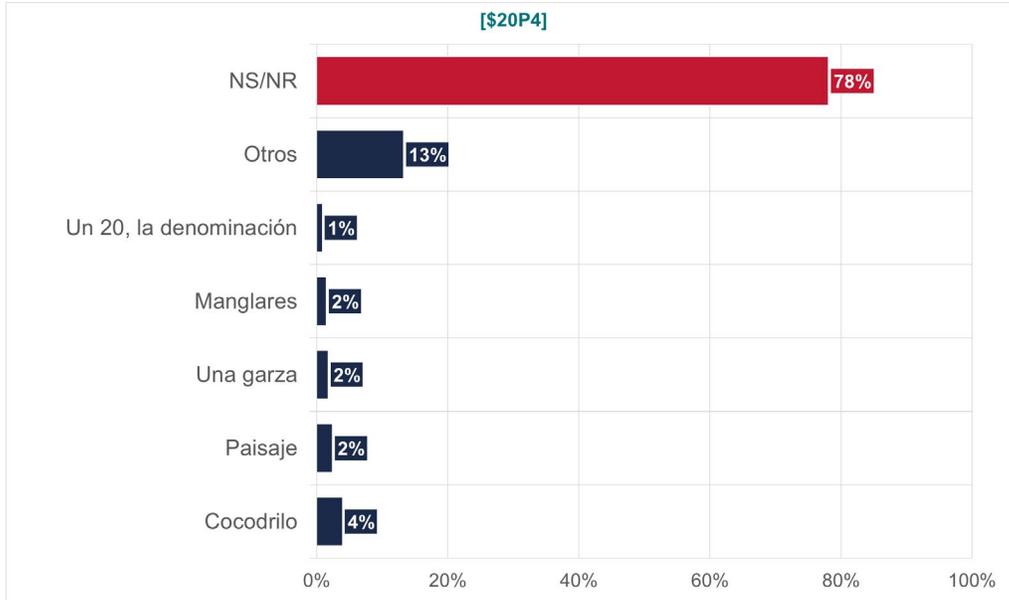


Gráfica 95. [\$20P3]. ¿Recuerda quién es el personaje principal o qué hay en el frente de este nuevo billete de \$20?

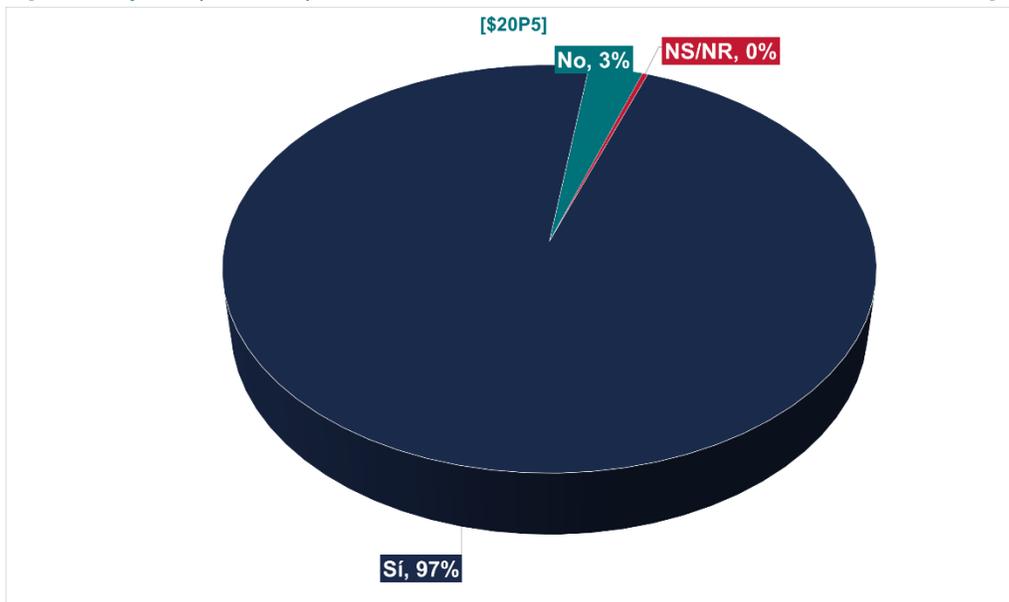
[Porcentajes respecto de quienes conocen o han oído hablar sobre el nuevo billete de \$20.]



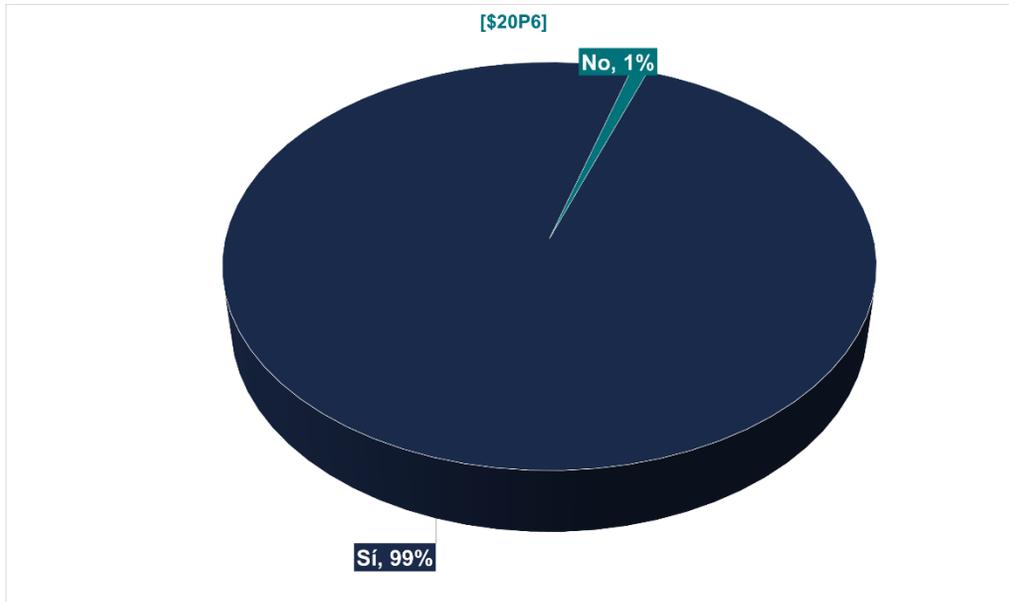
Gráfica 96. [\$20P4] ¿Usted recuerda qué hay en la parte trasera del nuevo billete de \$20?
 [Porcentajes respecto de quienes conocen o han oído hablar sobre el nuevo billete de \$20. Respuesta múltiple y espontánea, no suma 100%.]



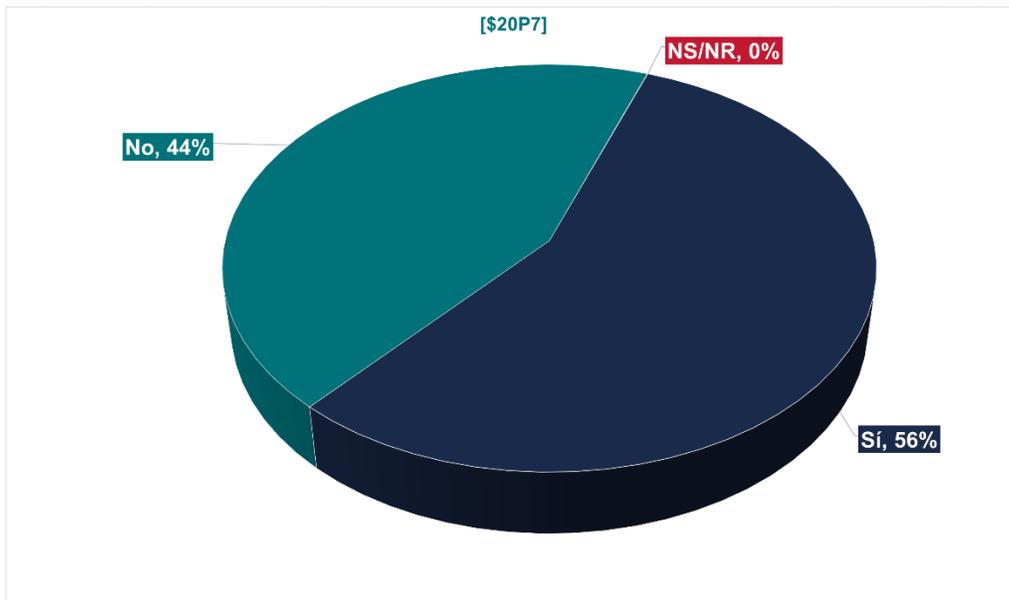
Gráfica 97. [\$20P5] ¿Usted ya ha tenido uno de estos nuevos billetes de \$20 en sus manos?
 [Porcentajes respecto de quienes conocen o han oído hablar sobre el nuevo billete de \$20.]



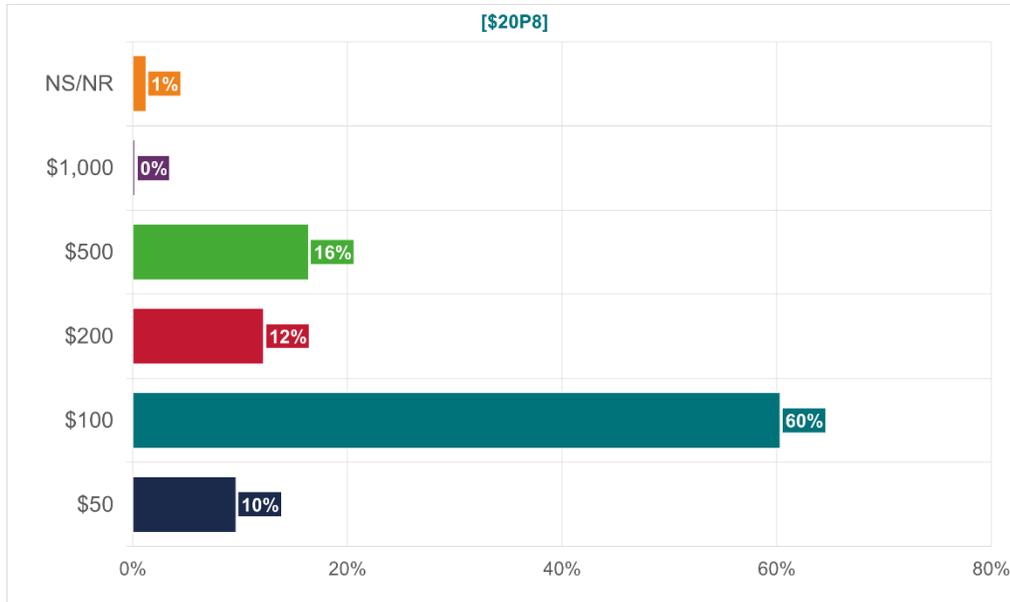
Gráfica 98. [\$20P6] ¿Usted ya ha usado este nuevo billete en sus compras o pagos?
 [Porcentajes respecto de quienes conocen o han oído hablar sobre el nuevo billete de \$20, y lo han tenido en las manos.]



Gráfica 99. [\$20P7] Al momento de hacer sus compras o pagos, ¿ha confundido el nuevo billete de \$20 con alguna otra denominación?
 [Porcentajes respecto de quienes han usado este nuevo billete en sus compras o pagos.]

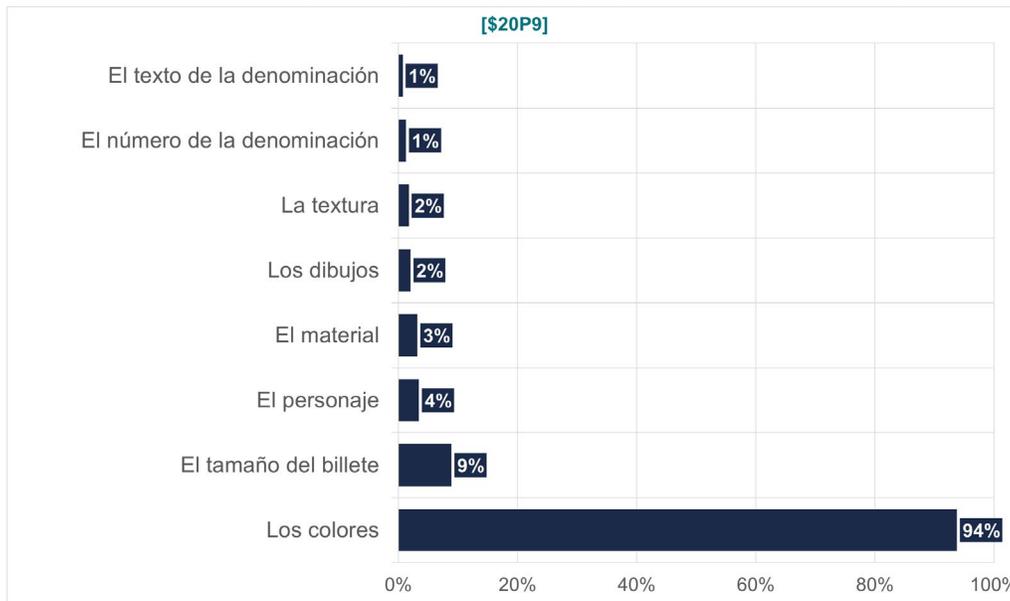


Gráfica 100. [\$20P8] ¿De qué denominación era el billete con el que lo confundió?
 [Porcentajes respecto de quienes han confundido el nuevo billete de \$20 con alguna otra denominación al momento de hacer sus compras.]

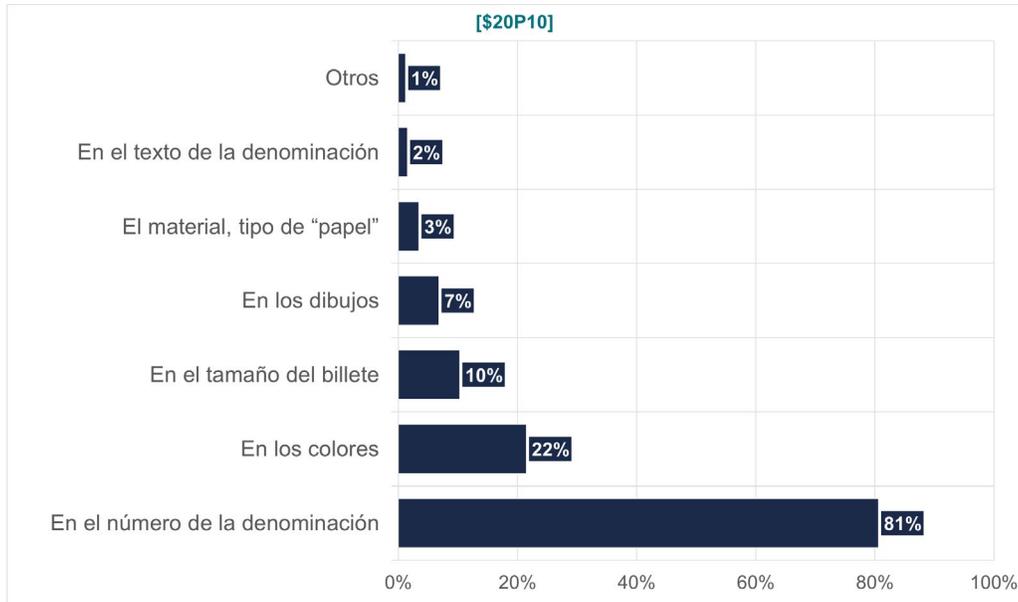


Gráfica 101. [\$20P9] ¿Me podría decir qué hizo que confundiera el billete de \$20 con la denominación que mencionó?

[Porcentajes respecto de quienes han confundido el nuevo billete de \$20 con otra denominación al momento de hacer sus compras. Respuesta múltiple y espontánea, no suma 100%.]

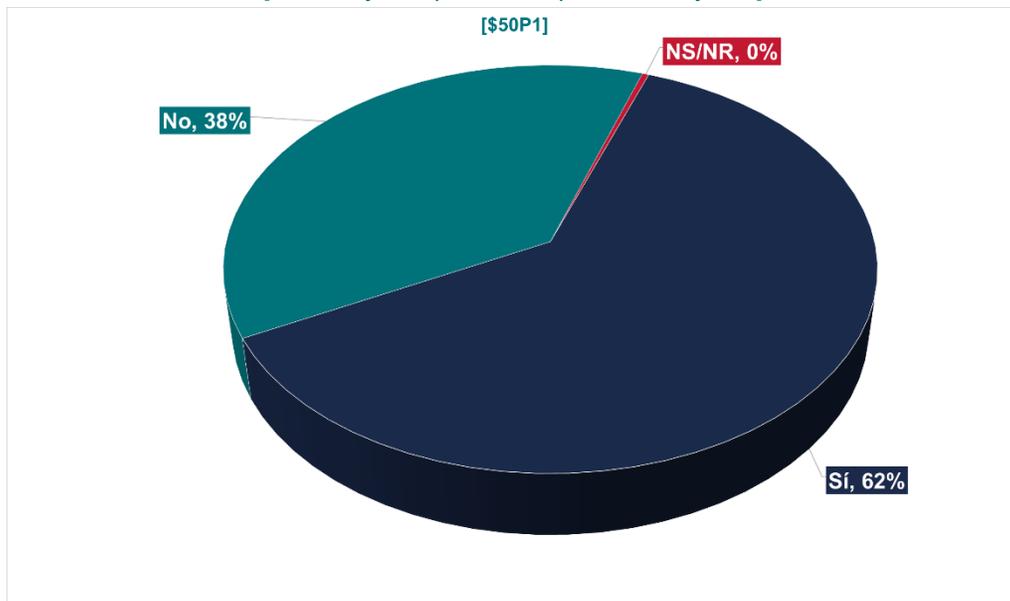


Gráfica 102. [\$20P10] ¿En qué se fija para distinguir la denominación de estos billetes?
 [Porcentajes respecto de quienes conocen o han oído hablar sobre el nuevo billete de \$20, y lo han tenido en las manos. Respuesta múltiple y espontánea, no suma 100%.]

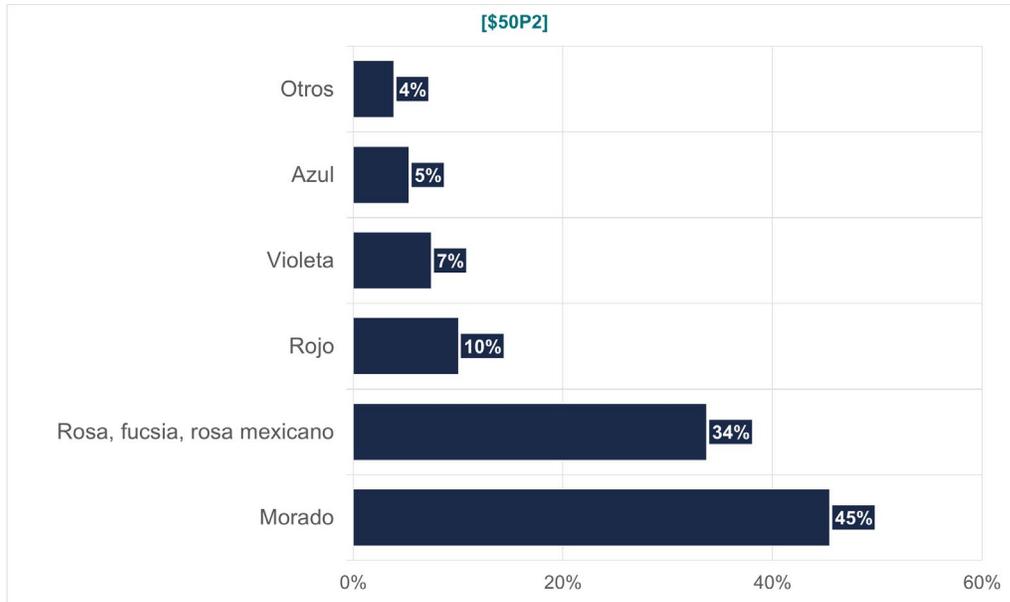


Nuevo billete de \$50

Gráfica 103. [\$50P1] ¿Usted conoce o ha oído hablar sobre el nuevo billete de \$50?
 [Porcentajes respecto de la población objetivo]

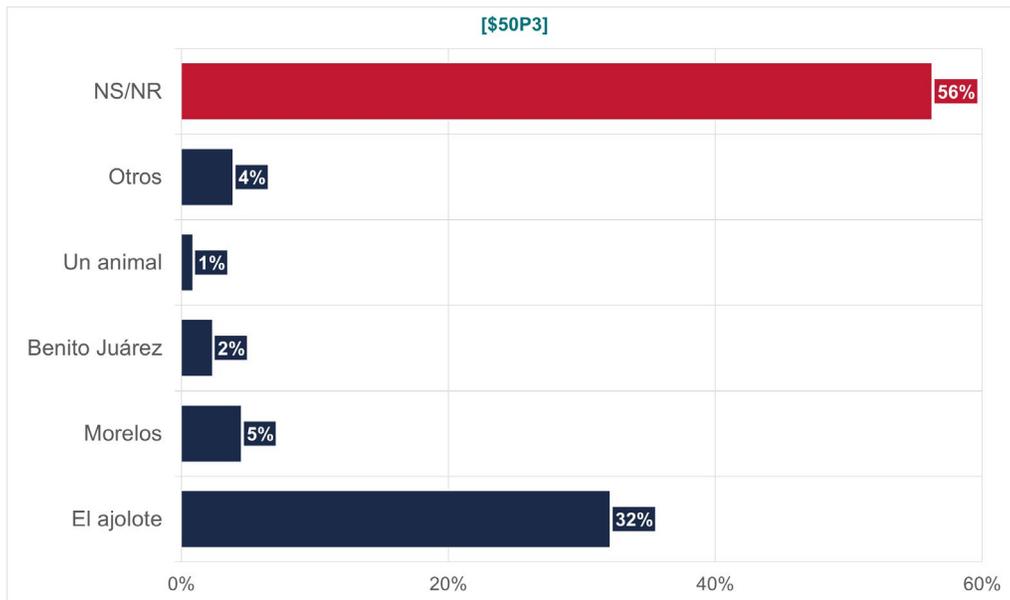


Gráfica 104. [\$50P2]. ¿Usted recuerda de qué color es el nuevo billete de \$50?
 [Porcentajes respecto de quienes conocen o han oído hablar sobre el nuevo billete de \$50. Respuesta múltiple y espontánea, no suma 100%.]

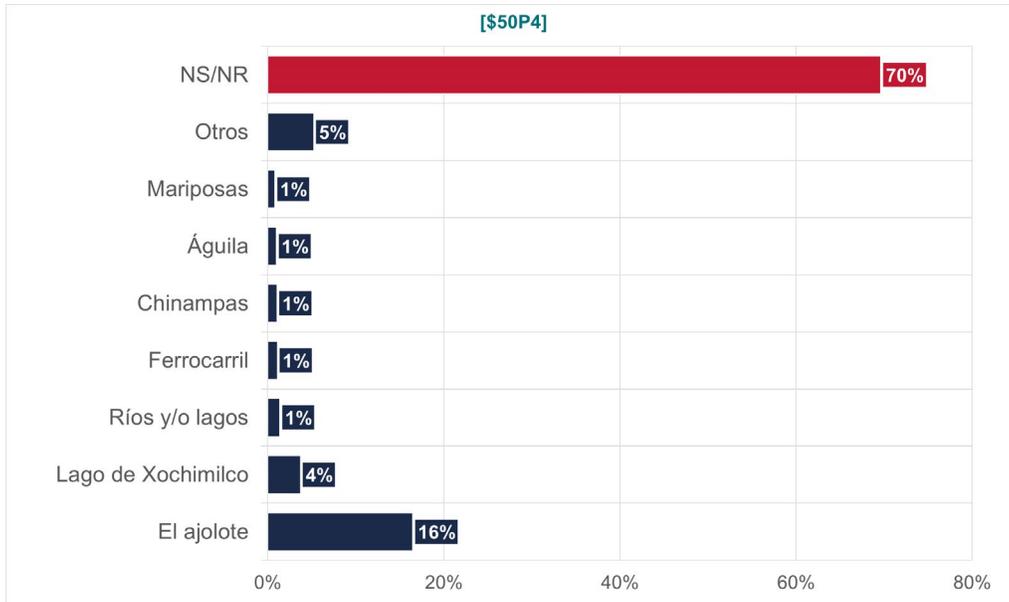


Gráfica 105. [\$50P3]. ¿Recuerda quién es el personaje principal o qué hay en el frente de este nuevo billete de \$50?

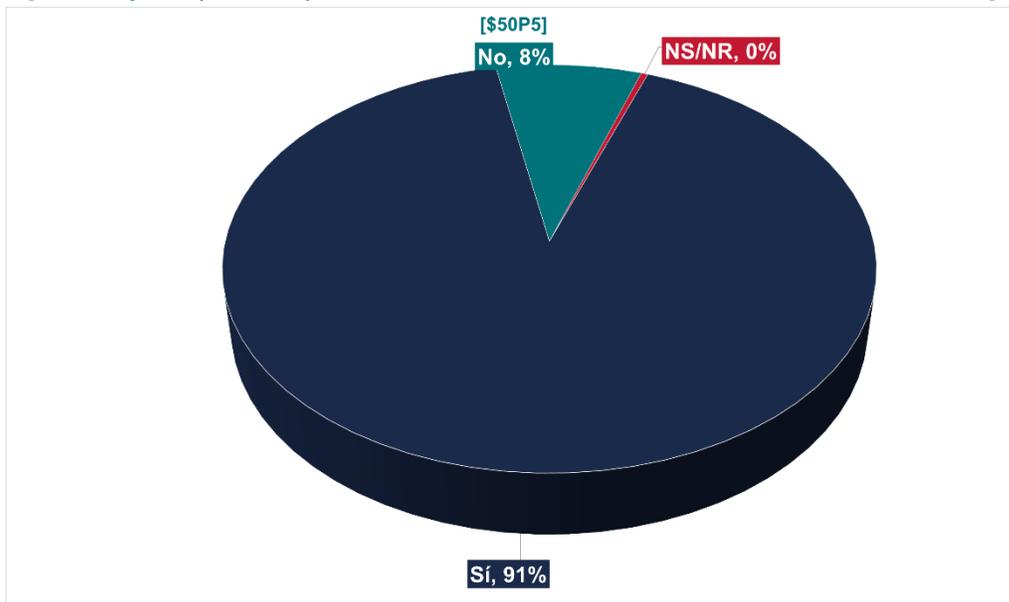
[Porcentajes respecto de quienes conocen o han oído hablar sobre el nuevo billete de \$50.]



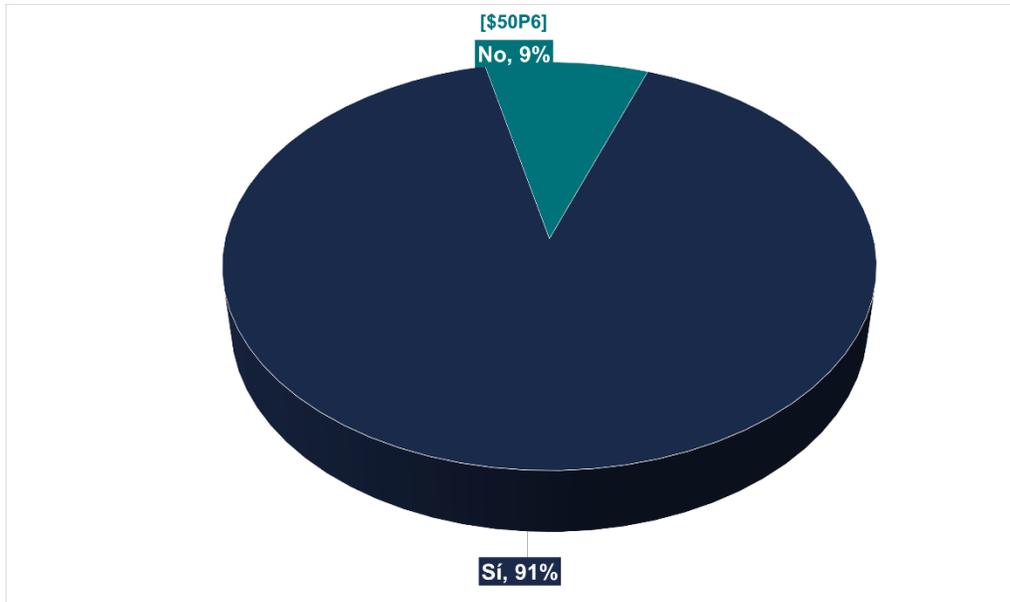
Gráfica 106. [\$50P4] ¿Usted recuerda qué hay en la parte trasera del nuevo billete de \$50?
 [Porcentajes respecto de quienes conocen o han oído hablar sobre el nuevo billete de \$50. Respuesta múltiple y espontánea, no suma 100%.]



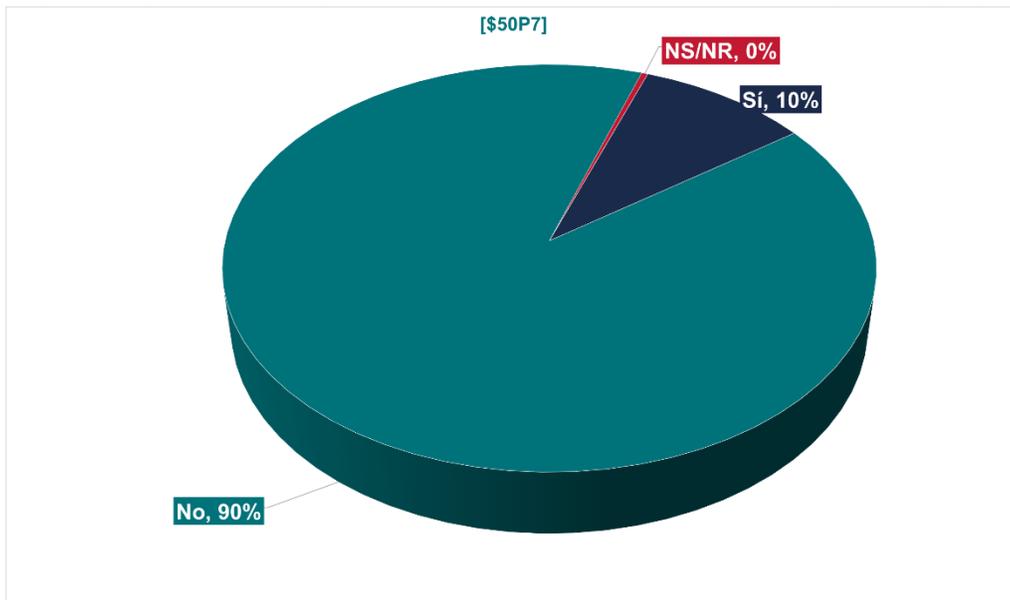
Gráfica 107. [\$50P5] ¿Usted ya ha tenido uno de estos nuevos billetes de \$50 en sus manos?
 [Porcentajes respecto de quienes conocen o han oído hablar sobre el nuevo billete de \$50.]



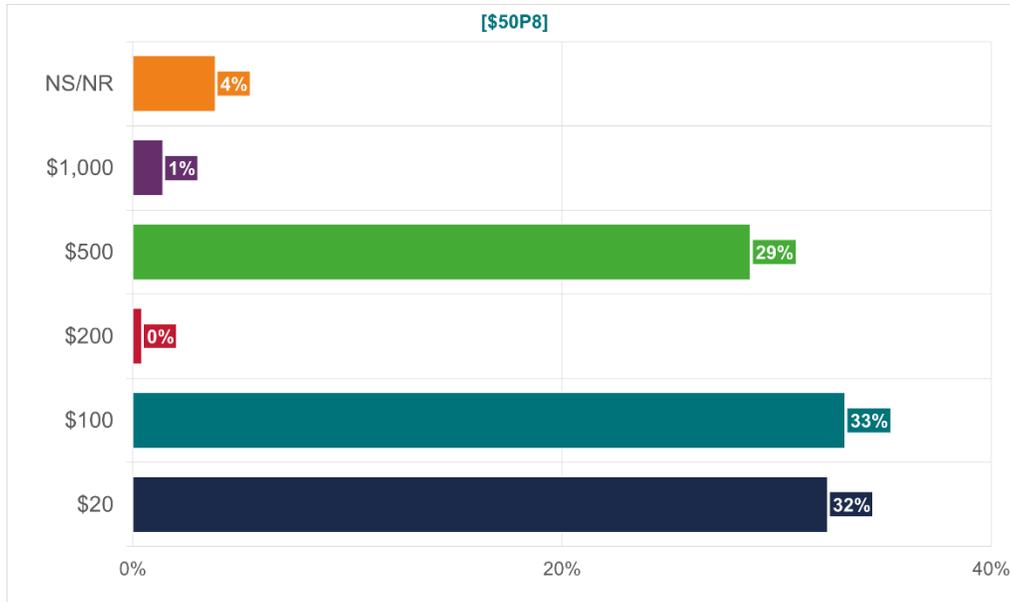
Gráfica 108. [\$50P6] ¿Usted ya ha usado este nuevo billete en sus compras o pagos?
 [Porcentajes respecto de quienes conocen o han oído hablar sobre el nuevo billete de \$50, y lo han tenido en las manos.]



Gráfica 109. [\$50P7] Al momento de hacer sus compras o pagos, ¿ha confundido el nuevo billete de \$50 con alguna otra denominación?
 [Porcentajes respecto de quienes han usado este nuevo billete en sus compras o pagos.]

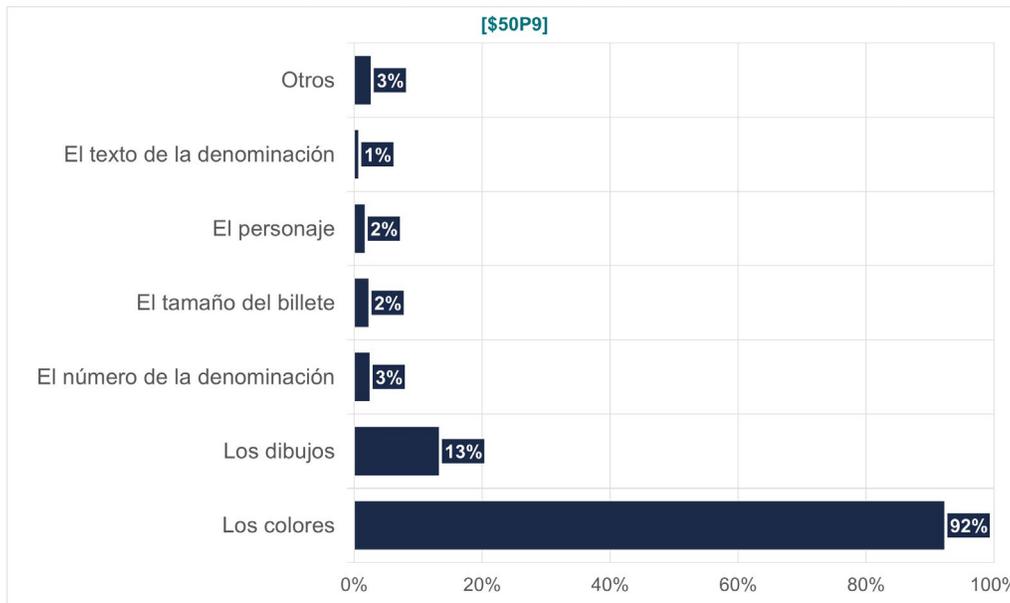


Gráfica 110. [\$50P8] ¿De qué denominación era el billete con el que lo confundió?
 [Porcentajes respecto de quienes han confundido el nuevo billete de \$50 con alguna otra denominación al momento de hacer sus compras.]

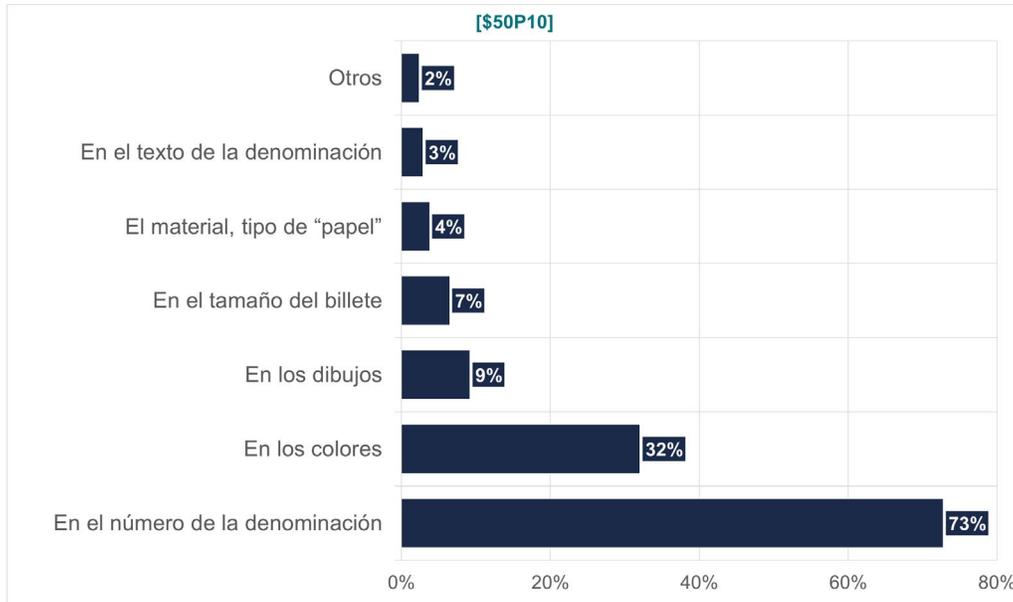


Gráfica 111. [\$50P9] ¿Me podría decir qué hizo que confundiera el billete de \$50 con la denominación que mencionó?

[Porcentajes respecto de quienes han confundido el nuevo billete de \$50 con otra denominación al momento de hacer sus compras. Respuesta múltiple y espontánea, no suma 100%.]

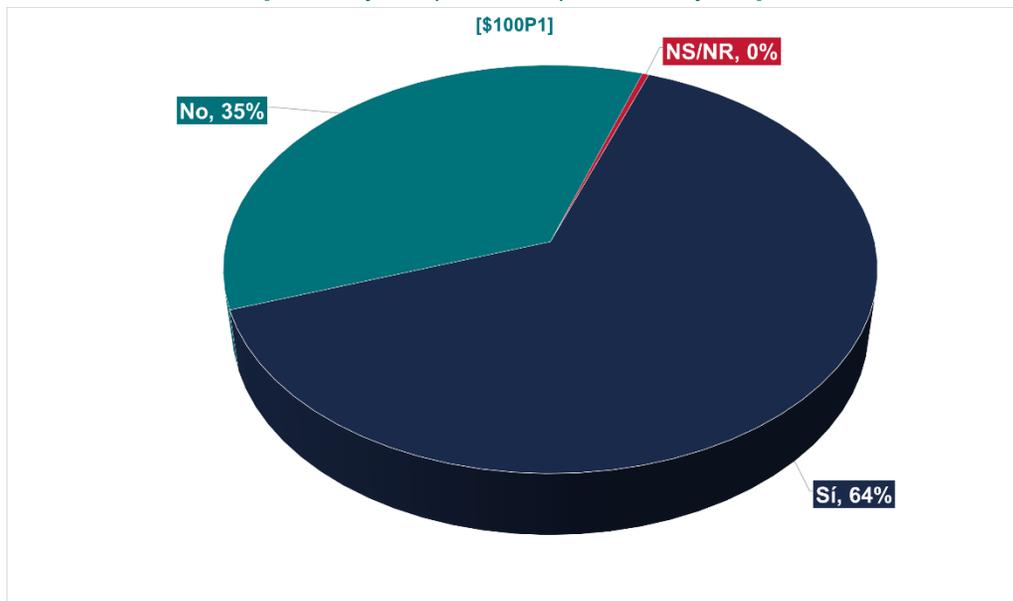


Gráfica 112. [\$50P10] ¿En qué se fija para distinguir la denominación de estos billetes?
 [Porcentajes respecto de quienes conocen o han oído hablar sobre el nuevo billete de \$50, y lo han tenido en las manos. Respuesta múltiple y espontánea, no suma 100%.]

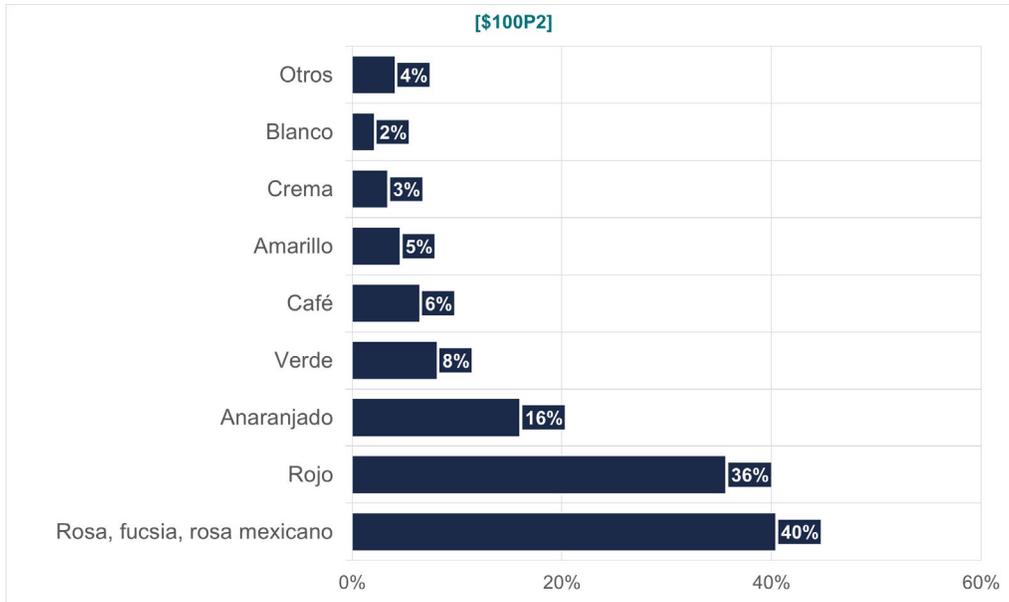


Nuevo billete de \$100

Gráfica 113. [\$100P1] ¿Usted conoce o ha oído hablar sobre el nuevo billete de \$100?
 [Porcentajes respecto de la población objetivo]

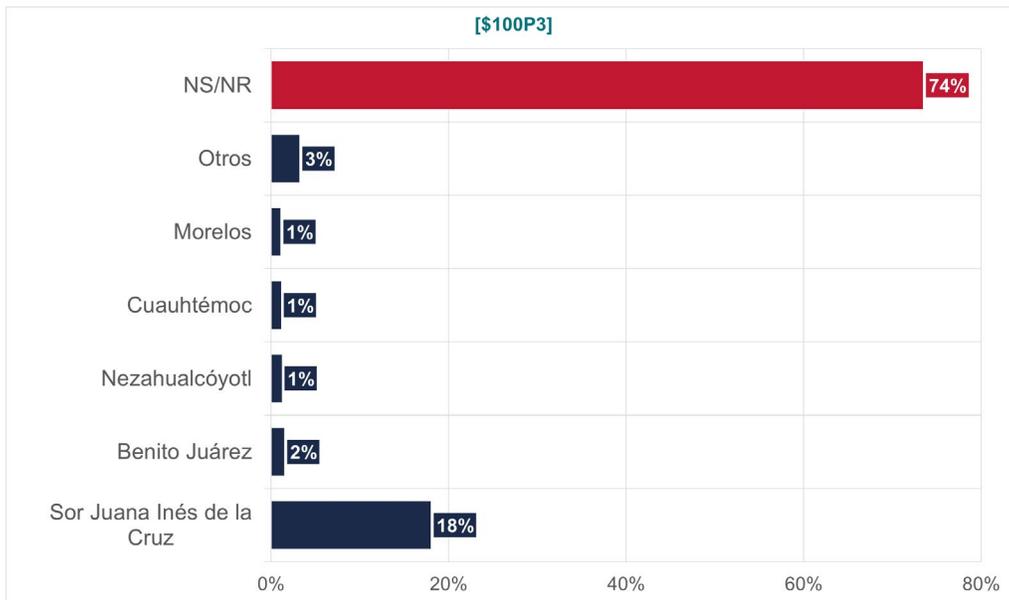


Gráfica 114. [\$100P2]. ¿Usted recuerda de qué color es el nuevo billete de \$100?
 [Porcentajes respecto de quienes conocen o han oído hablar sobre el nuevo billete de \$100. Respuesta múltiple y espontánea, no suma 100%.]

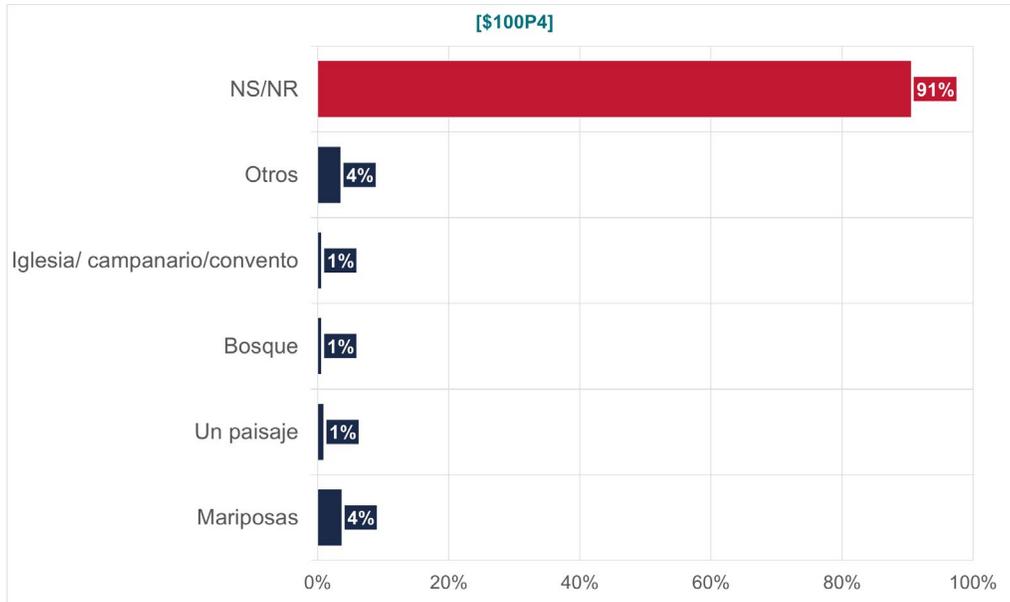


Gráfica 115. [\$100P3]. ¿Recuerda quién es el personaje principal o qué hay en el frente de este nuevo billete de \$100?

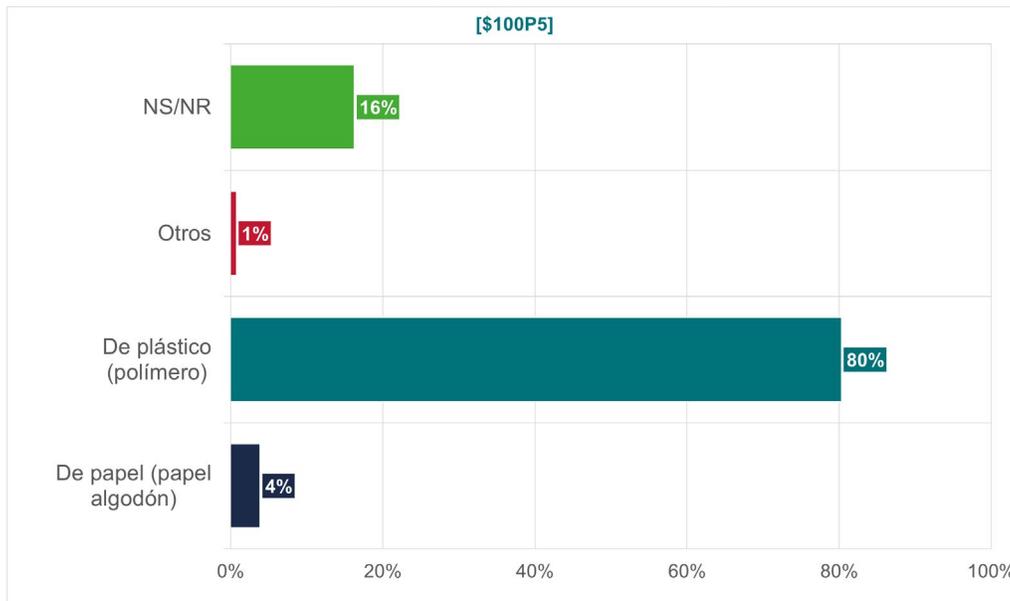
[Porcentajes respecto de quienes conocen o han oído hablar sobre el nuevo billete de \$100.]



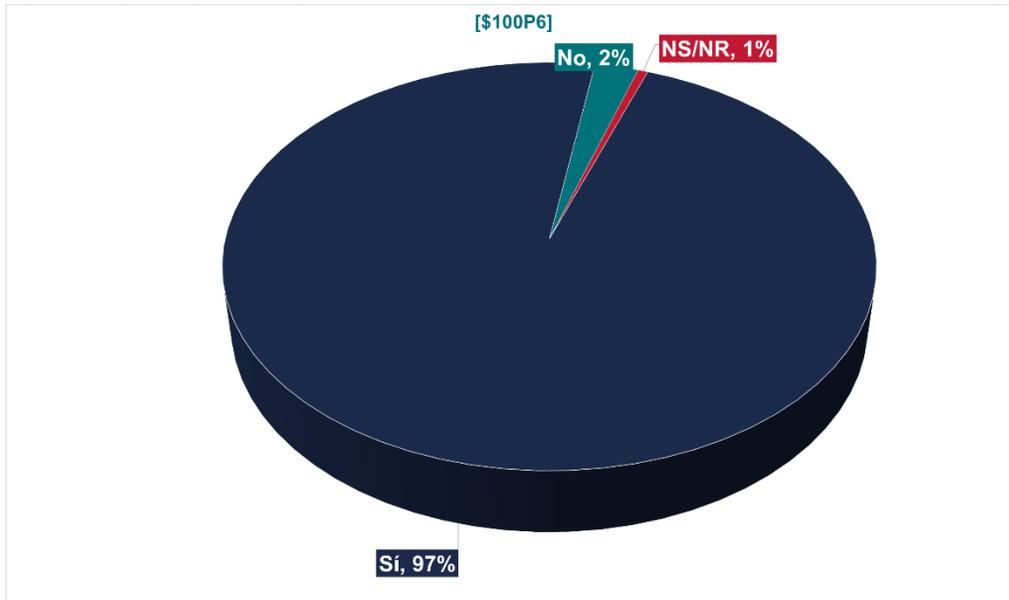
Gráfica 116. [\$100P4] ¿Usted recuerda qué hay en la parte trasera del nuevo billete de \$100?
 [Porcentajes respecto de quienes conocen o han oído hablar sobre el nuevo billete de \$100. Respuesta múltiple y espontánea, no suma 100%.]



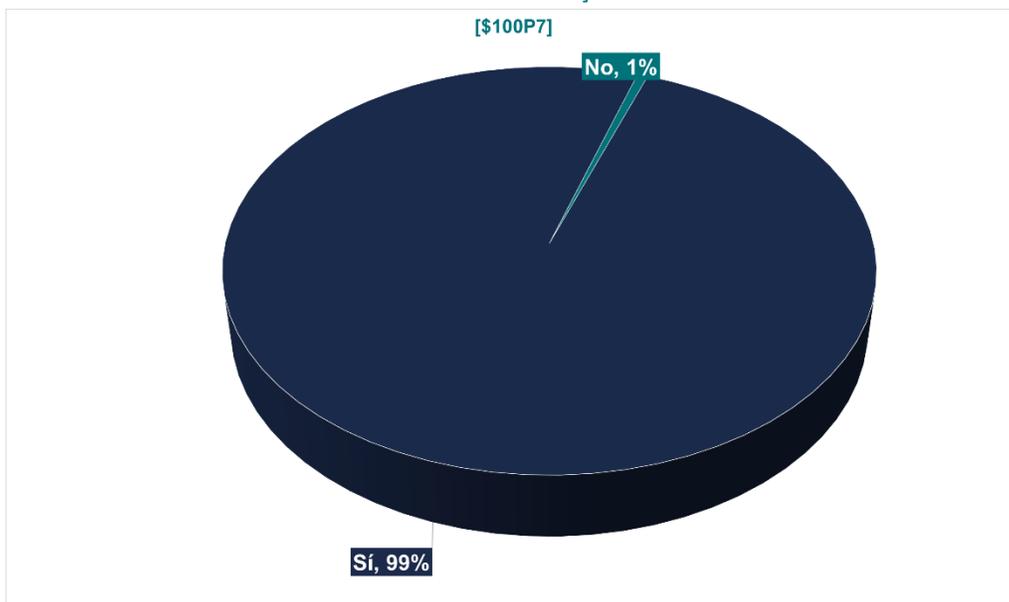
Gráfica 117. [\$100P5] ¿Usted recuerda de qué material es este nuevo billete de \$100? [si respondió que sí, preguntar] ¿de qué material?
 [Porcentajes respecto de quienes conocen o han oído hablar sobre el nuevo billete de \$100. Respuesta espontánea y múltiple, no suma 100%.]



Gráfica 118. [\$100P6] ¿Usted ya ha tenido uno de estos nuevos billetes de \$100 en sus manos?
 [Porcentajes respecto de quienes conocen o han oído hablar sobre el nuevo billete de \$100.]

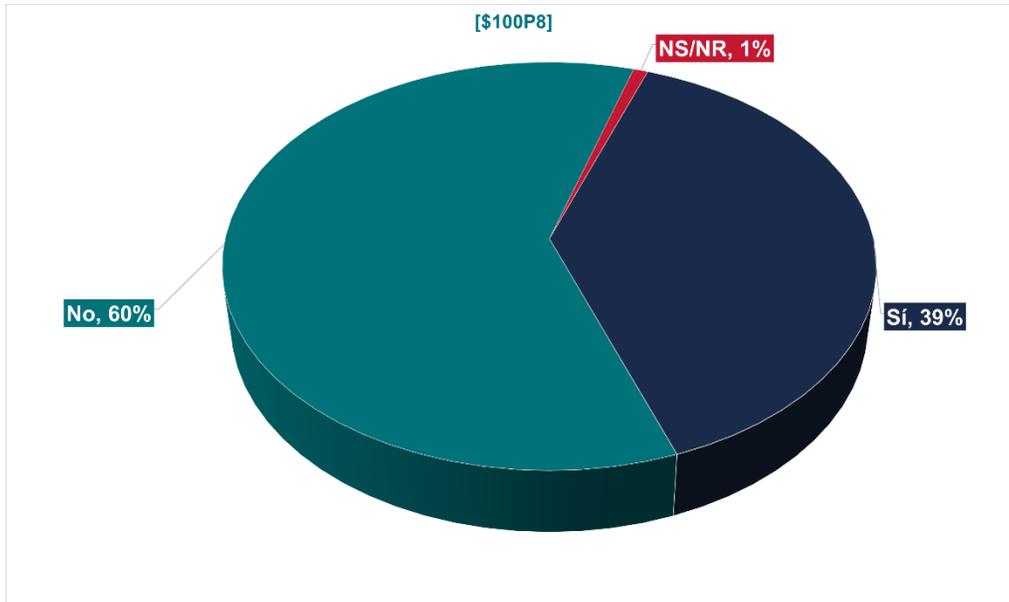


Gráfica 119. [\$100P7] ¿Usted ya ha usado este nuevo billete en sus compras o pagos?
 [Porcentajes respecto de quienes conocen o han oído hablar sobre el nuevo billete de \$100, y lo han tenido en las manos.]



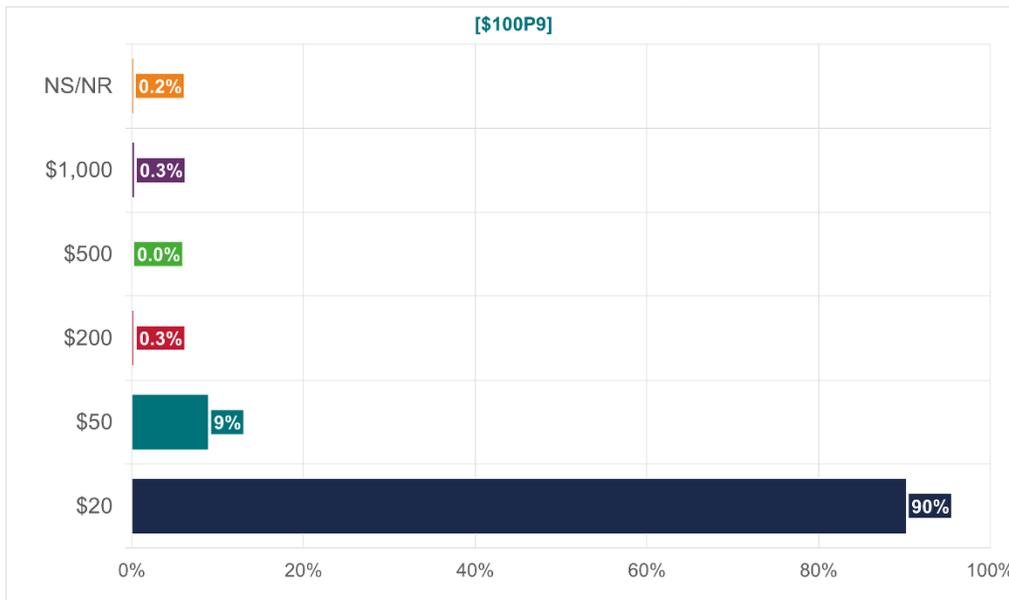
Gráfica 120. [\$100P8] Al momento de hacer sus compras o pagos, ¿ha confundido el nuevo billete de \$100 con alguna otra denominación?

[Porcentajes respecto de quienes han usado este nuevo billete en sus compras o pagos.]



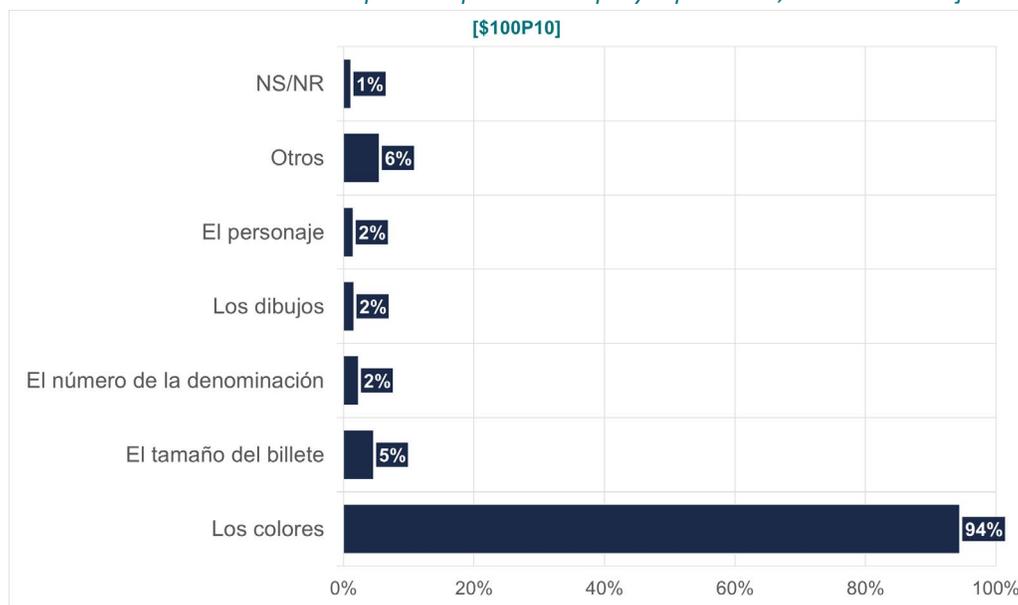
Gráfica 121. [\$100P9] ¿De qué denominación era el billete con el que lo confundió?

[Porcentajes respecto de quienes han confundido el nuevo billete de \$100 con alguna otra denominación al momento de hacer sus compras.]



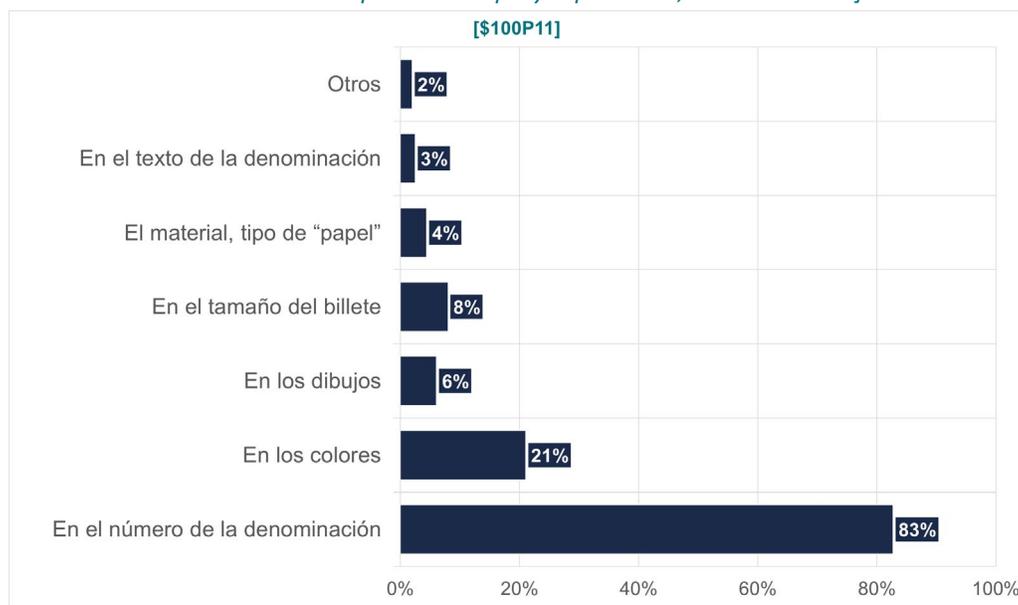
Gráfica 122. [\$100P10] ¿Me podría decir qué hizo que confundiera el billete de \$100 con la denominación que mencionó?

[Porcentajes respecto de quienes han confundido el nuevo billete de \$100 con otra denominación al momento de hacer sus compras. Respuesta múltiple y espontánea, no suma 100%.]



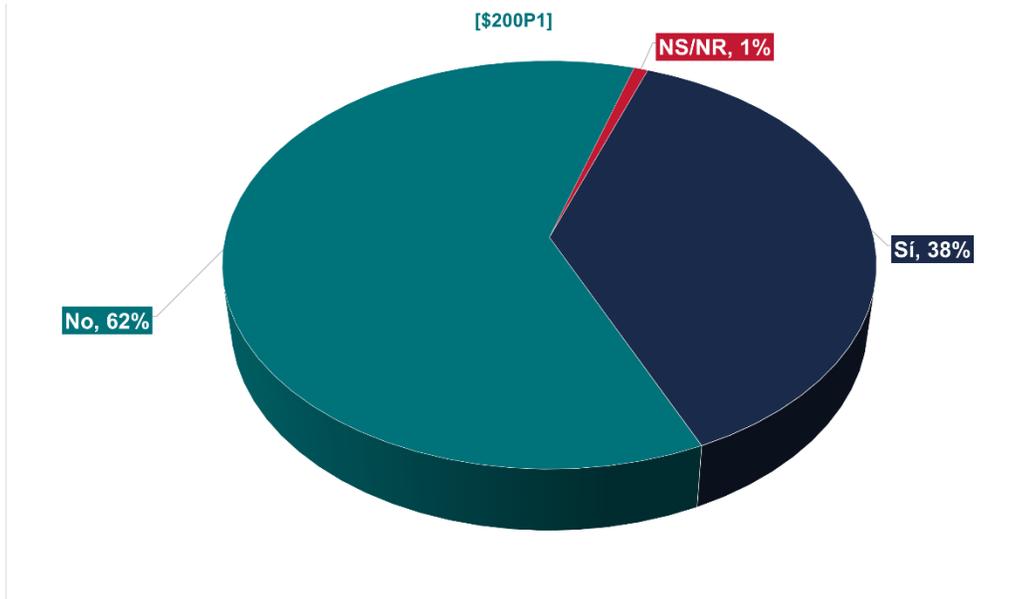
Gráfica 123. [\$100P11] ¿En qué se fija para distinguir la denominación de estos billetes?

[Porcentajes respecto de quienes conocen o han oído hablar sobre el nuevo billete de \$100, y lo han tenido en las manos. Respuesta múltiple y espontánea, no suma 100%.]

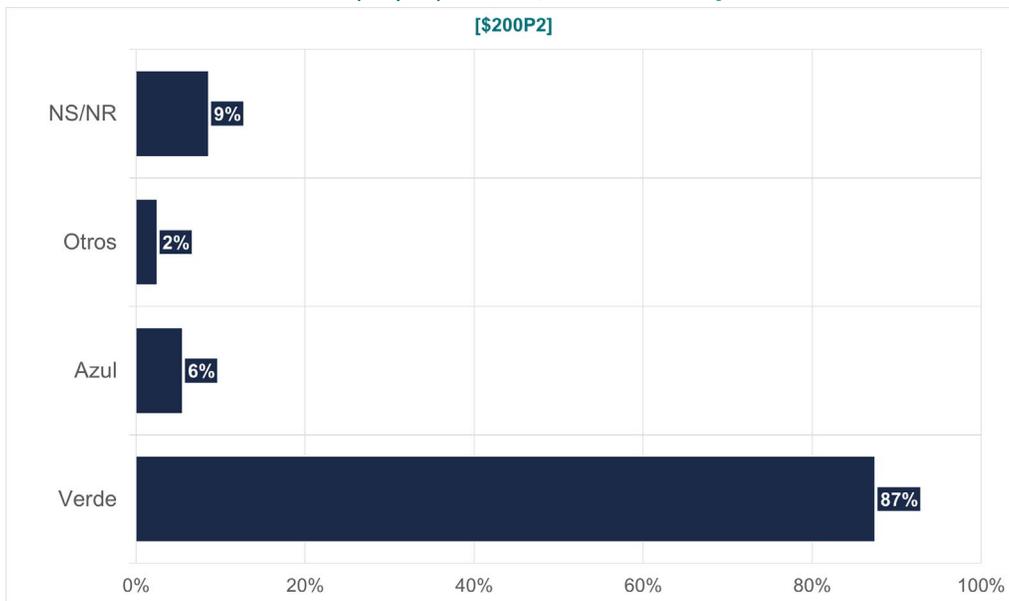


Nuevo billete de \$200

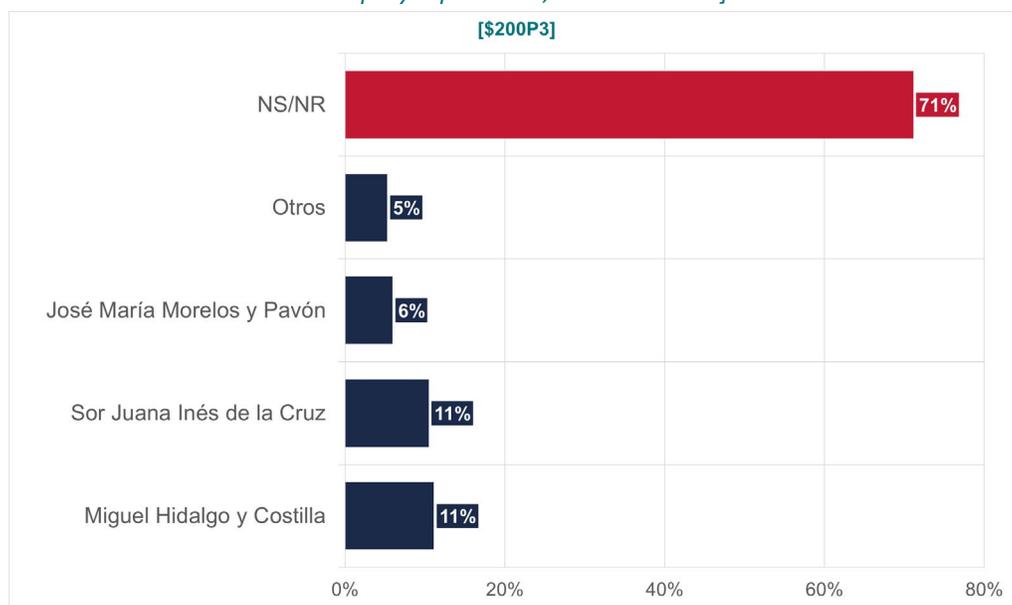
Gráfica 124. [\$200P1] ¿Usted conoce o ha oído hablar sobre el nuevo billete de \$200?
[Porcentajes respecto de la población objetivo]



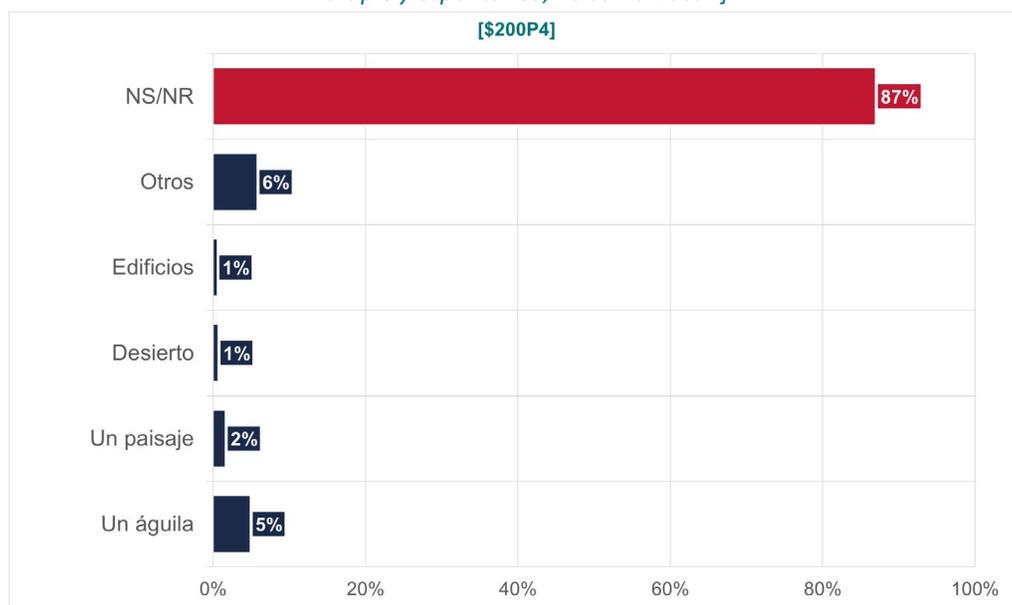
Gráfica 125. [\$200P2]. ¿Usted recuerda de qué color es el nuevo billete de \$200?
[Porcentajes respecto de quienes conocen o han oído hablar sobre el nuevo billete de \$200. Respuesta múltiple y espontánea, no suma 100%.]



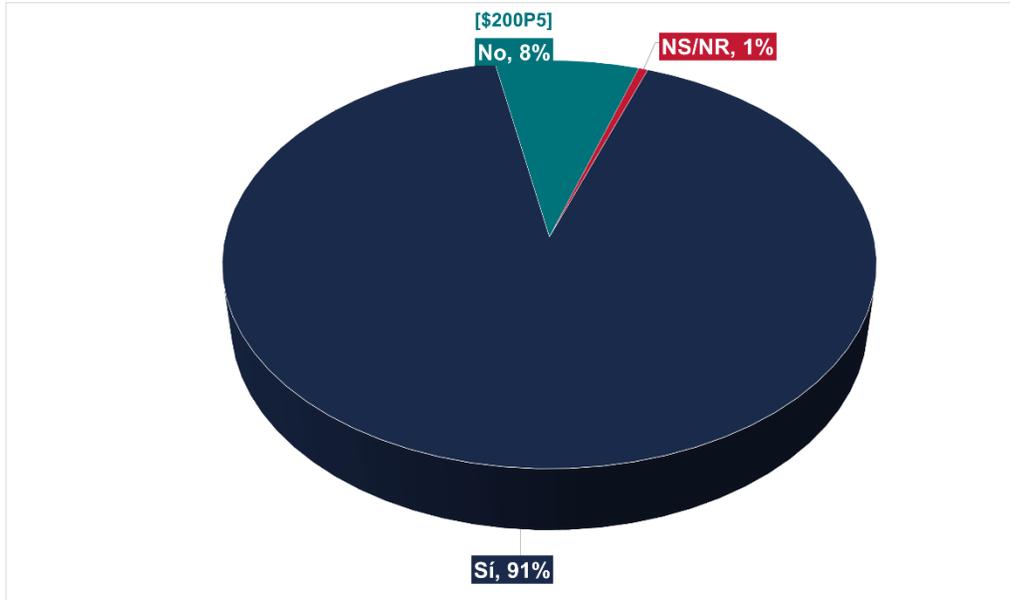
Gráfica 126. [\$200P3]. ¿Recuerda quiénes son los personajes principales del nuevo billete de \$200?
 [Porcentajes respecto de quienes conocen o han oído hablar sobre el nuevo billete de \$200. Respuesta múltiple y espontánea, no suma 100%.]



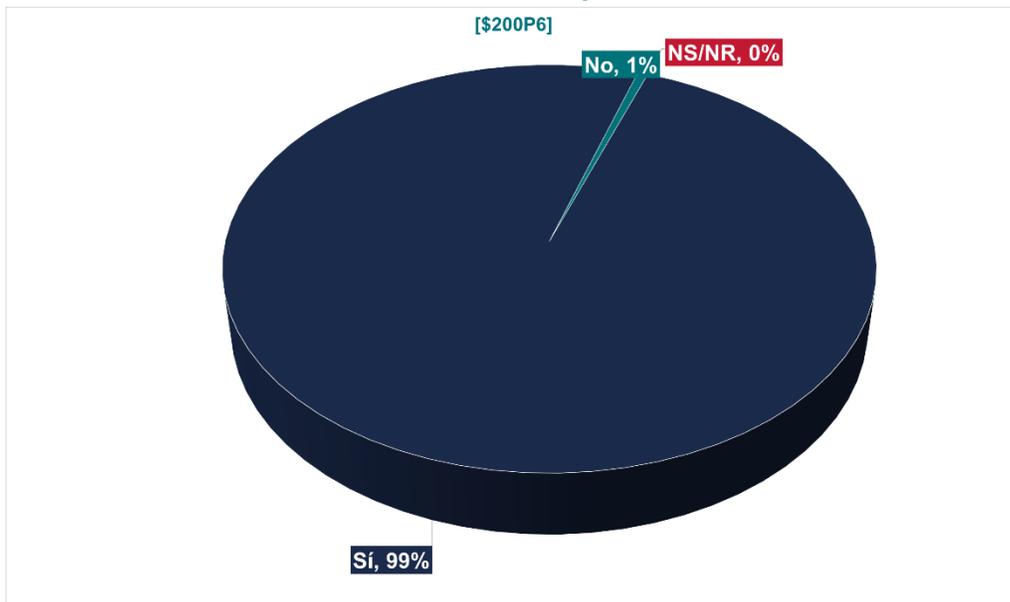
Gráfica 127. [\$200P4] ¿Usted recuerda qué hay en la parte trasera del nuevo billete de \$200?
 [Porcentajes respecto de quienes conocen o han oído hablar sobre el nuevo billete de \$200. Respuesta múltiple y espontánea, no suma 100%.]



Gráfica 128. [\$200P5] ¿Usted ya ha tenido uno de estos nuevos billetes de \$200 en sus manos?
 [Porcentajes respecto de quienes conocen o han oído hablar sobre el nuevo billete de \$200.]

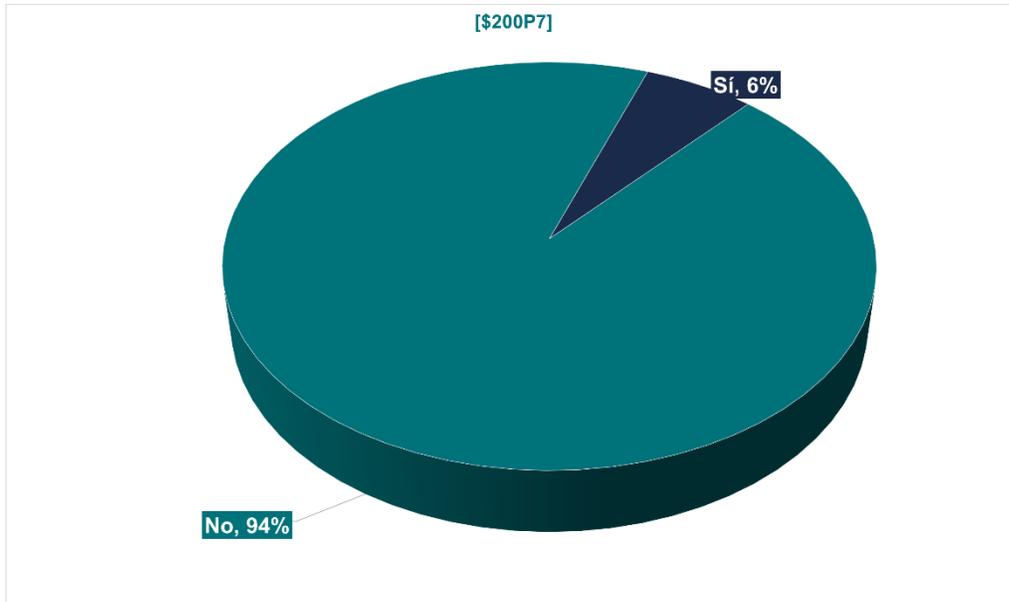


Gráfica 129. [\$200P6] ¿Usted ya ha usado este nuevo billete en sus compras o pagos?
 [Porcentajes respecto de quienes conocen o han oído hablar sobre el nuevo billete de \$200, y lo han tenido en las manos.]



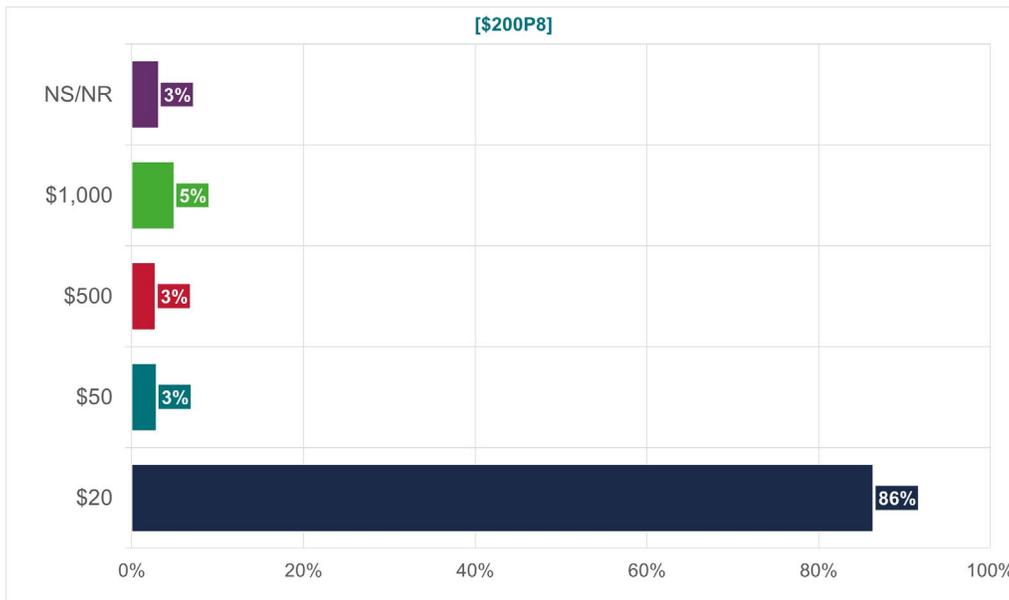
Gráfica 130. [\$200P7] Al momento de hacer sus compras o pagos, ¿ha confundido el nuevo billete de \$200 con alguna otra denominación?

[Porcentajes respecto de quienes han usado este nuevo billete en sus compras o pagos.]



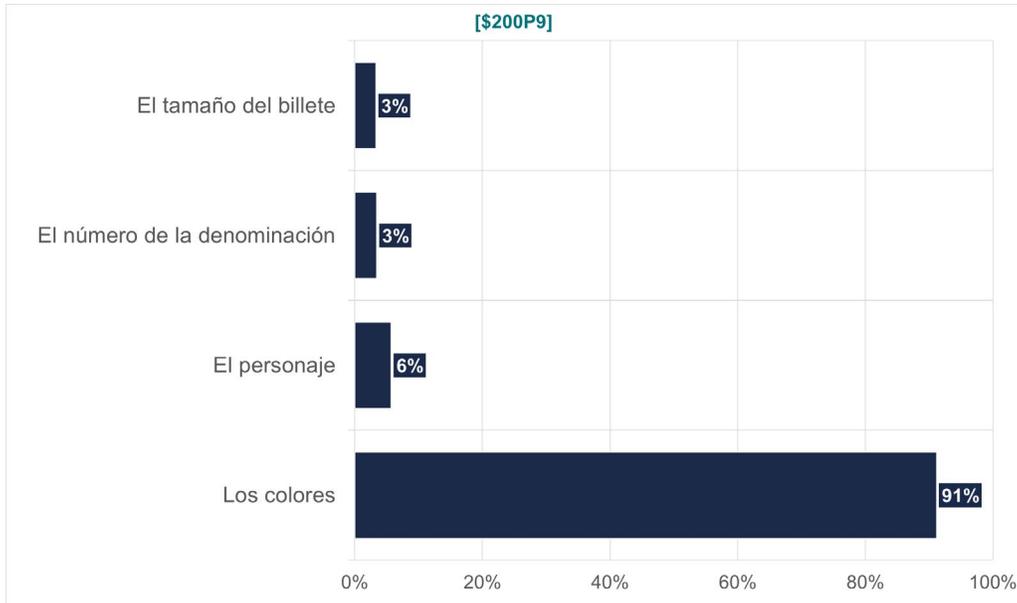
Gráfica 131. [\$200P8] ¿De qué denominación era el billete con el que lo confundió?

[Porcentajes respecto de quienes han confundido el nuevo billete de \$200 con alguna otra denominación al momento de hacer sus compras.]



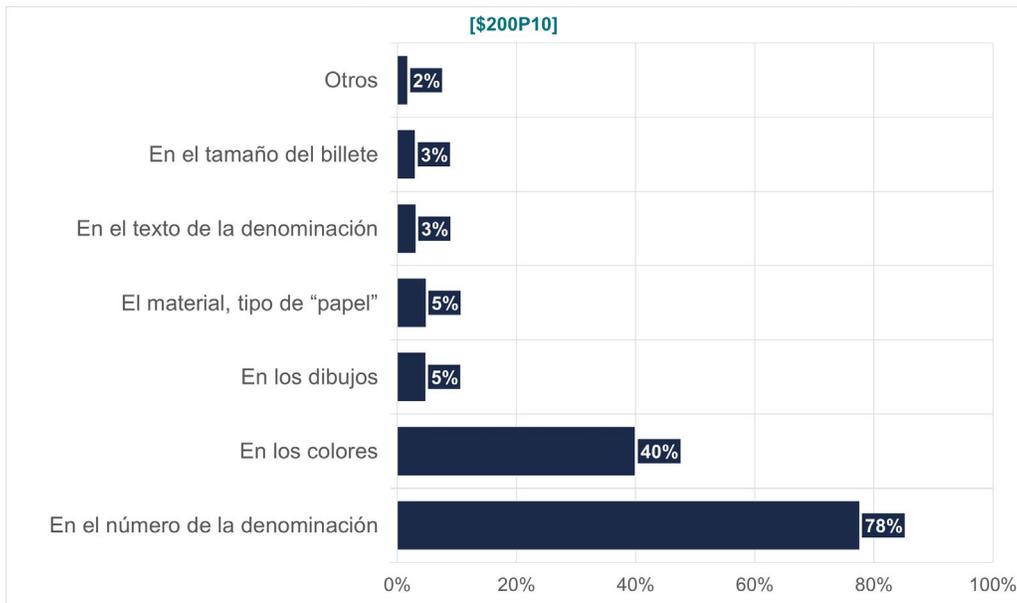
Gráfica 132. [\$200P9] ¿Me podría decir qué hizo que confundiera el billete de \$200 con la denominación que mencionó?

[Porcentajes respecto de quienes han confundido el nuevo billete de \$200 con otra denominación al momento de hacer sus compras. Respuesta múltiple y espontánea, no suma 100%.]



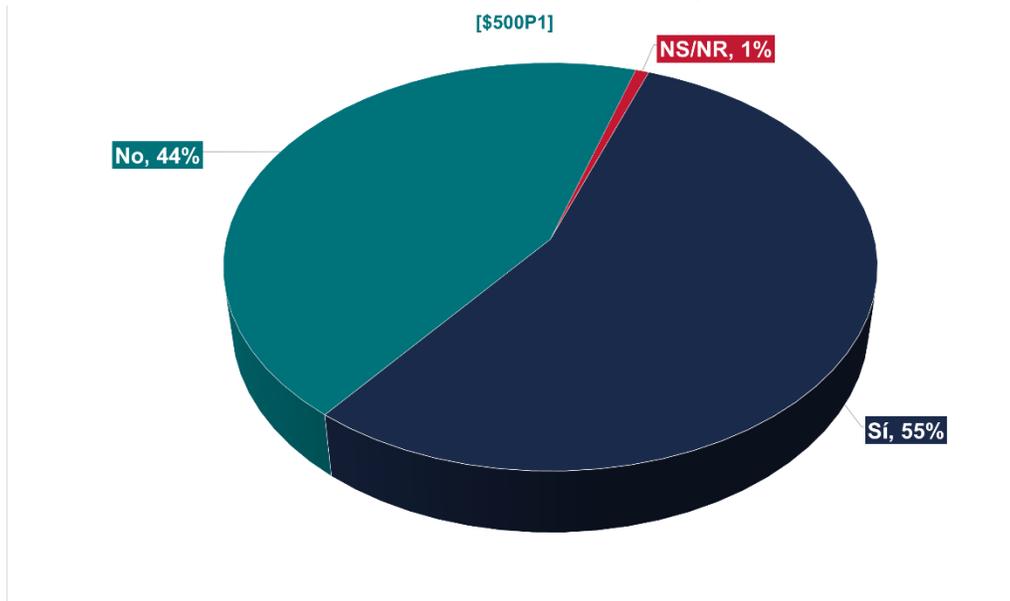
Gráfica 133. [\$200P10] ¿En qué se fija para distinguir la denominación de estos billetes?

[Porcentajes respecto de quienes conocen o han oído hablar sobre el nuevo billete de \$200, y lo han tenido en las manos. Respuesta múltiple y espontánea, no suma 100%.]

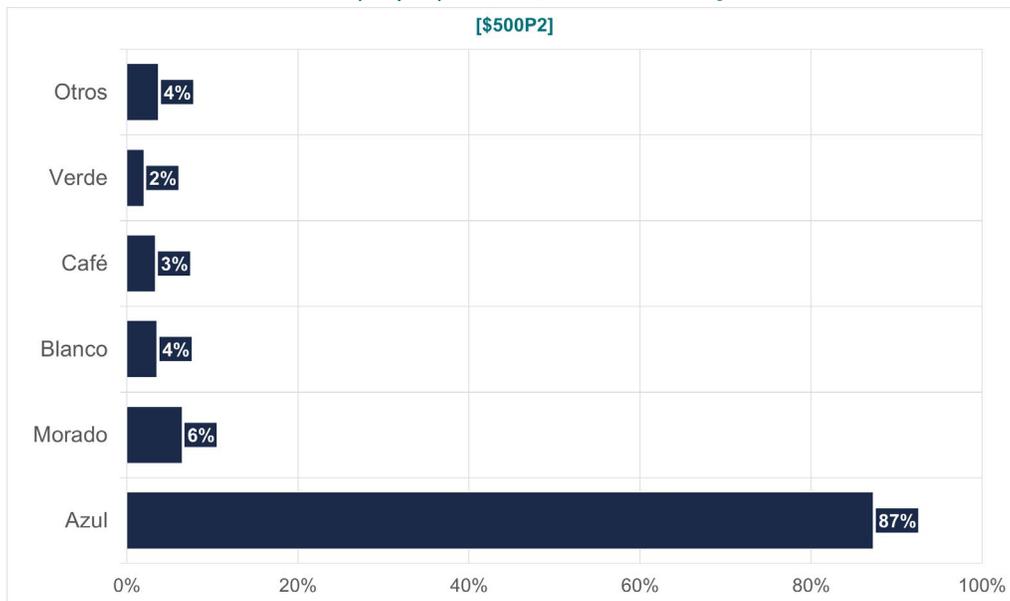


Nuevo billete de \$500

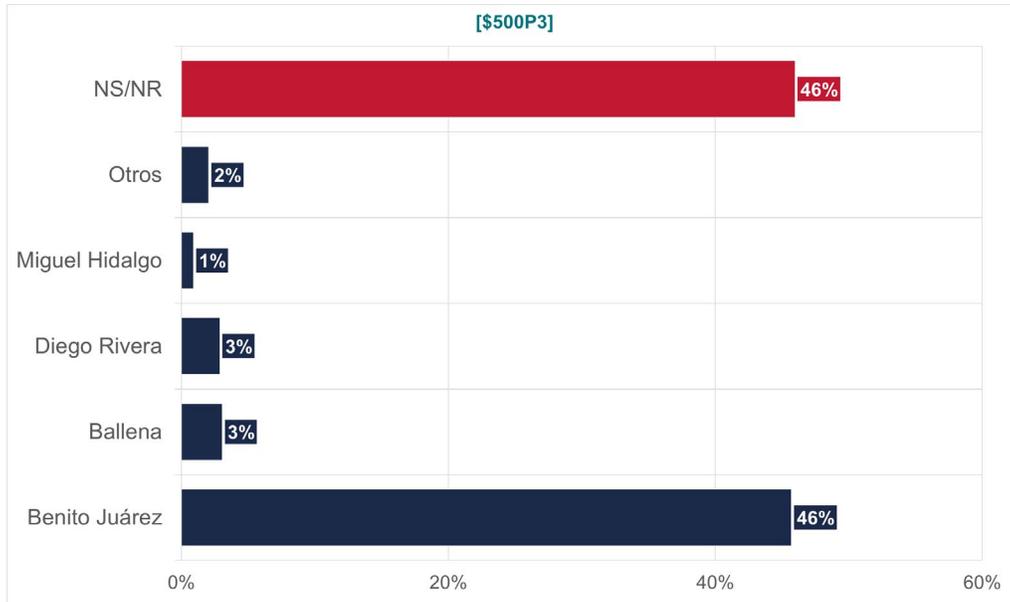
Gráfica 134. [\$500P1] ¿Usted conoce o ha oído hablar sobre el nuevo billete de \$500?
[Porcentajes respecto de la población objetivo]



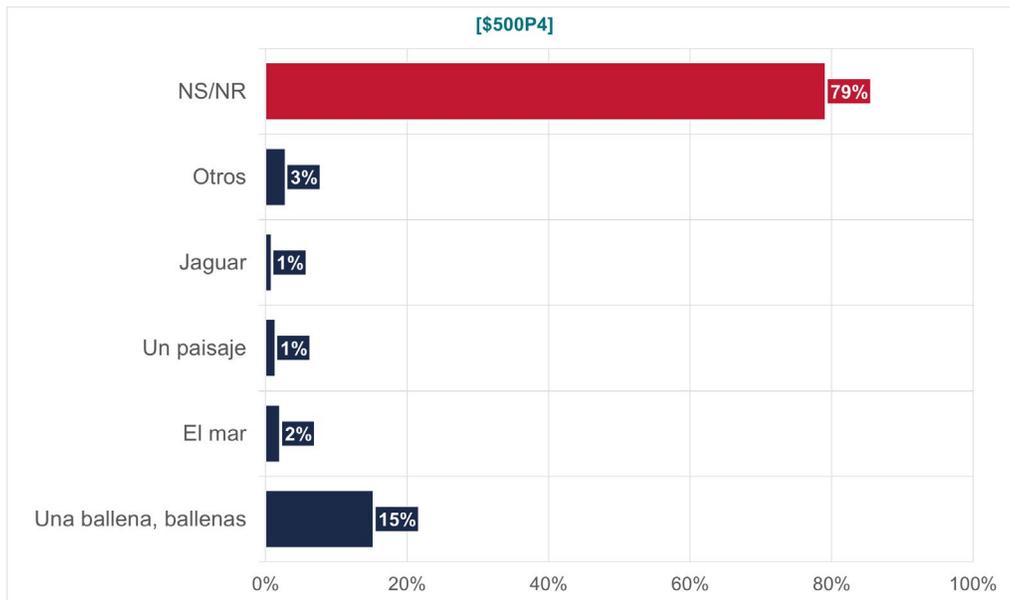
Gráfica 135. [\$500P2]. ¿Usted recuerda de qué color es el nuevo billete de \$500?
[Porcentajes respecto de quienes conocen o han oído hablar sobre el nuevo billete de \$500. Respuesta múltiple y espontánea, no suma 100%.]



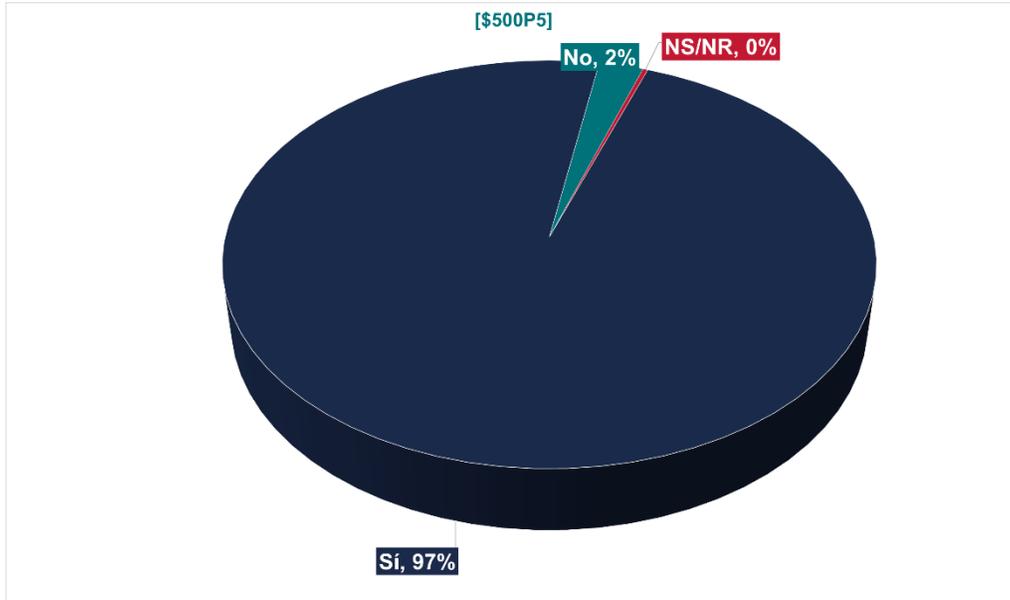
Gráfica 136. [\$500P3]. ¿Recuerda quiénes son los personajes principales del nuevo billete de \$500?
 [Porcentajes respecto de quienes conocen o han oído hablar sobre el nuevo billete de \$500. Respuesta múltiple y espontánea, no suma 100%.]



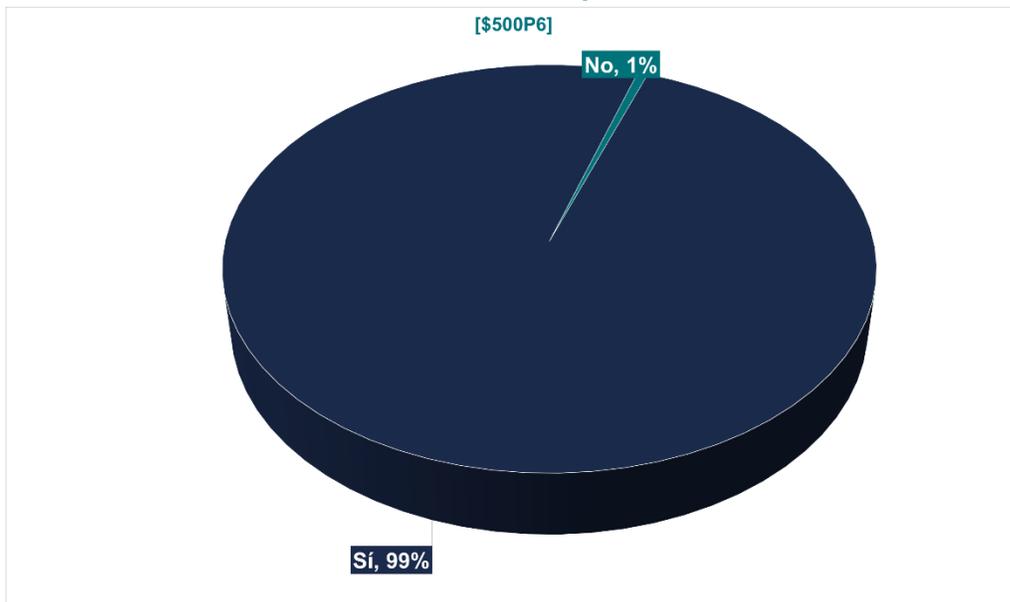
Gráfica 137. [\$500P4] ¿Usted recuerda qué hay en la parte trasera del nuevo billete de \$500?
 [Porcentajes respecto de quienes conocen o han oído hablar sobre el nuevo billete de \$500. Respuesta múltiple y espontánea, no suma 100%.]



Gráfica 138. [\$500P5] ¿Usted ya ha tenido uno de estos nuevos billetes de \$500 en sus manos?
 [Porcentajes respecto de quienes conocen o han oído hablar sobre el nuevo billete de \$500.]

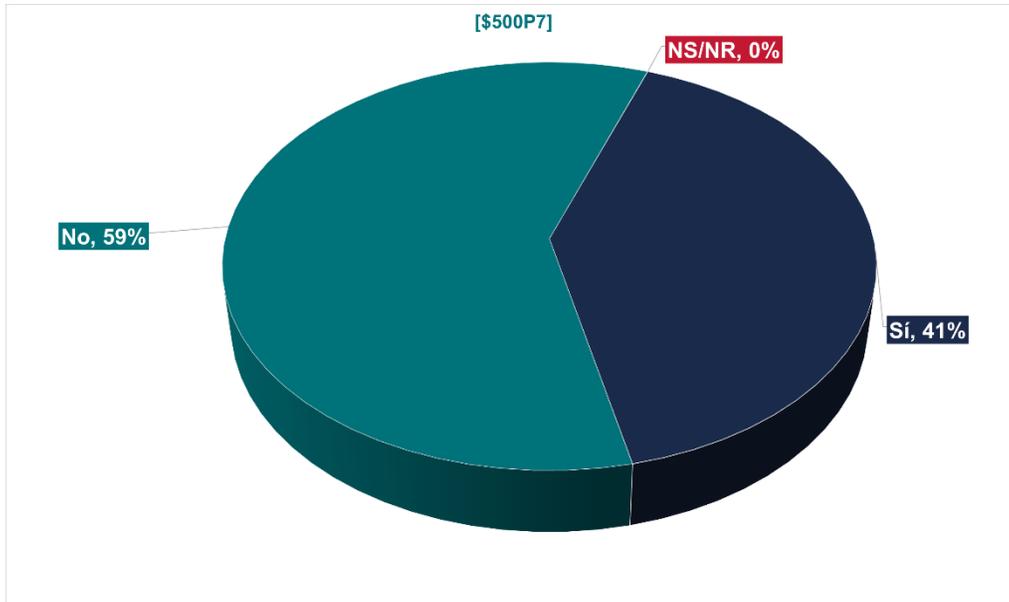


Gráfica 139. [\$500P6] ¿Usted ya ha usado este nuevo billete en sus compras o pagos?
 [Porcentajes respecto de quienes conocen o han oído hablar sobre el nuevo billete de \$500, y lo han tenido en las manos.]



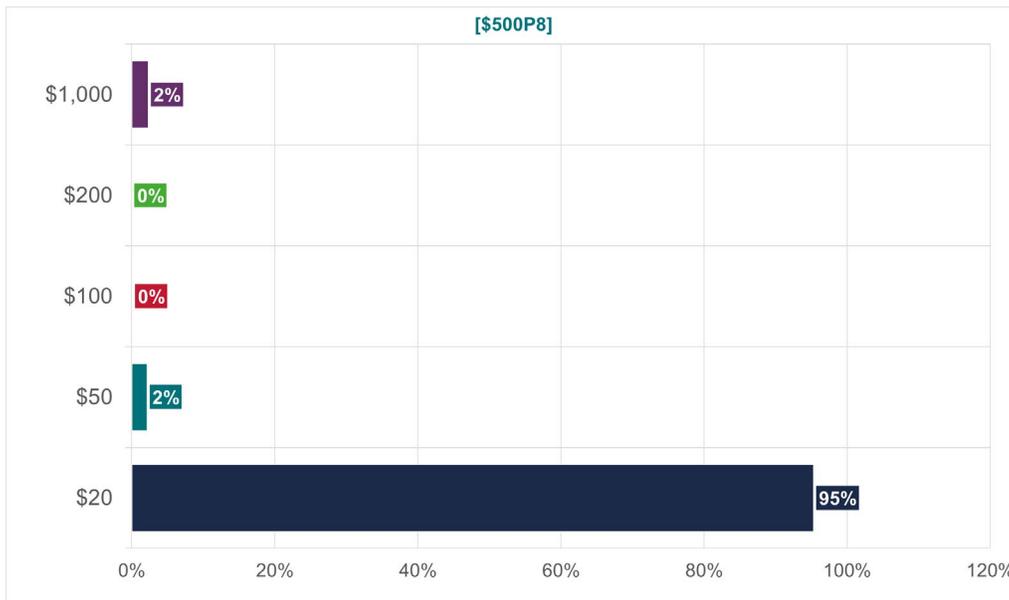
Gráfica 140. [\$500P7] Al momento de hacer sus compras o pagos, ¿ha confundido el nuevo billete de \$500 con alguna otra denominación?

[Porcentajes respecto de quienes han usado este nuevo billete en sus compras o pagos.]



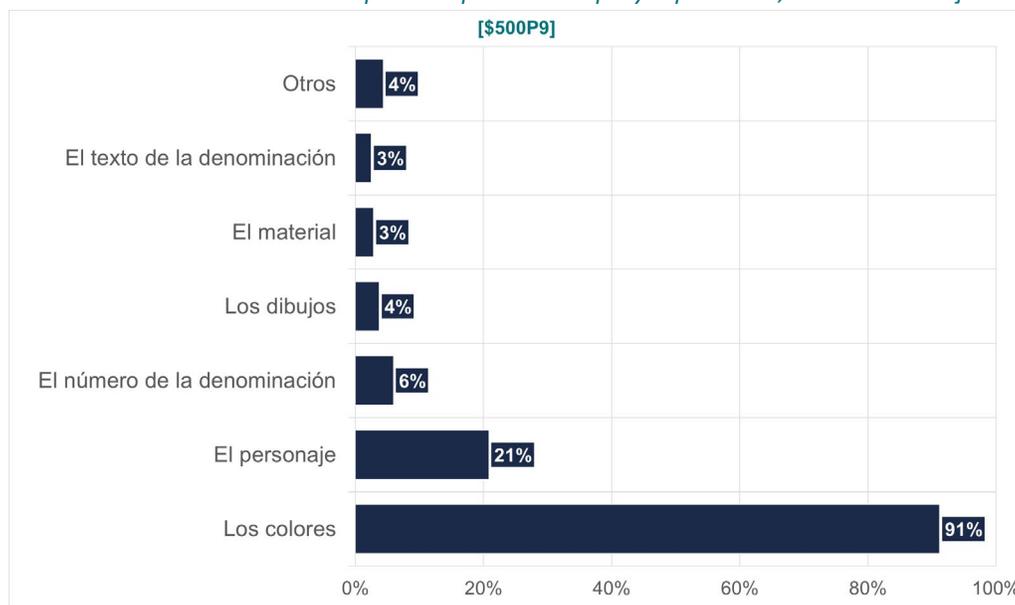
Gráfica 141. [\$500P8] ¿De qué denominación era el billete con el que lo confundió?

[Porcentajes respecto de quienes han confundido el nuevo billete de \$500 con alguna otra denominación al momento de hacer sus compras.]



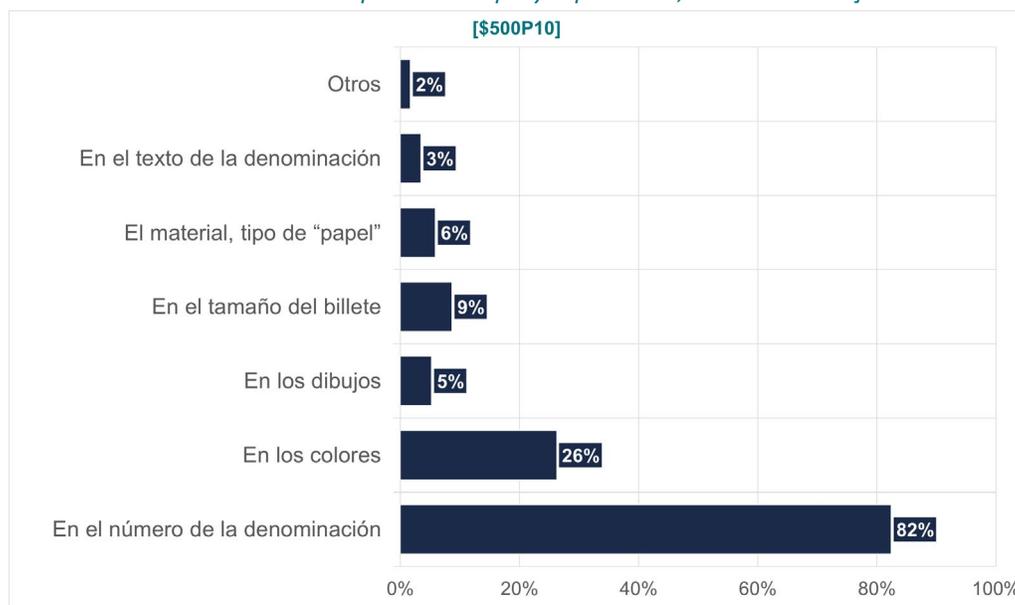
Gráfica 142. [\$500P9] ¿Me podría decir qué hizo que confundiera el billete de \$500 con la denominación que mencionó?

[Porcentajes respecto de quienes han confundido el nuevo billete de \$500 con otra denominación al momento de hacer sus compras. Respuesta múltiple y espontánea, no suma 100%.]



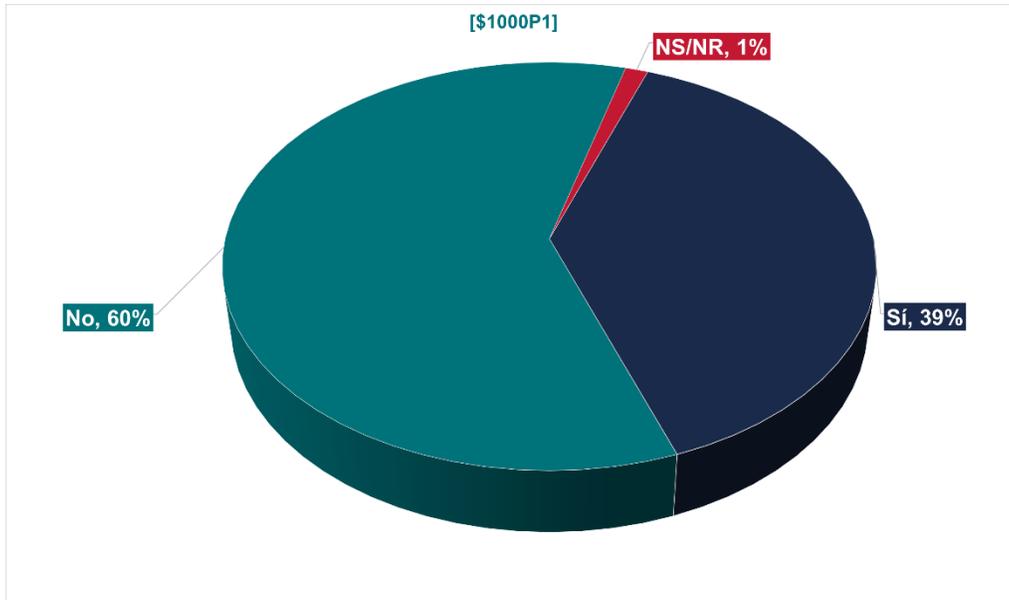
Gráfica 143. [\$500P10] ¿En qué se fija para distinguir la denominación de estos billetes?

[Porcentajes respecto de quienes conocen o han oído hablar sobre el nuevo billete de \$500, y lo han tenido en las manos. Respuesta múltiple y espontánea, no suma 100%.]

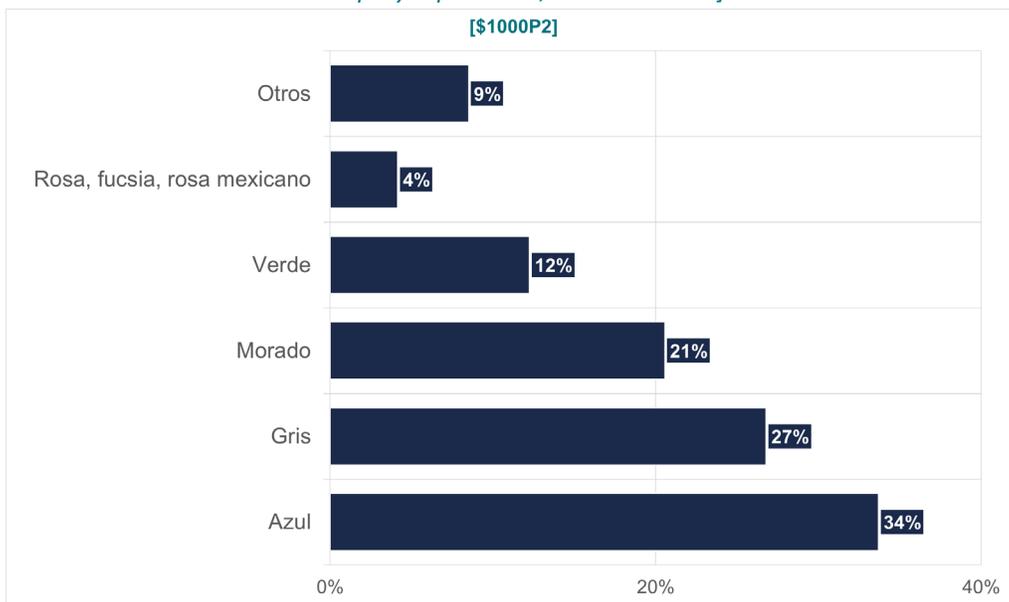


Nuevo billete de \$1000

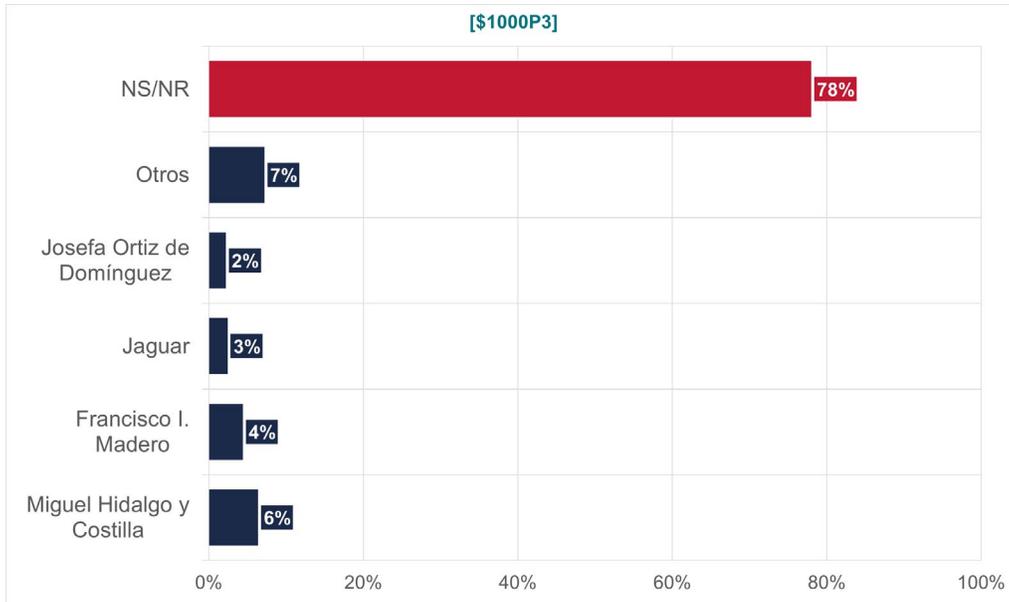
Gráfica 144. [\$1000P1] ¿Usted conoce o ha oído hablar sobre el nuevo billete de \$1000?
[Porcentajes respecto de la población objetivo]



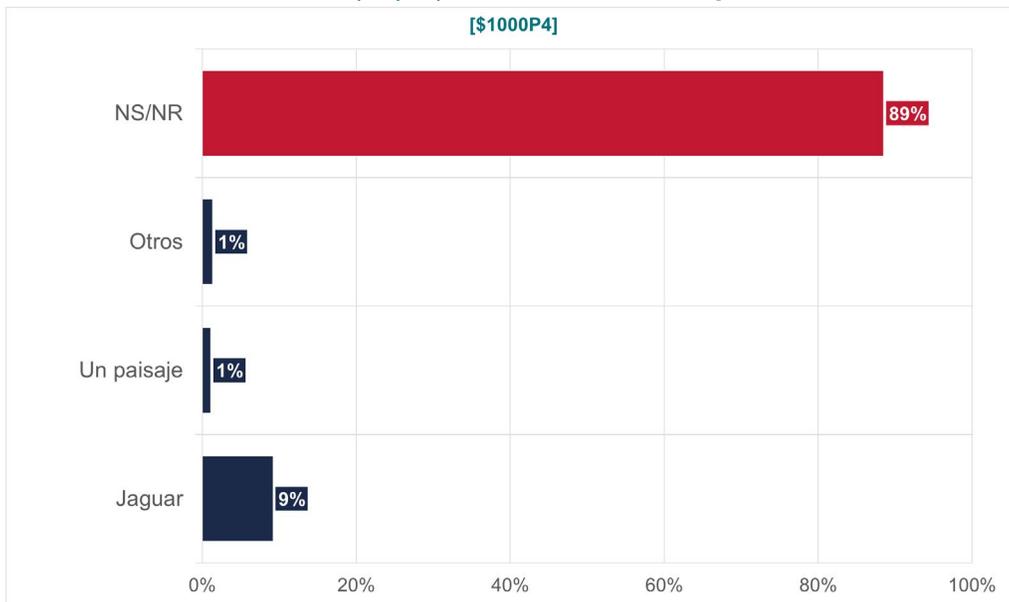
Gráfica 145. [\$1000P2]. ¿Usted recuerda de qué color es el nuevo billete de \$1000?
[Porcentajes respecto de quienes conocen o han oído hablar sobre el nuevo billete de \$1000. Respuesta múltiple y espontánea, no suma 100%.]



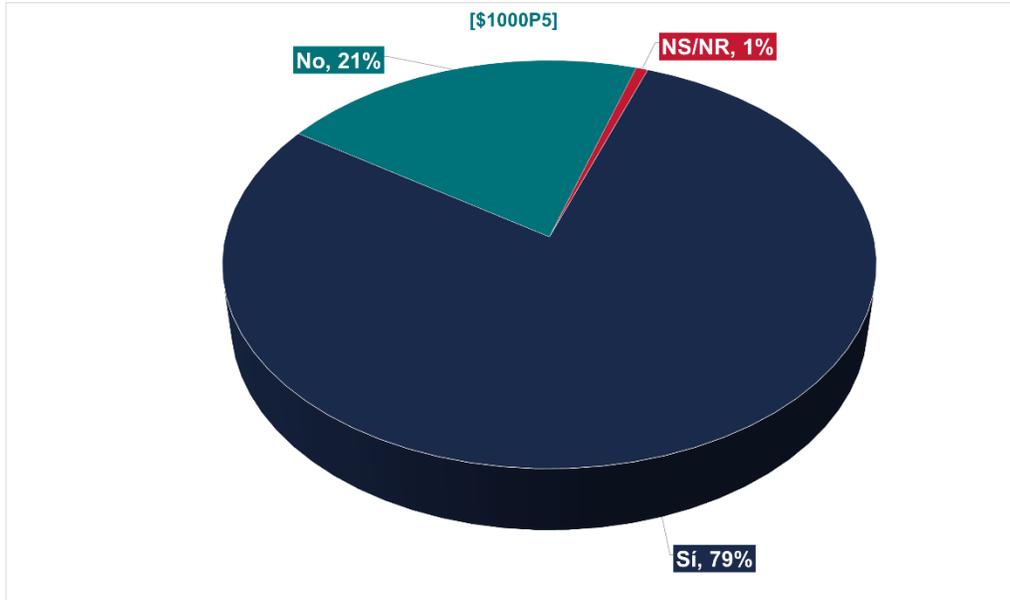
Gráfica 146. [\$1000P3]. ¿Recuerda quiénes son los personajes principales del nuevo billete de \$1000?
 [Porcentajes respecto de quienes conocen o han oído hablar sobre el nuevo billete de \$1000. Respuesta múltiple y espontánea, no suma 100%.]



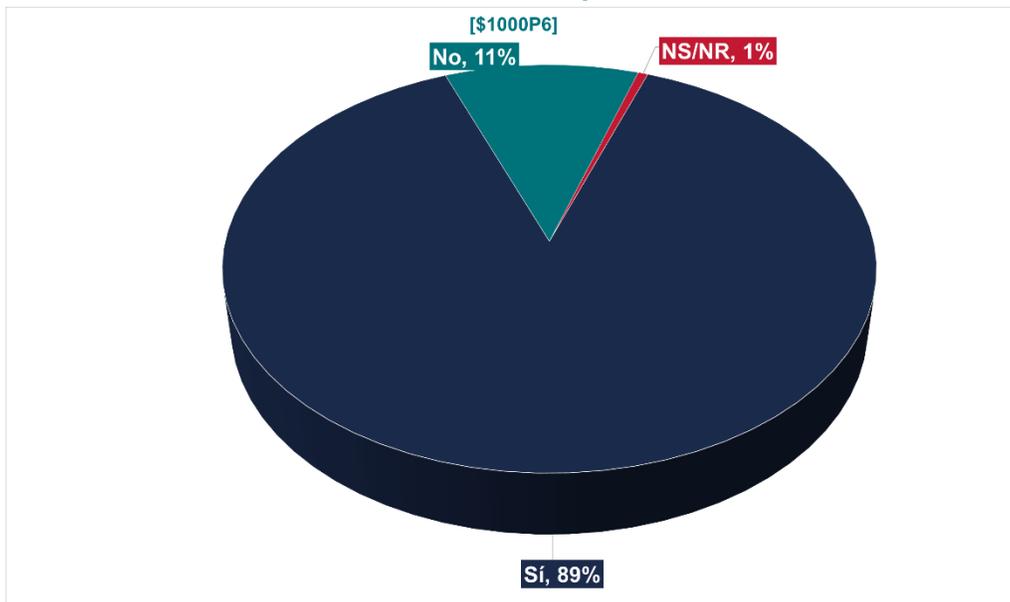
Gráfica 147. [\$1000P4]. ¿Usted recuerda qué hay en la parte trasera del nuevo billete de \$1000?
 [Porcentajes respecto de quienes conocen o han oído hablar sobre el nuevo billete de \$1000. Respuesta múltiple y espontánea, no suma 100%.]



Gráfica 148. [\$1000P5] ¿Usted ya ha tenido uno de estos nuevos billetes de \$1000 en sus manos?
 [Porcentajes respecto de quienes conocen o han oído hablar sobre el nuevo billete de \$1000.]

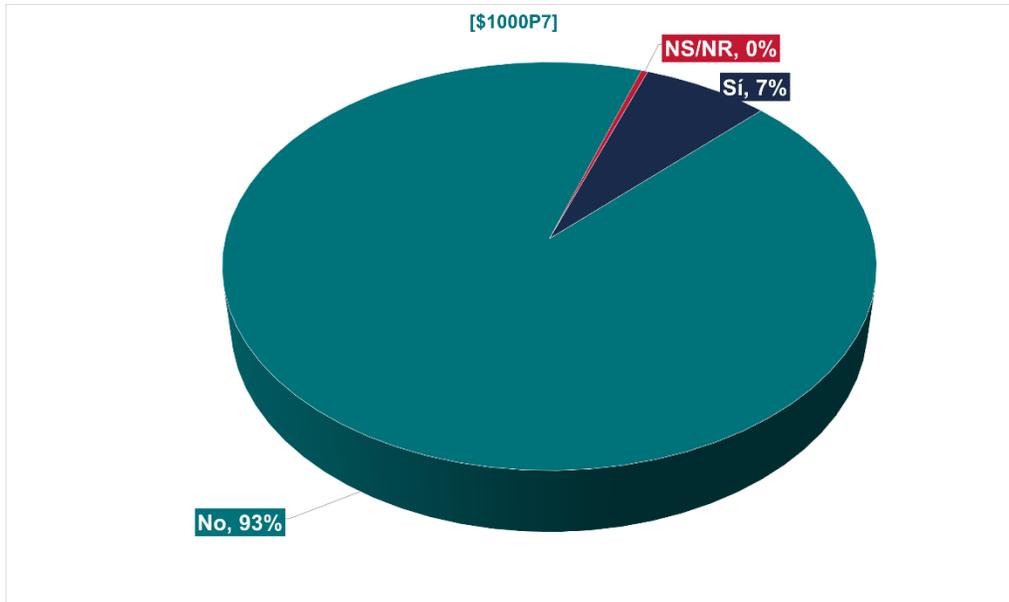


Gráfica 149. [\$1000P6] ¿Usted ya ha usado este nuevo billete en sus compras o pagos?
 [Porcentajes respecto de quienes conocen o han oído hablar sobre el nuevo billete de \$1000, y lo han tenido en las manos.]



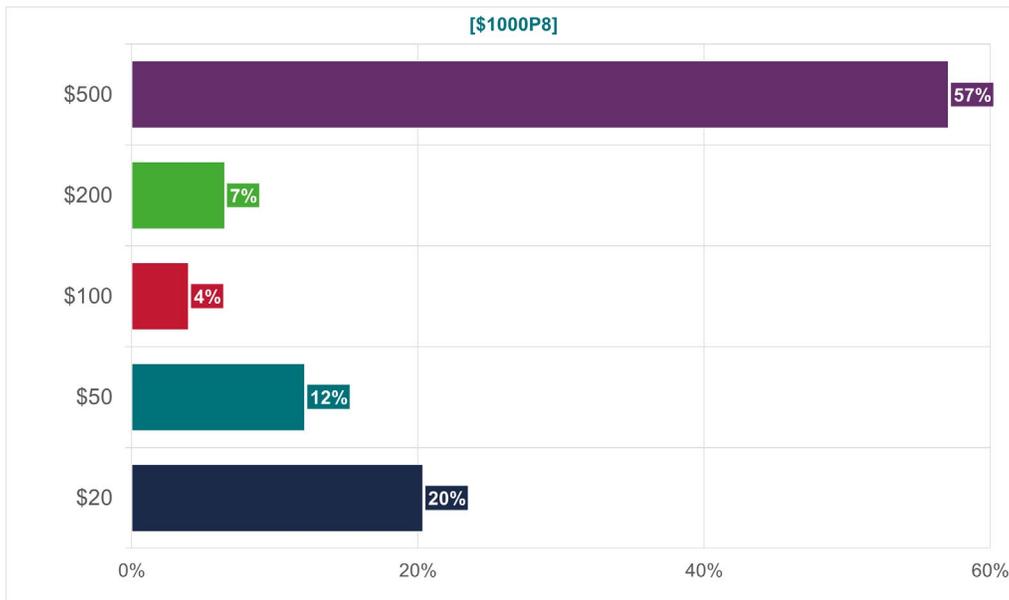
Gráfica 150. [\$1000P7] Al momento de hacer sus compras o pagos, ¿ha confundido el nuevo billete de \$1000 con alguna otra denominación?

[Porcentajes respecto de quienes han usado este nuevo billete en sus compras o pagos.]



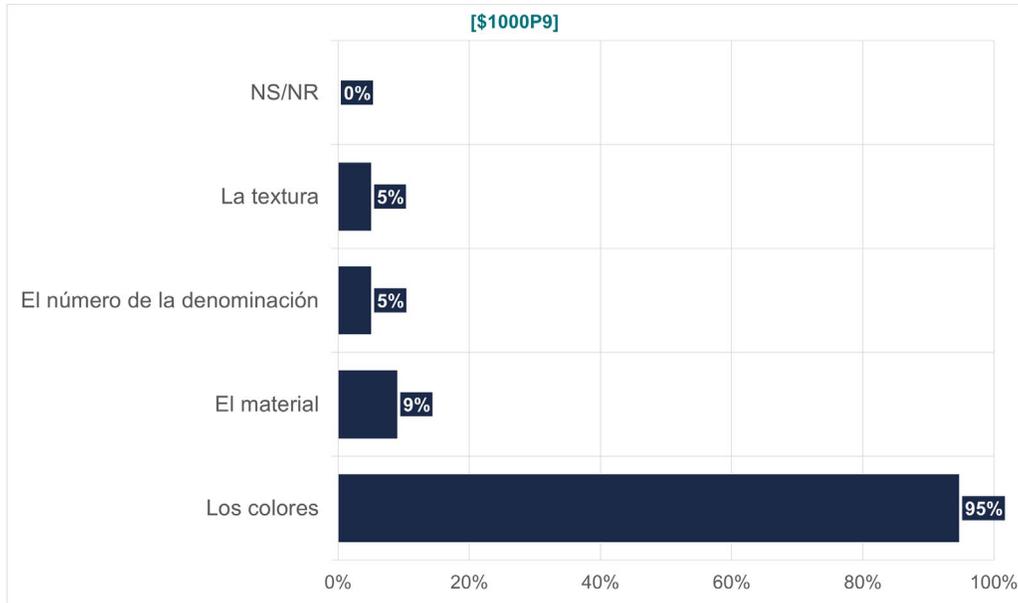
Gráfica 151. [\$1000P8] ¿De qué denominación era el billete con el que lo confundió?

[Porcentajes respecto de quienes han confundido el nuevo billete de \$1000 con alguna otra denominación al momento de hacer sus compras.]



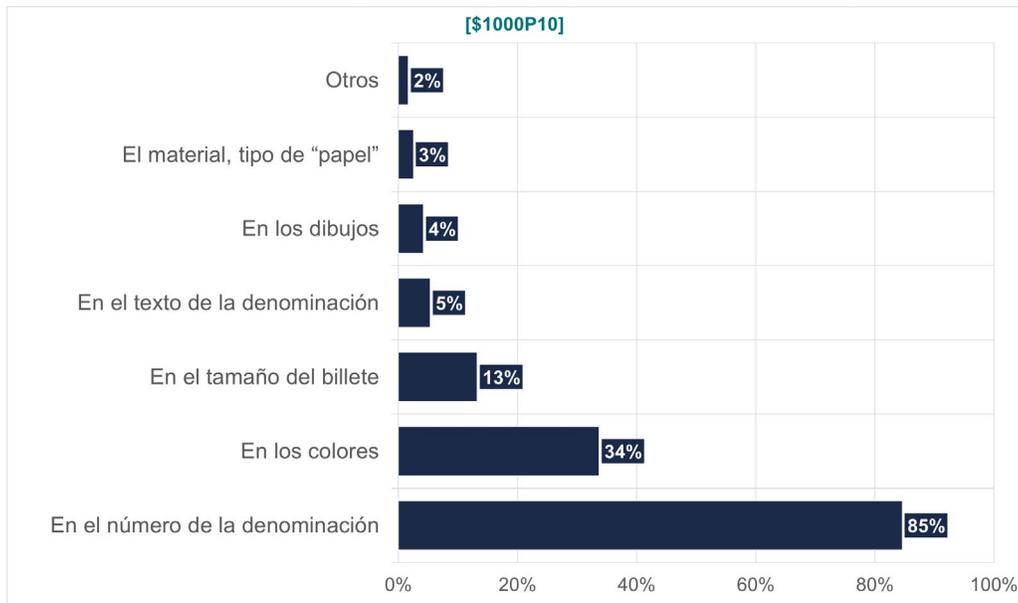
Gráfica 152. [\$1000P9] ¿Me podría decir qué hizo que confundiera el billete de \$1000 con la denominación que mencionó?

[Porcentajes respecto de quienes han confundido el nuevo billete de \$1000 con otra denominación al momento de hacer sus compras. Respuesta múltiple y espontánea, no suma 100%.]



Gráfica 153. [\$1000P10] ¿En qué se fija para distinguir la denominación de estos billetes?

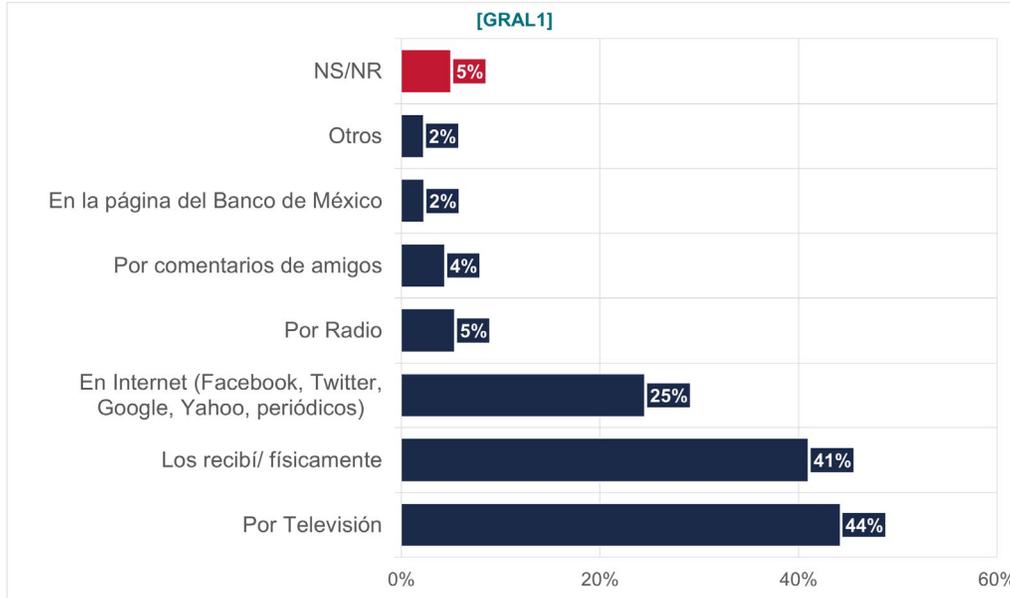
[Porcentajes respecto de quienes conocen o han oído hablar sobre el nuevo billete de \$1000, y lo han tenido en las manos. Respuesta múltiple y espontánea, no suma 100%.]



Temas generales de la familia G

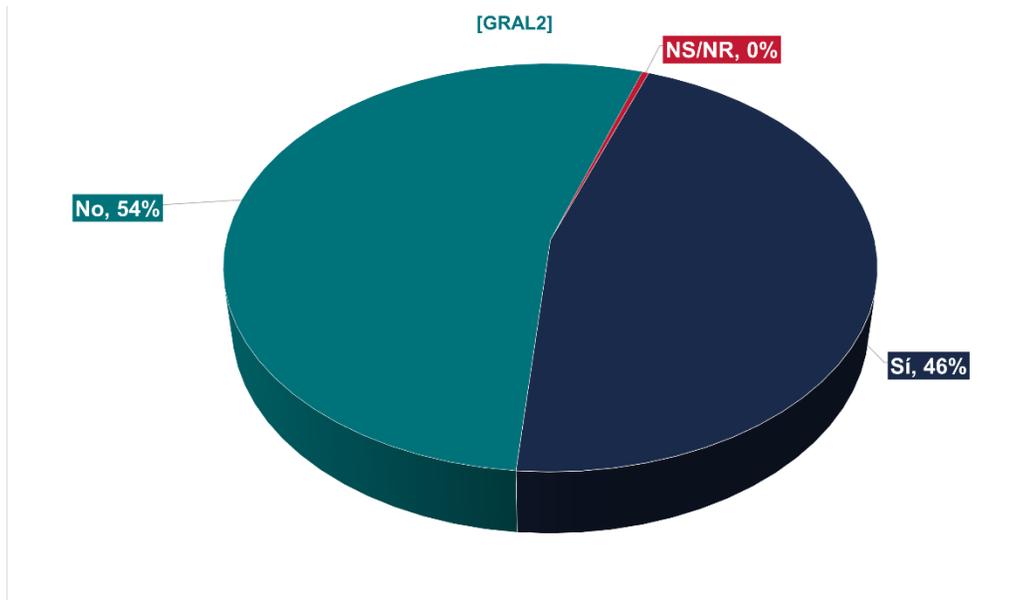
Gráfica 154. [GRAL1] Ahora que recuerda un poco más de los nuevos diseños de billetes, ¿cómo o a través de qué medio se enteró de estos?

[Porcentajes respecto de la población objetivo. Respuesta múltiple y espontánea, no suma 100%.]

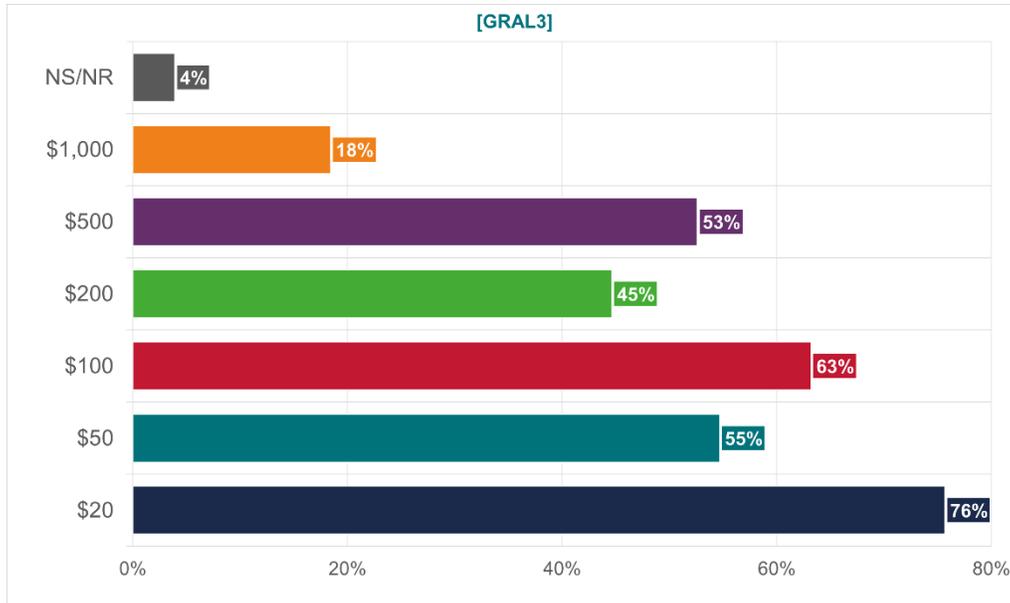


Gráfica 155. [GRAL2] ¿Usted ha notado o ha visto en circulación diferentes diseños de billetes para una misma denominación?

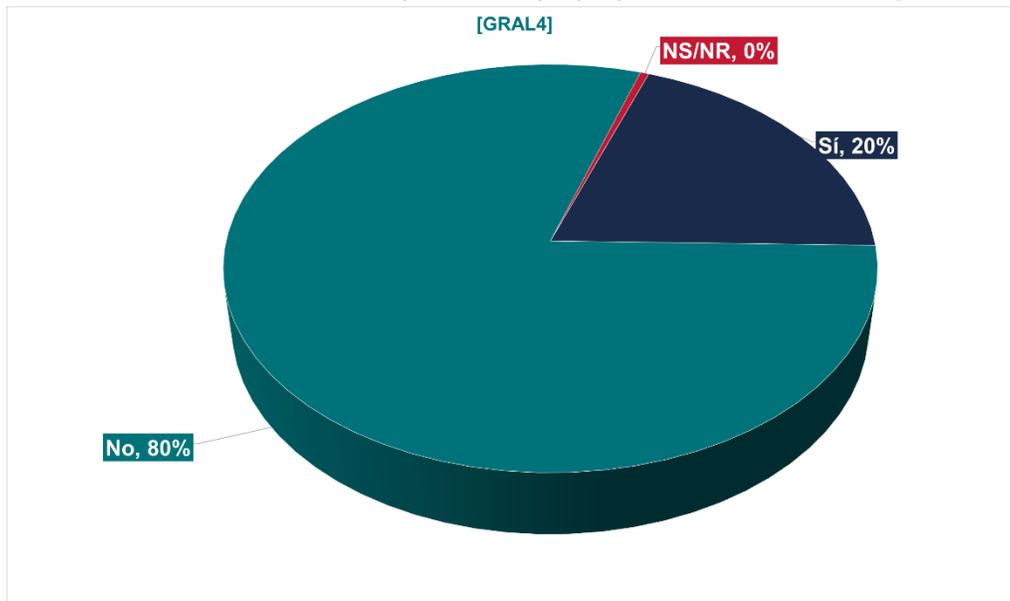
[Porcentajes respecto de la población objetivo.]



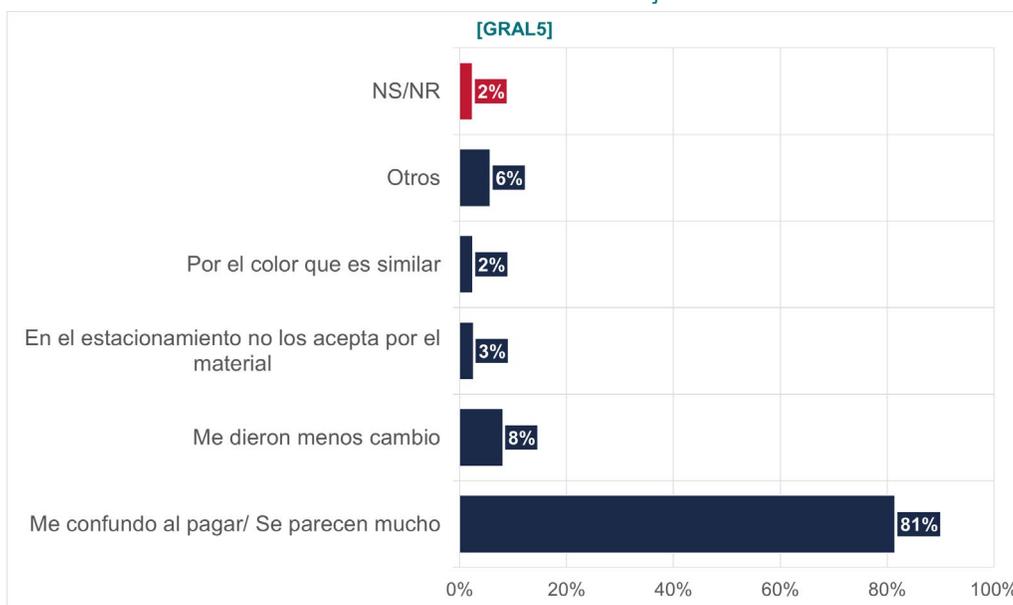
Gráfica 156. [GRAL3] ¿De qué denominación o valor son los billetes que tienen diseños diferentes?
 [Respuesta espontánea y múltiple]
 [Porcentajes respecto de quienes han visto o notado en circulación diferentes diseños de billetes para una misma denominación. Respuesta múltiple y espontánea, no suma 100%.]



Gráfica 157. [GRAL4] ¿Usted ha tenido algún problema con que haya diferentes diseños de billete para una misma denominación?
 [Porcentajes respecto de quienes han visto o notado en circulación diferentes diseños de billetes para una misma denominación. Respuesta múltiple y espontánea, no suma 100%.]

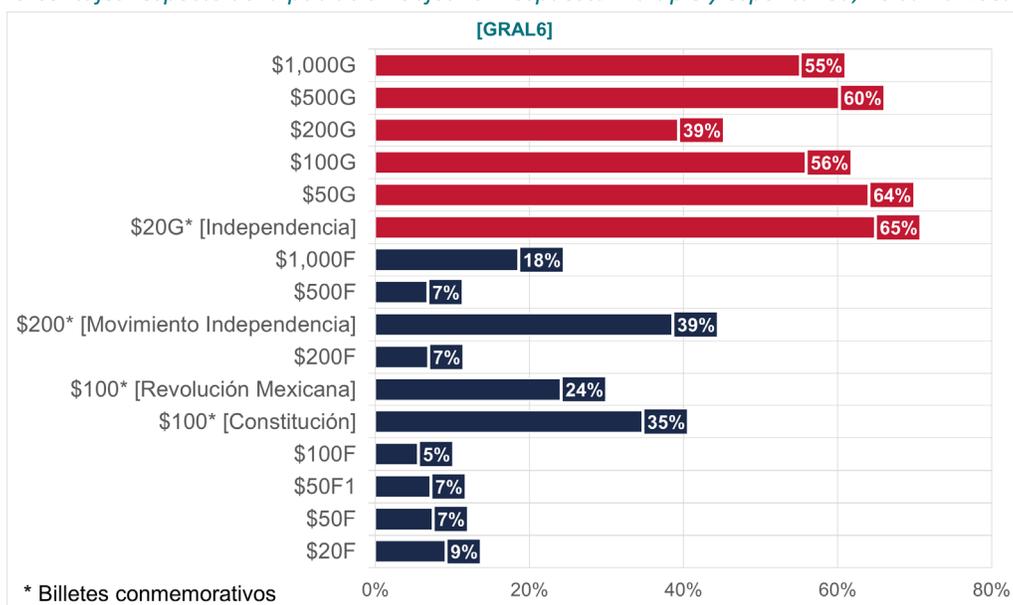


Gráfica 158. [GRAL5] ¿Qué problemas ha tenido?
 [Porcentajes respecto de quienes han tenido algún problema con que haya diferentes diseños de billetes para una misma denominación.]



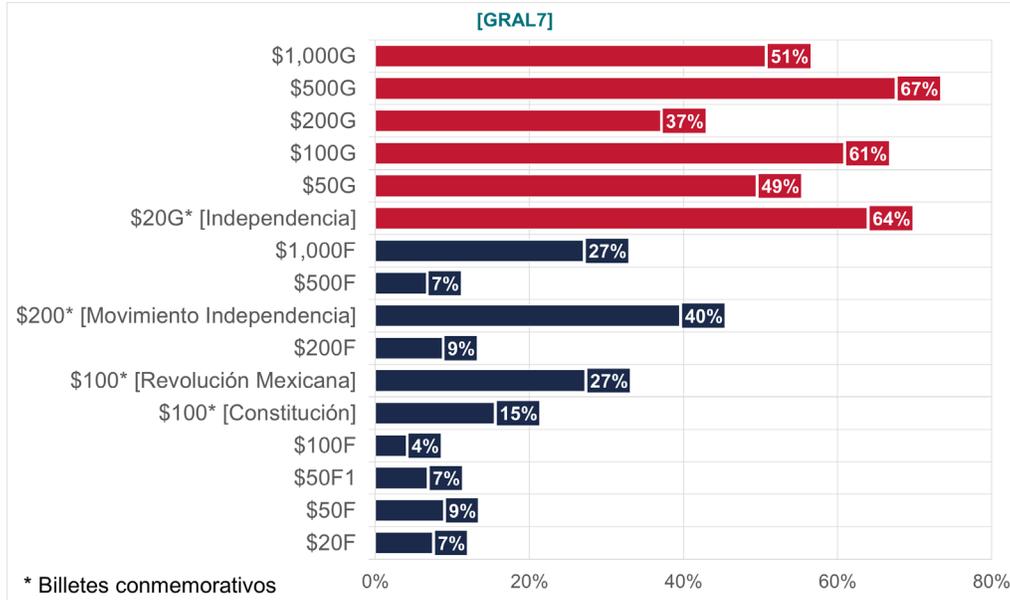
Gráfica 159. [GRAL6] De las imágenes con los frentes de estos billetes, ¿me podría decir cuáles son los billetes con diseños nuevos?

[Porcentajes respecto de la población objetivo. Respuesta múltiple y espontánea, no suma 100%.]



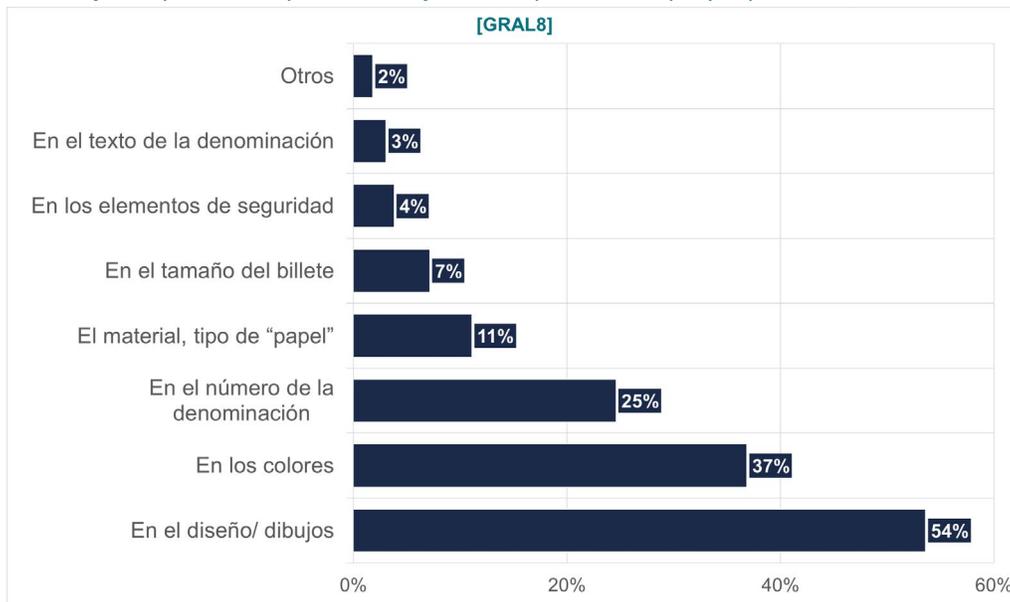
Gráfica 160. [GRAL7] De las imágenes de las partes traseras de estos billetes, ¿me podría decir cuáles son los billetes con diseños nuevos?

[Porcentajes respecto de la población objetivo. Respuesta múltiple y espontánea, no suma 100%.]



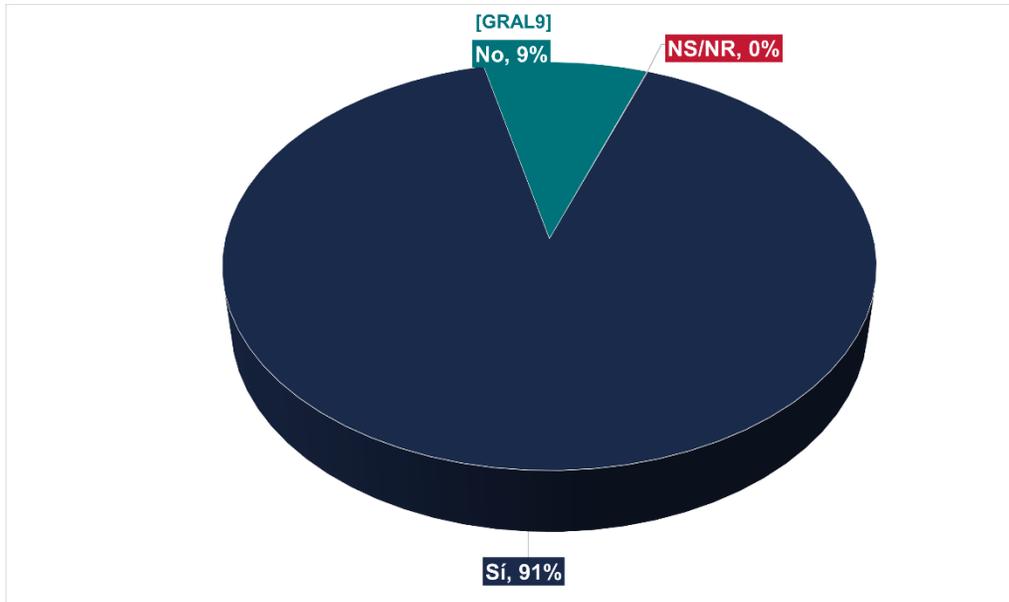
Gráfica 161. [GRAL8] ¿En qué se fija para distinguir los billetes que tienen diseños nuevos de los anteriores?

[Porcentajes respecto de la población objetivo. Respuesta múltiple y espontánea, no suma 100%.]



Gráfica 162. [GRAL9] ¿Usted ha notado que todos estos billetes están actualmente en circulación, es decir, los billetes nuevos y los anteriores?

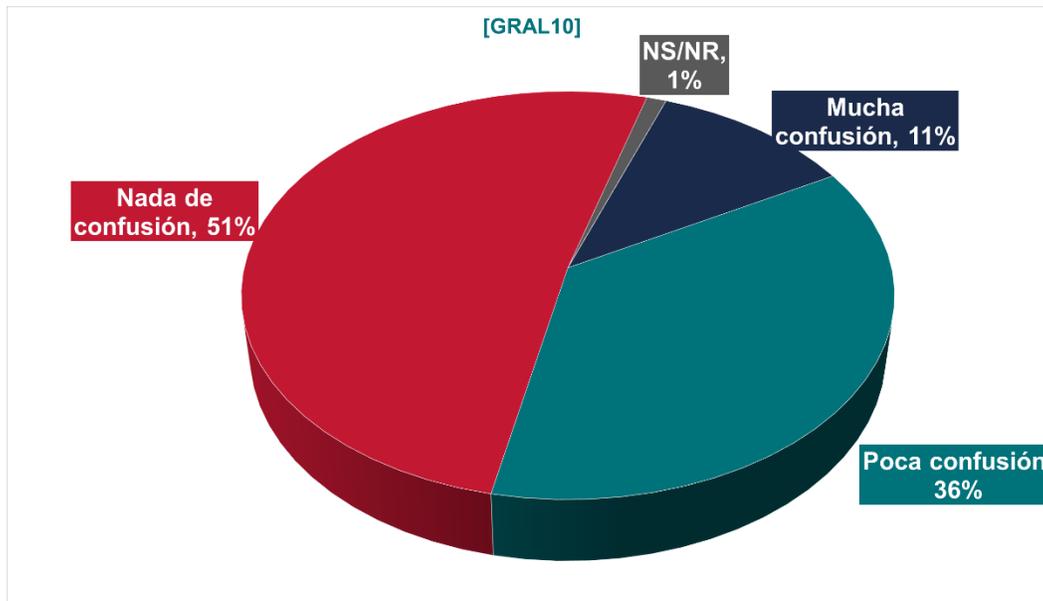
[Porcentajes respecto de la población objetivo.]



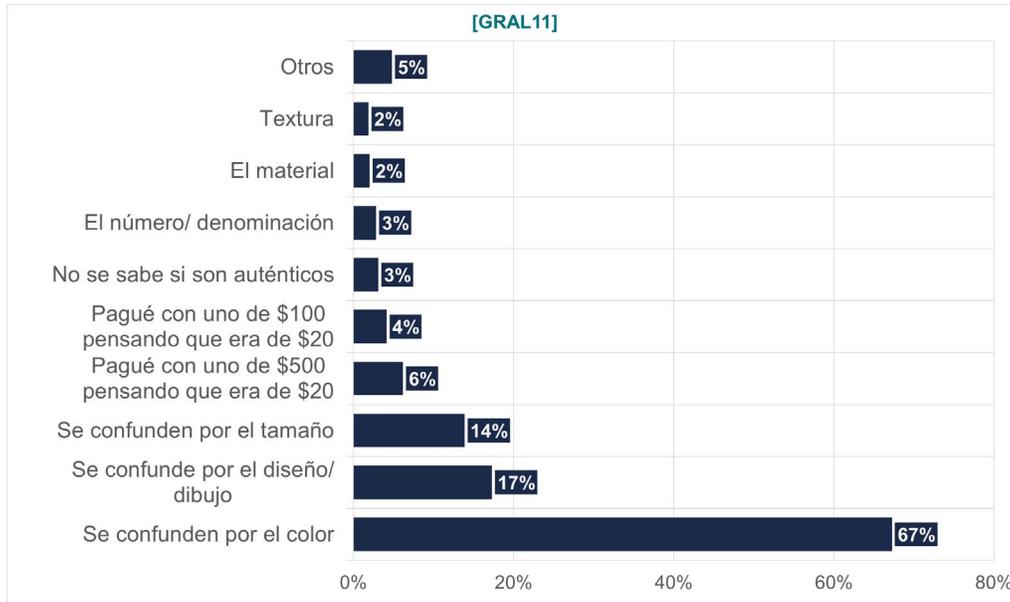
Gráfica 163. [GRAL10] Al momento de realizar una transacción, ¿qué tanta confusión le genera que los nuevos diseños de billetes estén en circulación con diseños anteriores?

[Porcentajes respecto de quienes han notado que los billetes nuevo y anteriores están en circulación.]

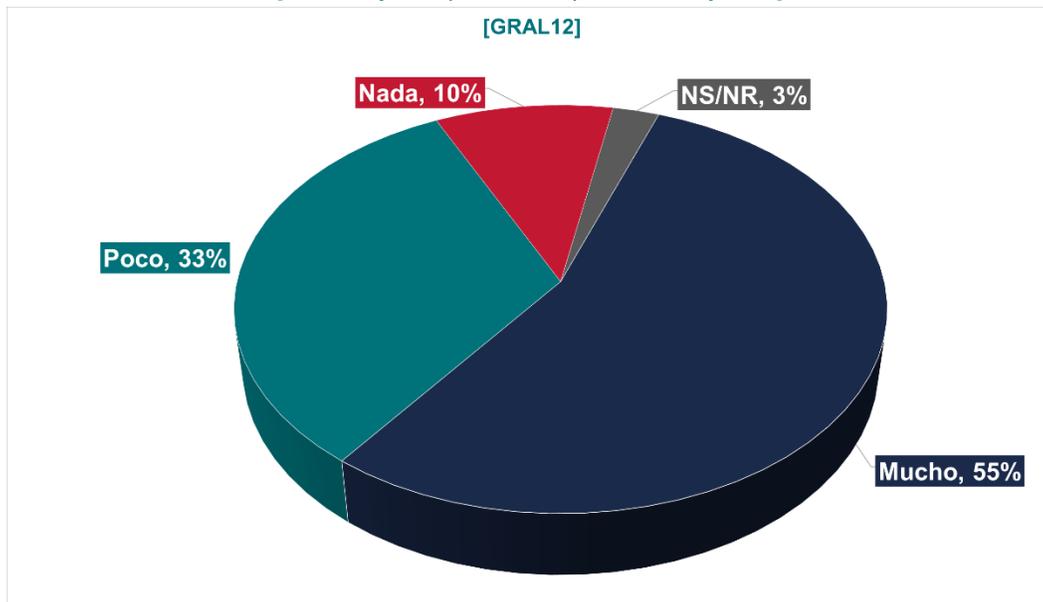
Respuestas asistidas.]



Gráfica 164. [GRAL11] ¿Por qué le ocasiona confusión que todos estos billetes estén en circulación?
 [Porcentajes respecto de quienes tuvieron confusión de que los diseños nuevos de billetes y los anteriores
 estén en circulación. Respuesta múltiple y espontánea, no suma 100%.]

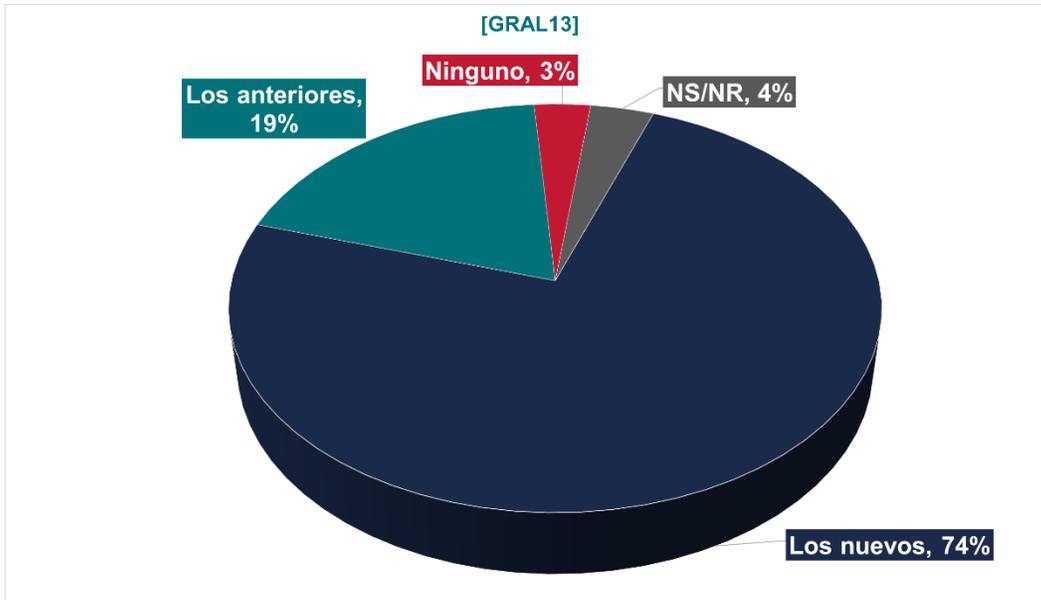


Gráfica 165. [GRAL12] En general, ¿qué tanto le gustan los nuevos diseños de billetes, mucho, poco o nada?
 [Porcentajes respecto de la población objetivo.]



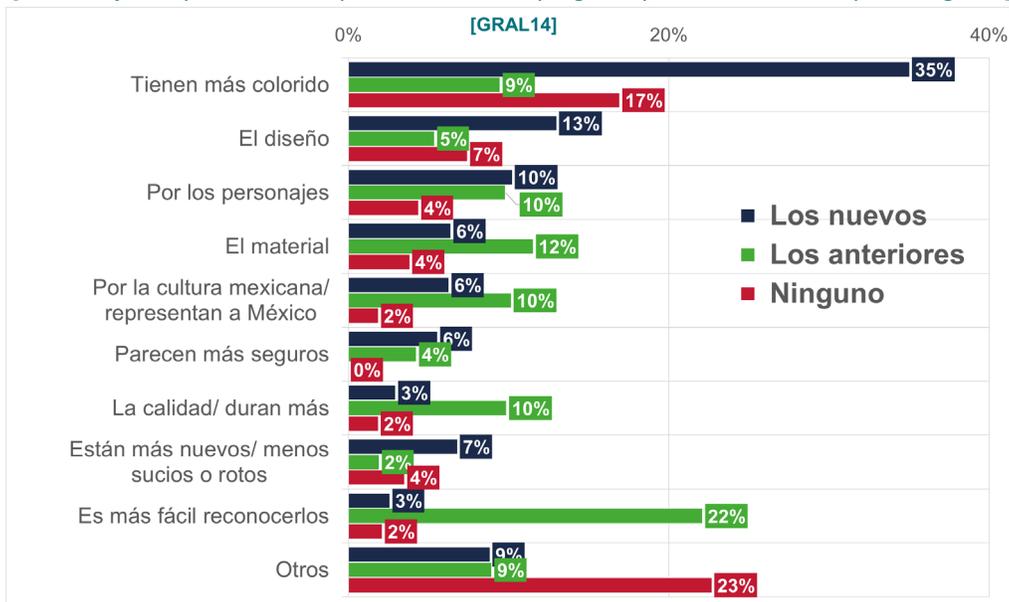
Gráfica 166. [GRAL13] En comparación con los billetes de diseño anterior, en general, ¿cuáles billetes considera que están más bonitos, los nuevos o los anteriores?

[Porcentajes respecto de la población objetivo]

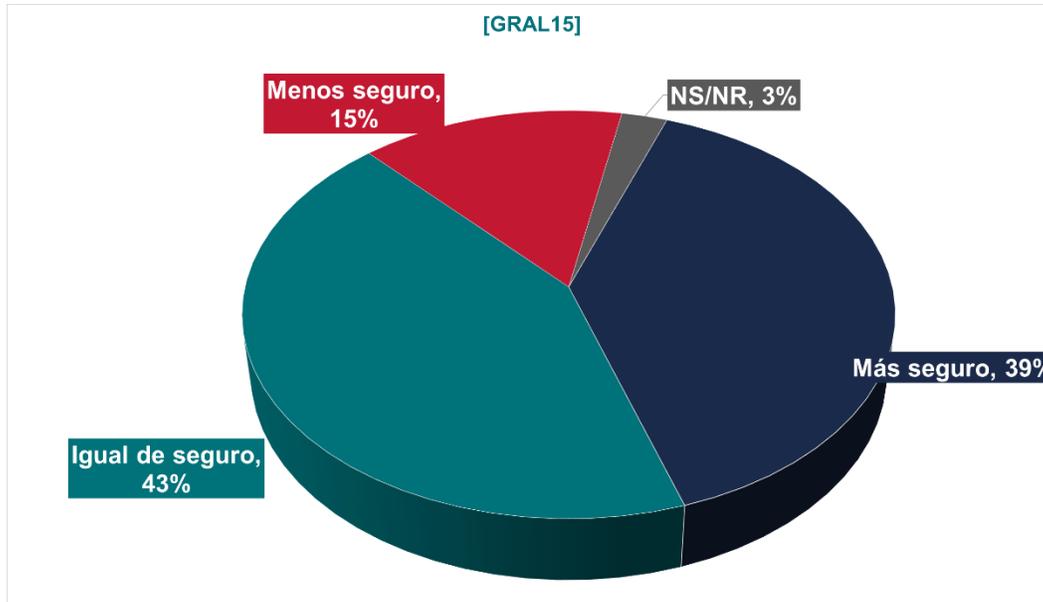


Gráfica 167. [GRAL14] ¿Por qué?

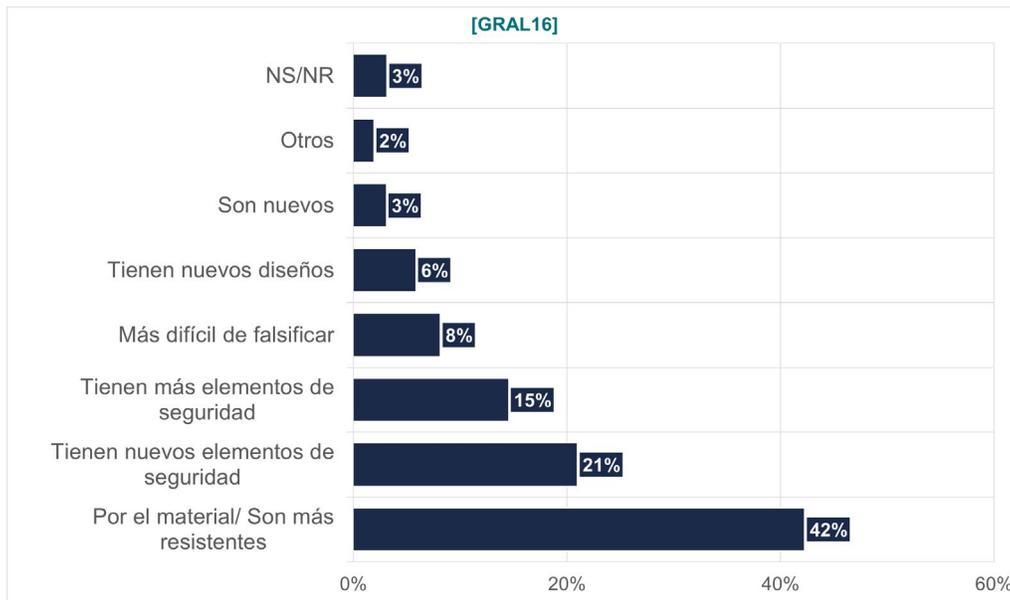
[Porcentajes respecto de la respuesta dada en la pregunta previa. Suma 100% por categoría.]



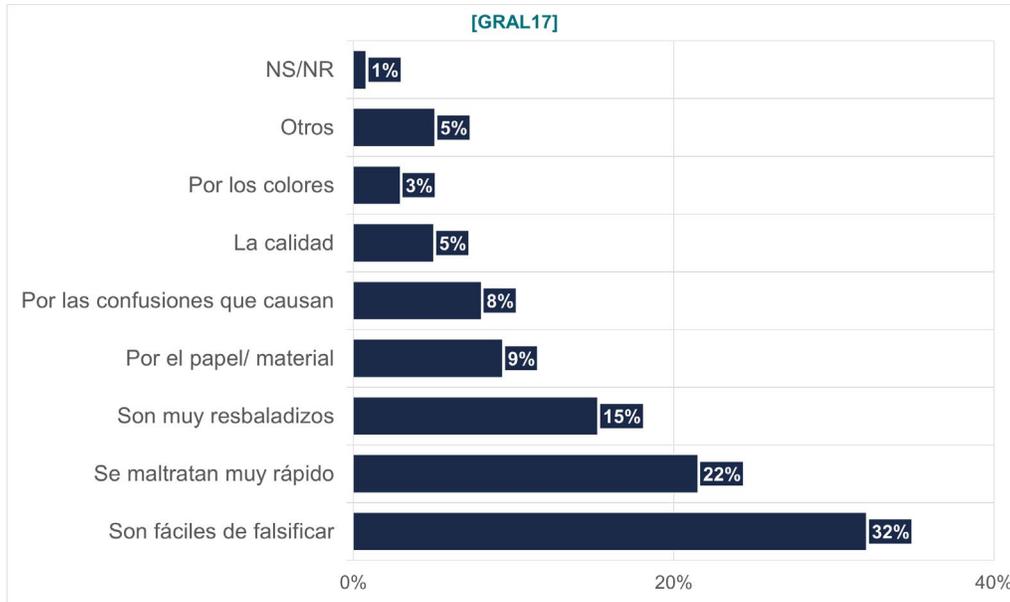
Gráfica 168. [GRAL15] En general, ¿usted considera que estos nuevos billetes son más seguros, igual de seguros o menos seguros que billetes anteriores?
 [Porcentajes respecto de la población objetivo]



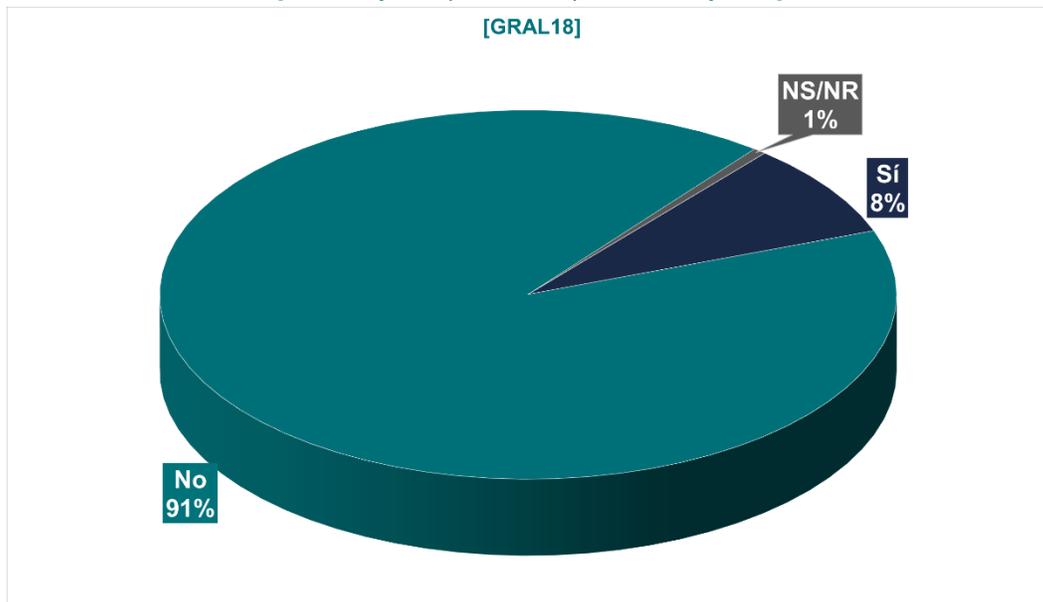
Gráfica 169. [GRAL16] ¿Por qué considera que son más seguros?
 [Porcentajes respecto de quienes consideran que los nuevos billetes son más seguros que los billetes anteriores.]



Gráfica 170. [GRAL17] ¿Por qué considera que son menos seguros?
 [Porcentajes respecto de quienes consideran que los nuevos billetes son menos seguros que los billetes anteriores.]

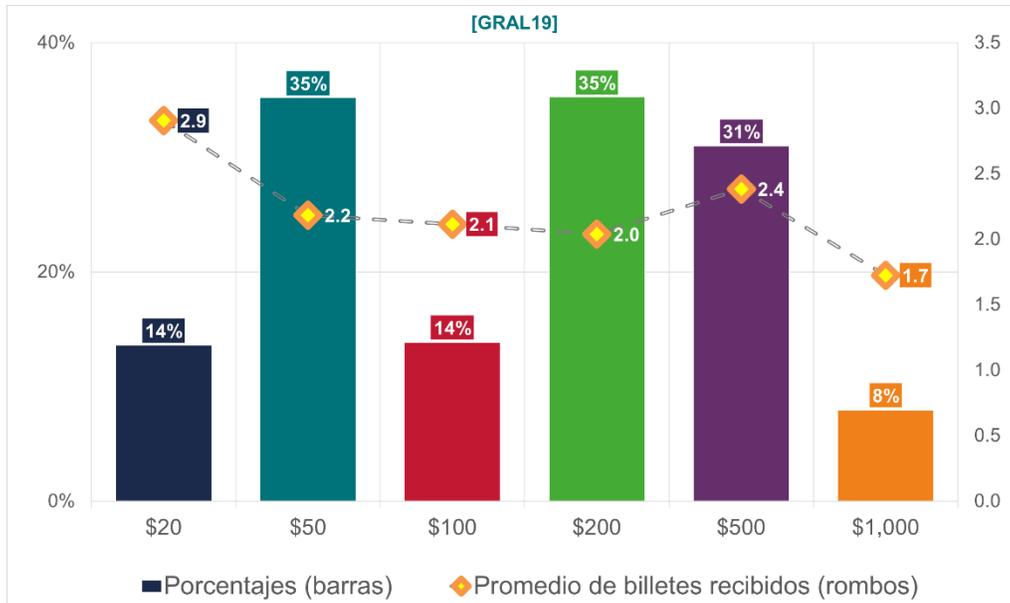


Gráfica 171. [GRAL18] En los últimos 3 meses, ¿usted ha recibido billetes falsos de nuevo diseño?
 [Porcentajes respecto de la población objetivo.]



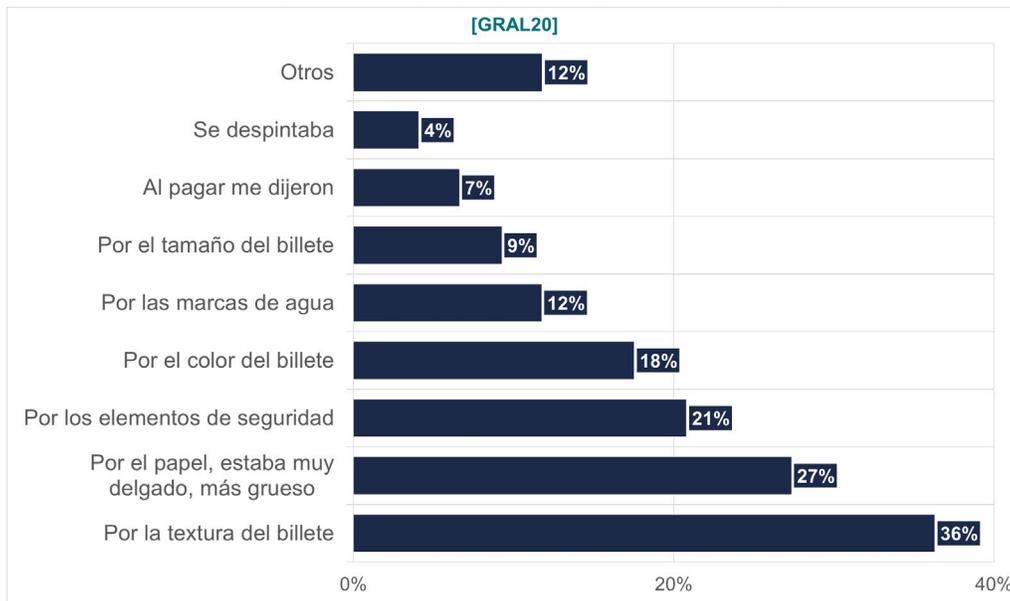
Gráfica 172. [GRAL19] ¿De qué denominación fueron estos billetes falsos que le dieron...?, ¿cuántos recibió...?, ¿ha recibido de alguna otra denominación...?

[Porcentajes respecto de quienes en los últimos 3 meses han recibido billetes falsos de nuevo diseño. Respuesta múltiple y espontánea, no suma 100%.]



Gráfica 173. [GRAL20] Pensando en el último billete falso que recibió, ¿cómo supo que era falso?

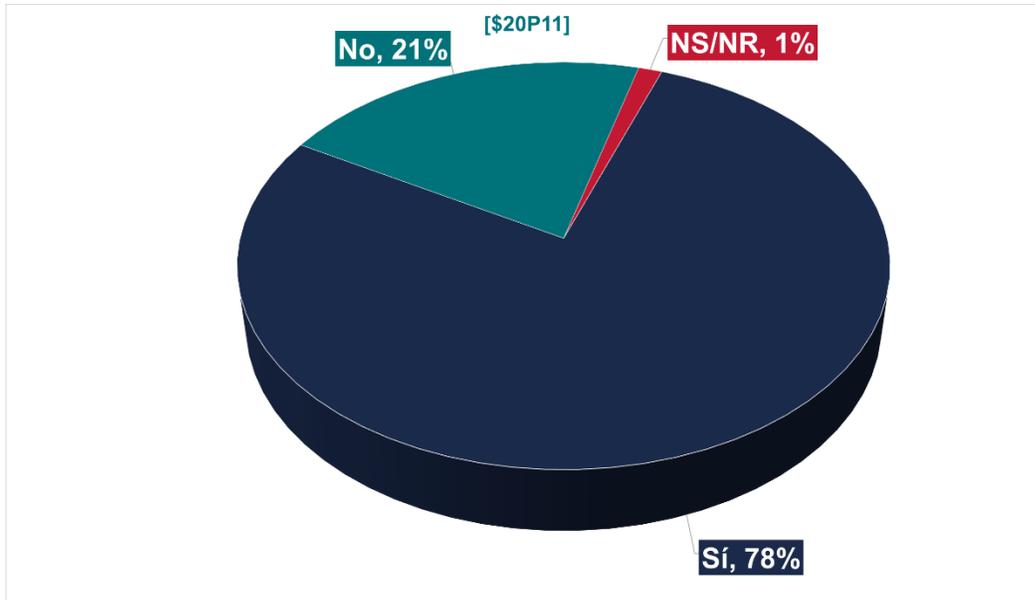
[Porcentajes respecto de quienes en los últimos 3 meses han recibido billetes falsos de nuevo diseño. Respuesta múltiple y espontánea, no suma 100%.]



Uso de los billetes de \$20

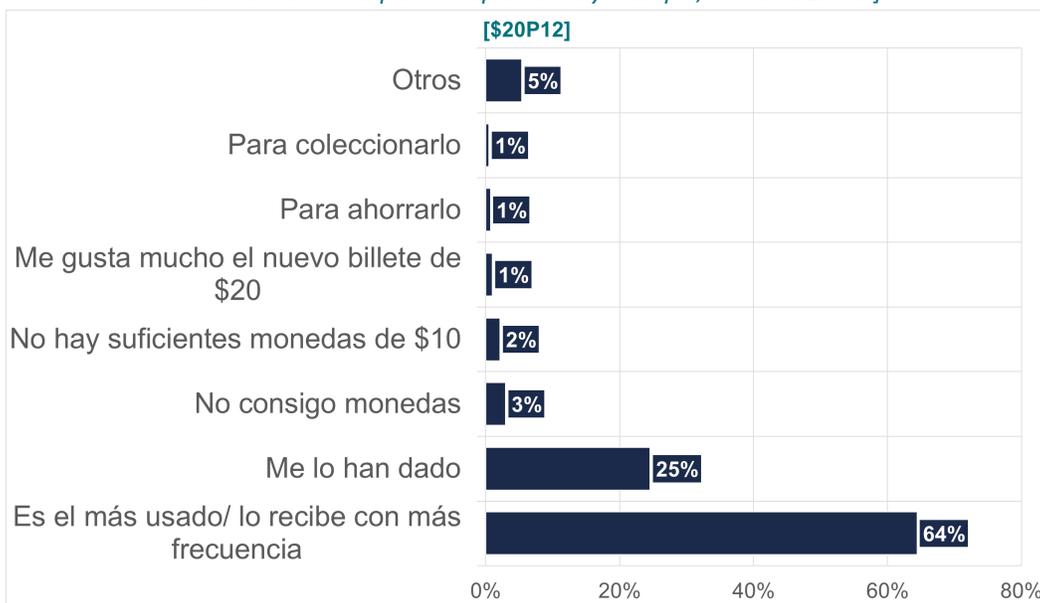
Gráfica 174. [\$20P11] En el último año, ¿usted ha utilizado los billetes de \$20 con mayor frecuencia que el año anterior?

[Porcentajes respecto de la población objetivo]



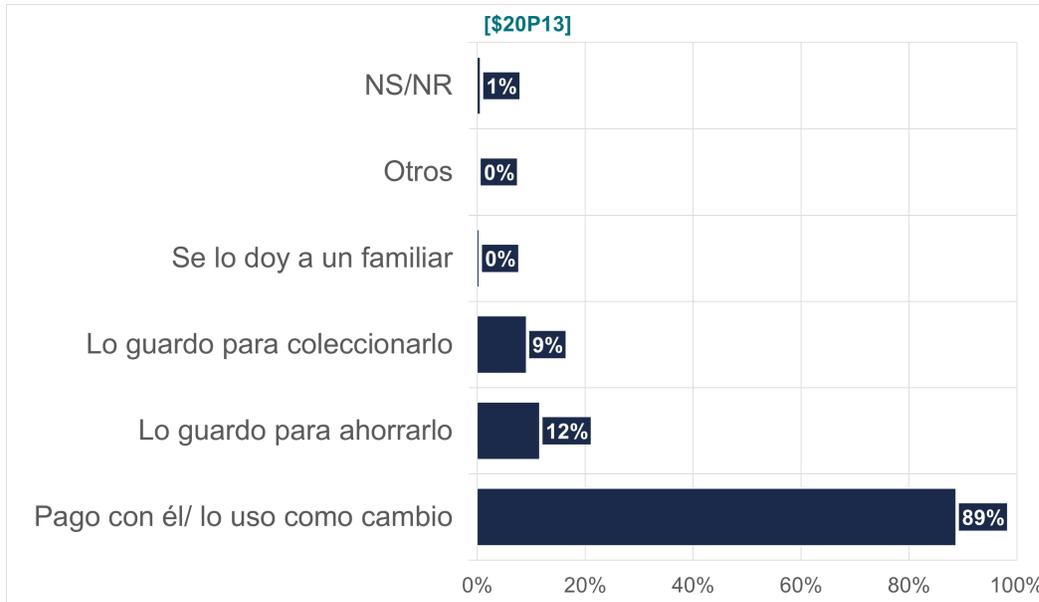
Gráfica 175. [\$20P12] ¿Por qué los ha usado con mayor frecuencia?

[Porcentajes respecto de quienes en el último año han utilizado los billetes de \$20 con mayor frecuencia que el año anterior. Respuesta espontánea y múltiple, no suma 100%.]



Gráfica 176. [\$20P13] Cuando usted recibe el nuevo billete de \$20, ¿lo usa o lo guarda para ahorrarlo o coleccionarlo, o qué suele hacer con él?

[Porcentaje respecto de la población objetivo. Respuesta espontánea y múltiple, no suma 100%.]

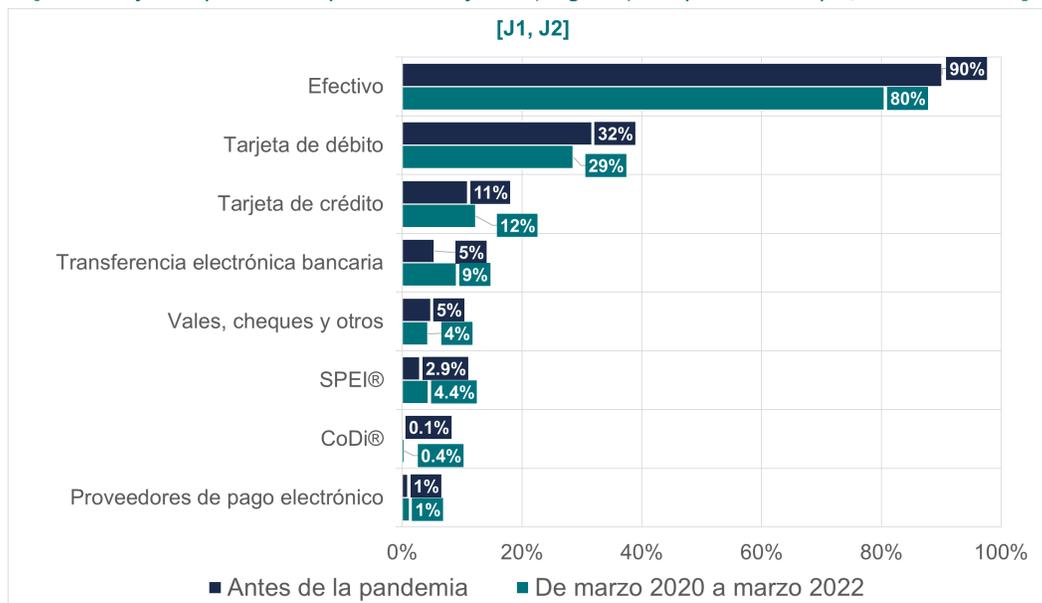


Anexo V. Encuesta adicional: Gráficas y tablas

Uso de medios de pago

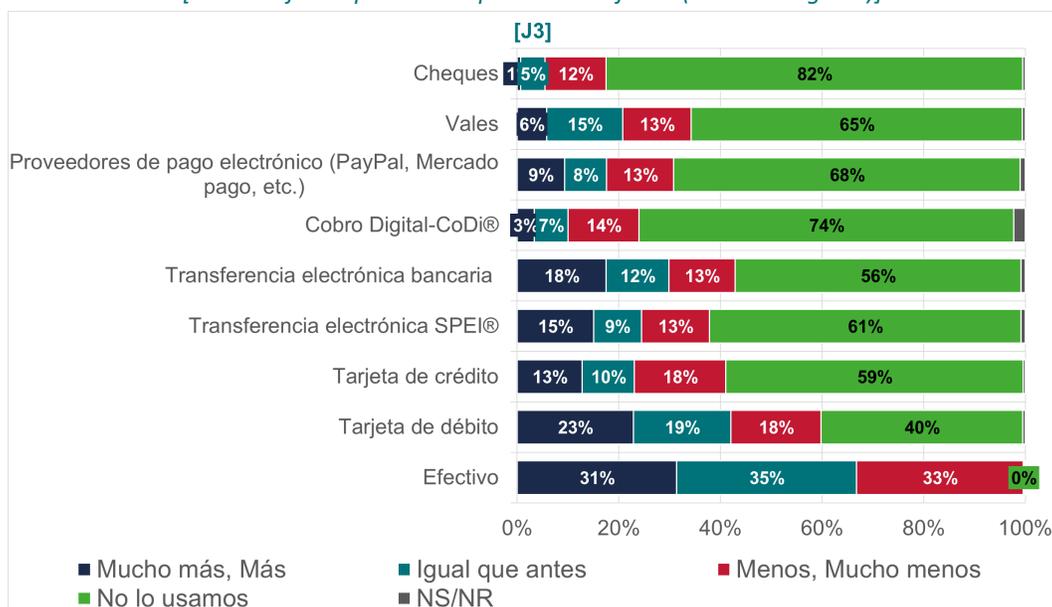
Gráfica 177. [J1, J2] Antes de que iniciara la pandemia de COVID-19, en marzo de 2020 ¿qué métodos de pago utilizaban más en su hogar? ¿Y en los meses más críticos de la pandemia por COVID-19, comprendidos entre marzo de 2020 y hasta marzo de 2022...?

[Porcentajes respecto de la población objetivo (hogares). Respuesta múltiple, no suma 100%]



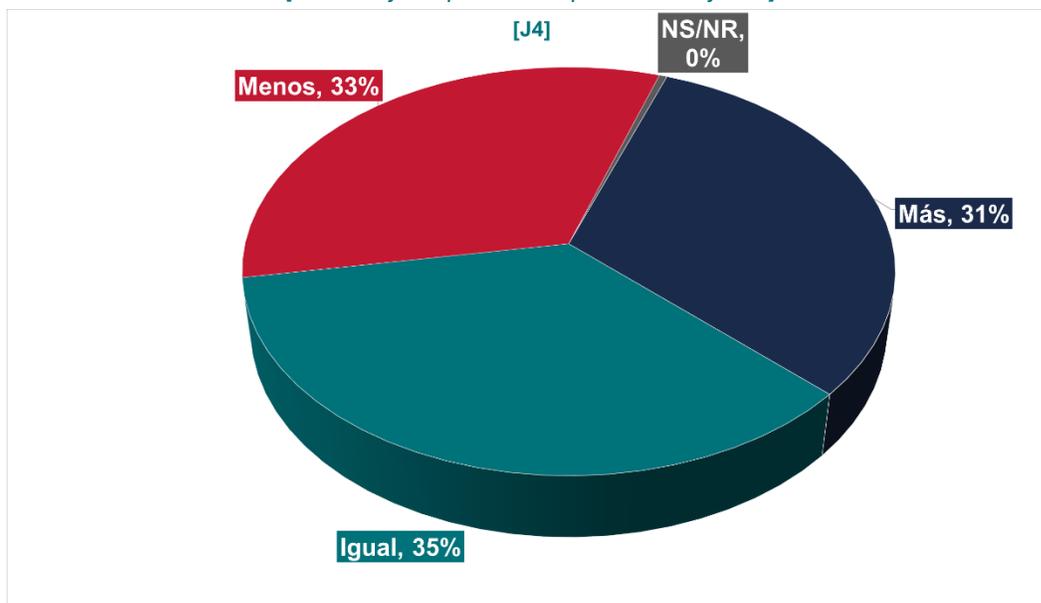
Gráfica 178. [J3] Sobre la forma en que realizaron los pagos durante el periodo de la pandemia, de marzo de 2020 a marzo de 2022, en su hogar ¿usaron [mencionar cada medio de pago] mucho más, más, igual que antes, menos o mucho menos que antes de que iniciara la pandemia?

[Porcentajes respecto de la población objetivo (total de hogares)]



Gráfica 179. [J4] Durante ese periodo de la pandemia, ¿en su hogar utilizaron más, igual o menos efectivo para realizar sus pagos y gastos?

[Porcentaje respecto de la población objetivo]



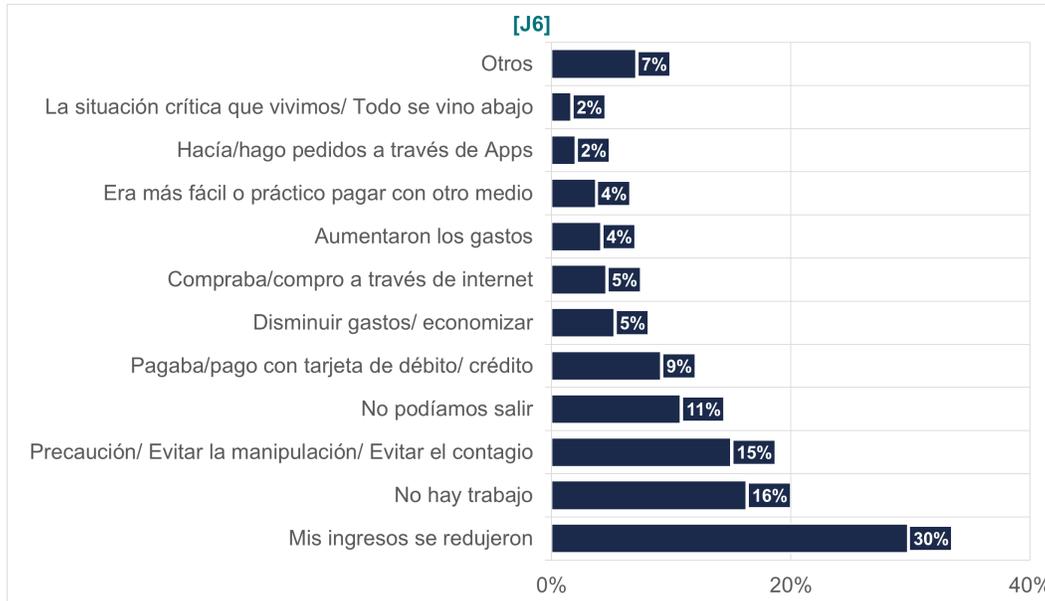
Gráfica 180. [J5] ¿Cuáles son las razones por las que en su hogar usaron más efectivo durante ese periodo de la pandemia?

[Porcentaje respecto de quienes usaron más efectivo de marzo de 2020 a marzo de 2022. Respuesta múltiple, no suma 100%.]



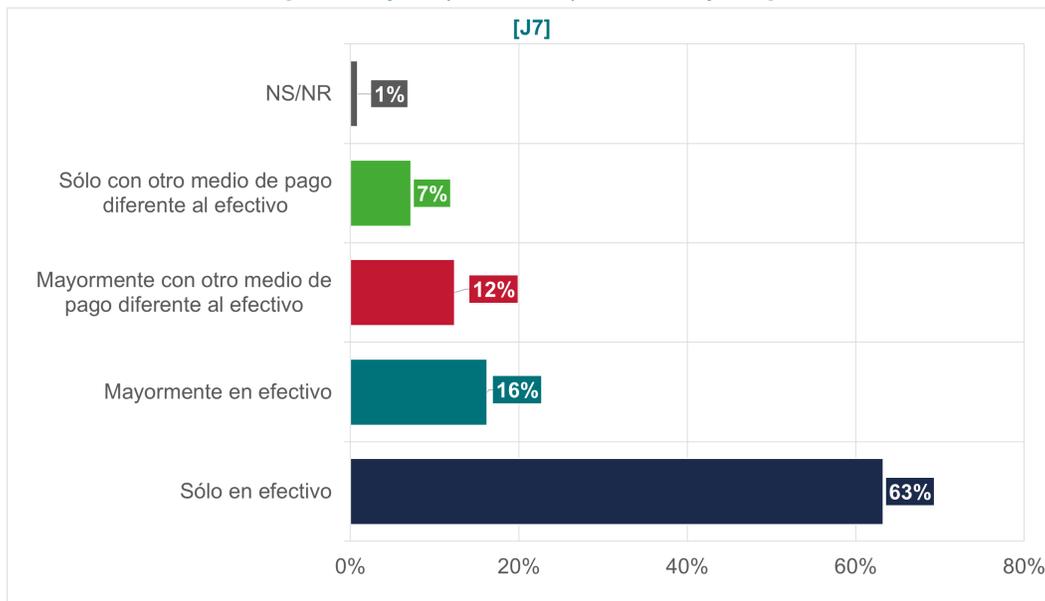
Gráfica 181. [J6] ¿Cuáles son las razones por las que en su hogar usaron menos efectivo durante ese periodo de la pandemia?

[Porcentaje respecto de quienes usaron menos efectivo de marzo de 2020 a marzo de 2022.
Respuesta múltiple, no suma 100%.]



Gráfica 182. [J7] De aquí en adelante y sin tomar en cuenta el monto que tuviera que pagar, ¿cómo cree que seguirán realizando los pagos en su hogar?

[Porcentaje respecto de la población objetivo]

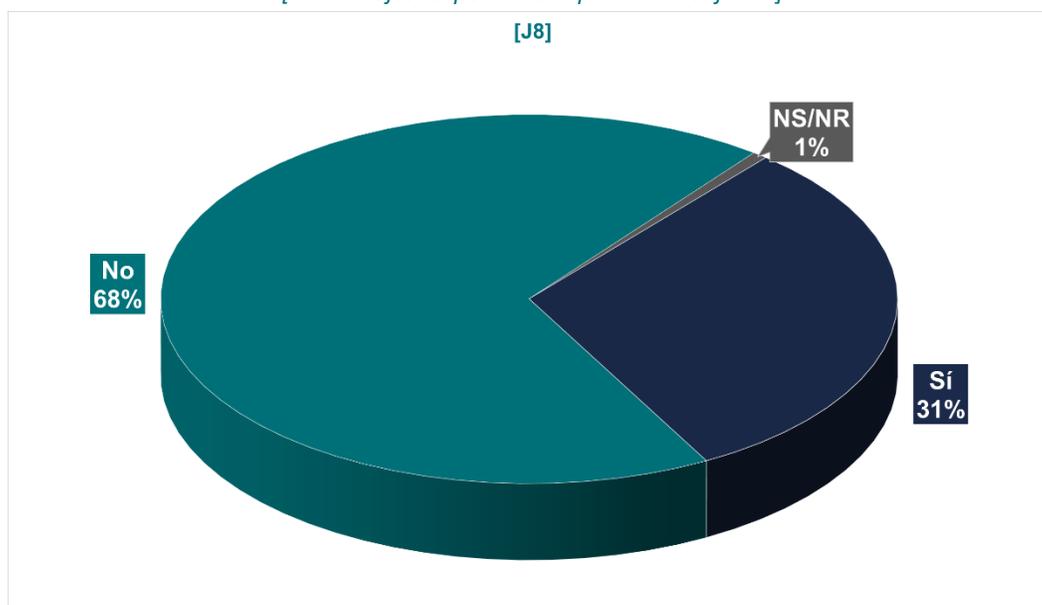


Ahorro en efectivo

a) Antes de la pandemia

Gráfica 183. [J8] Antes de que la pandemia iniciara, ¿los miembros de su hogar acostumbraban guardar o ahorrar dinero en efectivo en algún lugar que no fuera un banco o una institución financiera?

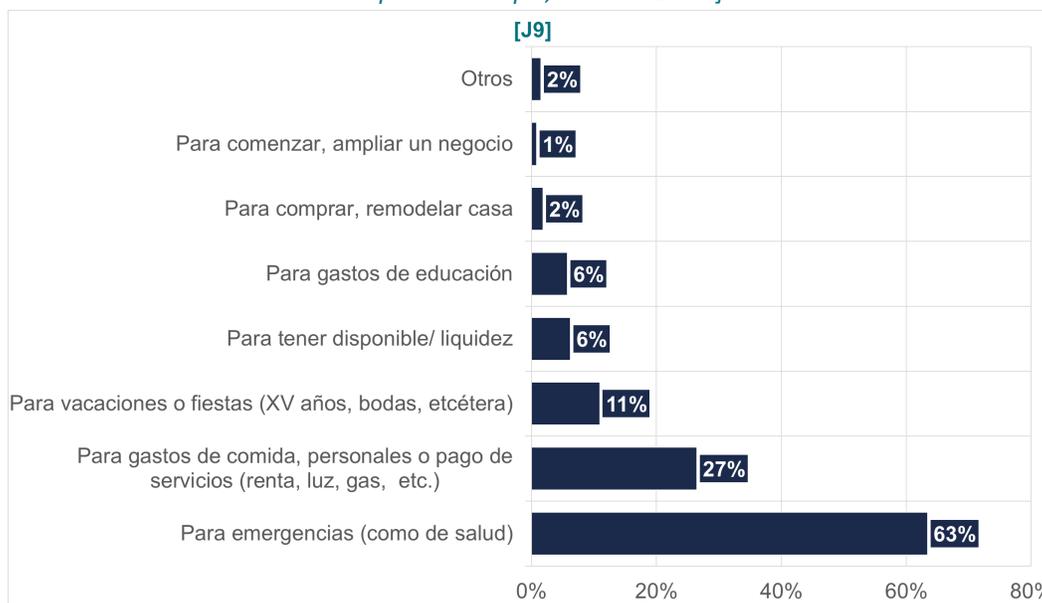
[Porcentajes respecto de la población objetivo]



Gráfica 184. [J9] ¿Para qué acostumbraban guardar o ahorrar dinero en efectivo los miembros de su hogar?

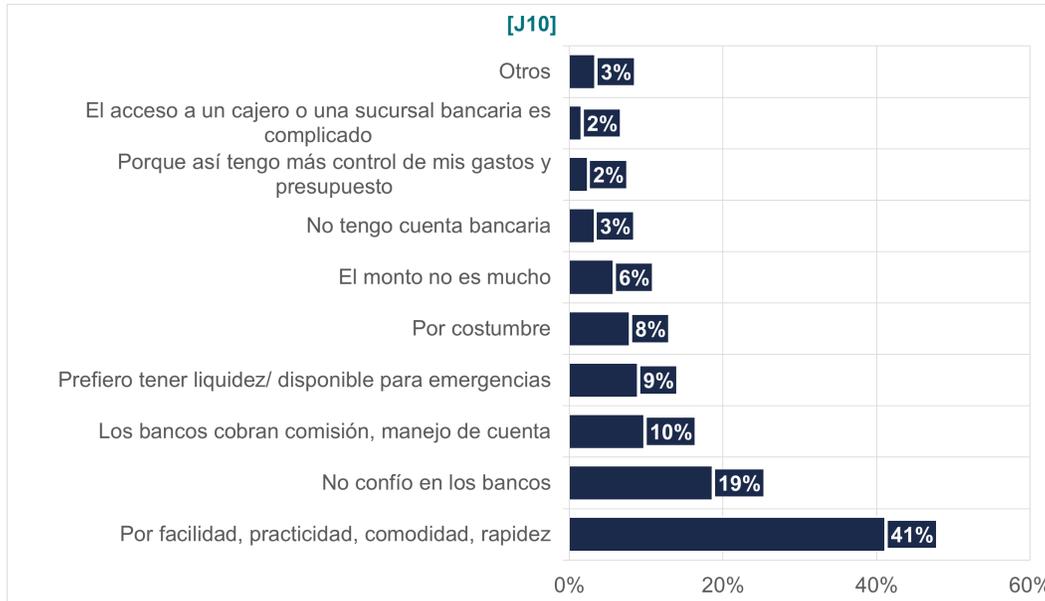
[Porcentaje respecto de los hogares donde acostumbraban guardar dinero en efectivo antes de la pandemia.

Respuesta múltiple, no suma 100%]



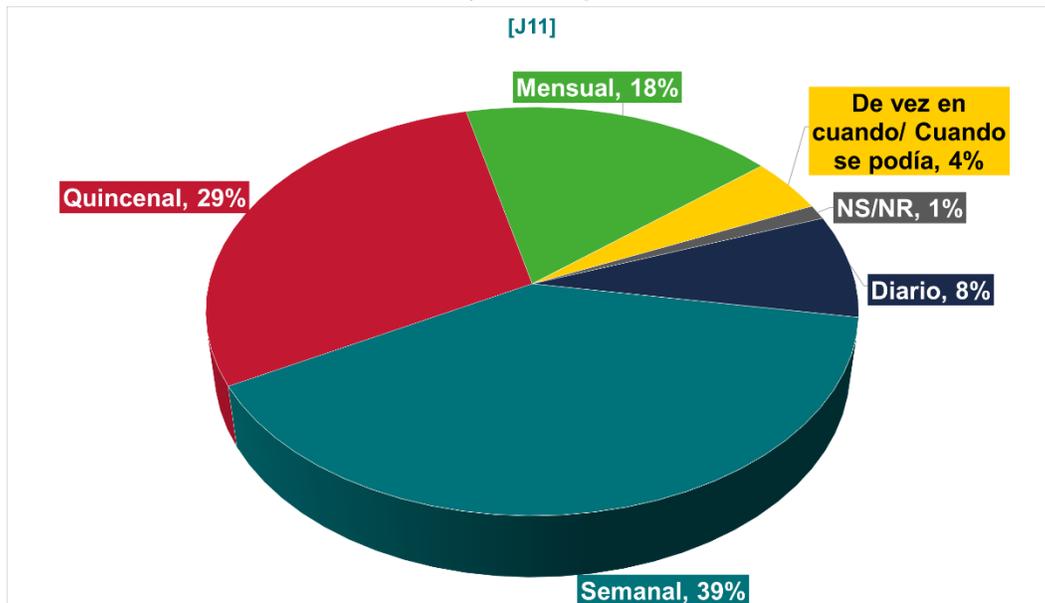
Gráfica 185. [J10] ¿Por qué acostumbraban guardar o ahorrar dinero en efectivo los miembros de su hogar en un lugar distinto a un banco o una institución financiera?

[Porcentaje respecto de los hogares donde acostumbraban guardar dinero en efectivo antes de la pandemia.
Respuesta múltiple, no suma 100%]



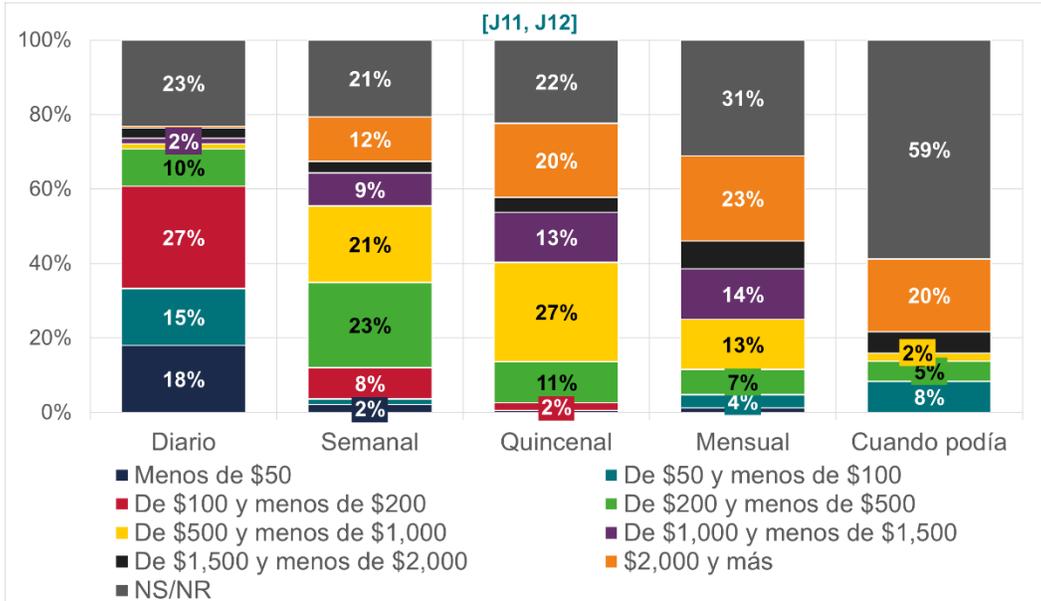
Gráfica 186. [J11] ¿Entre todos los miembros de su hogar, con qué frecuencia acostumbraban guardar o ahorrar dinero en efectivo: diario, semanal, quincenal, mensual?

[Porcentaje respecto de los hogares donde acostumbraban guardar dinero en efectivo antes de la pandemia.]



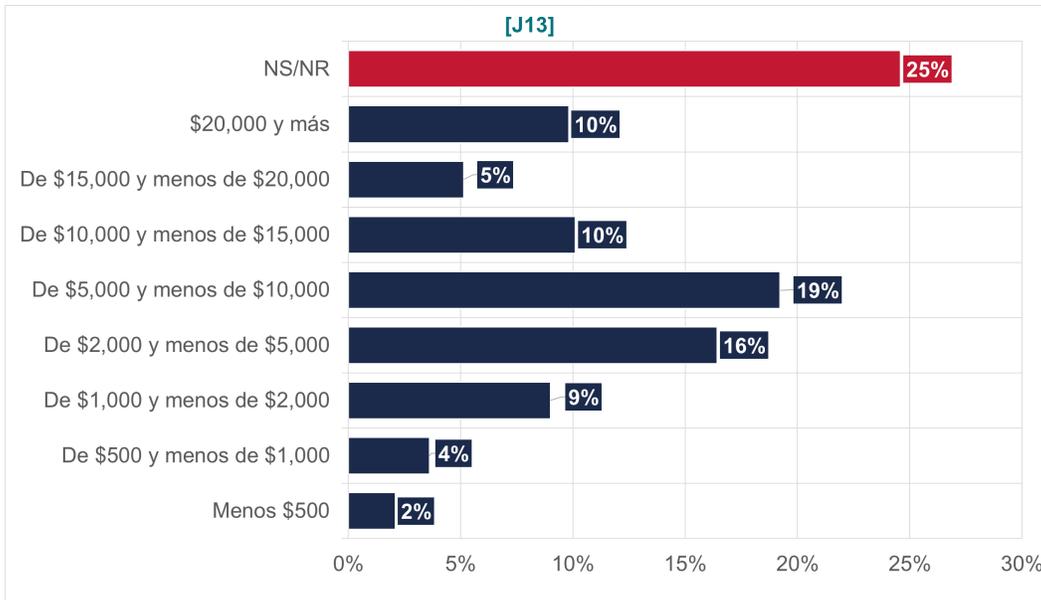
Gráfica 187. [J11, J12] ¿Entre todos los miembros de su hogar, con qué frecuencia acostumbraban guardar o ahorrar dinero en efectivo: diario, semanal, quincenal, mensual?, J12. Entre todos los miembros de su hogar, ¿recuerda aproximadamente cuánto dinero [mencionar respuesta de J11] en efectivo, acostumbraban guardar o ahorrar?

[Porcentaje respecto de los hogares donde acostumbraban guardar dinero en efectivo antes de la pandemia.]

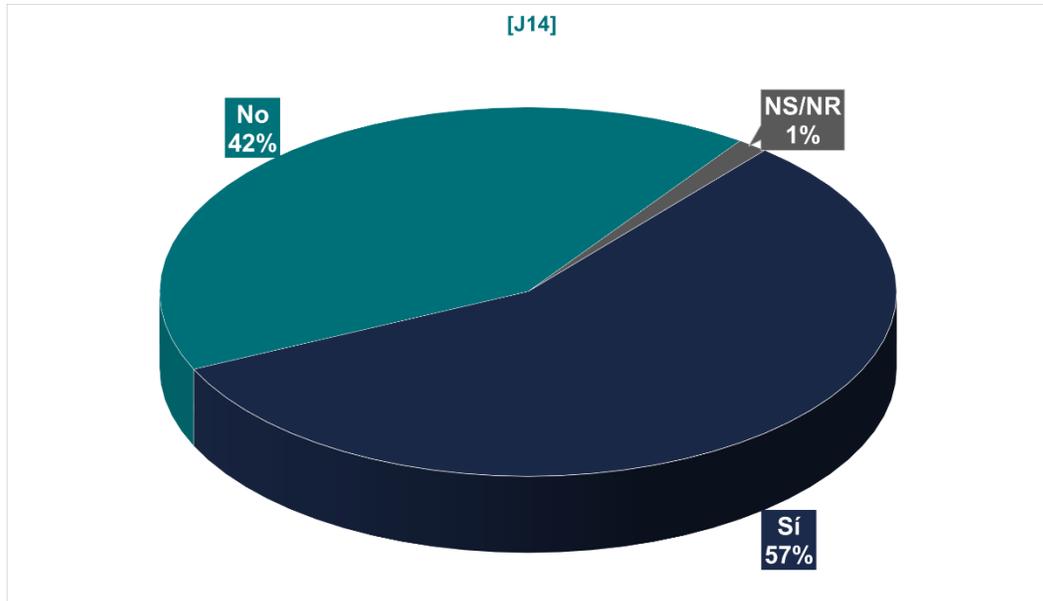


Gráfica 188. [J13] Aproximadamente, ¿cuánto dinero en efectivo mantenían ahorrado hasta antes de que iniciara la pandemia?

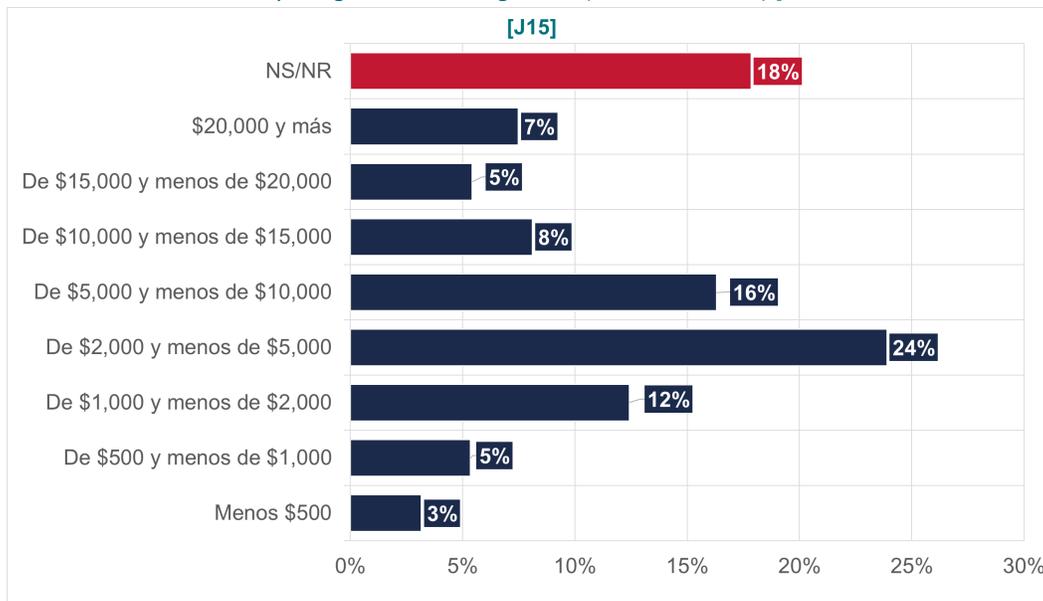
[Porcentaje respecto de los hogares donde acostumbraban guardar dinero en efectivo antes de la pandemia.]



Gráfica 189. [J14] ¿Guardaban algún dinero en efectivo en algún lugar que no fuera un banco o una institución financiera para gastos de emergencia (por ejemplo: emergencias médicas o de algún otro tipo)? [Porcentaje respecto de los hogares donde acostumbraban guardar dinero en efectivo antes de la pandemia, pero no para emergencias (como de salud).]

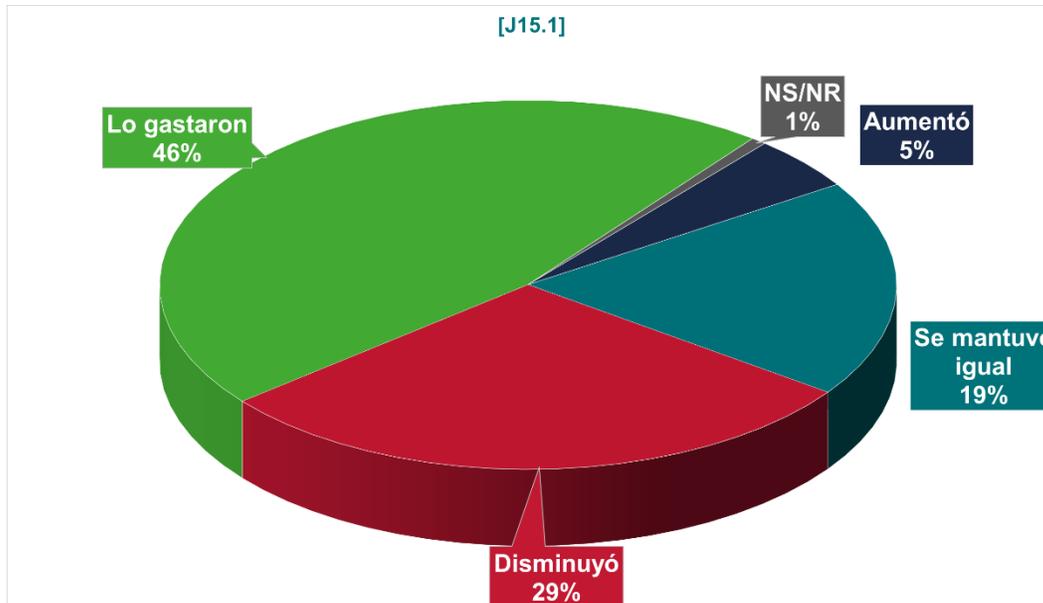


Gráfica 190. [J15] Exclusivamente para gastos de emergencia, aproximadamente, ¿cuánto dinero en efectivo mantenían ahorrado hasta antes de que iniciara la pandemia? [Porcentaje respecto de los hogares donde acostumbraban guardar dinero en efectivo antes de la pandemia, para gastos de emergencias (médicas u otras).]

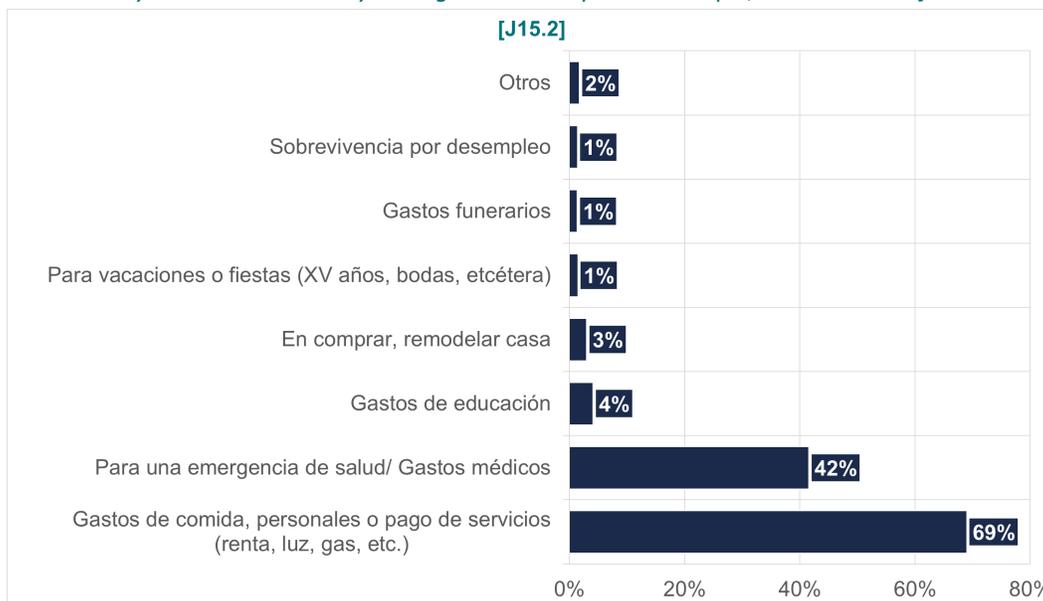


Gráfica 191. [J15.1] Y ese dinero que ahorraron o guardaron hasta antes de que iniciara la pandemia ¿aumentó, se mantuvo igual, disminuyó o lo gastaron?

[Porcentaje respecto de los hogares donde acostumbraban guardar dinero en efectivo antes de la pandemia.]



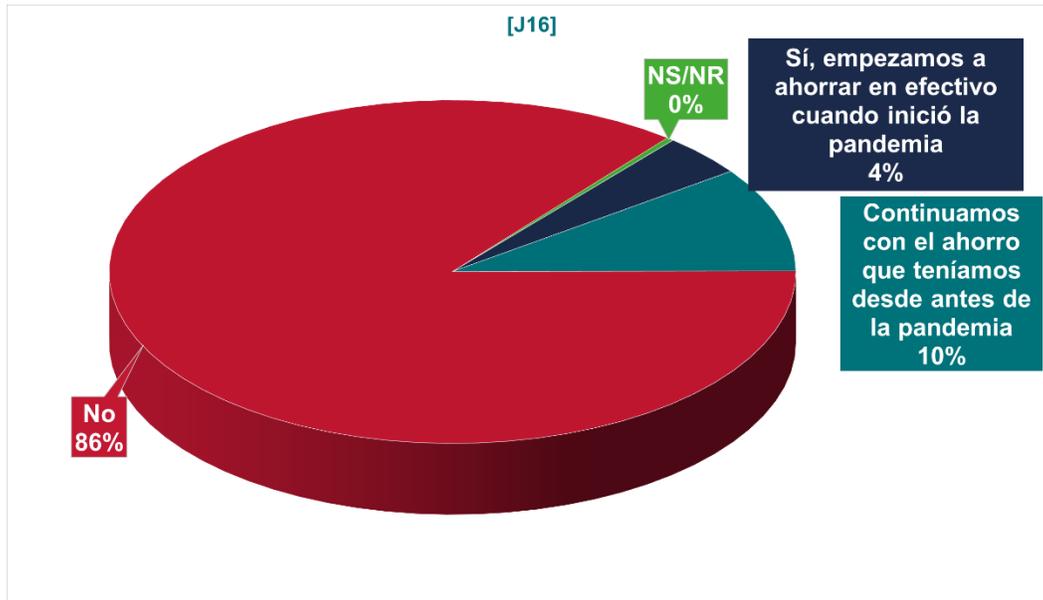
Gráfica 192. [J15.2] En general, ¿para qué ocuparon en su hogar el ahorro en efectivo acumulado?
 [Porcentaje respecto de los hogares donde acostumbraban guardar dinero en efectivo antes de la pandemia, y ese ahorro disminuyó o lo gastaron. Respuesta múltiple, no suma 100%]



b) Durante la pandemia

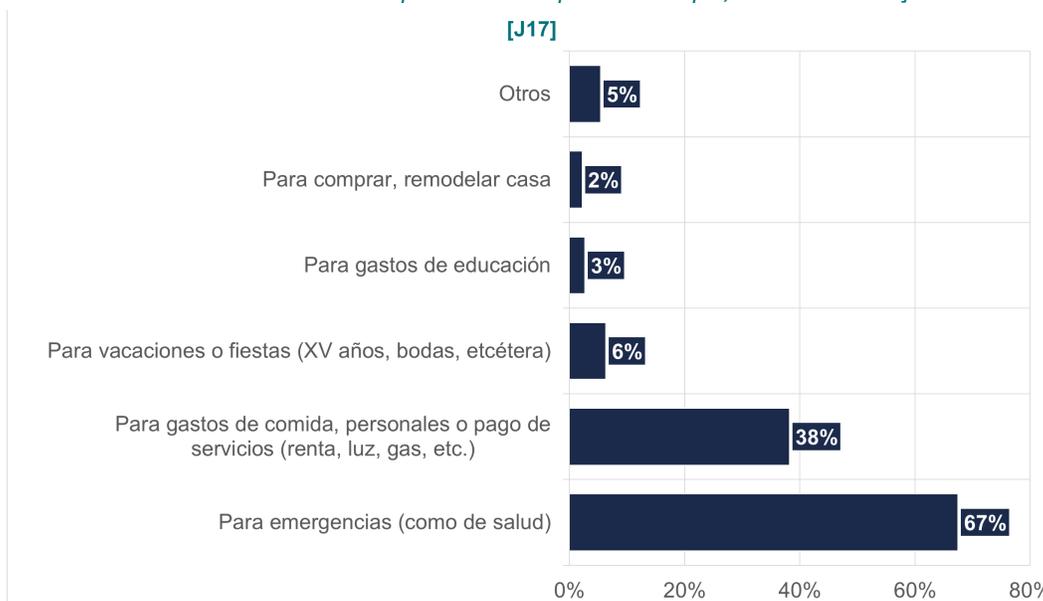
Gráfica 193. [J16] Durante ese periodo de la pandemia (marzo de 2020 a marzo de 2022), ¿usted o algún miembro de su hogar guardó o ahorró dinero en efectivo en algún lugar que no fuera un banco o una institución financiera? [Si contesta que sí preguntar:] ¿Empezaron a ahorrar en efectivo cuando inició la pandemia o continuaron con el ahorro en efectivo que acostumbraban tener desde antes?

[Porcentajes respecto de la población objetivo]



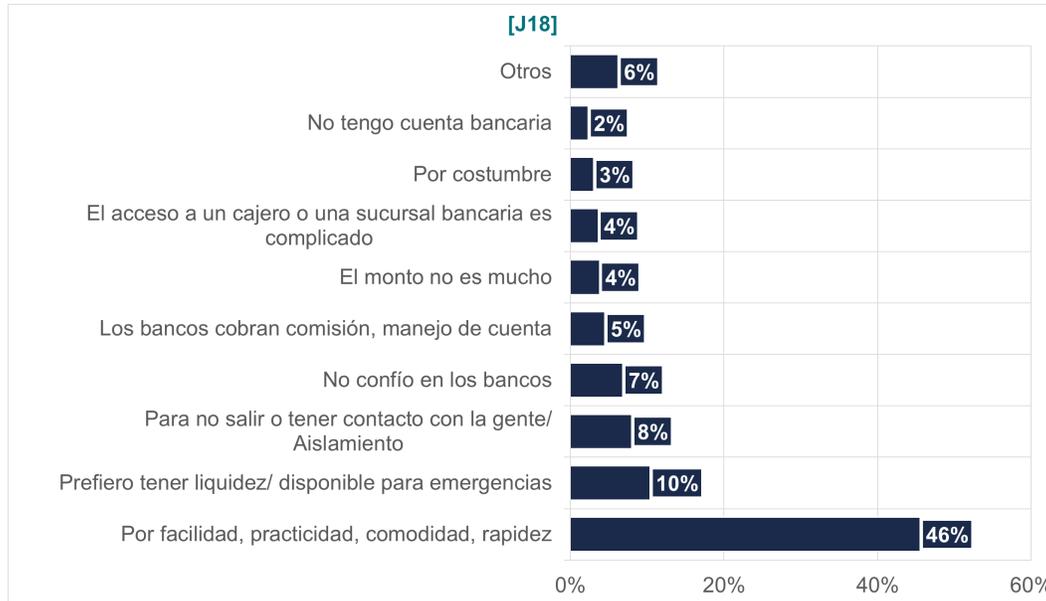
Gráfica 194. [J17] ¿Para qué acostumbraban guardar o ahorrar dinero en efectivo durante ese periodo de la pandemia?

[Porcentajes respecto de los hogares que empezaron a ahorrar durante ese periodo de la pandemia, o que continuaron el ahorro que tenían. Respuesta múltiple, no suma 100%.]



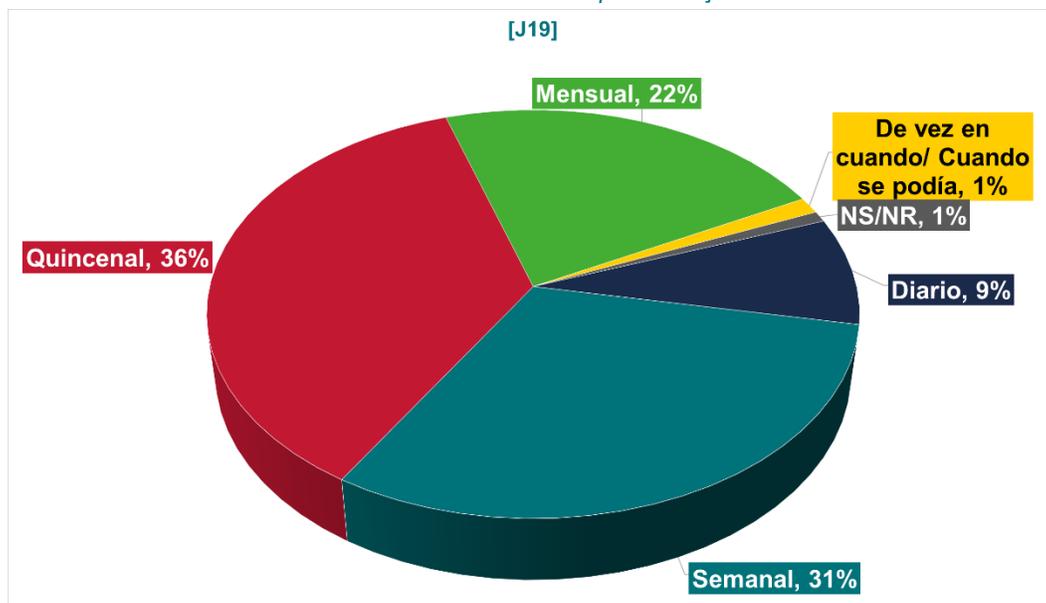
Gráfica 195. J18. ¿Por qué acostumbraban ahorrar dinero en efectivo en lugar distinto a un banco o una institución financiera?

[Porcentajes respecto de los hogares que empezaron a ahorrar durante ese periodo de la pandemia, o que continuaron el ahorro que tenían. Respuesta múltiple, no suma 100%.]

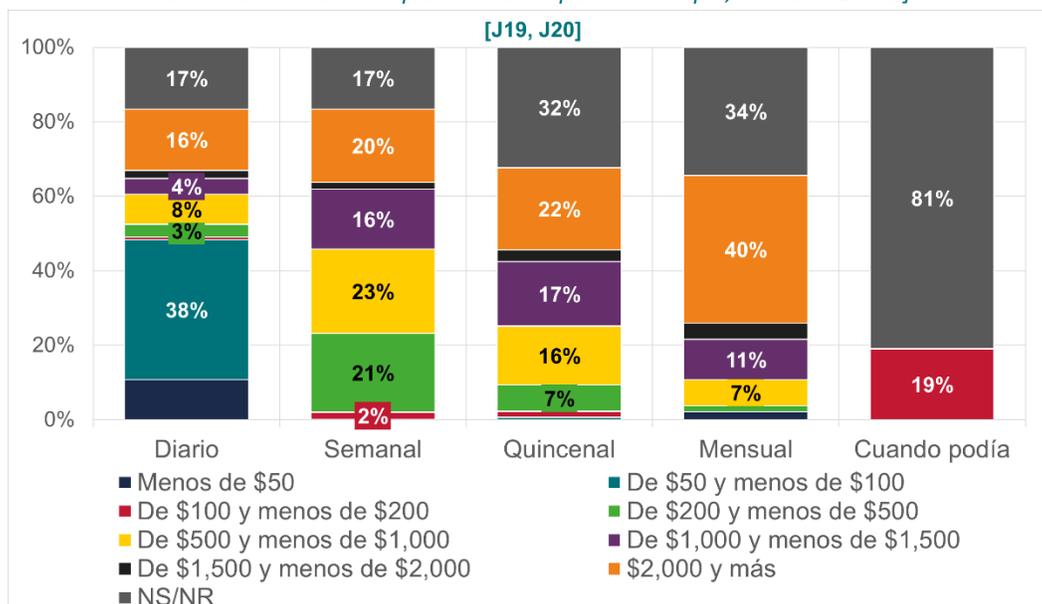


Gráfica 196. [J19] ¿Entre todos los miembros de su hogar, con qué frecuencia acostumbraban guardar o ahorrar dinero en efectivo durante ese periodo de la pandemia: diario, semanal, quincenal, mensual?

[Porcentajes respecto de los hogares que empezaron a ahorrar durante ese periodo de la pandemia, o que continuaron el ahorro que tenían]

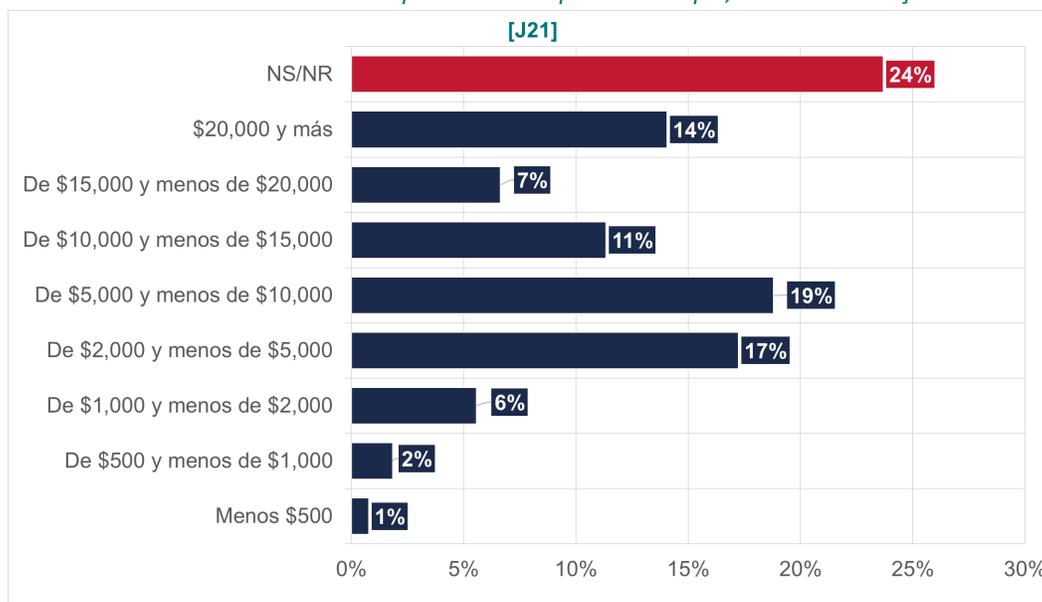


Gráfica 197. [J19, J20] ¿Entre todos los miembros de su hogar, con qué frecuencia acostumbraban guardar o ahorrar dinero en efectivo durante ese periodo de la pandemia: diario, semanal, quincenal, mensual?, J20. Entre todos los miembros de su hogar, ¿recuerda aproximadamente [mencionar respuesta de J19] cuánto dinero en efectivo, acostumbraban guardar o ahorrar durante ese periodo de la pandemia? [Porcentajes respecto de los hogares que empezaron a ahorrar durante ese periodo de la pandemia, o que continuaron el ahorro que tenían. Respuesta múltiple, no suma 100%.]



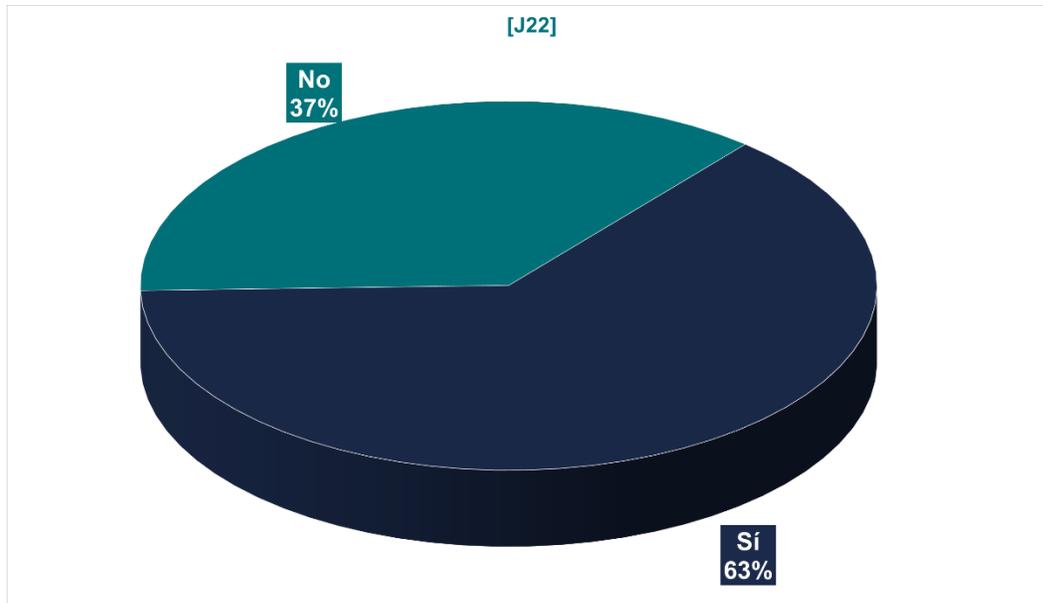
Gráfica 198. [J21] Durante ese periodo de la pandemia, aproximadamente, ¿cuánto dinero en efectivo mantuvieron ahorrado?

[Porcentajes respecto de los hogares que empezaron a ahorrar durante ese periodo de la pandemia, o que continuaron el ahorro que tenían. Respuesta múltiple, no suma 100%.]



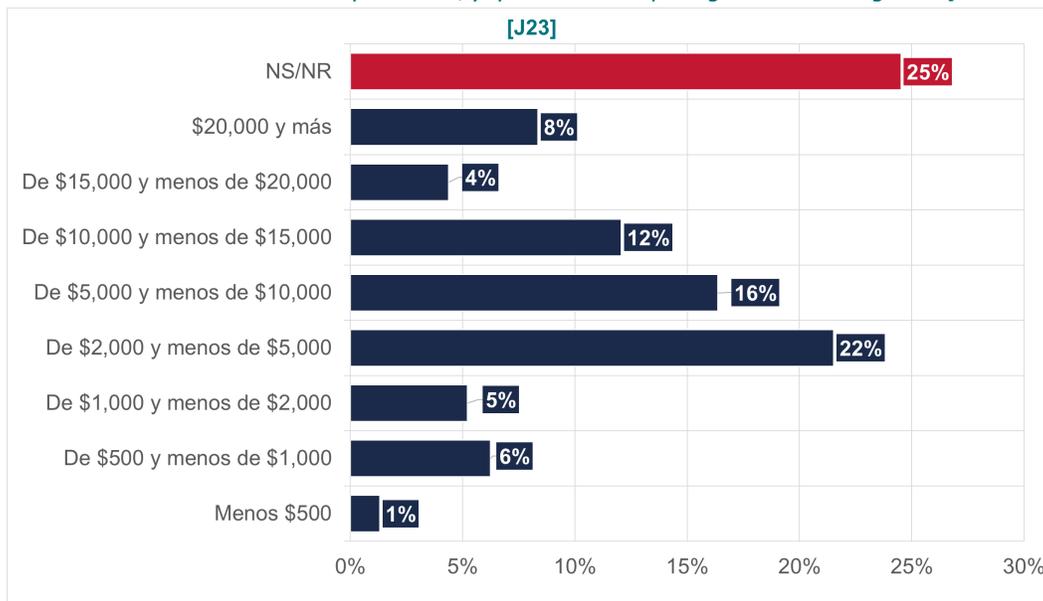
Gráfica 199. [J22] ¿Guardaron algún dinero en efectivo para gastos de emergencia (por ejemplo: emergencias médicas o de algún otro tipo)?

[Porcentajes respecto de los hogares que empezaron a ahorrar durante ese periodo de la pandemia, o que continuaron el ahorro que tenían, y que no lo ahorraron para emergencias (como de salud).]



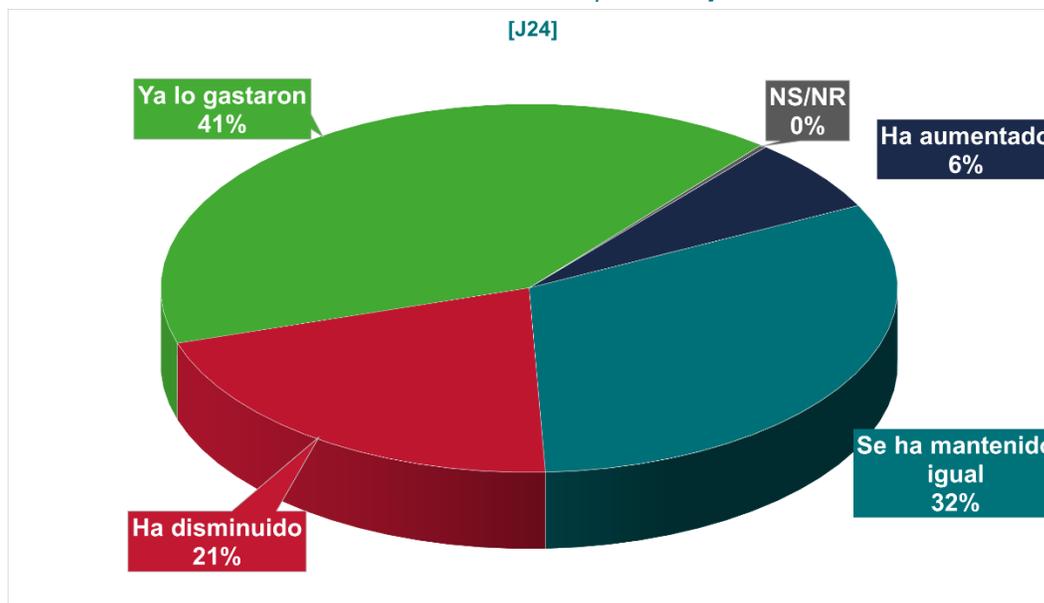
Gráfica 200. [J23] Específicamente para gastos de emergencia, aproximadamente, ¿cuánto dinero en efectivo mantuvieron ahorrado durante ese periodo de la pandemia?

[Porcentajes respecto de los hogares que empezaron a ahorrar durante ese periodo de la pandemia, o que continuaron el ahorro que tenían, y que ahorraron para gastos de emergencia.]



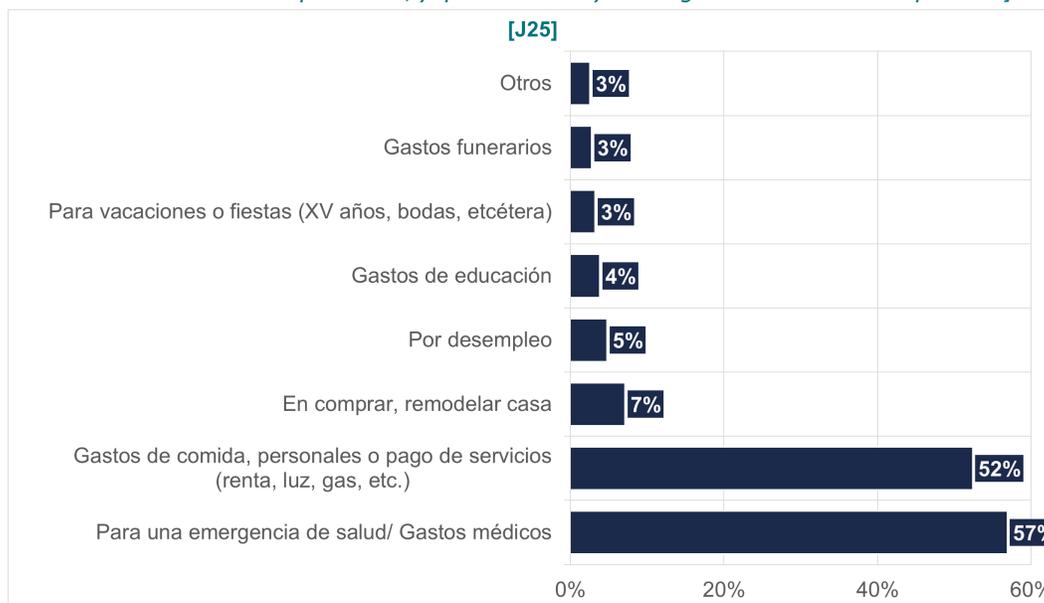
Gráfica 201. [J24] Y ese dinero que ahorraron o guardaron durante ese periodo de la pandemia, de marzo de 2020 a marzo de 2022, ¿ha aumentado, se ha mantenido igual, ha disminuido o lo gastaron durante ese periodo?

[Porcentajes respecto de los hogares que empezaron a ahorrar durante ese periodo de la pandemia, o que continuaron el ahorro que tenían.]



Gráfica 202. [J25] En general, ¿para qué ocuparon en su hogar el ahorro en efectivo acumulado durante ese periodo de la pandemia?

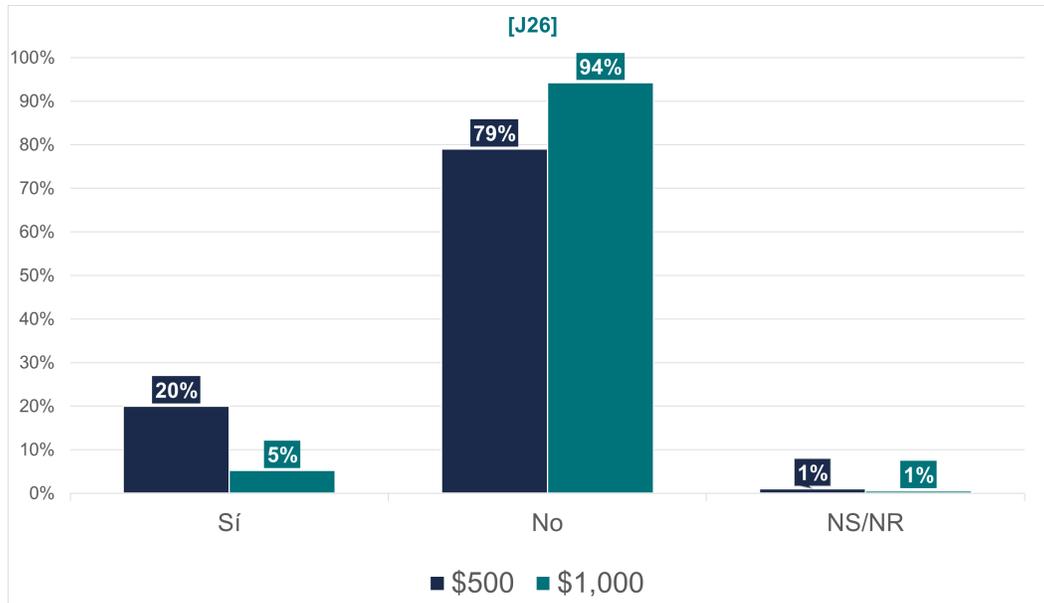
[Porcentajes respecto de los hogares que empezaron a ahorrar durante ese periodo de la pandemia, o que continuaron el ahorro que tenían, y que lo disminuyeron o gastaron durante ese periodo.]



Uso de billetes de \$500 y \$1000

Gráfica 203. [J26] Durante ese periodo de la pandemia, ¿guardaron billetes de [mencionar denominación] pesos para mantenerlos como ahorro?

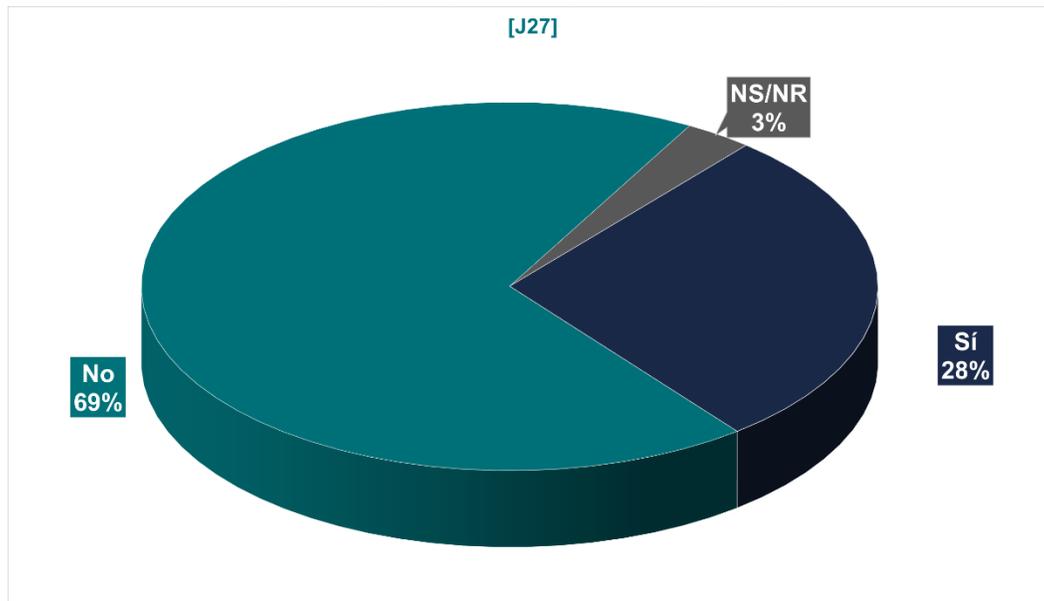
[Porcentajes respecto de la población objetivo.]



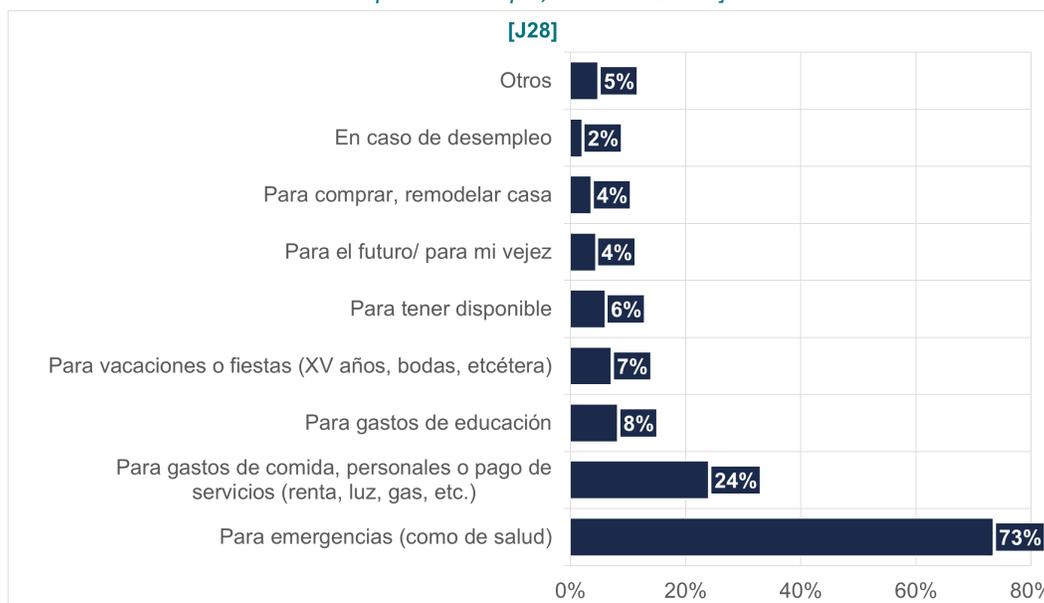
c) En la nueva normalidad originada por la pandemia

Gráfica 204. [J27] De aquí en adelante, ¿usted o algún miembro de su hogar piensa guardar o ahorrar dinero en efectivo en algún lugar que no sea un banco o una institución financiera?

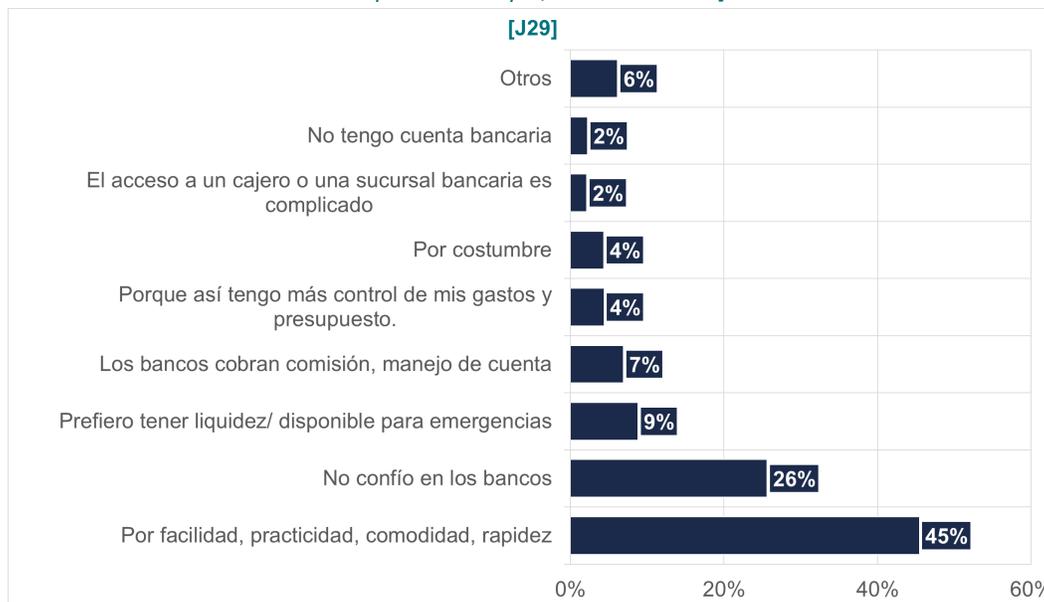
[Porcentajes respecto de la población objetivo.]



Gráfica 205. [J28] ¿Para qué guardarán o ahorrarán dinero en efectivo de ahora en adelante?
 [Porcentajes respecto de los hogares que empezarán a ahorrar de aquí en adelante dinero en efectivo.
 Respuesta múltiple, no suma 100%.]

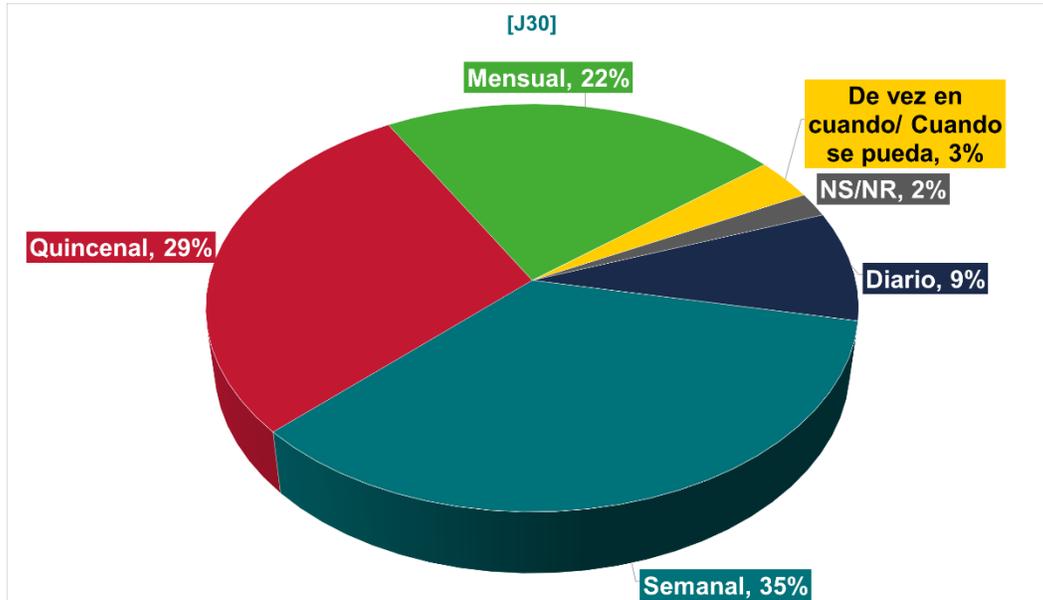


Gráfica 206. [J29] ¿Por qué guardarán o ahorrarán dinero en efectivo en lugar de en un banco?
 [Porcentajes respecto de los hogares que empezarán a ahorrar de aquí en adelante dinero en efectivo.
 Respuesta múltiple, no suma 100%.]



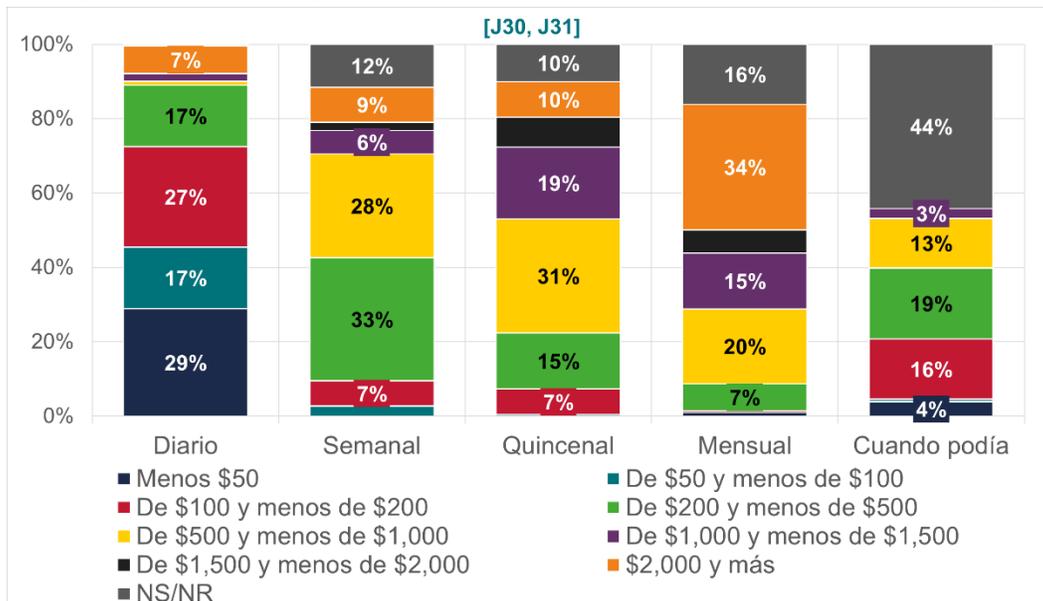
Gráfica 207. [J30] Entre todos los miembros de su hogar, ¿con qué frecuencia piensan ahorrar de ahora en adelante: diario, semanal, quincenal, mensual?

[Porcentajes respecto de los hogares que empezarán a ahorrar de aquí en adelante dinero en efectivo.]



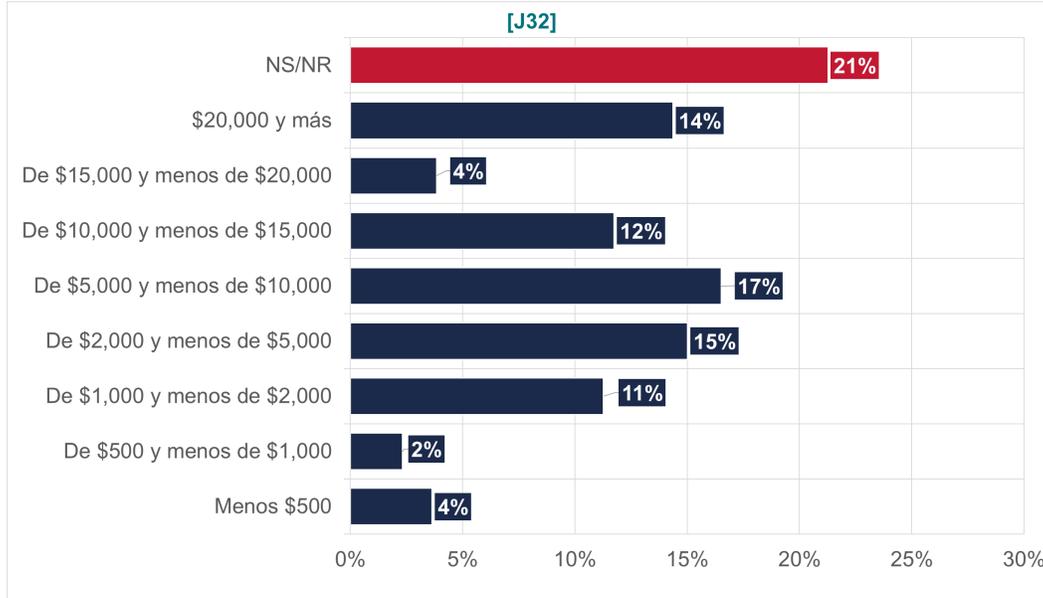
Gráfica 208. [J30, J31] Entre todos los miembros de su hogar, ¿con qué frecuencia piensan ahorrar de ahora en adelante: diario, semanal, quincenal, mensual?, Aproximadamente, ¿cuánto dinero en efectivo [mencionar respuesta de J30] piensan guardar o ahorrar?

[Porcentajes respecto de los hogares que empezarán a ahorrar de aquí en adelante dinero en efectivo.]



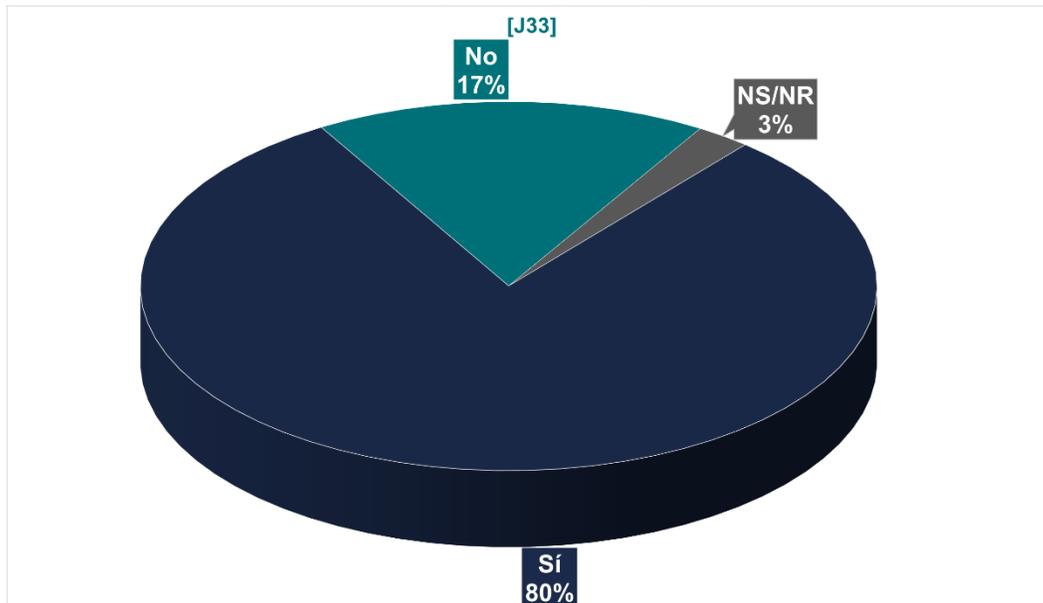
Gráfica 209. [J32] De ahora en adelante, aproximadamente, ¿cuánto dinero en efectivo pensarían mantener ahorrado?

[Porcentajes respecto de los hogares que empezarán a ahorrar de aquí en adelante dinero en efectivo.]

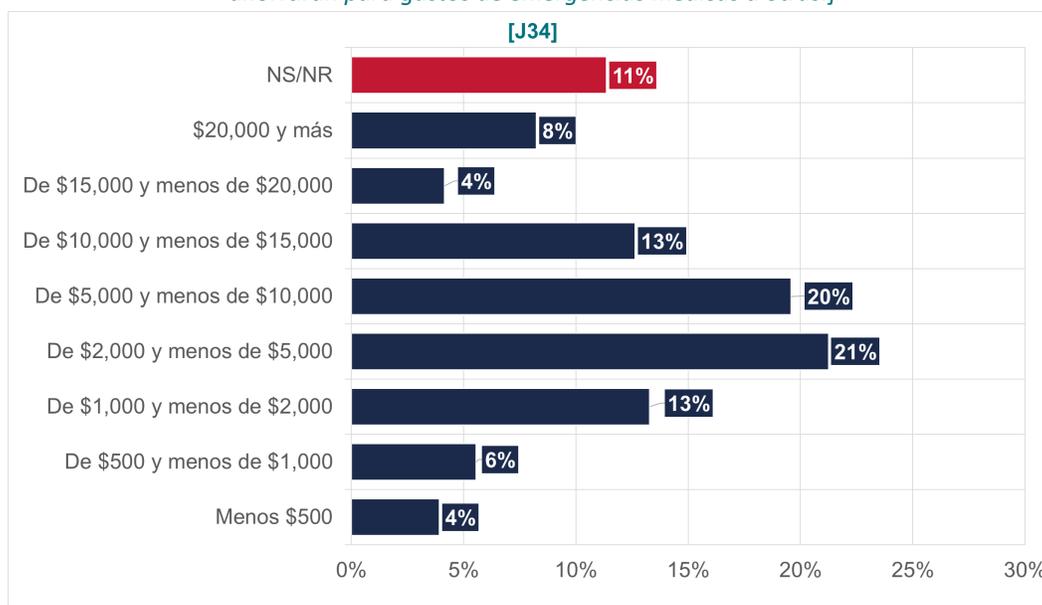


Gráfica 210. [J33] ¿En particular, piensan ahorrar dinero en efectivo para gastos de emergencia (por ejemplo: emergencias médicas o de algún otro tipo) de ahora en adelante?

[Porcentajes respecto de los hogares que empezarán a ahorrar de aquí en adelante dinero en efectivo, pero no para emergencias.]



Gráfica 211. [J34] Y específicamente para gastos de emergencia, aproximadamente, ¿cuánto dinero en efectivo pensarían mantener ahorrado de ahora en adelante?
 [Porcentajes respecto de los hogares que empezarán a ahorrar de aquí en adelante dinero en efectivo, y que ahorrarán para gastos de emergencias médicas u otras.]

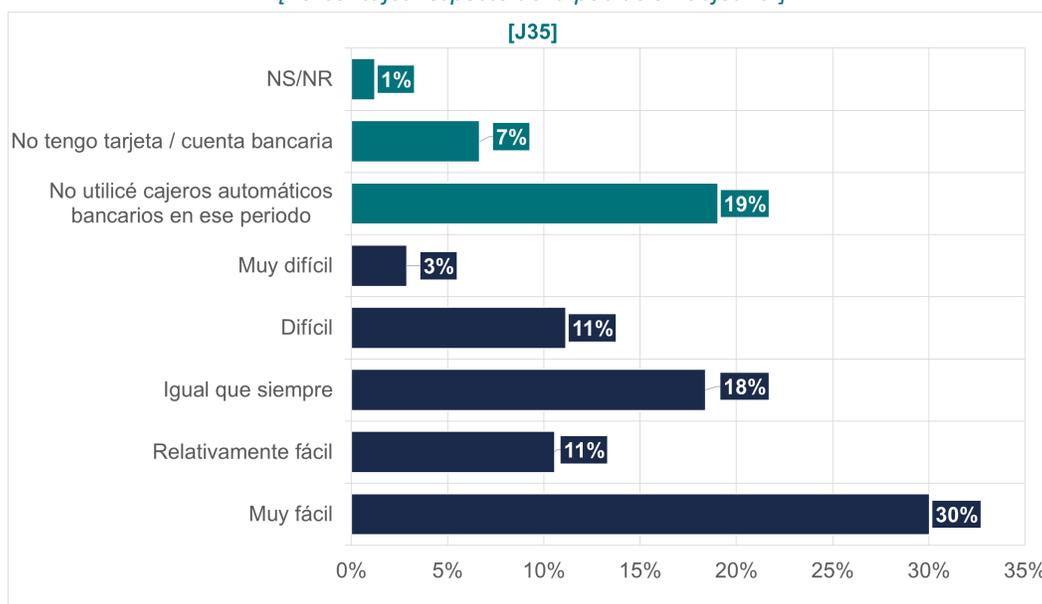


Cajeros automáticos

b) Durante la pandemia

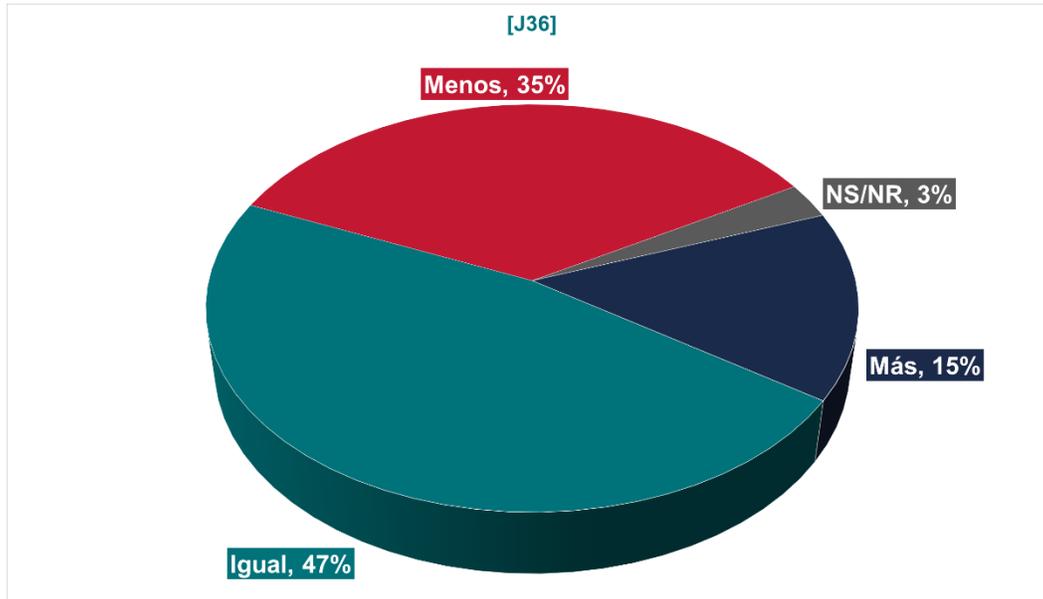
Gráfica 212. [J35] Durante el periodo de la emergencia sanitaria por COVID-19, entre marzo de 2020 y hasta marzo de 2022 ¿qué tan fácil o difícil les fue acceder a los cajeros automáticos del banco para retirar efectivo?

[Porcentajes respecto de la población objetivo.]



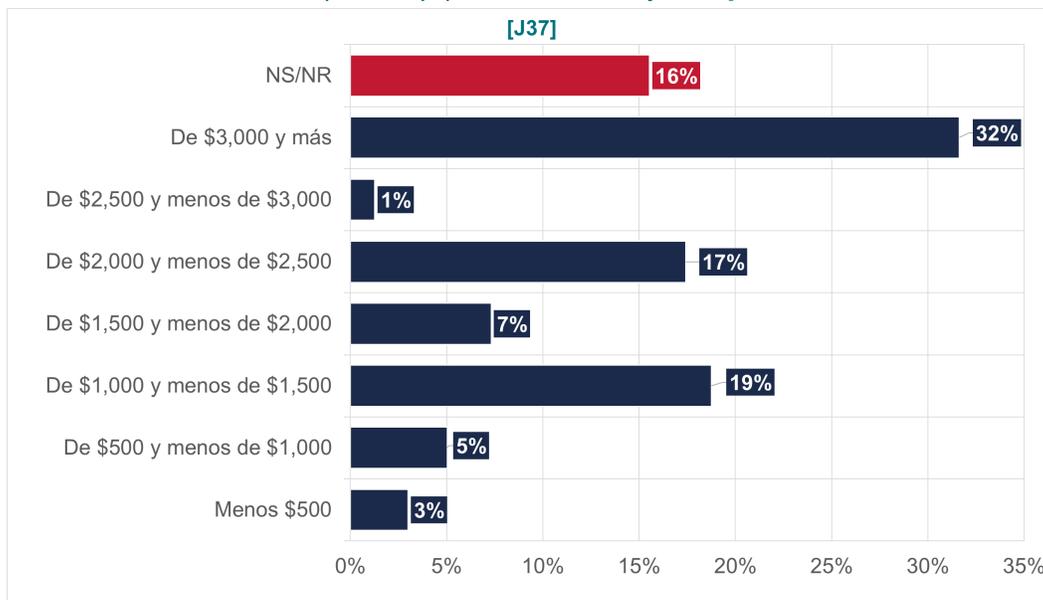
Gráfica 213. [J36] Durante ese periodo de la pandemia (marzo 2020 a marzo 2022), ¿usted y los miembros de su familia retiraron en cajeros automáticos más efectivo, igual o menos efectivo de lo que retiraban antes de que iniciara la pandemia?

[Porcentajes respecto de los hogares que accedieron a los cajeros automáticos a retirar efectivo durante ese periodo.]

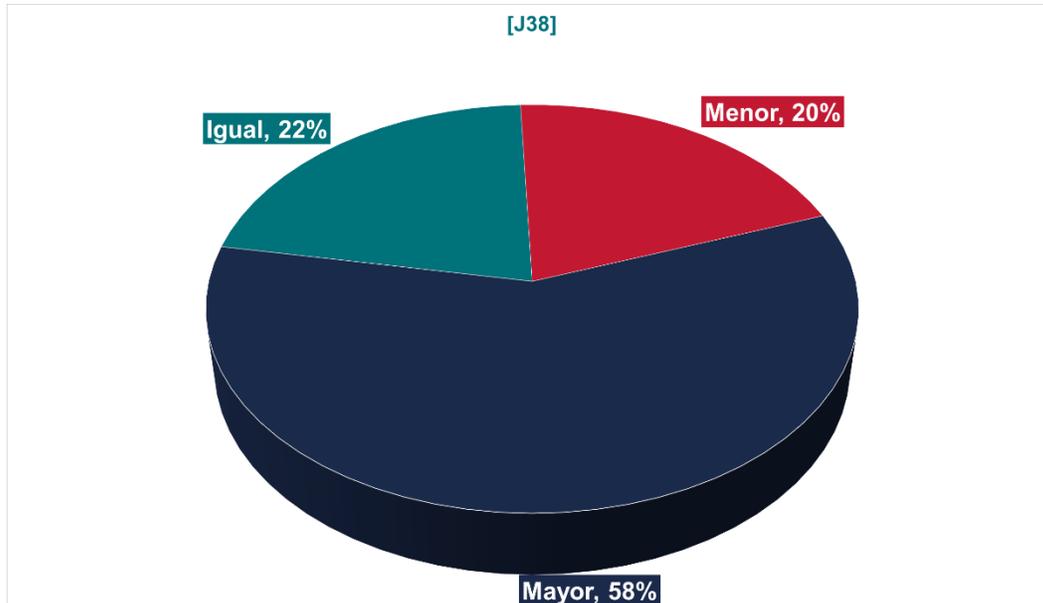


Gráfica 214. [J37] Comparado con lo que retiraban en un cajero antes de que iniciara la pandemia, ¿cuánto efectivo más retiraban durante ese periodo de la pandemia?

[Porcentajes respecto de los hogares que accedieron a los cajeros automáticos a retirar efectivo durante ese periodo, y que retiraron más efectivo.]

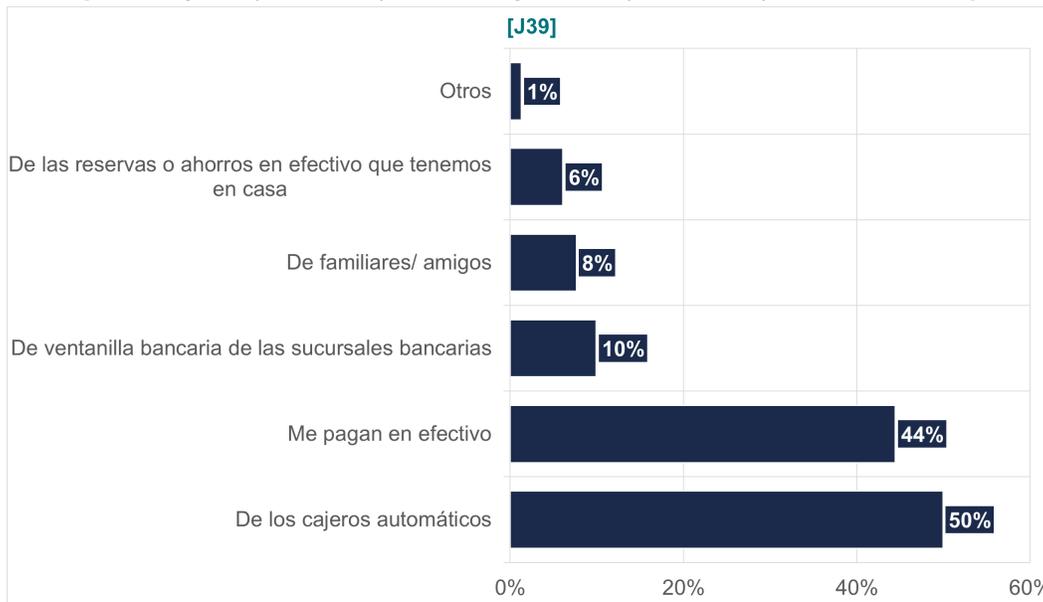


Gráfica 215. [J38] Durante ese periodo de la pandemia, ¿usted y los miembros de su hogar retiraron efectivo en cajeros automáticos con mayor, igual o menor frecuencia que antes de que iniciara la pandemia?
 [Porcentajes respecto de los hogares que accedieron a los cajeros automáticos a retirar efectivo durante ese periodo, y que retiraron más efectivo.]



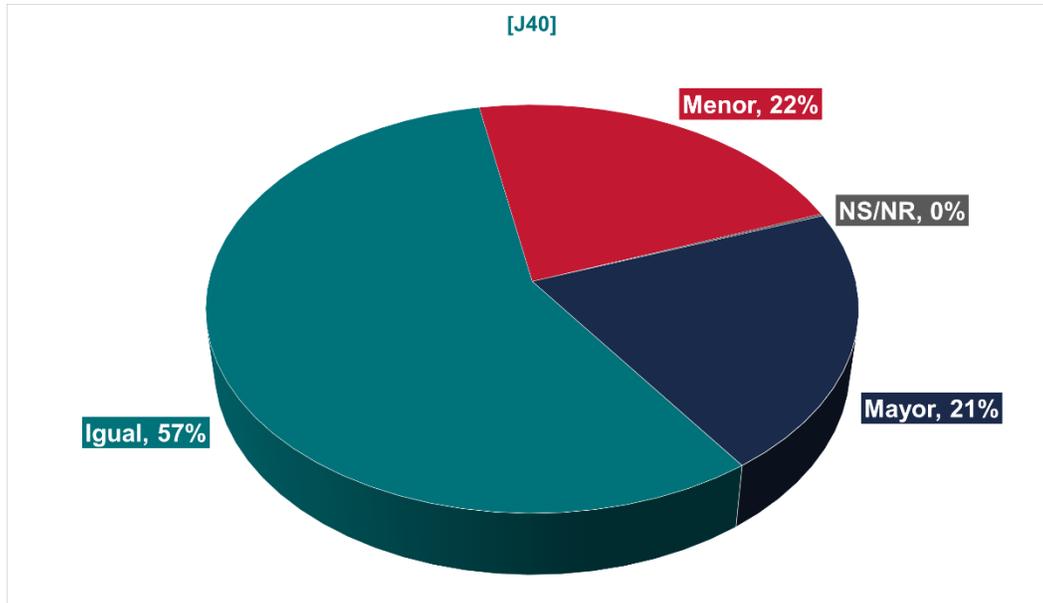
c) En la nueva normalidad originada por la pandemia

Gráfica 216. [J39] Actualmente, ¿cómo obtienen el efectivo que usan en su hogar?
 [Porcentajes respecto de la población objetivo. Respuesta múltiple, no suma 100%.]



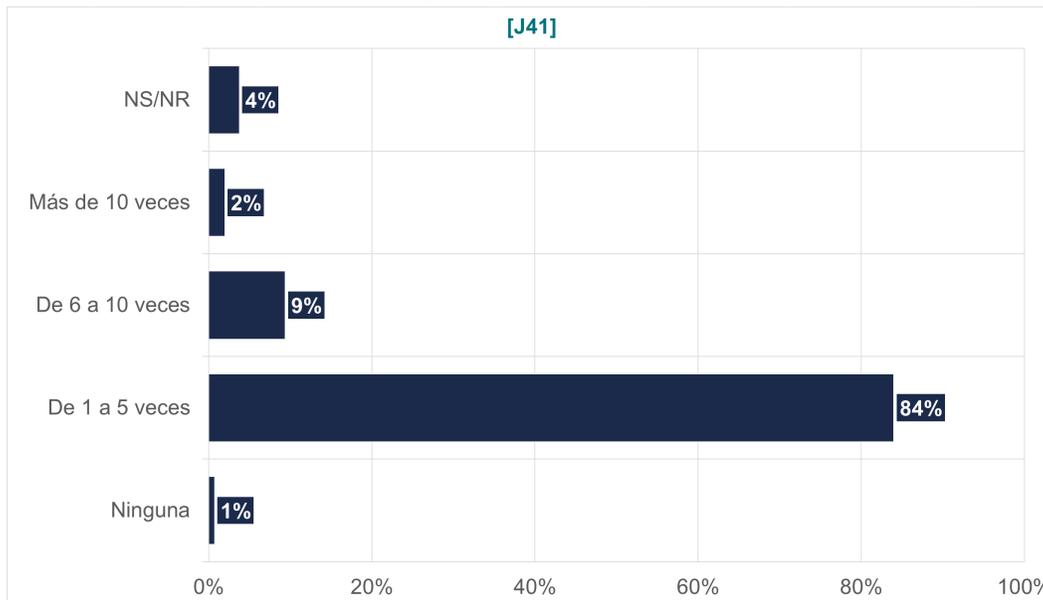
Gráfica 217. [J40] Actualmente ¿Usted y los miembros de su hogar retiran efectivo en cajeros automáticos con mayor, igual o menor frecuencia que durante el periodo más crítico de la pandemia en marzo de 2020 a marzo de 2022?

[Porcentajes respecto de los hogares que obtienen efectivo del cajero automático.]

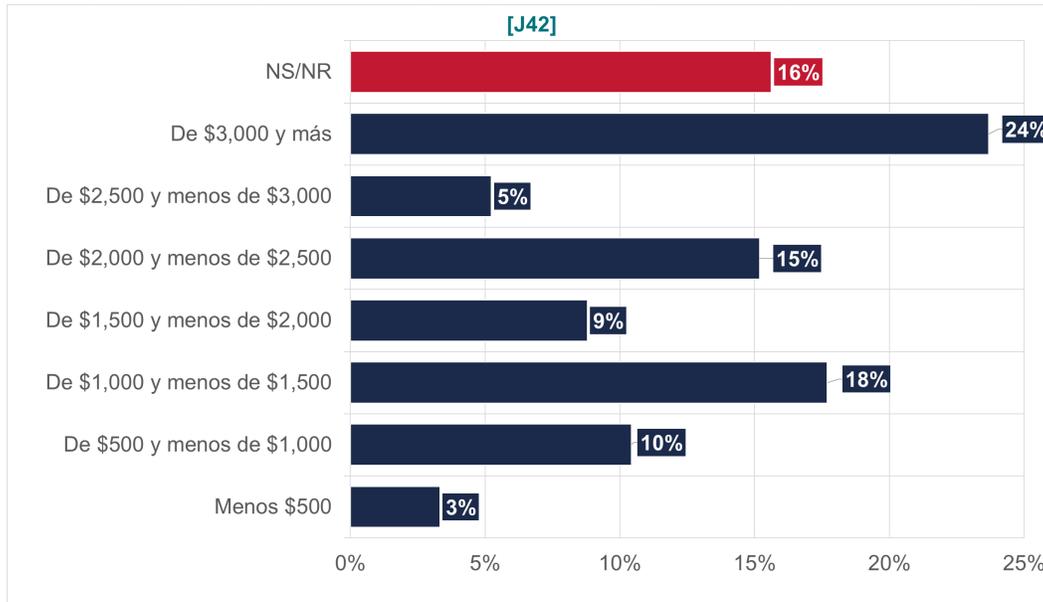


Gráfica 218. [J41] Aproximadamente, ¿cuántas veces al mes retiran efectivo del cajero automático?

[Porcentajes respecto de los hogares que obtienen efectivo del cajero automático.]

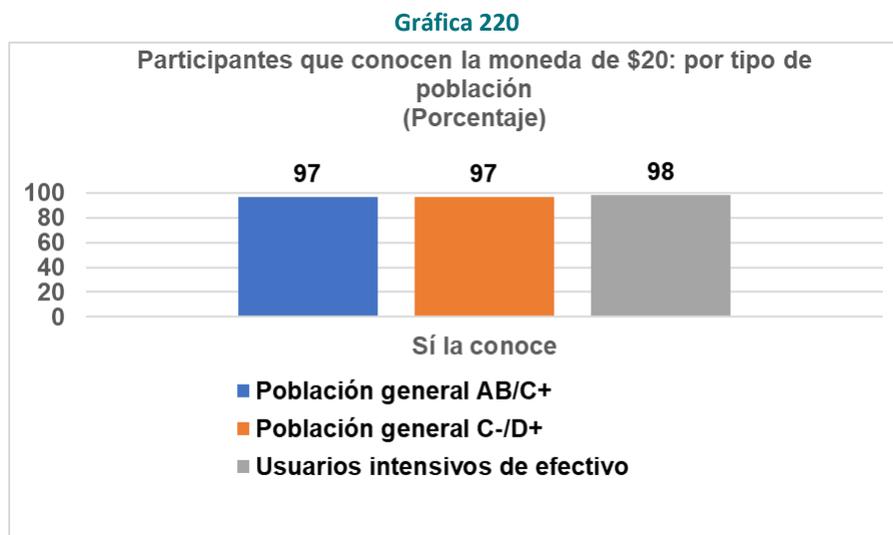


Gráfica 219. [J42] En promedio, ¿cuánto dinero retiran cada vez que acuden al cajero automático?
[Porcentajes respecto de los hogares que obtienen efectivo del cajero automático.]

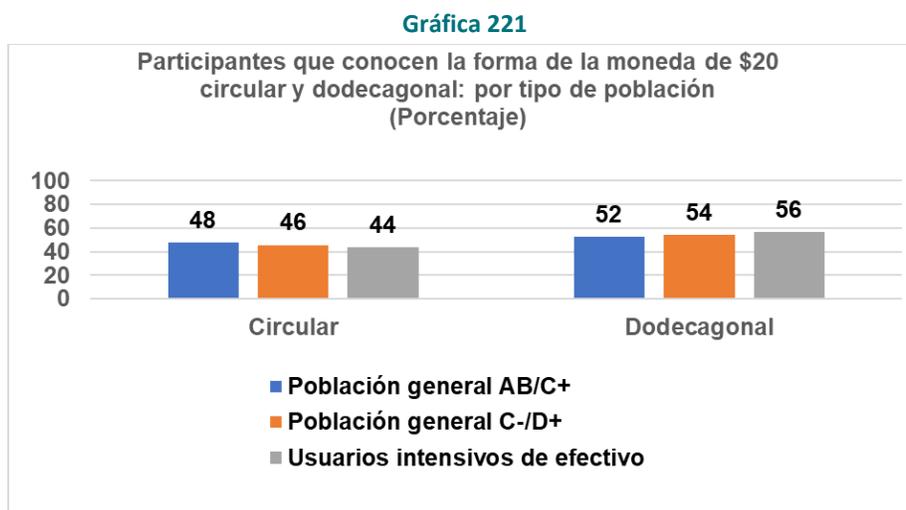


Anexo VI. Grupos focales, primera ronda: Gráficas

Resultados por tipo de población¹⁴

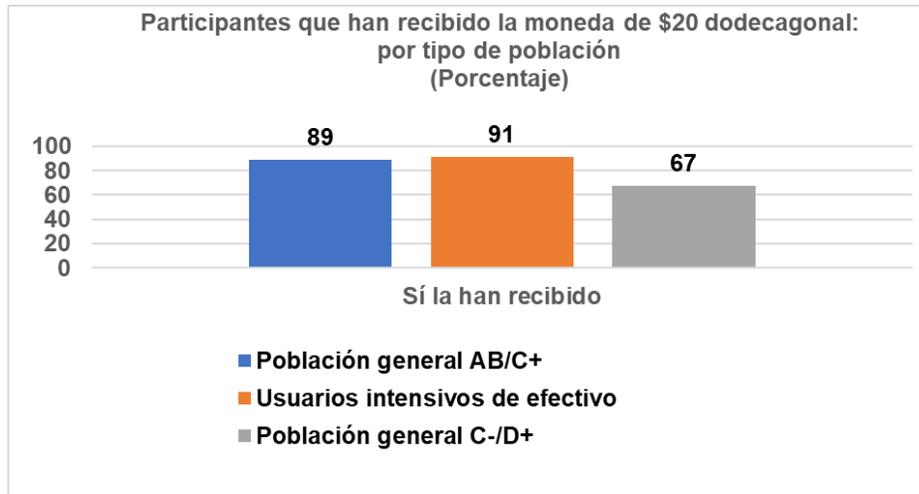


No se incluyen las sesiones de Ciudad de México debido a que se trabajó con una versión piloto de la guía, la cual no consideraba esta pregunta.

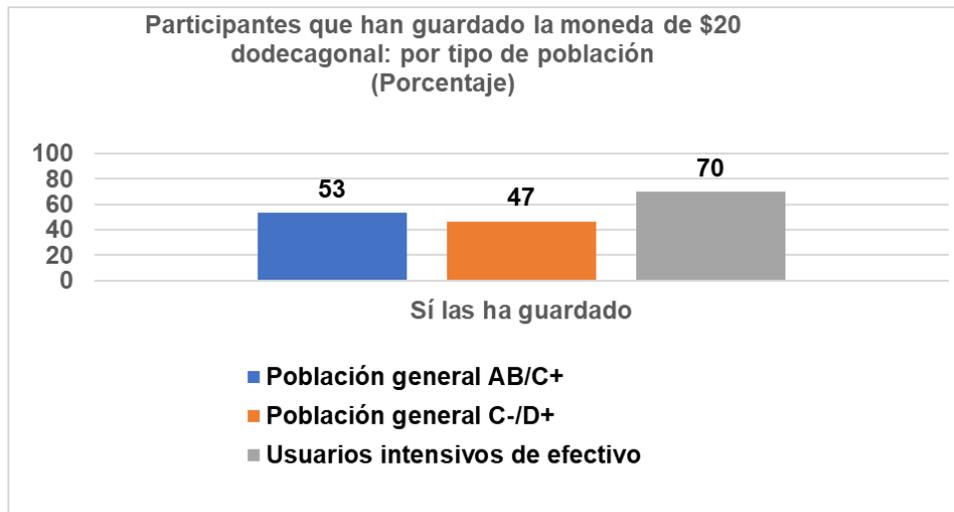


¹⁴ Los porcentajes están redondeados, por lo que podrían no sumar 100%.

Gráfica 222

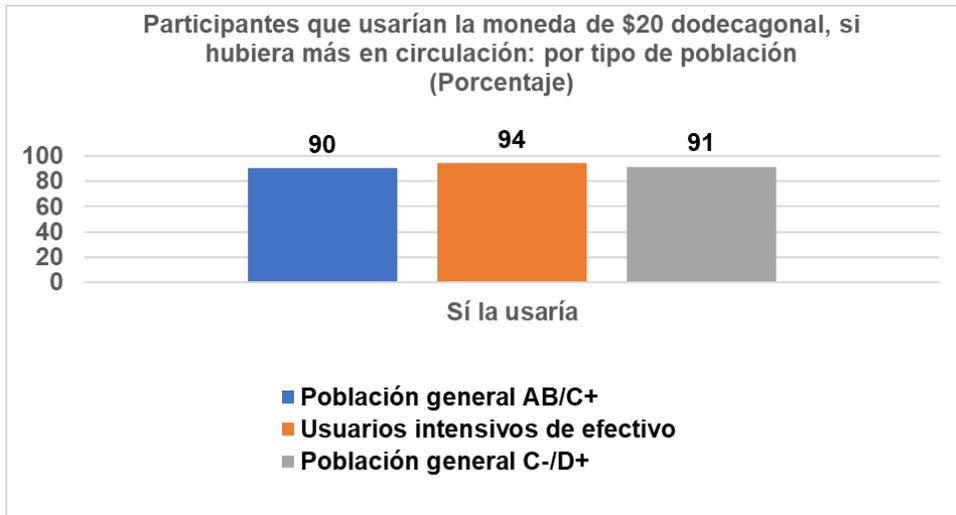


Gráfica 223

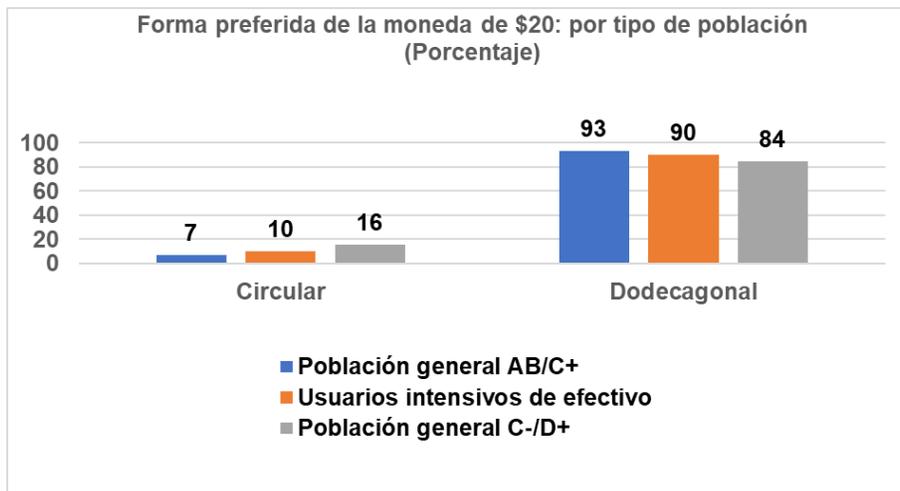


No se incluyen las sesiones de Ciudad de México debido a que se trabajó con una versión piloto de la guía, la cual no consideraba esta pregunta.

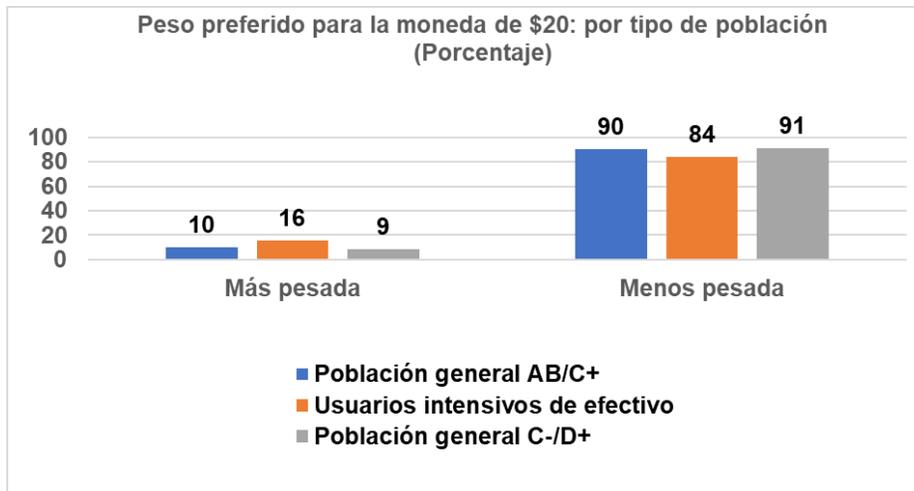
Gráfica 224



Gráfica 225



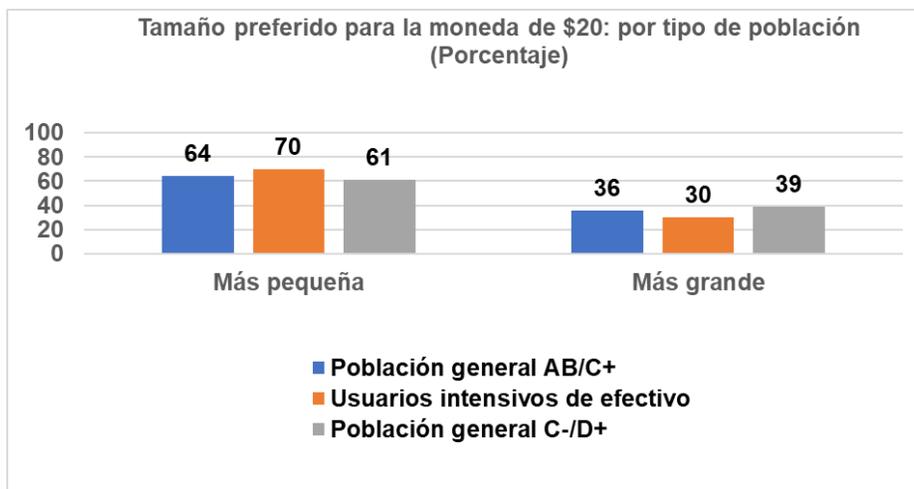
Gráfica 226



Publicada-Usos General

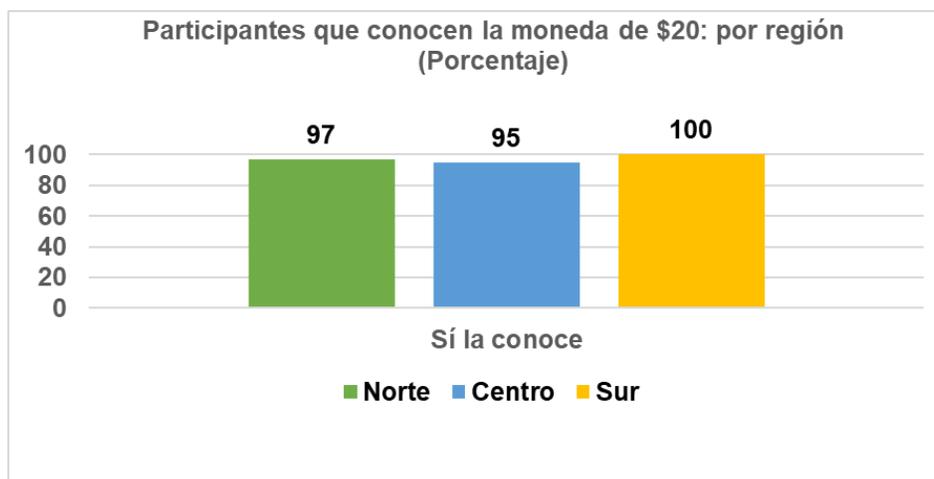
Información que ha sido publicada por el Banco de México

Gráfica 227



Resultados por región¹⁵

Gráfica 228

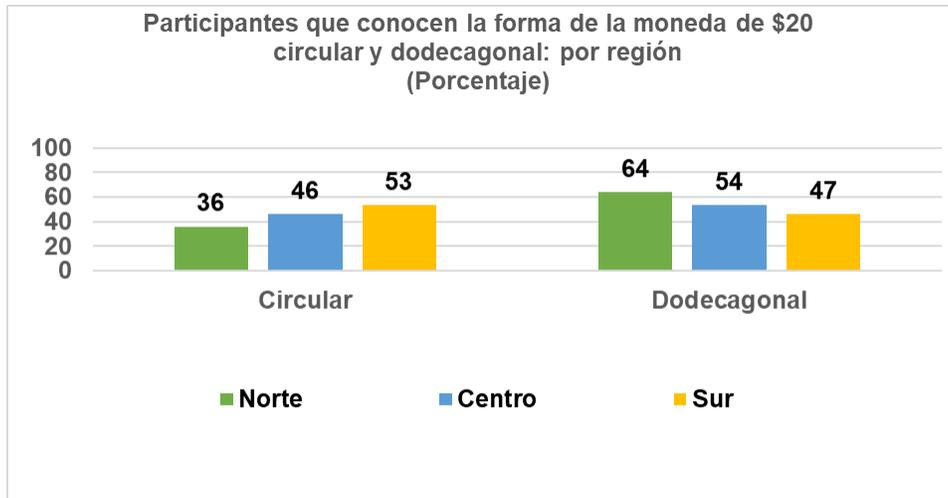


No se incluyen las sesiones de Ciudad de México debido a que se trabajó con una versión piloto de la guía, la cual no consideraba esta pregunta.

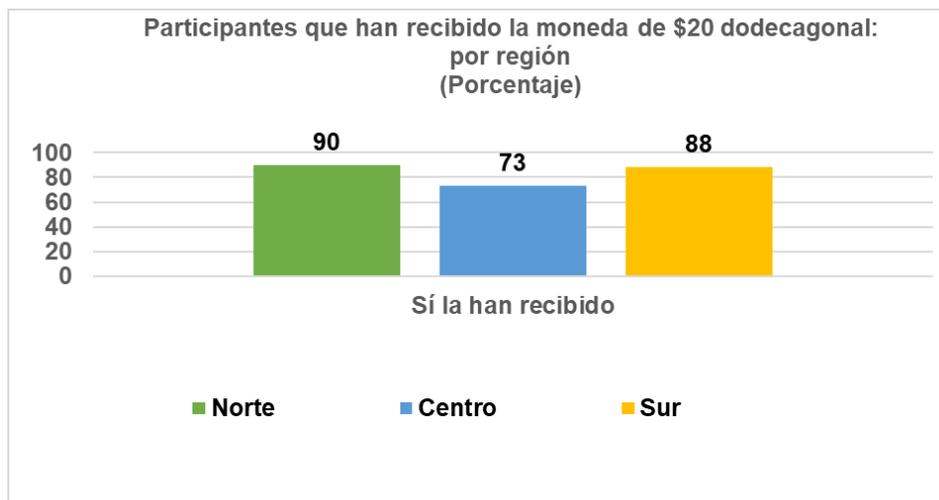
¹⁵ Los porcentajes están redondeados, por lo que podrían no sumar 100%.

La región Norte está conformada por las ciudades de Ciudad Juárez y Monclova; la región Centro por Ciudad de México, Guadalajara y San Luis Potosí; y la región Sur por Oaxaca y Mérida.

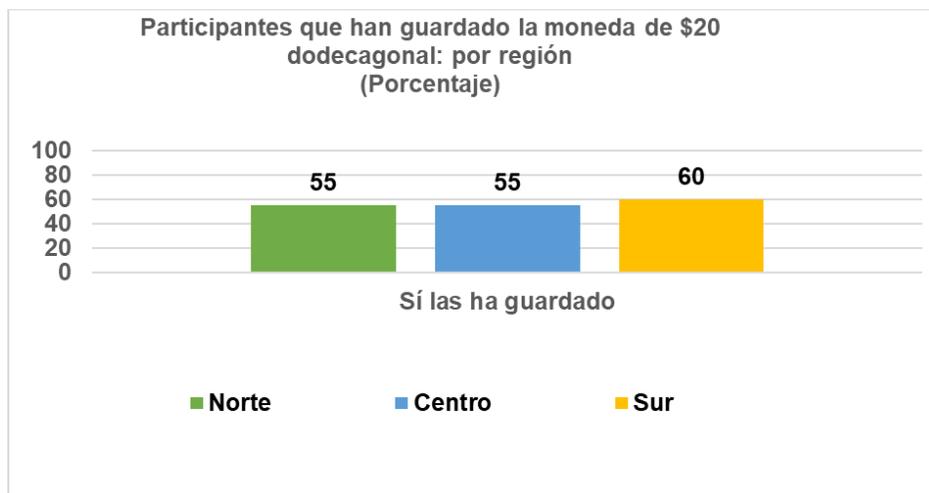
Gráfica 229



Gráfica 230

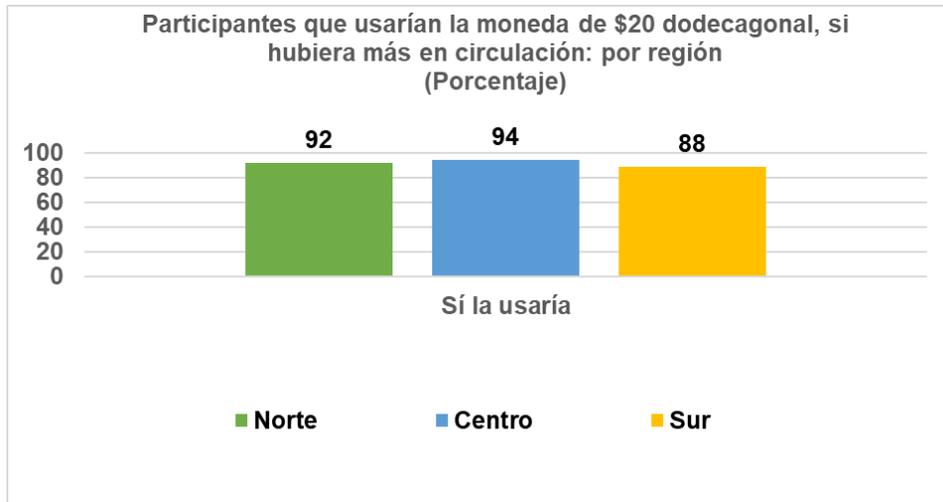


Gráfica 231

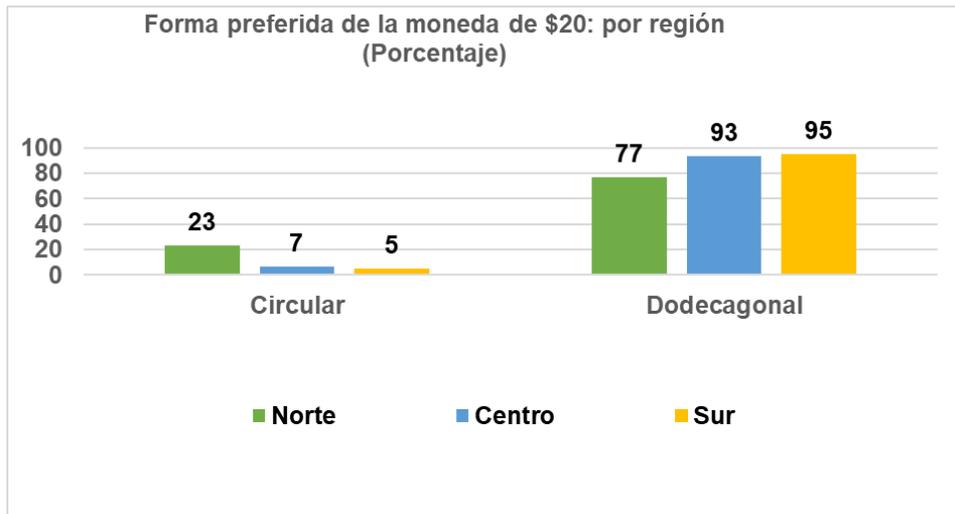


No se incluyen las sesiones de Ciudad de México debido a que se trabajó con una versión piloto de la guía, la cual no consideraba esta pregunta.

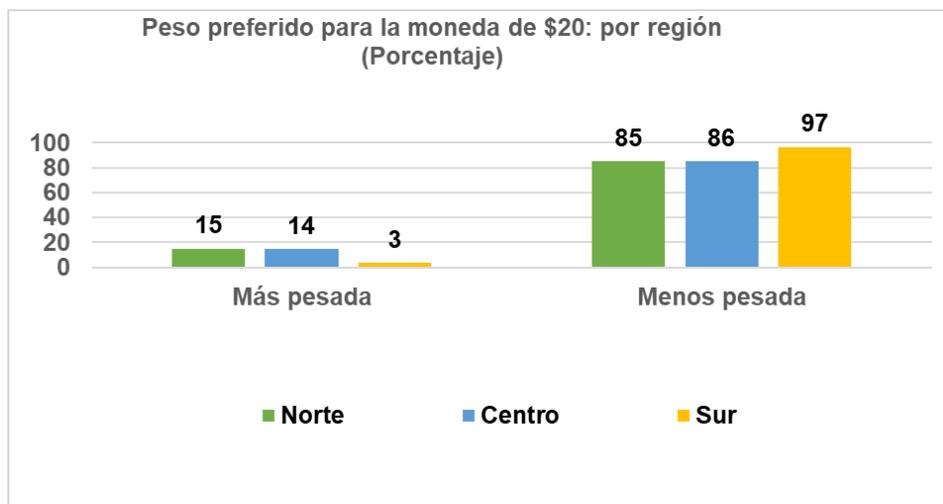
Gráfica 232



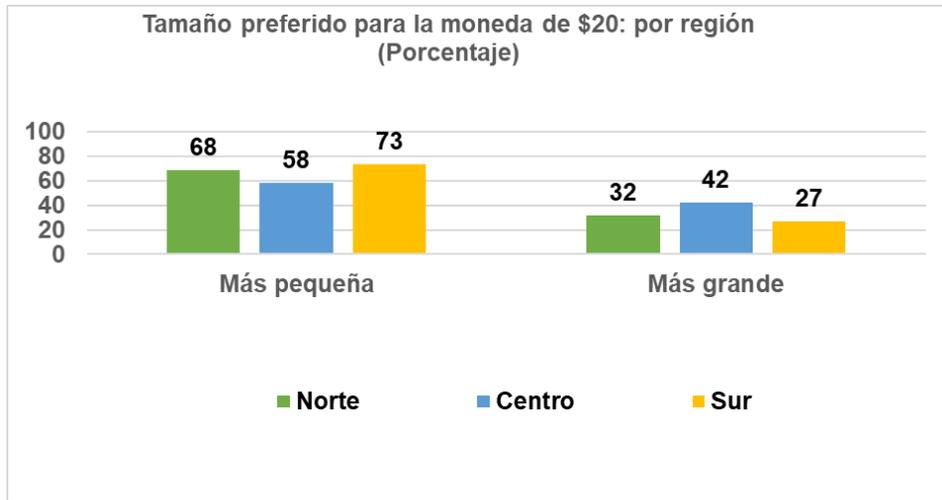
Gráfica 233



Gráfica 234



Gráfica 235





BANCO DE MÉXICO®

www.banxico.org.mx