



BANCO DE MÉXICO®

Resultados de estudios cuantitativos y cualitativos sobre efectivo 2023

Dirección General de Emisión

Uso Público

Información de acceso público.

Contenido

Tipos de estudios.....	3
Estudios cuantitativos	3
Estudios cualitativos.....	3
Resultados	4
Encuestas trimestrales	4
Estudio cualitativo, grupos focales.....	9
Anexo I. Aspectos metodológicos y distribución de la muestra de los estudios cuantitativos	11
Encuesta trimestral	11
Anexo II. Características de los estudios cualitativos.....	13
Anexo III. Encuestas trimestrales. Gráficas	14
Evaluación de usos y hábitos.....	14
Cajeros, ventanillas y otros	24
Estado físico de los billetes y monedas y desinfección de billetes	28
Billetes falsos y elementos de seguridad	41
Medios de pago usados durante la pandemia	47

Uso Público

Información de acceso público.

Tipos de estudios

Estudios cuantitativos

En 2023, el Banco de México realizó, a través de una empresa contratada para tal efecto, encuestas trimestrales para conocer la percepción del público acerca de temas relacionados con billetes y monedas¹. Los temas que se abordan en las encuestas trimestrales son fijos. Las cifras de resultados corresponden al promedio de los valores de los trimestres del año. Las gráficas de resultados se encuentran en el Anexo III.

Estudios cualitativos

Los estudios cualitativos que anualmente se realizan para el Banco de México, a través de una empresa contratada para tal efecto, se hacen mediante rondas de grupos focales², 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 la ronda de grupos focales realizada en 2023 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 (CDMX); Monterrey (MTY), Nuevo León; Saltillo (SLW), Coahuila; Morelia (MLM), Michoacán; Tuxtla Gutiérrez (TGZ), Chiapas; Aguascalientes (AGU), Aguascalientes; y Puerto Vallarta (VLL), Jalisco.

Se realizaron tres sesiones en cada ciudad con la participación de diez personas por sesión³: una de población general de los niveles socioeconómicos medio y medio bajo (C-/D+); otra de población general de los niveles socioeconómicos altos (AB/C+)⁴, 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, UIE”.

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

² En el Anexo II se encuentran las características de los estudios cualitativos.

³ Personas de 18 a 60 años.

⁴ 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 13 de marzo de 2024.

Uso Público

Resultados

A continuación, se presentan los resultados obtenidos de los estudios cuantitativos⁵ y cualitativos realizados en 2023, los cuales están agrupados por tema.

Cabe mencionar que los resultados de los estudios cuantitativos trimestrales 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 2023, se estima eran 51.0 millones de personas (mdp).

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

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

Encuestas trimestrales

Evaluación de usos y hábitos

Problemas de cambio

En respuesta múltiple, el 90% de la población objetivo (45.7 mdp) indicó que acostumbra usar efectivo en sus gastos diarios, mientras que el 16% (8.2 mdp) usa tarjeta de débito, el 4% (2.2 mdp) tarjeta de crédito y el 2% (1.0 mdp) pago electrónico o transferencia (SPEI®)⁶.

Considerando la última compra o pago en efectivo, el 36% de la población objetivo (18.2 mdp) dio el importe exacto, el 58% (29.8 mdp) recibió su cambio completo, y el 5% (2.5 mdp) no recibió su cambio completo. De igual manera, desde un día previo a la entrevista y hasta ese momento, el 15% (7.8 mdp) de la población objetivo dejó de hacer una compra o pago en efectivo por falta de cambio o morralla.

Hábitos en el uso de efectivo

El 93% de la población objetivo (47.6 mdp) acostumbra usar efectivo. De estas personas; el 43% (20.5 mdp) lo usa porque es más práctico, fácil o rápido; el 19% (9.0 mdp) porque sólo tiene esa forma de pago; y el 11% (5.0 mdp) porque es más seguro.

⁵ Las series históricas podrían variar debido a cambios en agrupaciones de variables, métodos de estimación o ajustes en las bases de datos.

⁶ SPEI® es un sistema desarrollado y operado por el Banco de México que permite al público en general realizar en cuestión de segundos pagos electrónicos, también llamados transferencias electrónicas, a través de la banca por internet o de la banca móvil.

Uso Público

Al suponer que ya no se pudieran hacer pagos en efectivo; en respuesta múltiple, entre el 83% y el 85% (entre 42.3 y 43.4 mdp) consideran que quienes tendrían más problemas serían las comunidades rurales, personas mayores, con bajos ingresos o sin buen acceso a internet; el 76% (38.8 mdp) cree que serían las personas con alguna discapacidad. Con respecto a lo que la gente considera que mejoraría si ya no se pudieran hacer pagos en efectivo, el 41% (20.9 mdp) cree que disminuiría la evasión fiscal; el 33% (17.0 mdp) piensa que disminuiría la corrupción; el 22% (11.4 mdp) que disminuiría el narcotráfico; mientras que el 12% (6.2 mdp) piensa que nada mejoraría.

El 31% de la población objetivo (15.8 mdp) acostumbra guardar efectivo en algún lugar que no sea un banco o institución financiera. De estas personas, el 44% (7.0 mdp) acostumbra guardar dinero para alguna eventualidad; el 22% (3.5 mdp) para ahorrar; el 8% (1.2 mdp) porque es más fácil obtenerlo, práctico o cómodo; el 7% (1.1 mdp) para tener tranquilidad, entre otras menciones. El 39% de las personas (6.2 mdp) suele tener guardado, en promedio, hasta \$500; el 17% (2.7 mdp) guarda entre \$501 y \$1,000; mientras que el 15% (2.3 mdp) guarda entre \$1,001 y \$2,000; el 11% (1.7 mdp) guarda entre \$2,001 y \$5,000; y el 7% (1.1 mdp) más de \$5,000.

Servicio que ofrecen los bancos

El 13% de la población objetivo (6.8 mdp) ha ido al banco a cambiar billetes de denominaciones altas por denominaciones bajas; y, de ellos, al 86% (5.8 mdp) siempre le proporcionaron el servicio, al 6% (0.4 mdp) algunas veces, y al 8% (0.6 mdp) no le han dado el servicio.

El 15% de la población objetivo (7.7 mdp) ha ido al banco a cambiar billetes por monedas; y de ellos, al 86% (6.6 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 15% de la población objetivo (7.7 mdp) ha ido al banco a cambiar monedas por billetes; y, de ellos, al 92% (7.1 mdp) siempre le proporcionaron el servicio, al 3.7% (0.28 mdp) algunas veces, y al 4.1% (0.31 mdp) no le han dado el servicio.

El 20% de la población objetivo (10.4 mdp) ha ido al banco a cambiar billetes maltratados por billetes en buen estado. Al 89% de ellos (9.23 mdp) siempre le han proporcionado el servicio, al 4% (0.4 mdp) algunas veces, y al 7% (0.7 mdp) no le han dado el servicio.

El 7% de la población objetivo (3.4 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 88% de ellos (3.0 mdp), siempre le han proporcionado el servicio, al 2% (0.1 mdp) algunas veces, y al 9% (0.3 mdp) no le han dado el servicio.

Uso Público

Cajeros, ventanillas y otros

Disposición de efectivo

El 47% de la población objetivo (23.8 mdp) obtuvo efectivo de cajero automático, el 26% (13.1 mdp) del pago que recibió, el 18% (9.0 mdp) de un familiar, y el 3% (1.6 mdp) de ventanilla bancaria.

Disposición de efectivo en cajero automático

El 53% de la población objetivo (27.2 mdp) acudió al cajero automático entre 1 y 5 veces al mes; el 4% (2.0 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 52% (15.6 mdp) tardó de 1 a 10 minutos en trasladarse al cajero automático, el 29% (8.7 mdp) entre 11 y 20 minutos, el 14% (4.1 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 13% (4.0 mdp) no tuvo que hacer fila para poder pasar, el 65% (19.6 mdp) hizo fila de 1 a 10 minutos, el 13% (3.9 mdp) esperó de 11 a 20 minutos, el 6% (1.7 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 38% (11.4 mdp) no gastó nada, el 32% (9.8 mdp) gastó hasta \$20, y el 26% (8.0 mdp) más de \$20.

Disposición de efectivo en ventanilla bancaria

El 15% de la población objetivo (7.5 mdp) acudió a ventanilla bancaria a obtener efectivo entre 1 y 5 veces al mes; y el 0.4% (0.2 mdp) acudió más de 5 veces al mes. De todos ellos, el 42% (3.4 mdp) tardó de 1 a 10 minutos en trasladarse a la sucursal bancaria, el 32% (2.5 mdp) entre 11 y 20 minutos, el 16% (1.3 mdp) entre 21 y 30 minutos, y el 6% (0.5 mdp) más de 30 minutos. Una vez que se llegó a la sucursal bancaria, el 3% (0.2 mdp) no tuvo que hacer fila para pasar, el 48% (3.8 mdp) hizo fila de hasta 10 minutos, el 28% (2.3 mdp) de 11 a 20 minutos, el 13% (1.0 mdp) de 21 a 30 minutos, y el 6% (0.5 mdp) más de 30 minutos. Con respecto al gasto en trasladarse a una sucursal bancaria, el 36% (2.9 mdp) no gastó nada, el 33% (2.6 mdp) gastó hasta \$20, y el 28% (2.2 mdp) más de \$20.

Estado físico de los billetes y monedas y desinfección de billetes

Estado físico de los billetes

El 86% (44.1 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, ya que el 68% (34.7 mdp) y el 69% (35.3 mdp) de quienes los conocen o usan, respectivamente, opinó que su estado es bueno o muy bueno; mientras que la denominación mejor evaluada fue la de \$1,000 con 90% (33.7 mdp). Esta opinión para el resto de las denominaciones fue de 73% (37.0 mdp) para \$100, 77% (39.0 mdp) para \$200 y 83% (41.8 mdp) para \$500. 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.

Uso Público

Respecto a la frecuencia con que las personas acostumbran revisar la autenticidad de los billetes, el 49% (24.6 mdp) indicó que los revisan siempre o casi siempre, el 18% (9.0 mdp) algunas veces y el 11% (5.5 mdp) casi nunca. De las personas que revisan la autenticidad de sus billetes siempre a casi nunca, suelen verificar la banda o hilos (44%, 17.1 mdp) o la marca de agua (22%, 8.5 mdp), entre otros.

Desinfección de billetes

Esta será la última ocasión en que se reporte este tema, debido a que el contexto en que se comenzó a obtener esta información ya no corresponde al actual.

Desde que inició la pandemia, el 32% de la población objetivo (16.5 mdp) manifestó que desinfecta los billetes que recibe. Los productos más comunes que señalaron utilizar para desinfectarlos fueron: gel antibacterial (30%, 5.0 mdp); alcohol (29%, 4.7 mdp); sanitizante, Lysol o aerosol (23%, 3.7 mdp); agua con cloro combinada con otra sustancia (13%, 2.2 mdp); antiséptico o desinfectante (8%, 1.3 mdp); entre otras menciones.

De quienes suelen desinfectar sus billetes, el 12% (2.0 mdp) notó que algunos de ellos se decoloraron o perdieron su color. De estas personas, el 54% (1.1 mdp) pagó con él, el 18% (0.4 mdp) los llevó al banco y un 16% (0.3 mdp) realizó otras actividades⁷.

Asimismo, durante la pandemia, el 25% de la población objetivo (12.7 mdp) recibió información sobre cómo tratar los billetes y monedas que recibe o entrega. De estas personas, al 80% (10.2 mdp) le proporcionaron información sobre desinfectar los billetes, y al 7% (0.8 mdp) sobre entregar y recibir billetes y monedas con guantes. Los medios por los cuales recibieron esta información fueron las redes sociales (32%, 4.0 mdp), la televisión (30%, 3.9 mdp), un familiar o conocido (14%, 1.8 mdp) o en el trabajo (6%, 0.8 mdp), entre otros.

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; ya que el 81% (25.1 mdp), el 79% (24.0 mdp) y el 80% (37.1 mdp) de quienes las conocen o usan, respectivamente, opinó que su estado es bueno o muy bueno; mientras que la denominación mejor evaluada fue la de \$20 con 93% (42.3 mdp). Esta opinión para el resto de las denominaciones fue de 85% (42.9 mdp) para \$1, 87% (43.6 mdp) para \$2 y 88% para \$5 (44.8 mdp) y \$10 (44.6 mdp). Las principales características de maltrato que se mencionaron para las monedas de todas las denominaciones es que están sucias, quemadas, rayadas o desgastadas.

⁷ Guardó los billetes, los secó o los tiró, entre otras menciones.

Billetes falsos y elementos de seguridad

Billetes falsos

El 9% de la población objetivo (4.7 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% (10.0 mdp) le indicaron que alguno de sus billetes era falso al momento de realizar una operación en algún comercio o servicio, y al 18% (9.3 mdp) le indicaron que alguno de sus billetes era falso al darlo a otra persona.

Considerando los últimos tres meses con respecto al momento de responder la encuesta, el 8% de la población objetivo (4.0 mdp) indicó haber recibido billetes falsos, siendo más frecuentes las denominaciones de \$500 (48%, 1.9 mdp), \$200 (34%, 1.4 mdp), \$50 (25%, 1.0 mdp) y \$100 (20%, 0.8 mdp); y, de estas denominaciones, las personas han recibido, en promedio, 1.5, 1.7, 1.7 y 1.6 piezas falsas, respectivamente. La principal característica que hizo que se dudara de la autenticidad fue el papel o textura (59%, 2.4 mdp).

De quienes dijeron haber recibido una pieza falsa, el 10% (0.4 mdp) la llevó a un banco. De estas personas: al 68% (0.3 mdp) se le retuvo la pieza, el 25% (0.1 mdp) recuperó su dinero porque el billete era auténtico y al 19% (0.07 mdp) se lo devolvieron.

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 82% (32.4 mdp) hizo mención a los hilos; el 41% (16.0 mdp) a la marca de agua; el 37% (14.5 mdp) al elemento que cambia de color; el 27% (10.6 mdp) a los relieves sensibles al tacto; el 21% (8.4 mdp) mencionó el sustrato del billete; el 18% (7.0 mdp) el folio del billete, y también el 18% (7.2 mdp) la ventana transparente. Con porcentajes muy bajos, entre 1% y 3%, también se mencionaron el registro perfecto, textos microimpresos, fondos lineales, la fluorescencia y la denominación que cambia de color.

Medios de pago usados durante la pandemia

Esta será la última ocasión en que se reporte este tema, debido a que el contexto en que se comenzó a obtener esta información ya no corresponde al actual.

Algunos medios de pago presentaron una baja en su uso durante 2023 con respecto a su uso durante la pandemia. De estos medios, el efectivo tuvo una mayor reducción, ya que el 80% de la población objetivo (40.7 mdp) lo utiliza, comparado con el 87% de la población (44.4 mdp) que acostumbraba usarlo antes de la pandemia.

Por el contrario, los medios de pago electrónicos tuvieron un incremento en su uso. De estos, el medio de pago con un mayor aumento fue la tarjeta de débito, ya que el 27% de la población objetivo (13.7 mdp) la usa, comparado con el 16% (8.3 mdp) antes de la pandemia. El 7% (3.7 mdp)

Uso Público

utiliza la tarjeta de crédito, comparado con el 5% (2.5 mdp) antes de la pandemia. El SPEI⁸ es usado por el 4% (1.9 mdp), comparado con el 1.3% (0.7 mdp) que lo usaba antes de la pandemia, y el CoDi⁹ actualmente es usado por el 0.3% (0.2 mdp) de la población, y antes de la pandemia lo usaba el 0.003% (0.001 mdp).

Estudio cualitativo, grupos focales

Identificación de los billetes de la familia G

Conocimiento de las denominaciones de los billetes en general

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 \$1,000. Lo que cambió entre algunas sesiones fue el orden de mención, pues no siempre se indicaron en orden ascendente. En algunas sesiones se dijo que el billete de \$1,000 no lo conocían, se veía poco, no recordaban cómo era o no era aceptado por el público o los cajeros automáticos.

En las sesiones de UIE de MTY y SLW, algunos participantes dijeron que en sus actividades diarias utilizaban más las denominaciones de \$20, \$50, \$100 y \$200. También en SLW mencionaron que en sus negocios (gasolinería y comercio) les daban la indicación de no aceptar el billete de \$1,000, o bien, ellos mismos decidían no aceptarlo por el riesgo de que fuera falso.

Percepción de la circulación de los billetes de la familia G

Se mostró a los participantes cada uno de los diseños de las diferentes denominaciones de los billetes de la familia G y se les preguntó si los habían visto en circulación. En general, todos dijeron haber visto estos billetes, pero en las sesiones de NSE AB/C+ en CDMX, en las sesiones de AB/C+ y C-/D+ de AGU y en las tres sesiones de SLW se dijo que no habían visto el de \$1,000, no lo “ubicaban”, se veía poco en circulación o nadie lo aceptaba. De manera similar, en la sesión AB/C+ en CDMX se señaló que el billete de \$50 sí lo habían visto, pero muy poco debido a que algunas personas solían guardarlo.

En relación con lo anterior, algunos participantes dijeron que acostumbraban guardar o coleccionar ciertos billetes de esta familia, ya sea por el diseño —particularmente el de \$50 (UIE, SLW; las tres

⁸ SPEI[®] es un sistema desarrollado y operado por el Banco de México que permite al público en general realizar en cuestión de segundos pagos electrónicos, también llamados transferencias electrónicas, a través de la banca por internet o de la banca móvil.

⁹ El CoDi[®], Cobro Digital, es una plataforma desarrollada por Banco de México para facilitar las transacciones de pago y cobro a través de transferencias electrónicas, de forma rápida, segura y eficiente, a través de teléfonos móviles. CoDi[®] usa la tecnología de los códigos QR y NFC para facilitar que, tanto comercios como usuarios, puedan realizar transacciones sin dinero en efectivo. <https://www.banxico.org.mx/sistemas-de-pago/codi-cobro-digital-banco-me.html>

Uso Público

sesiones en MLM; AB/C+ y C-/D+ en TGZ; C-/D+, AGU; 3 sesiones de VLL) y el de \$20 (C-/D+, MLM; C-/D+, AGU; AB/C+, VLL)— o por el número de serie (C-/D+, MTY).

Contenido temático de los billetes de la familia G

Al preguntar si recordaban algún contenido temático en los billetes de la familia G, de manera espontánea, los participantes recordaron animales específicos como el ajolote, la ballena, el águila, la mariposa monarca y el jaguar o pantera (*sic*), o personajes históricos como Sor Juana o Benito Juárez. También mencionaron aspectos más generales como animales en peligro de extinción, biodiversidad de México, reservas ecológicas, personajes emblemáticos, expresidentes, paisajes o lugares representativos de México, arquitectura mexicana, esculturas o estatuillas de México.

Si bien algunos participantes identificaron episodios históricos en los billetes como la revolución, la independencia, la época prehispánica o “la invasión de los franceses”, ninguno indicó que había una cronología histórica en los billetes. Incluso, después de haberles leído la etapa histórica de cada billete, dijeron que no tenían conocimiento de esto, pero que les parecía interesante porque era como una especie de historia simplificada, que era motivo de orgullo y que debería ser más difundido por parte del Banco de México.

Entre los principales sentimientos que estos billetes transmiten a los participantes, se encontró orgullo y patriotismo, pues consideran que representa la identidad y cultura mexicana, genera sentido de pertenencia y permiten que se tengan presente los orígenes históricos de la población mexicana.

Otros aspectos mencionados fueron concientización por el cuidado de los animales y los ecosistemas; modernidad, porque perciben los billetes como nuevos y más estéticos; seguridad y confianza, pues dijeron que algunos diseños son más complejos, más difíciles de falsificar y más resistentes; y nostalgia por eventos del pasado.

Uso Público

Información de acceso público.

Anexo I. Aspectos metodológicos y distribución de la muestra de los estudios cuantitativos

Encuesta trimestral

- Población objetivo en 2023: **51.0 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
2023-I	15 de febrero al 1 de marzo de 2023
2023-II	27 de abril al 7 de mayo de 2023
2023-III	4 al 17 de agosto de 2023
2023-IV	3 al 18 de octubre de 2023
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

Uso Público

Información de acceso público.

- Tamaño de la muestra:

Encuesta	Casos exitosos
2023-I	2,100
2023-II	2,090
2023-III	2,100
2023-IV	2,020
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

- 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
2023-I	403 (19%)	468 (22%)	411 (20%)	818 (39%)	2100 (100%)
2023-II	414 (20%)	454 (22%)	405 (19%)	817 (39%)	2090 (100%)
2023-III	406 (19%)	454 (22%)	420 (20%)	820 (39%)	2100 (100%)
2023-IV	397 (20%)	461 (23%)	409 (20%)	753 (37%)	2020 (100%)
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%)

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

**Por sexo
Casos y porcentaje**

Trimestre	Femenino	Masculino	Total
2023-I	1109 (53%)	991 (47%)	2100 (100%)
2023-II	1083 (52%)	1007 (48%)	2090 (100%)
2023-III	1085 (52%)	1015 (48%)	2100 (100%)
2023-IV	1052 (52%)	968 (48%)	2020 (100%)
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%)

Uso Público

Información de acceso público.

Anexo II. Características de los estudios cualitativos

Las sesiones de los grupos focales se llevaron a cabo en siete ciudades del país. Se realizaron tres sesiones de diez personas cada una por ciudad; es decir, un total de 210 personas participantes.

La población objetivo se conformó por tres grupos: población general con NSE alto (AB/C+); población general con NSE medio y medio bajo (C-/D+); y población que usa de manera frecuente o intensa el efectivo (usuarios intensivos de efectivo, UIE). En este último grupo no se hizo la distinción del NSE.

En cuanto al grupo de usuarios intensivos de efectivo se procuró que estuviera 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, entre otros.

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 grupos focales se realizaron del 29 de junio al 20 de julio de 2023, en las siguientes ciudades:

- Ciudad de México
- Monterrey, Nuevo León
- Saltillo, Coahuila
- Morelia, Michoacán
- Tuxtla Gutiérrez, Chiapas
- Puerto Vallarta, Jalisco
- Aguascalientes, Aguascalientes

Uso Público

Información de acceso público.

Anexo III. Encuestas trimestrales. Gráficas

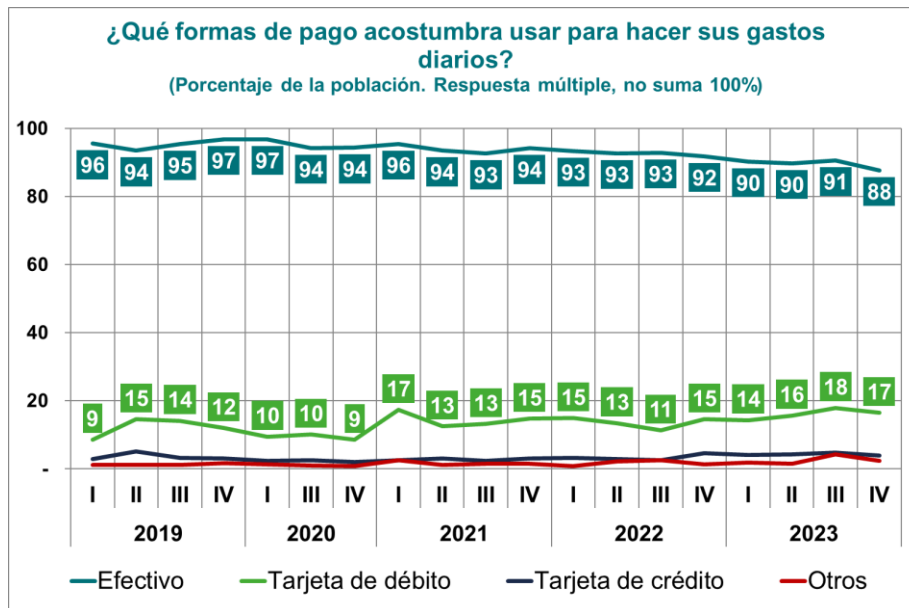
Los porcentajes están redondeados, por lo que podrían no sumar 100%.

NS/NR = No sabe / No respondió.

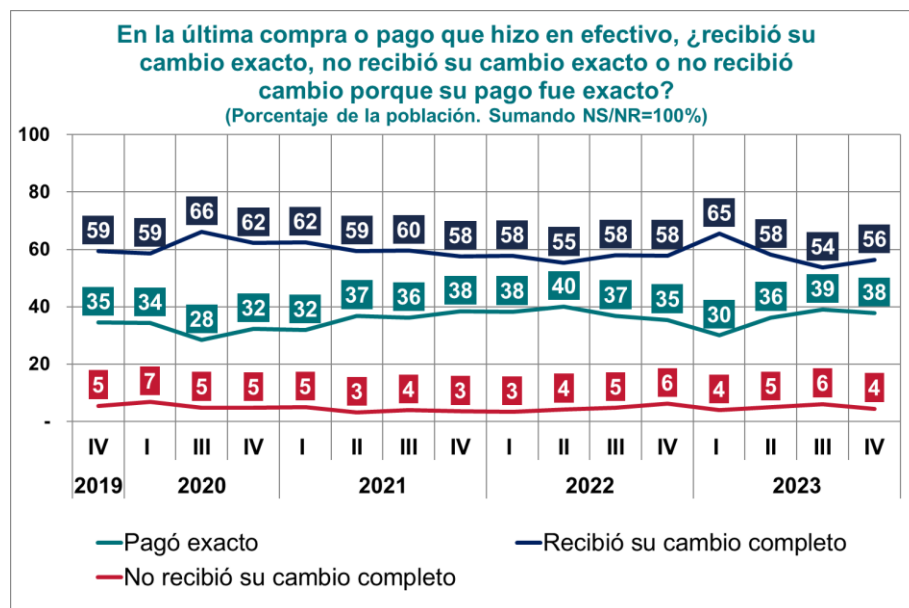
Los ceros representan porcentajes menores a 0.5%.

Evaluación de usos y hábitos

Gráfica 1



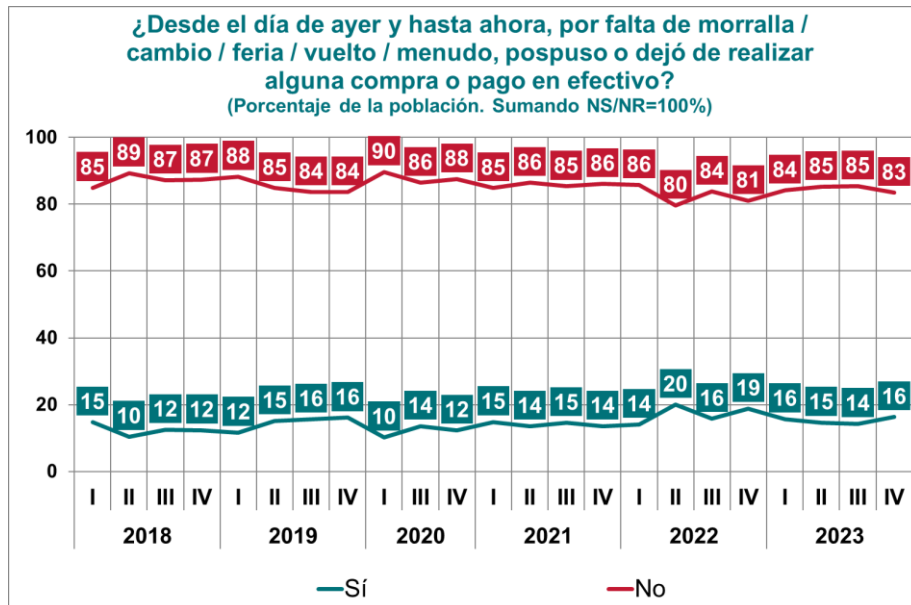
Gráfica 2



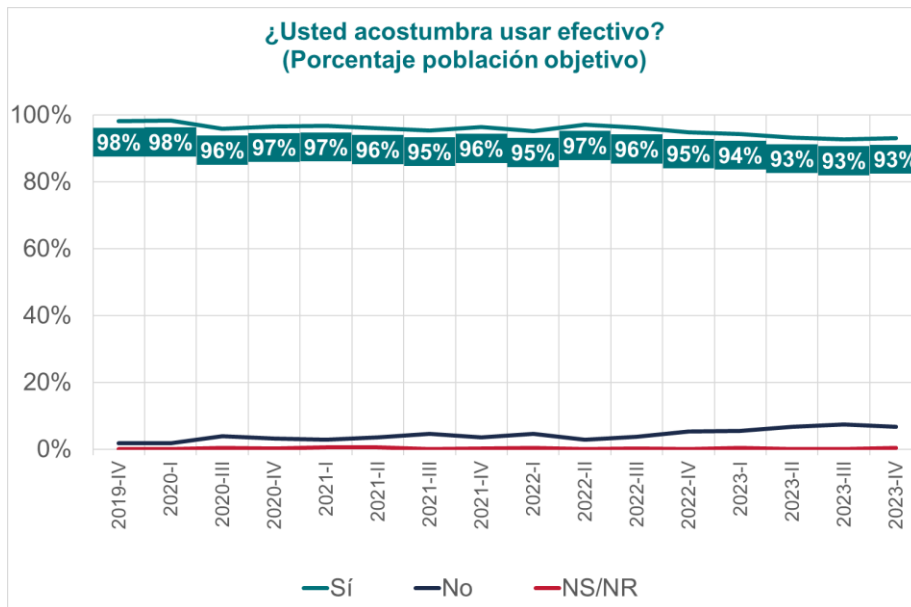
Uso Público

Información de acceso público.

Gráfica 3



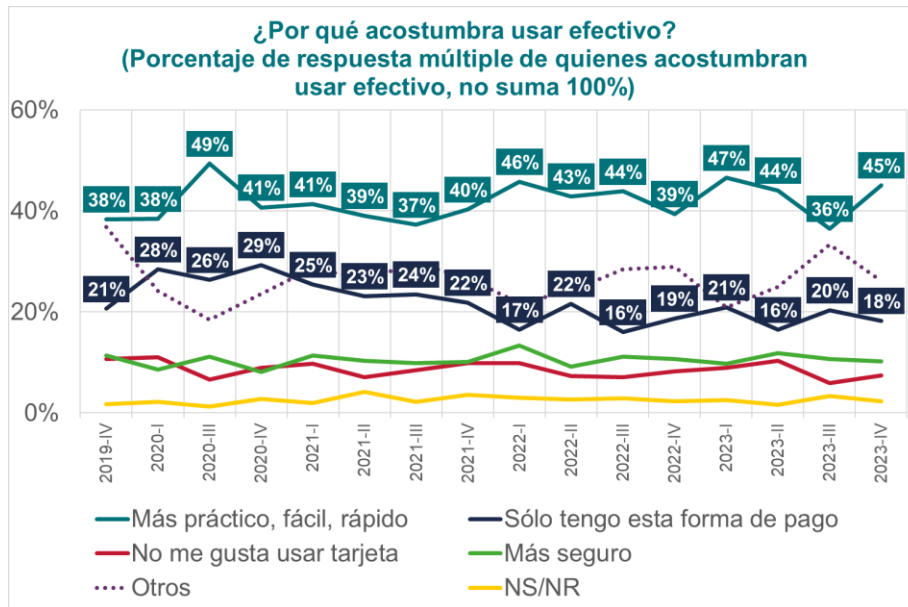
Gráfica 4



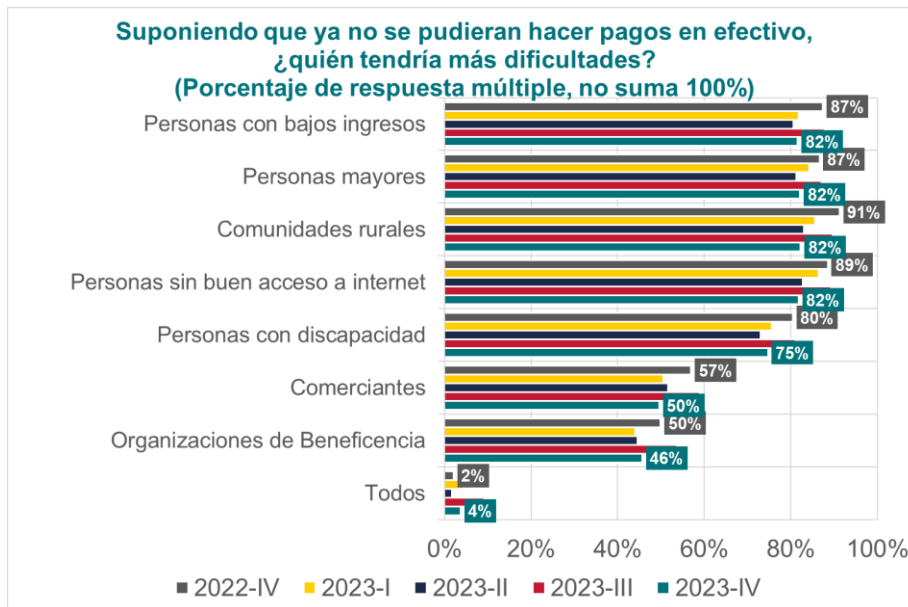
Uso Público

Información de acceso público.

Gráfica 5



Gráfica 6¹⁰

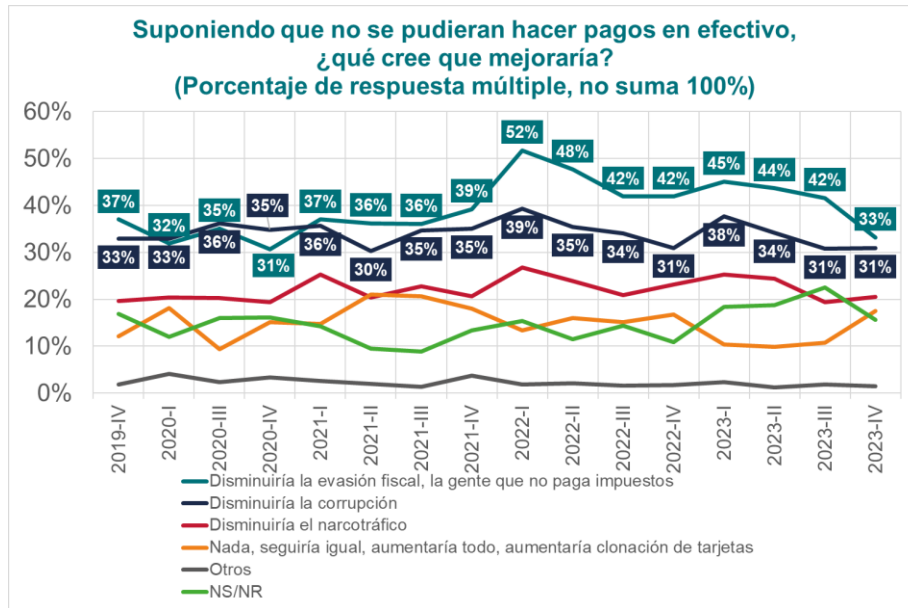


¹⁰ Para mejorar la comprensión de las respuestas por parte de la persona encuestada, a partir del primer trimestre de 2022, los entrevistadores leen cada opción de respuesta y anotan “sí”, “no”, según les indique la persona.

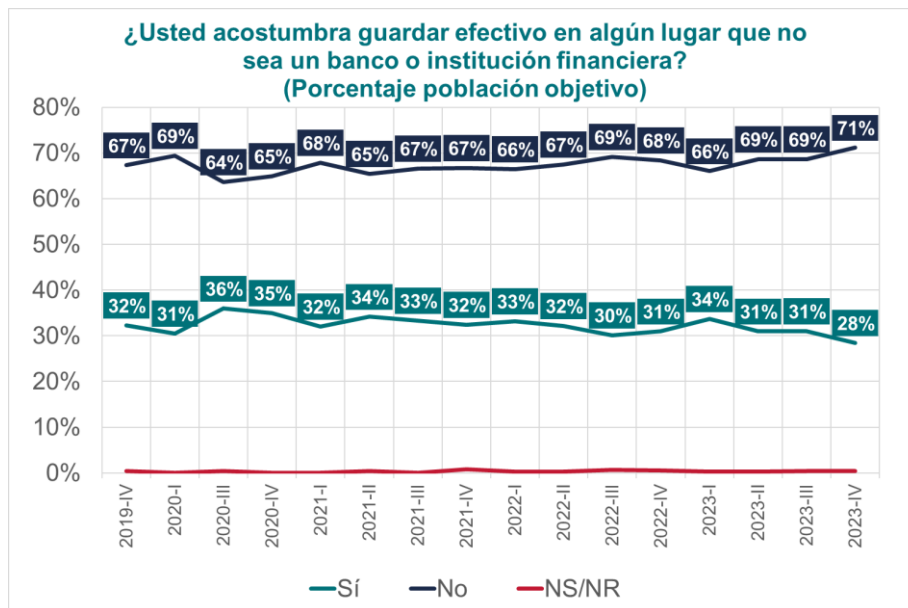
Uso Público

Información de acceso público.

Gráfica 7



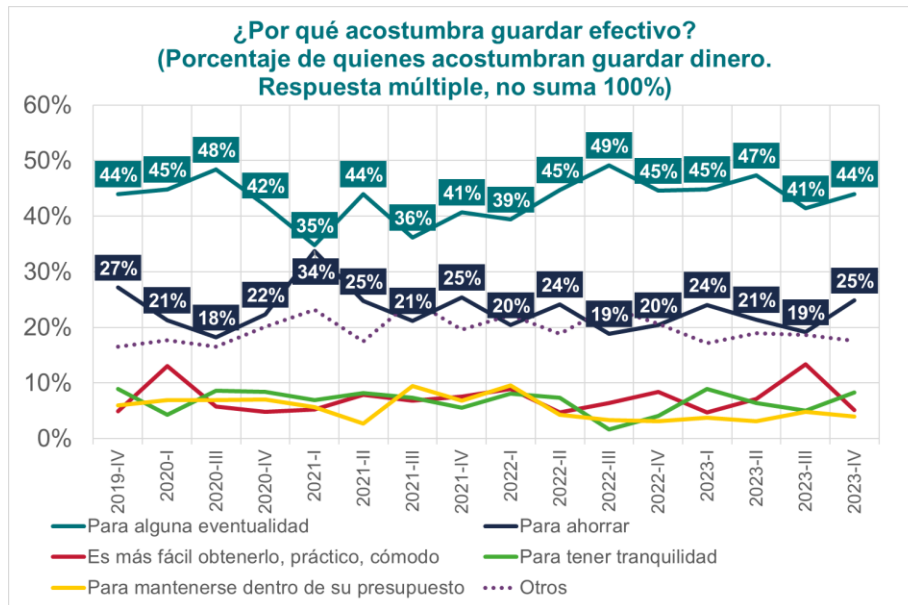
Gráfica 8



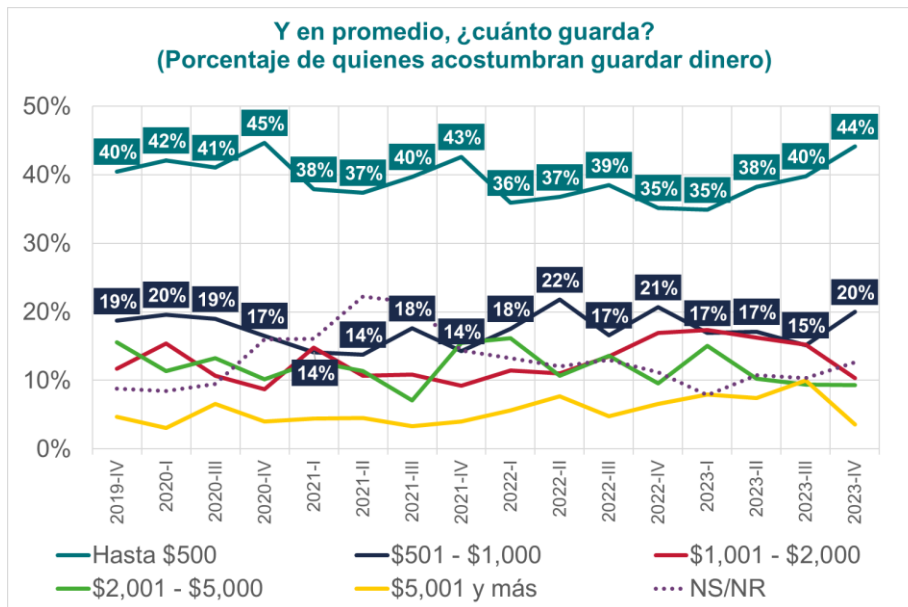
Uso Público

Información de acceso público.

Gráfica 9



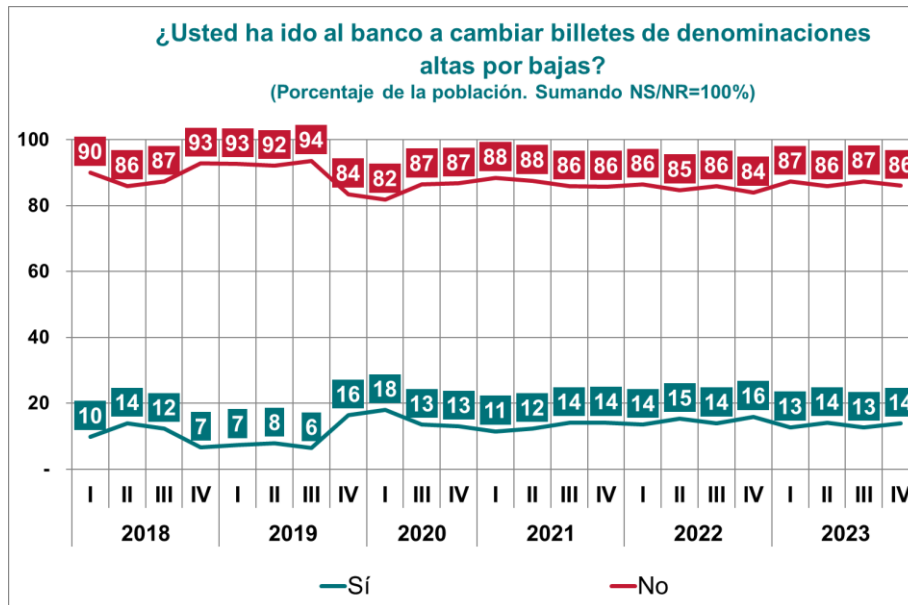
Gráfica 10



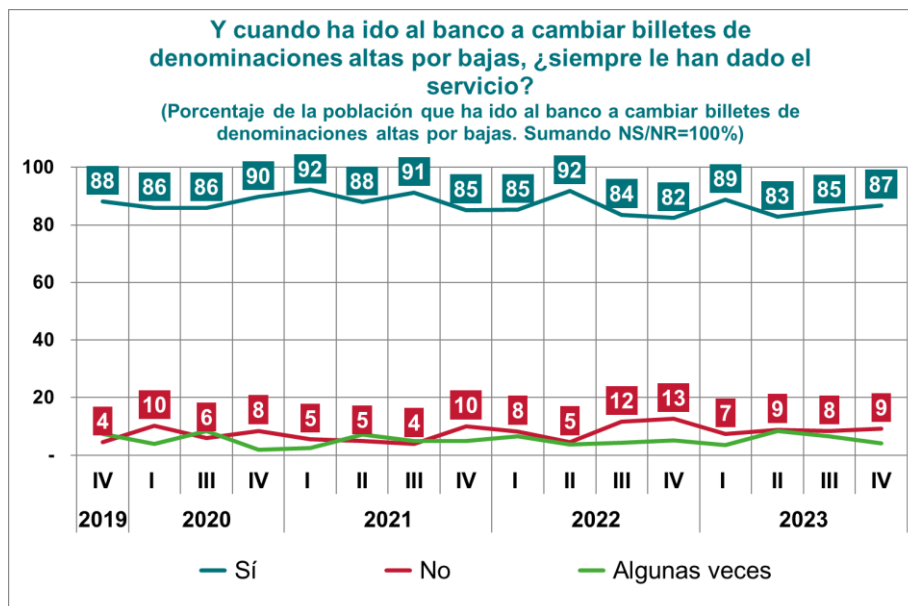
Uso Público

Información de acceso público.

Gráfica 11



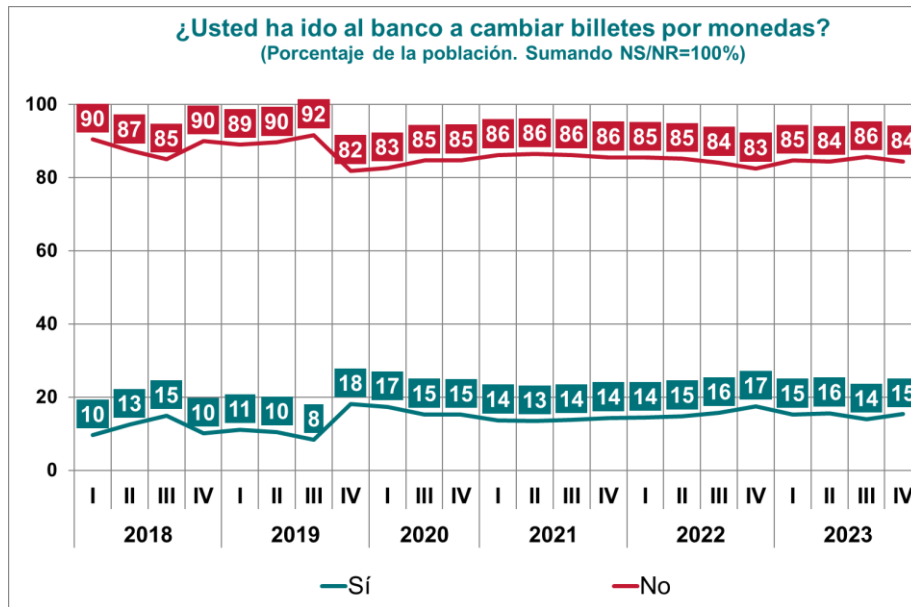
Gráfica 12



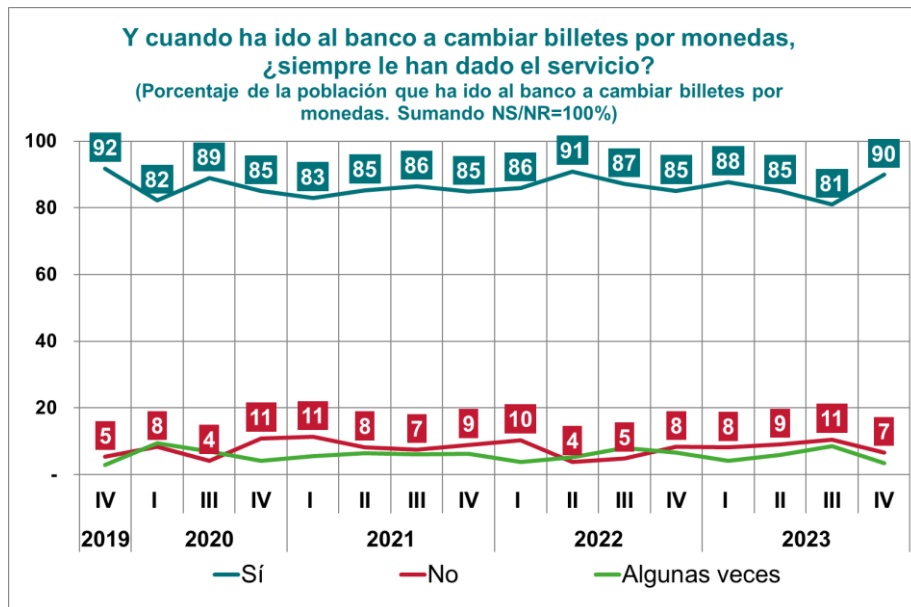
Uso Público

Información de acceso público.

Gráfica 13



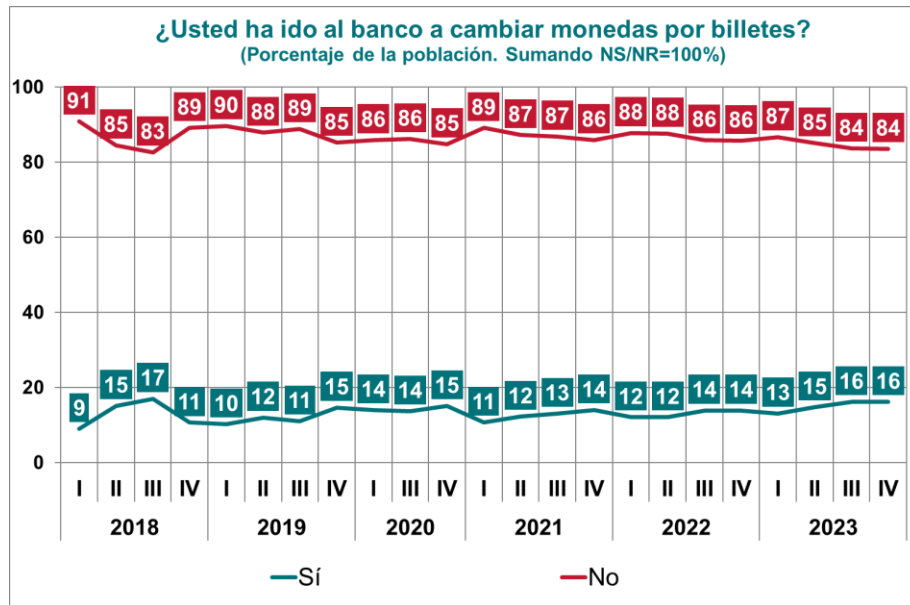
Gráfica 14



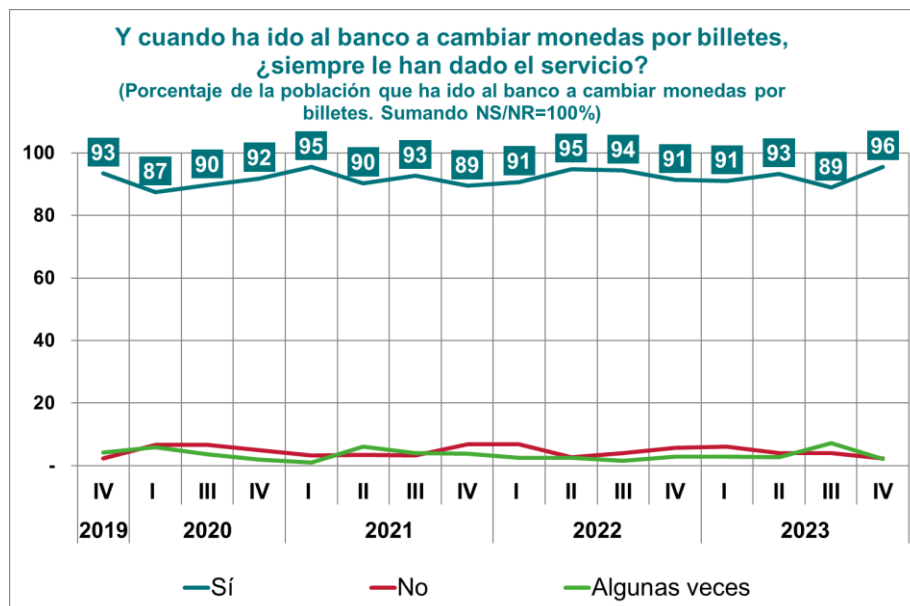
Uso Público

Información de acceso público.

Gráfica 15



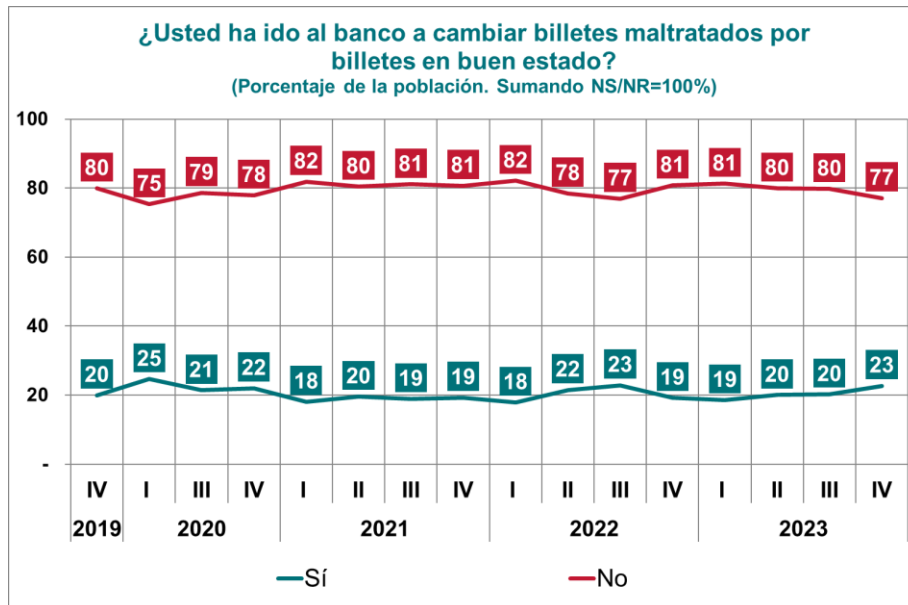
Gráfica 16



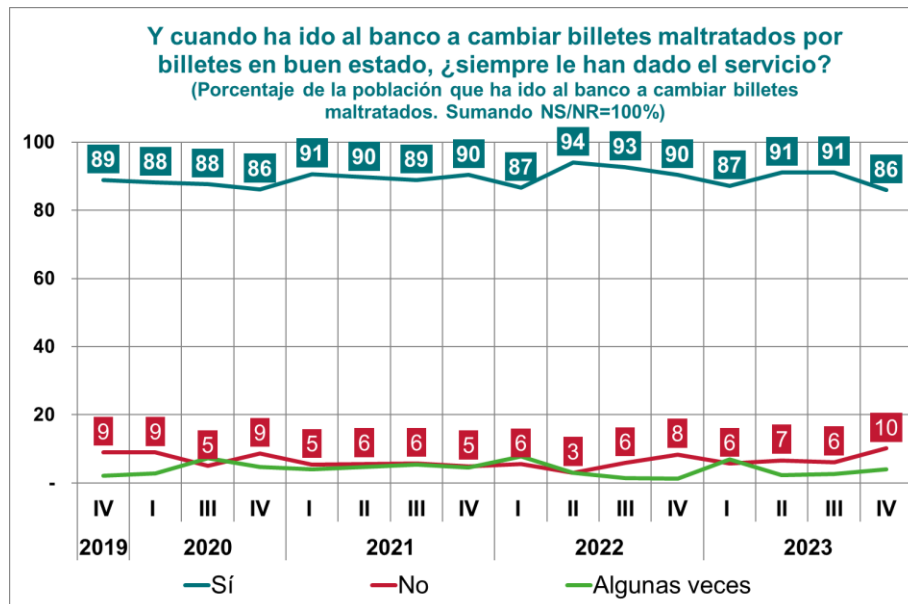
Uso Público

Información de acceso público.

Gráfica 17



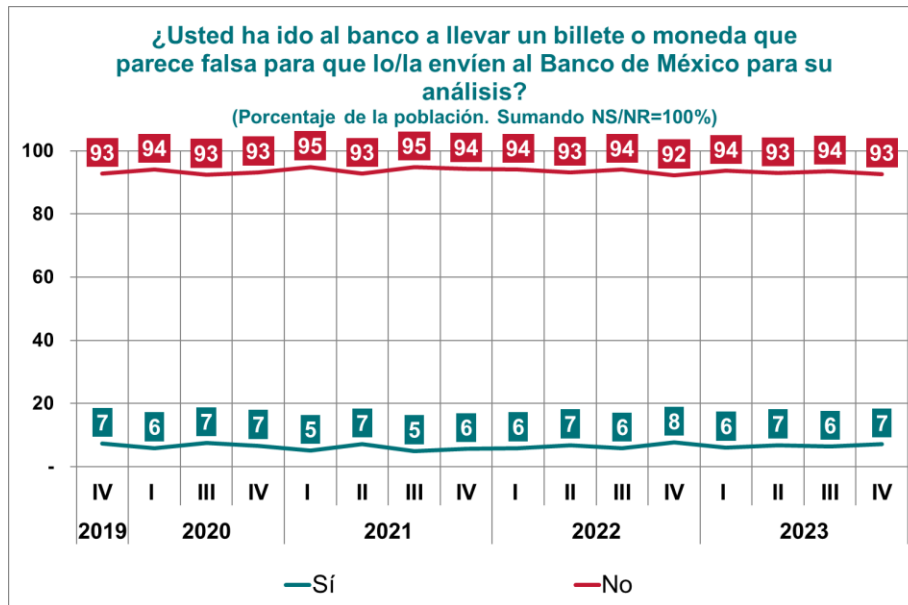
Gráfica 18



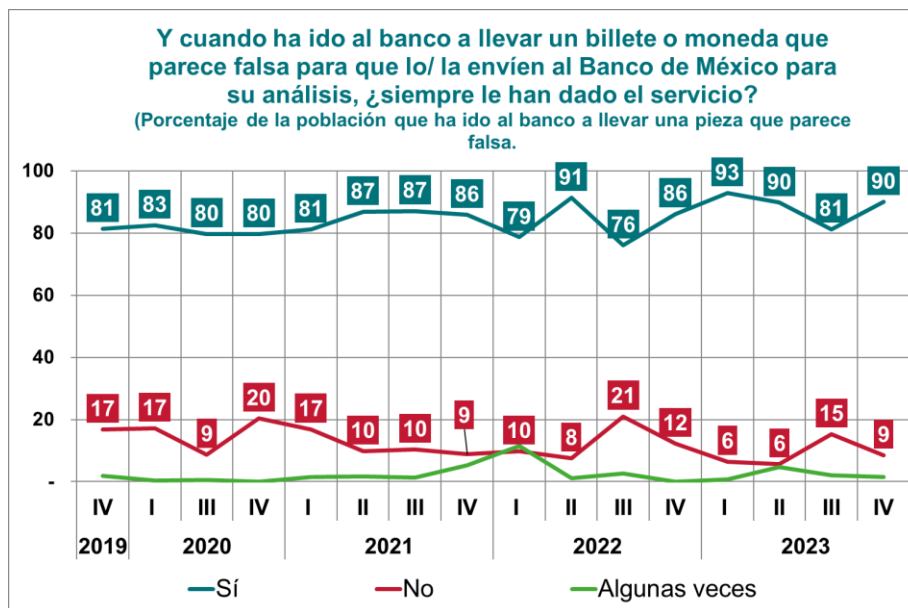
Uso Público

Información de acceso público.

Gráfica 19



Gráfica 20

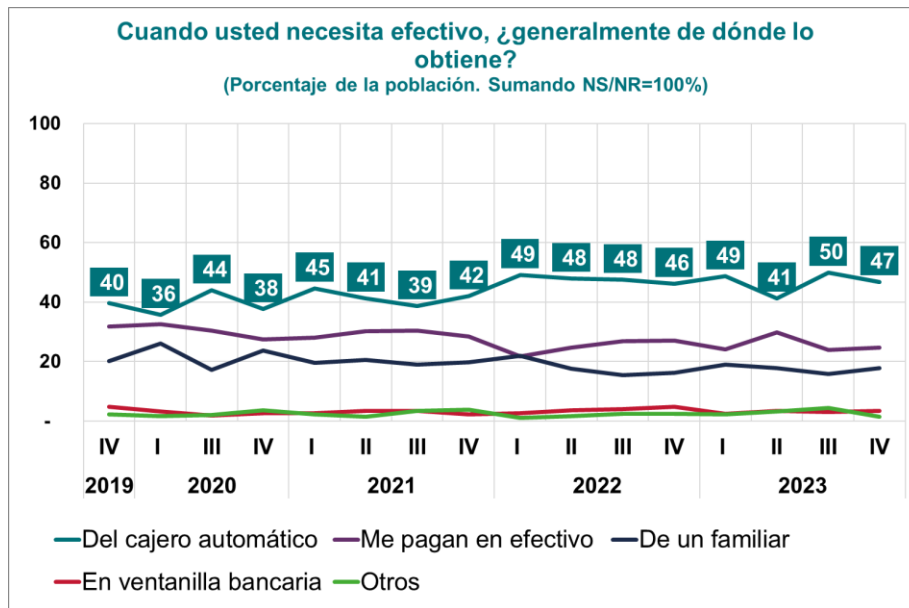


Uso Público

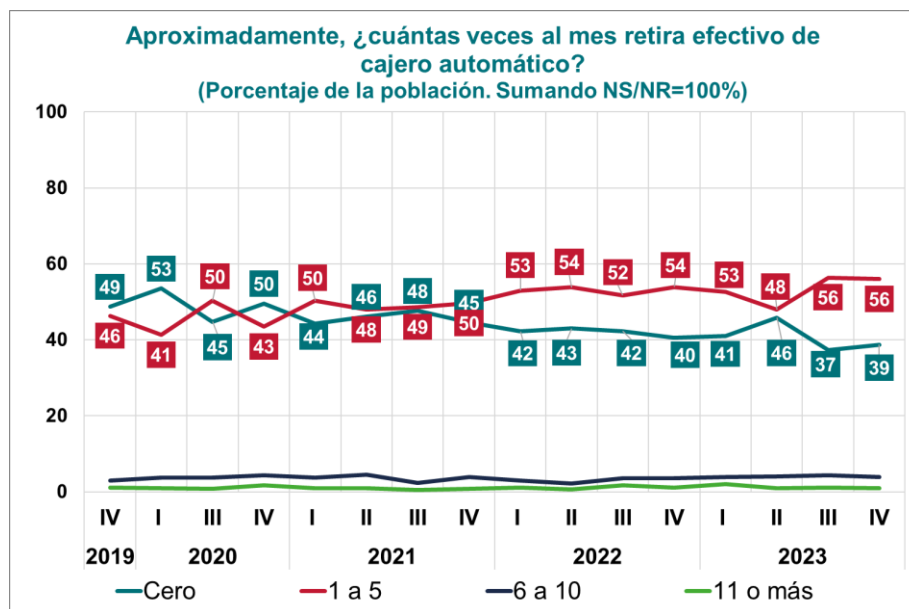
Información de acceso público.

Cajeros, ventanillas y otros

Gráfica 21



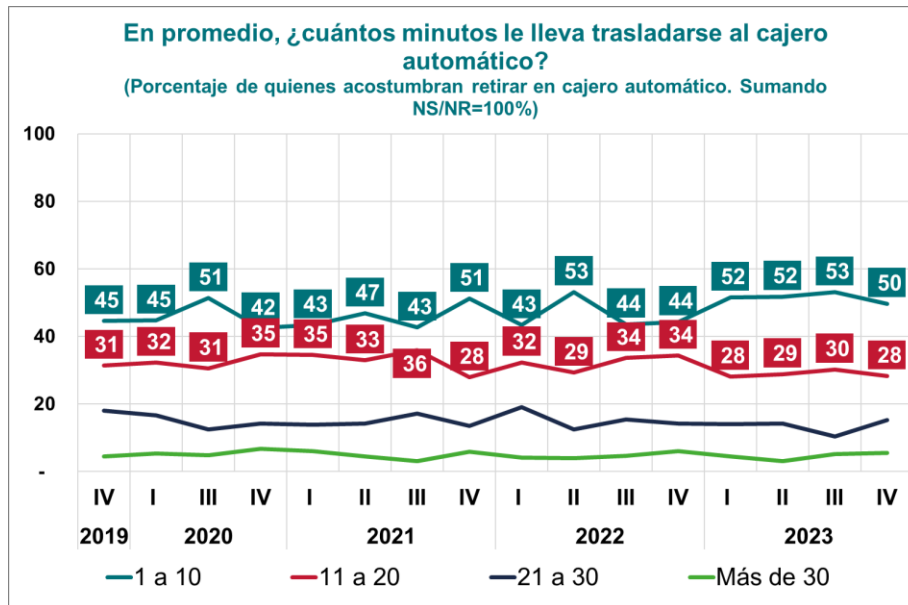
Gráfica 22



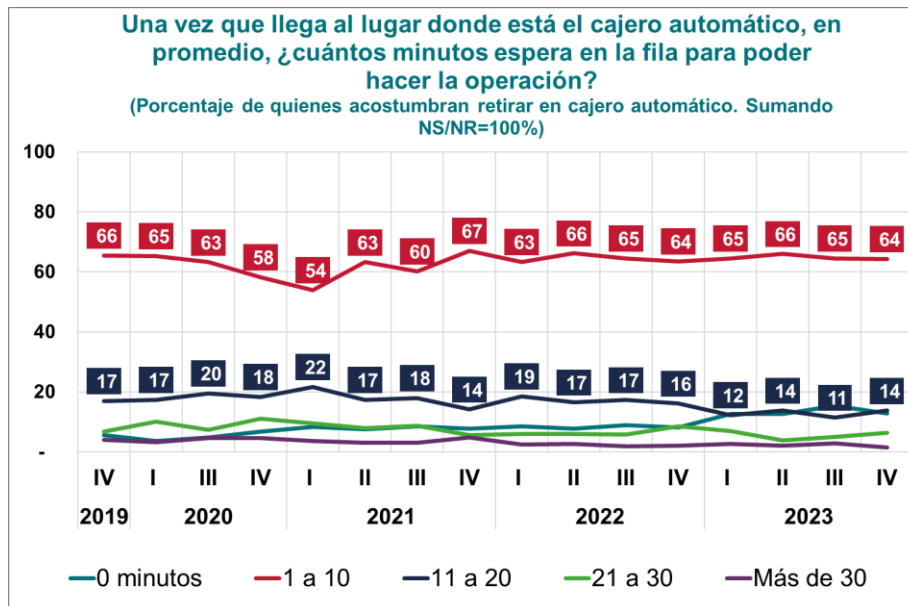
Uso Público

Información de acceso público.

Gráfica 23



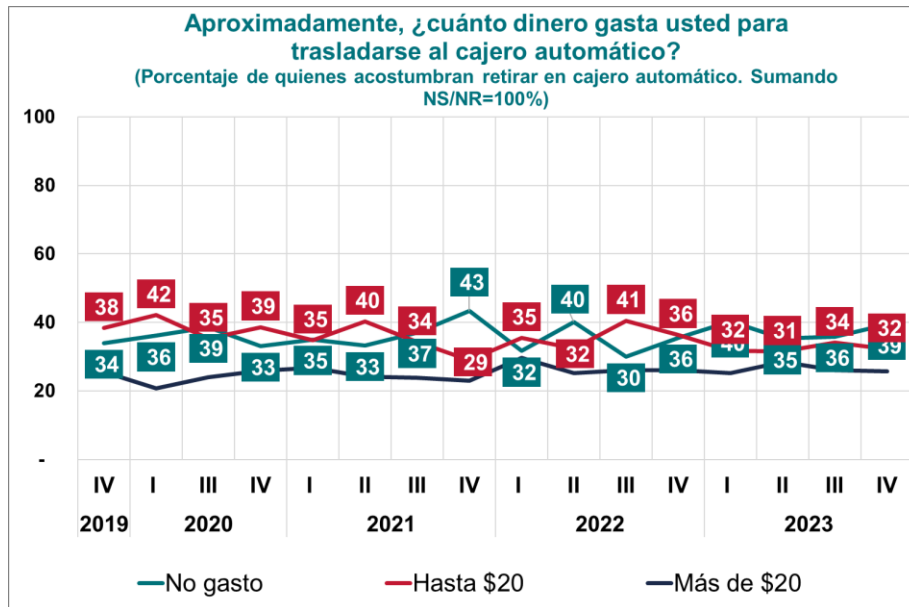
Gráfica 24



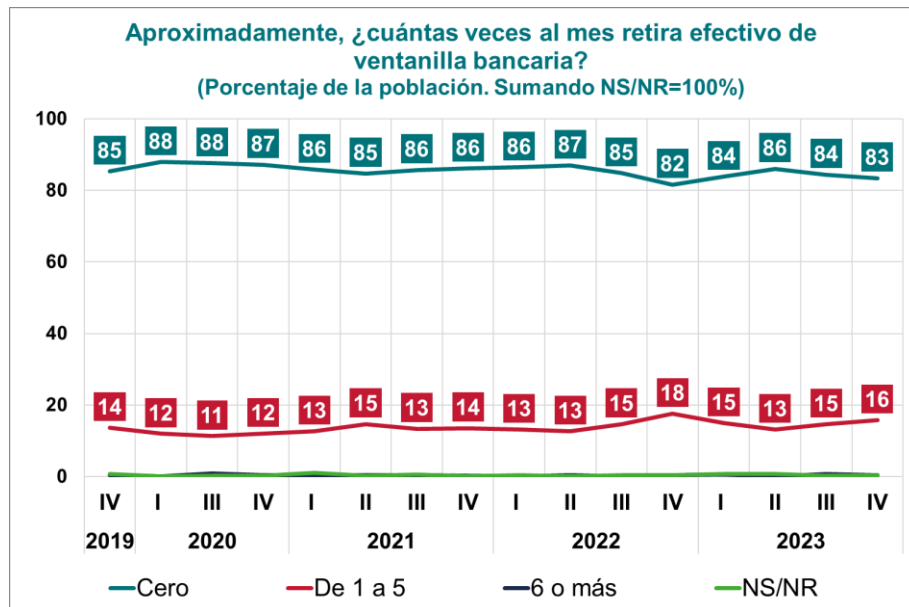
Uso Público

Información de acceso público.

Gráfica 25



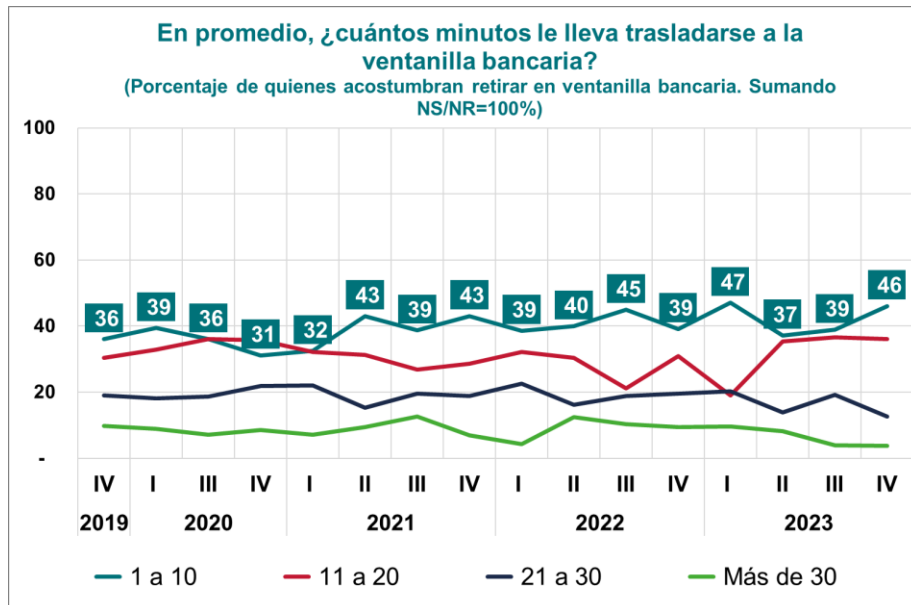
Gráfica 26



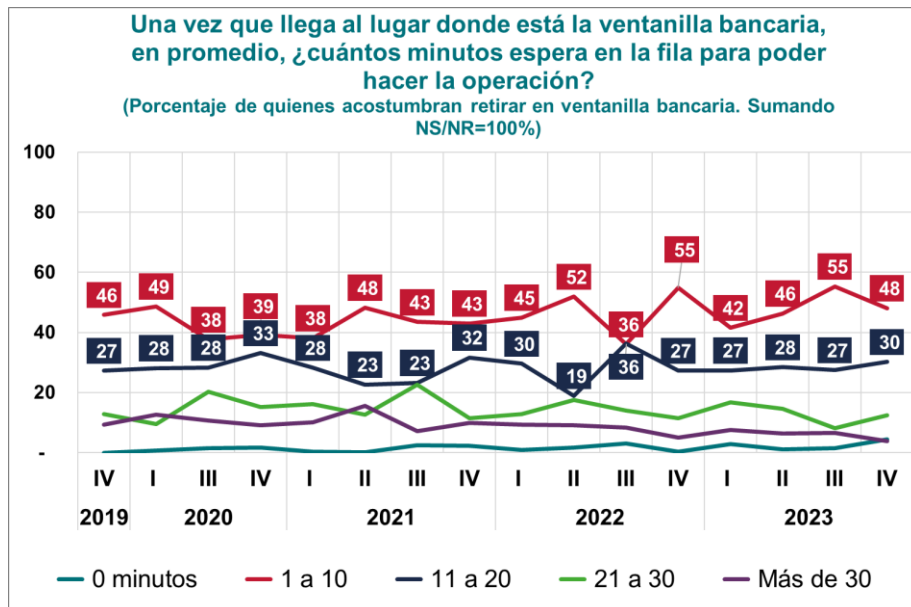
Uso Público

Información de acceso público.

Gráfica 27



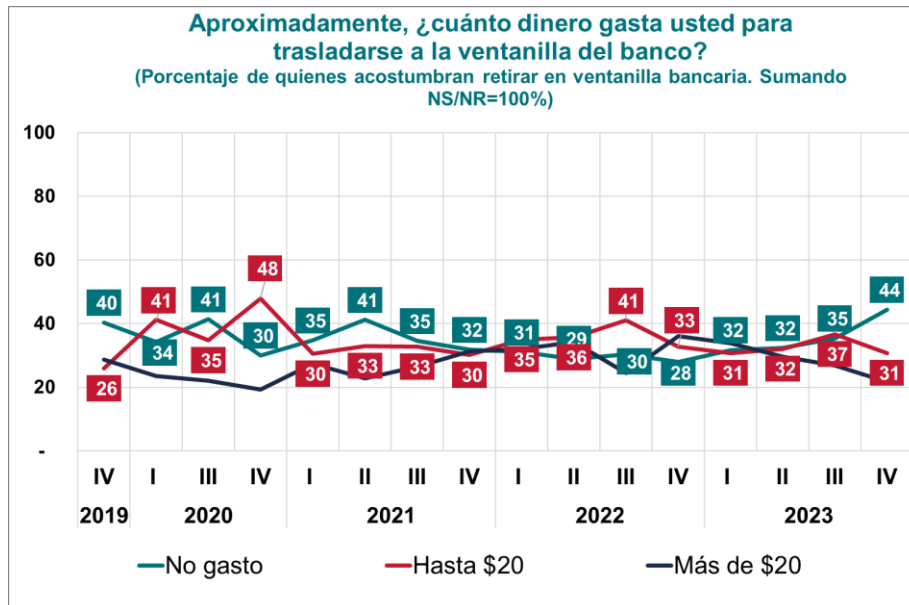
Gráfica 28



Uso Público

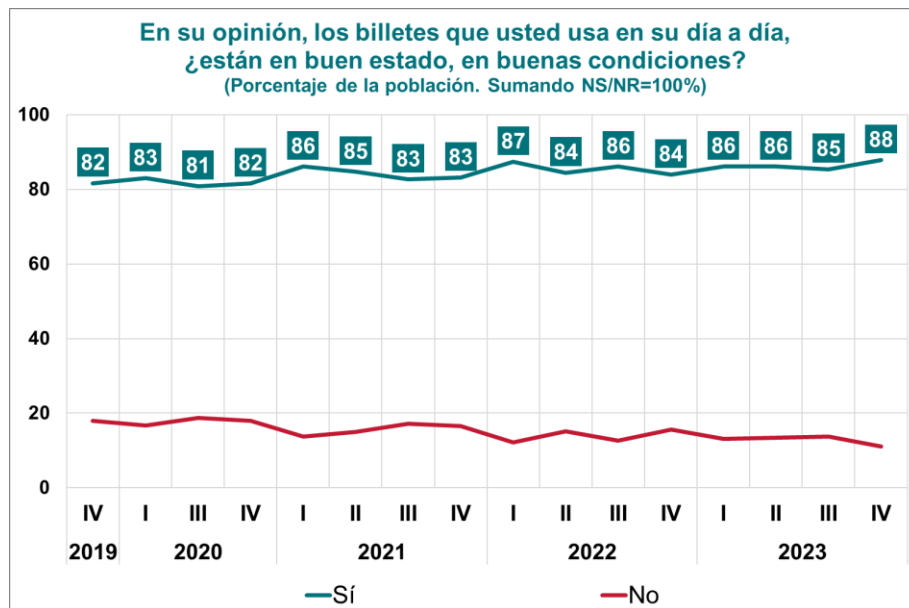
Información de acceso público.

Gráfica 29



Estado físico de los billetes y monedas y desinfección de billetes

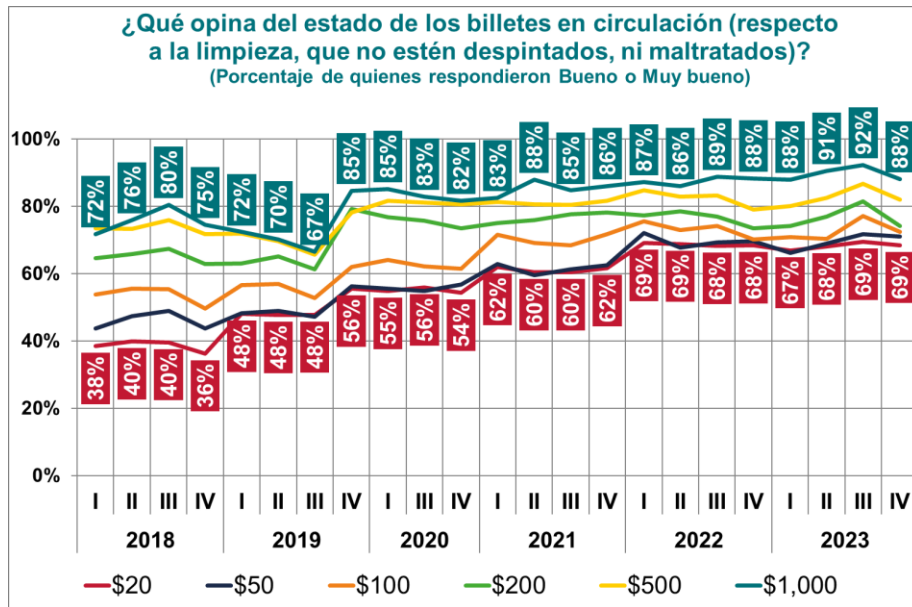
Gráfica 30



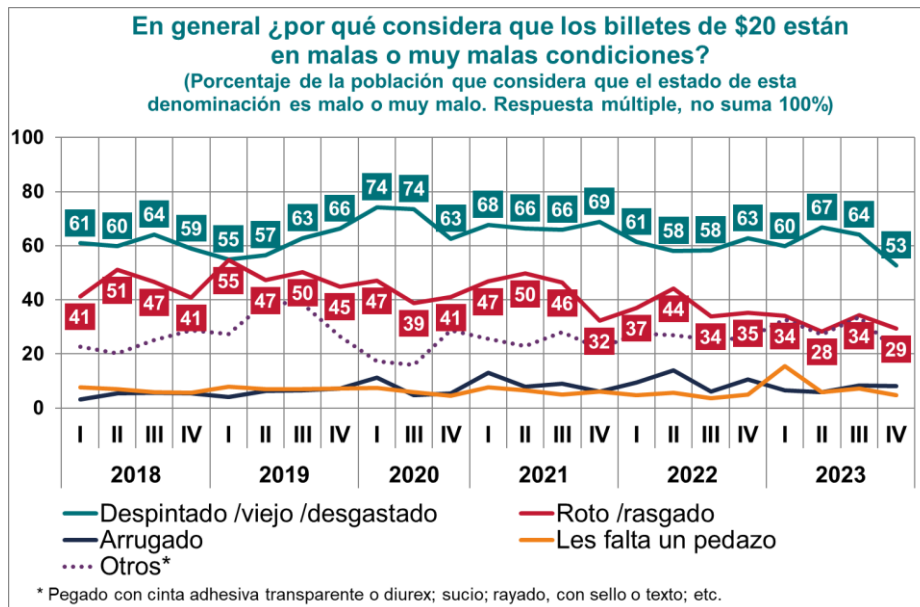
Uso Público

Información de acceso público.

Gráfica 31

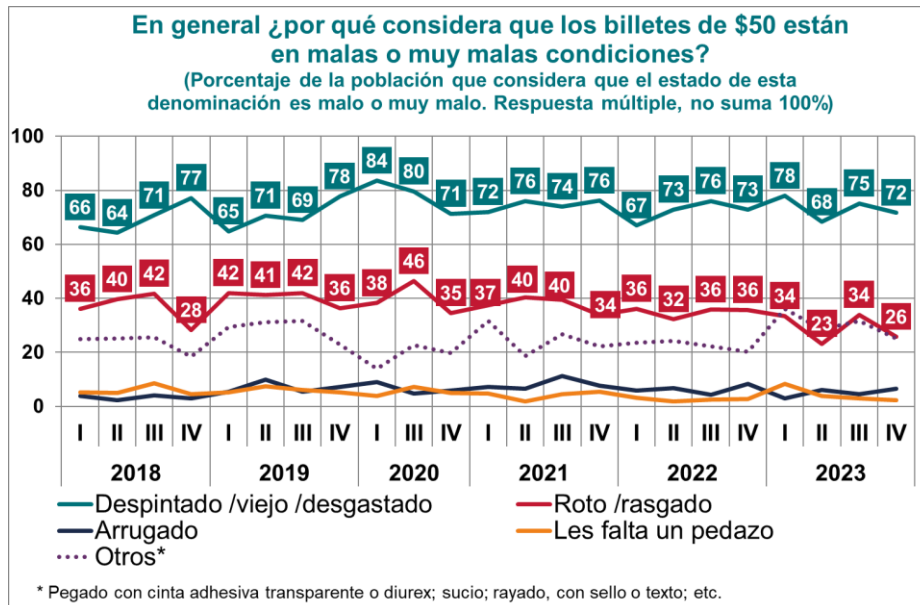


Gráfica 32

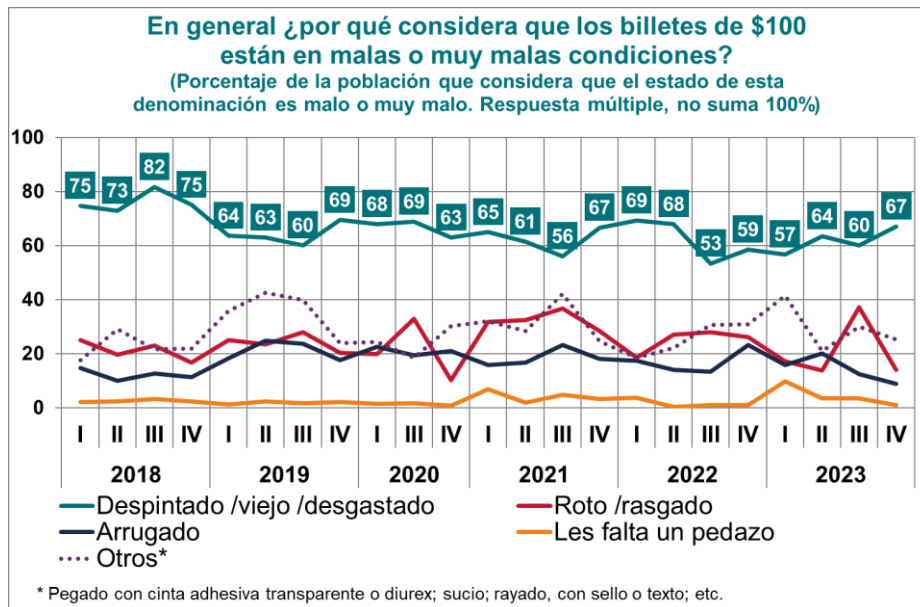


Uso Público

Gráfica 33



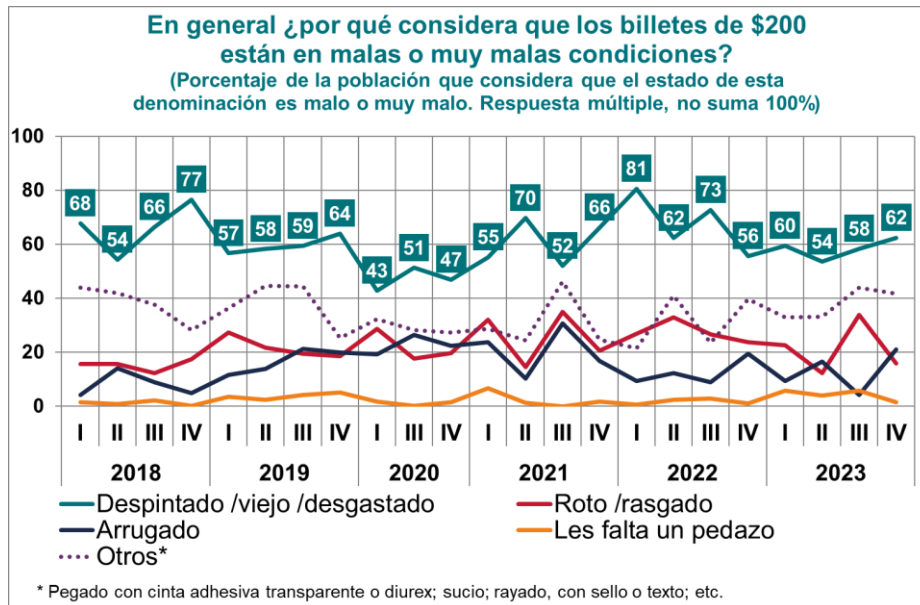
Gráfica 34



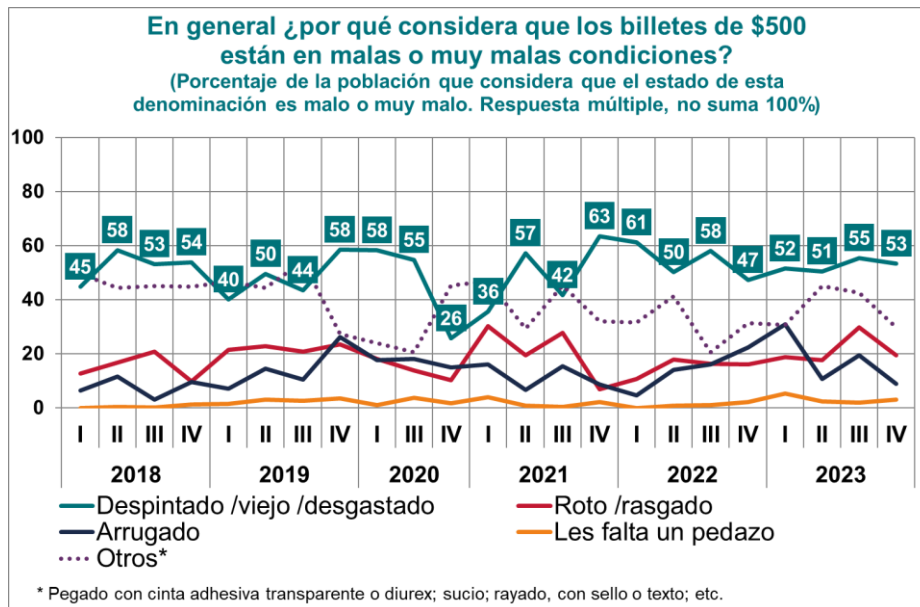
Uso Público

Información de acceso público.

Gráfica 35



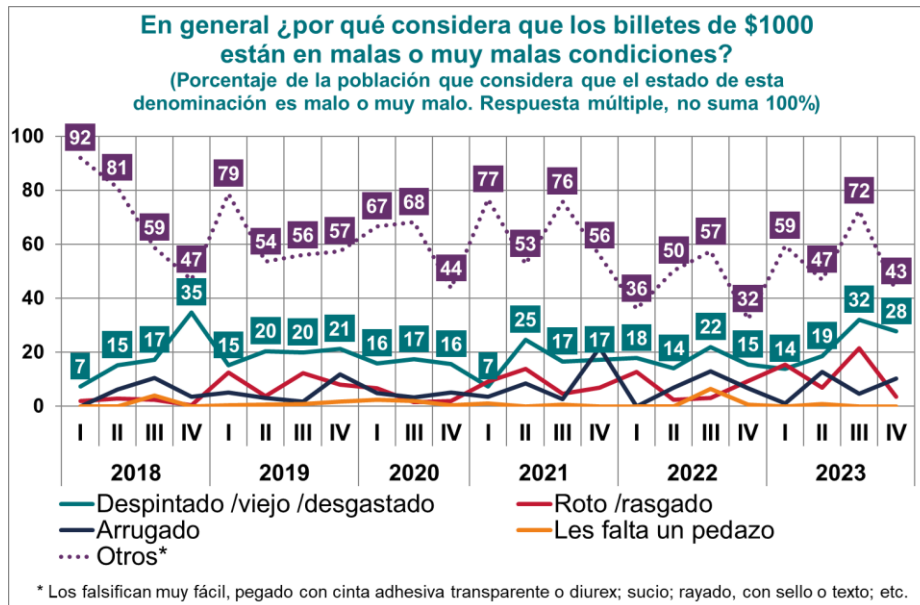
Gráfica 36



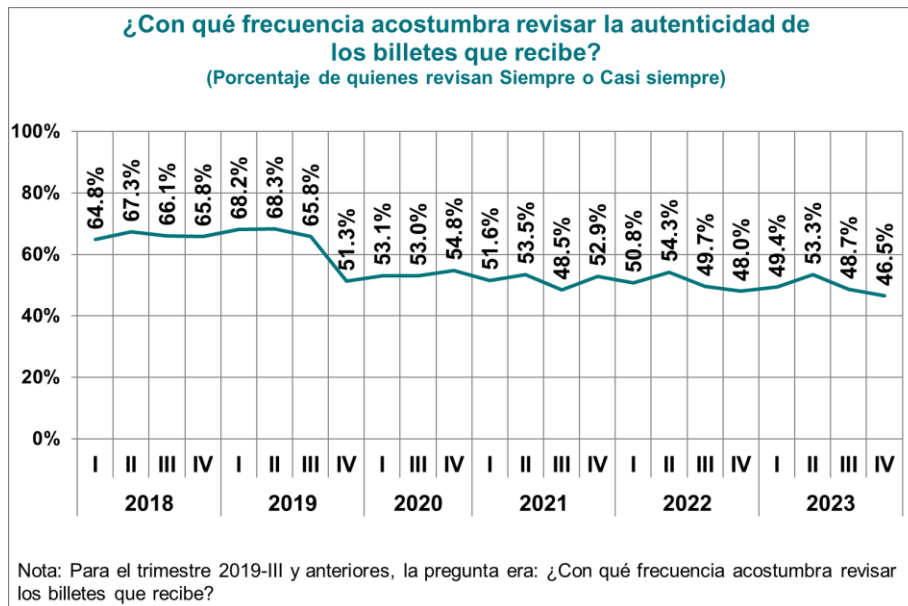
Uso Público

Información de acceso público.

Gráfica 37



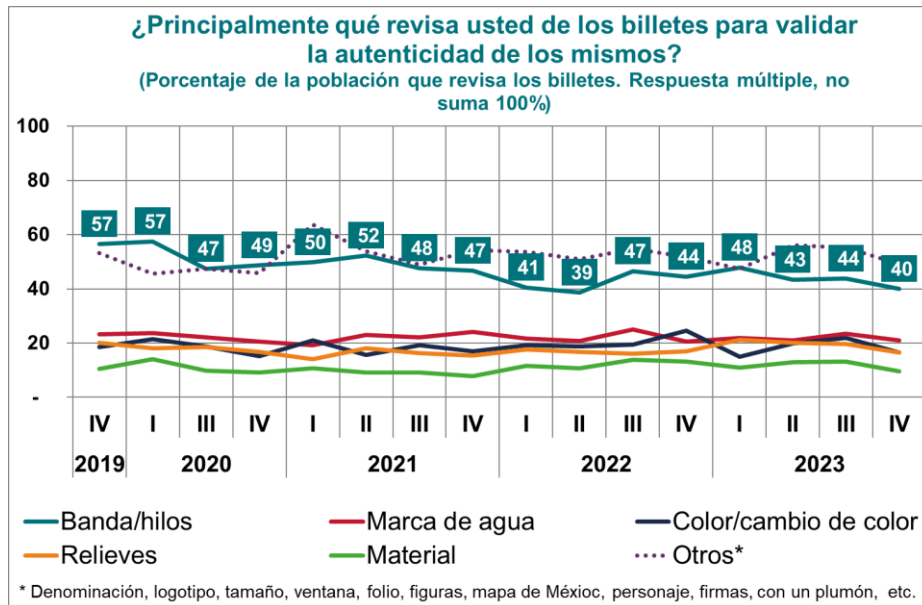
Gráfica 38



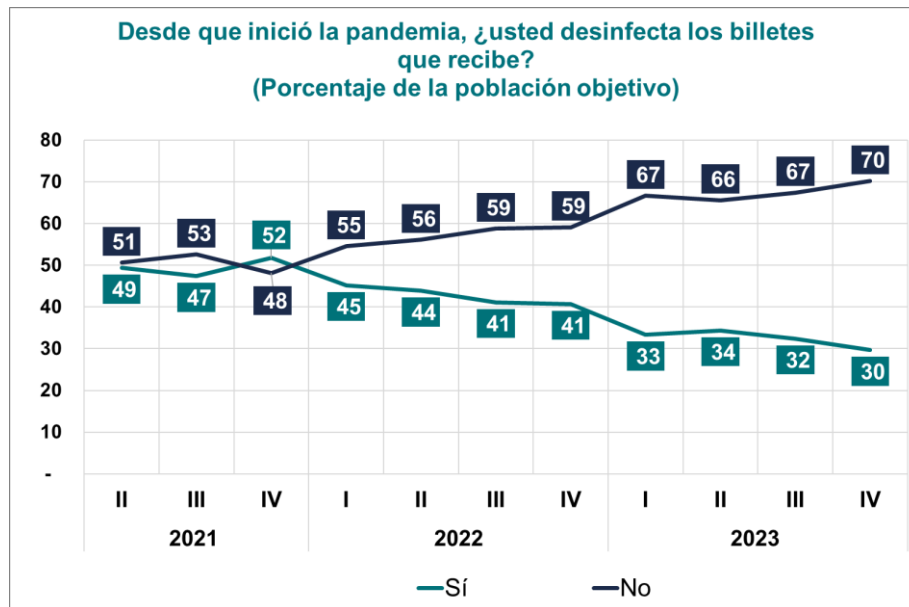
Uso Público

Información de acceso público.

Gráfica 39



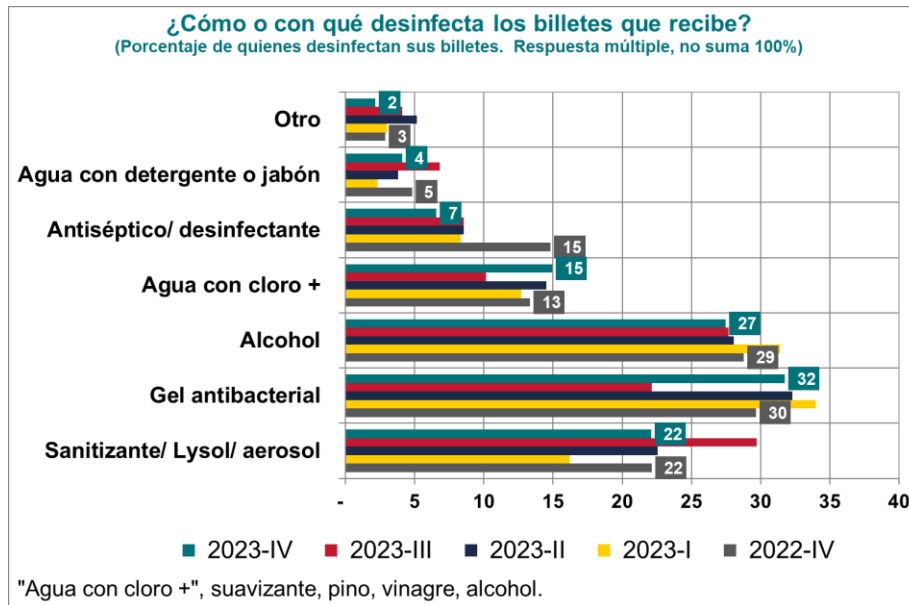
Gráfica 40



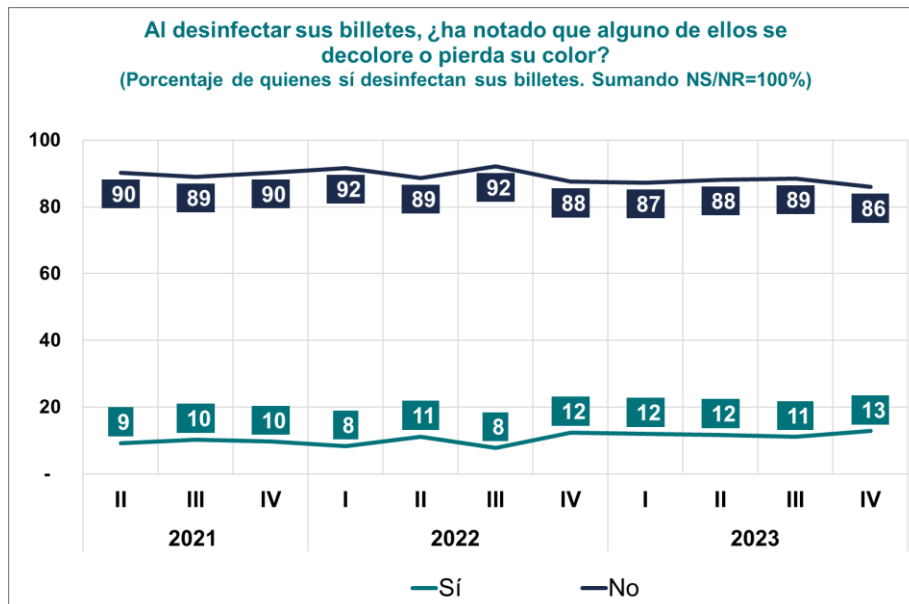
Uso Público

Información de acceso público.

Gráfica 41



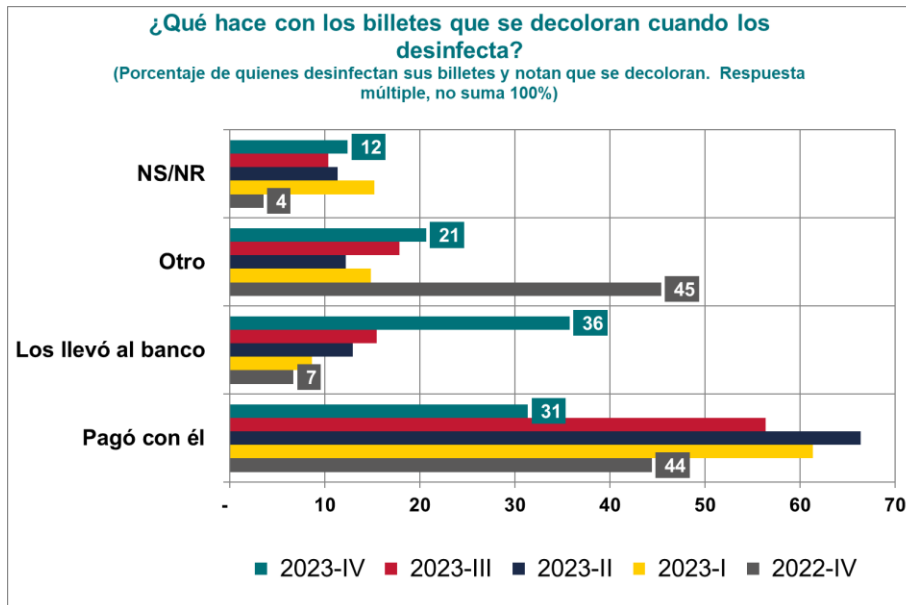
Gráfica 42



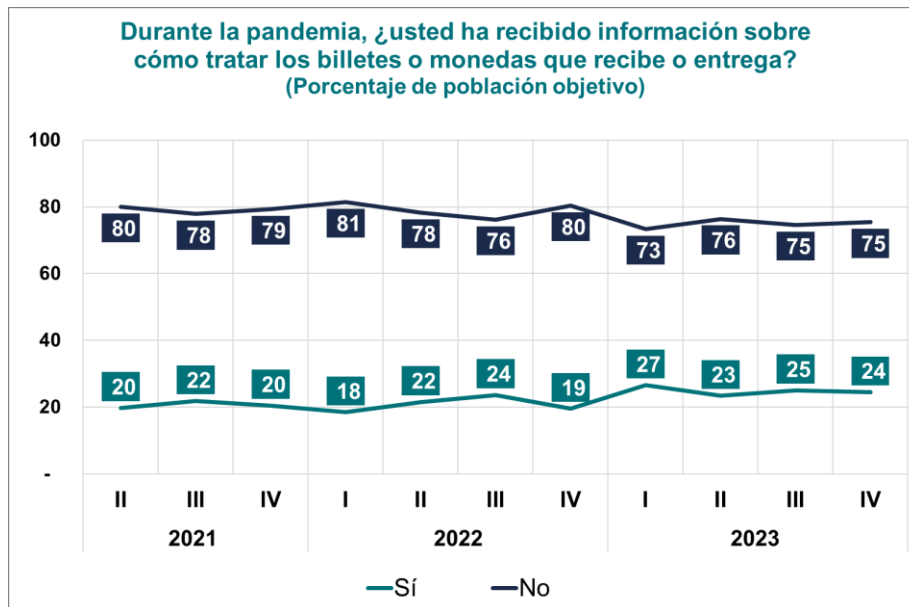
Uso Público

Información de acceso público.

Gráfica 43



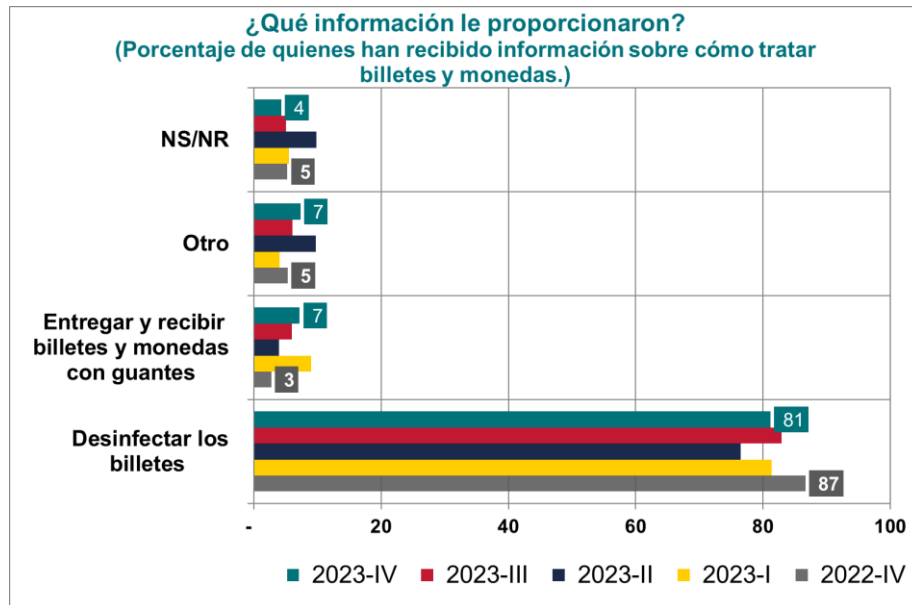
Gráfica 44



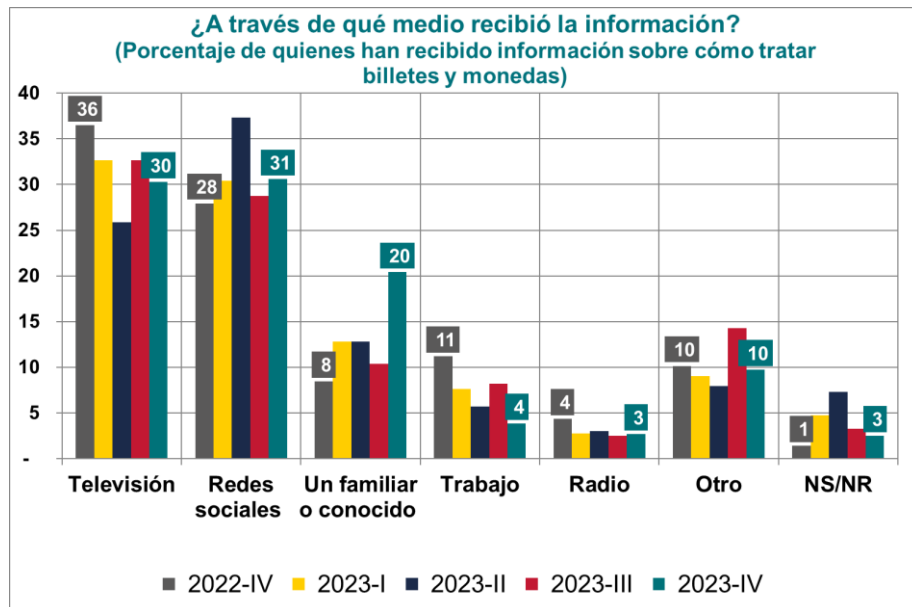
Uso Público

Información de acceso público.

Gráfica 45



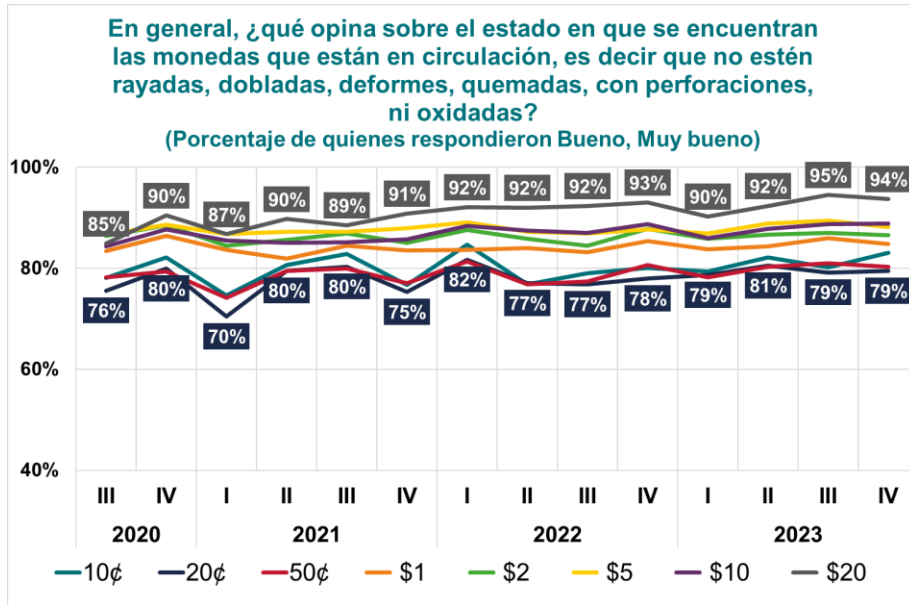
Gráfica 46



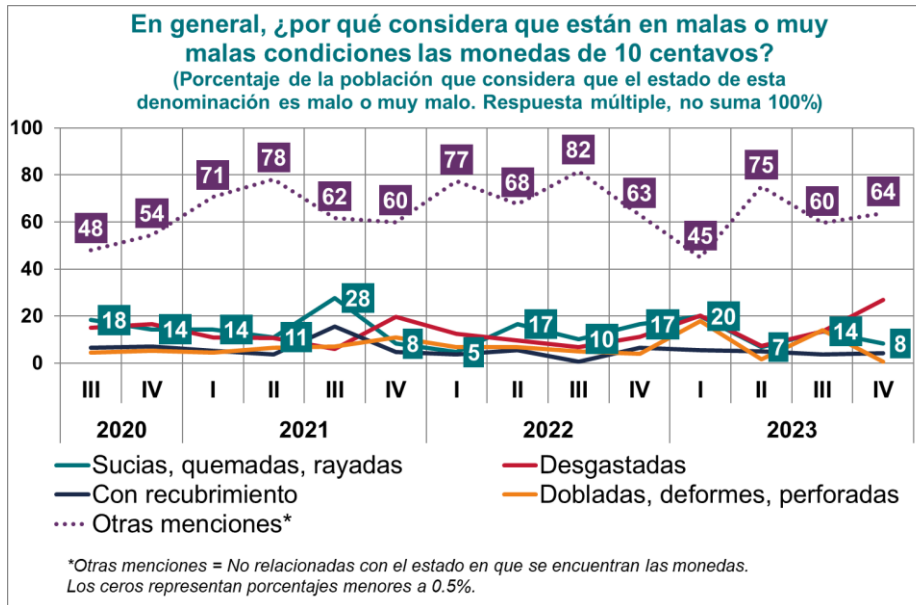
Uso Público

Información de acceso público.

Gráfica 47



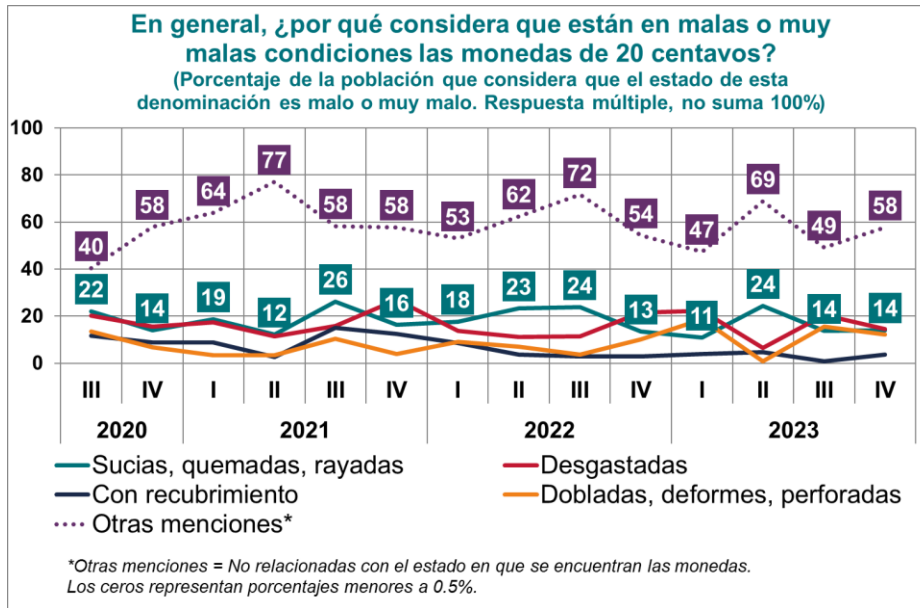
Gráfica 48



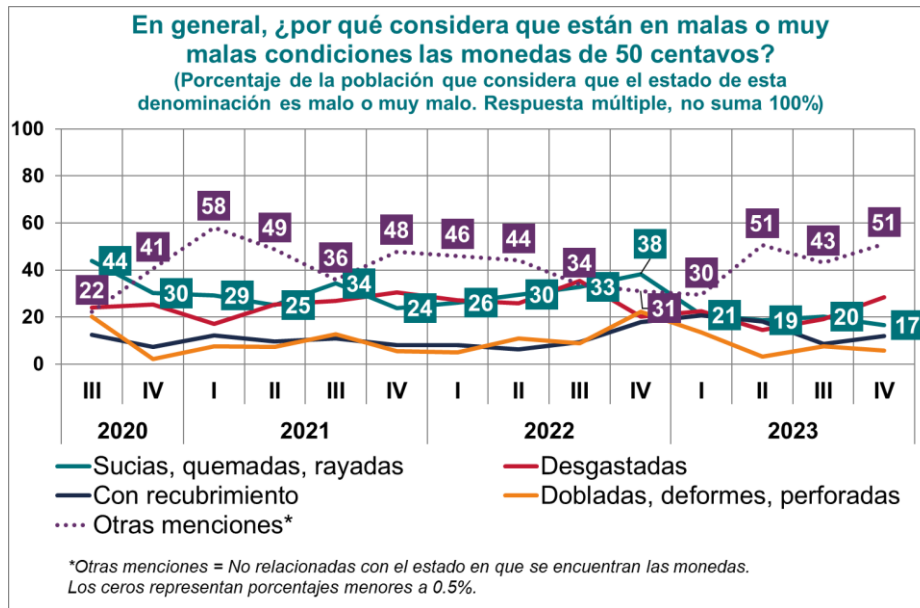
Uso Público

Información de acceso público.

Gráfica 49



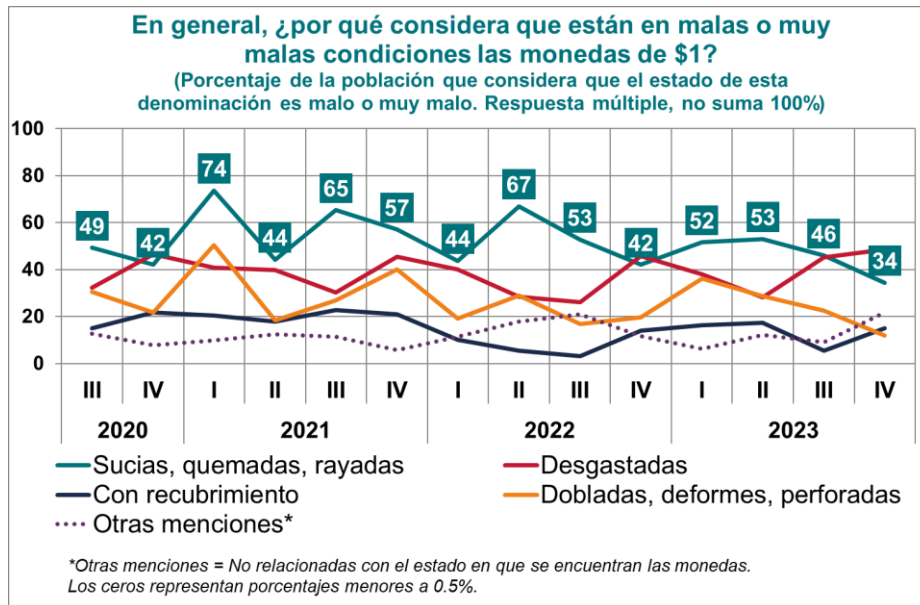
Gráfica 50



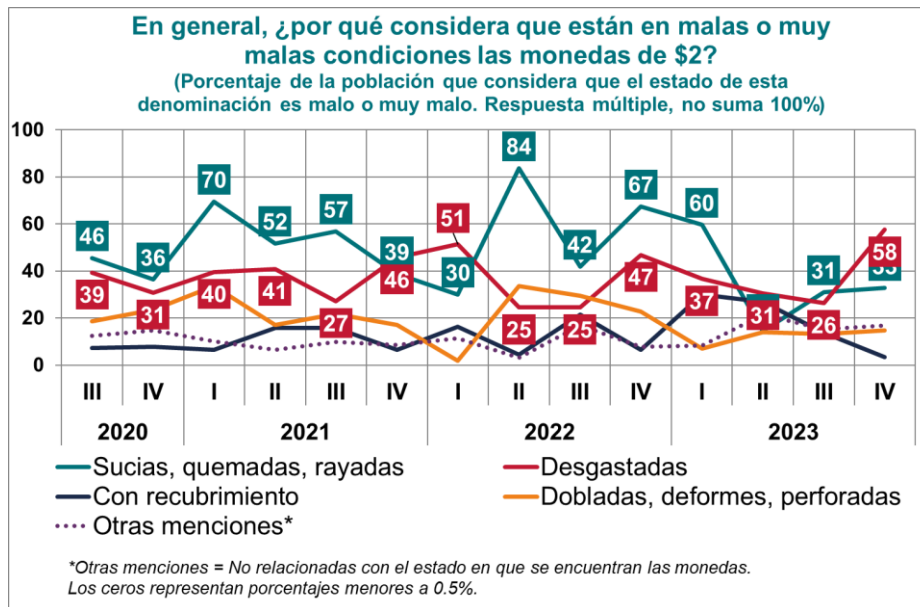
Uso Público

Información de acceso público.

Gráfica 51



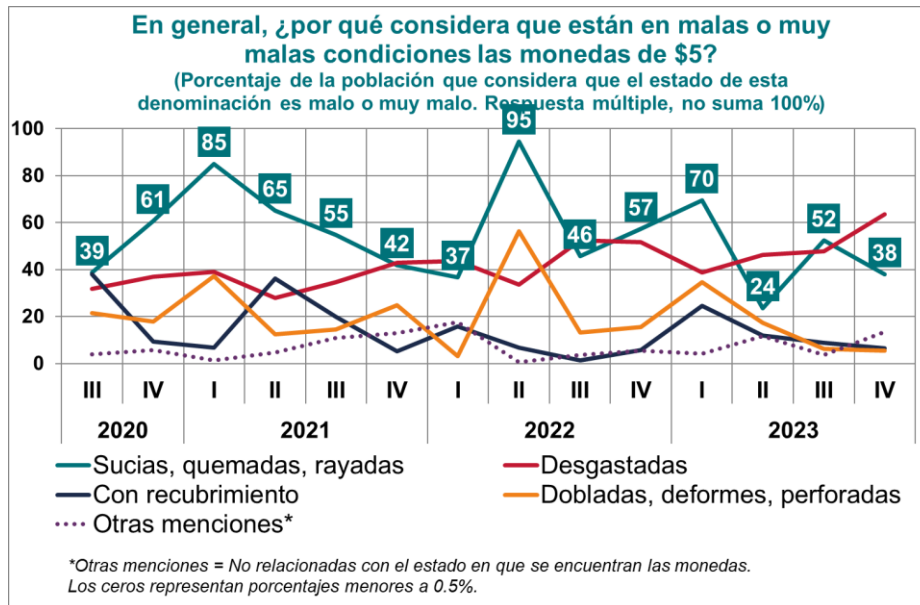
Gráfica 52



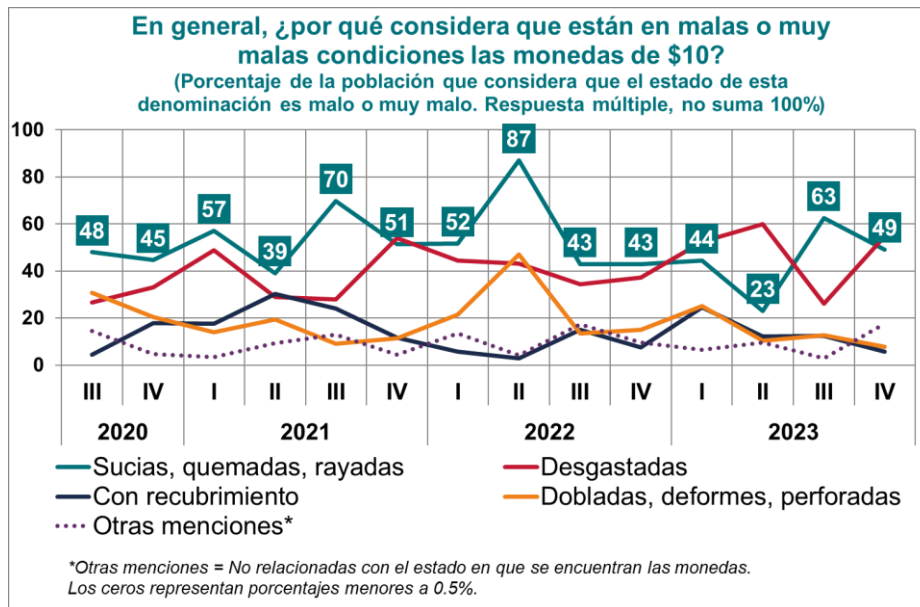
Uso Público

Información de acceso público.

Gráfica 53



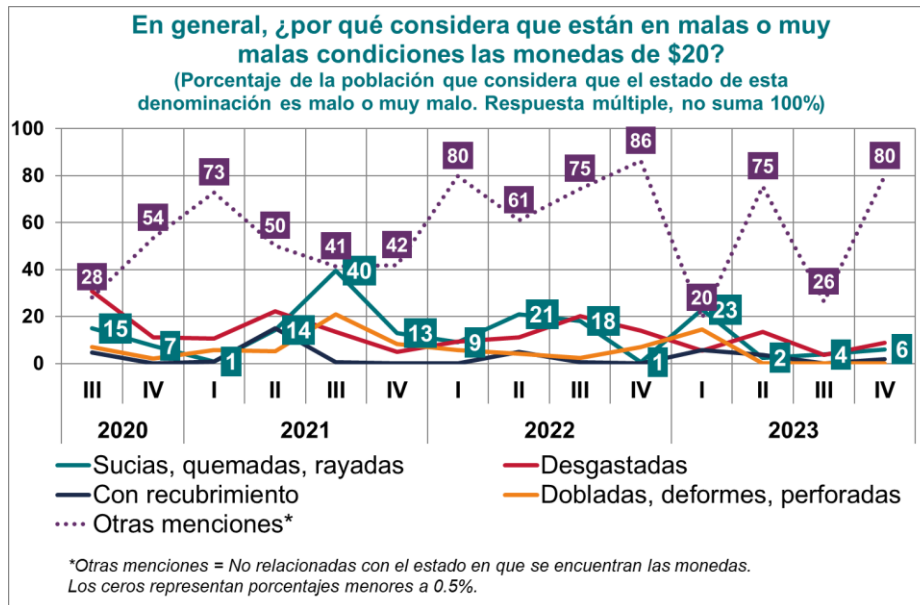
Gráfica 54



Uso Público

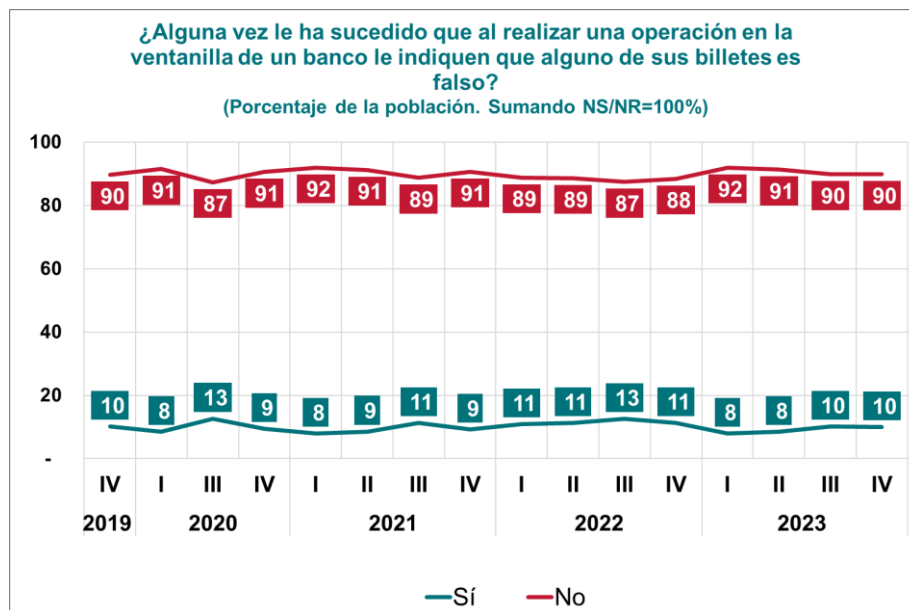
Información de acceso público.

Gráfica 55



Billetes falsos y elementos de seguridad

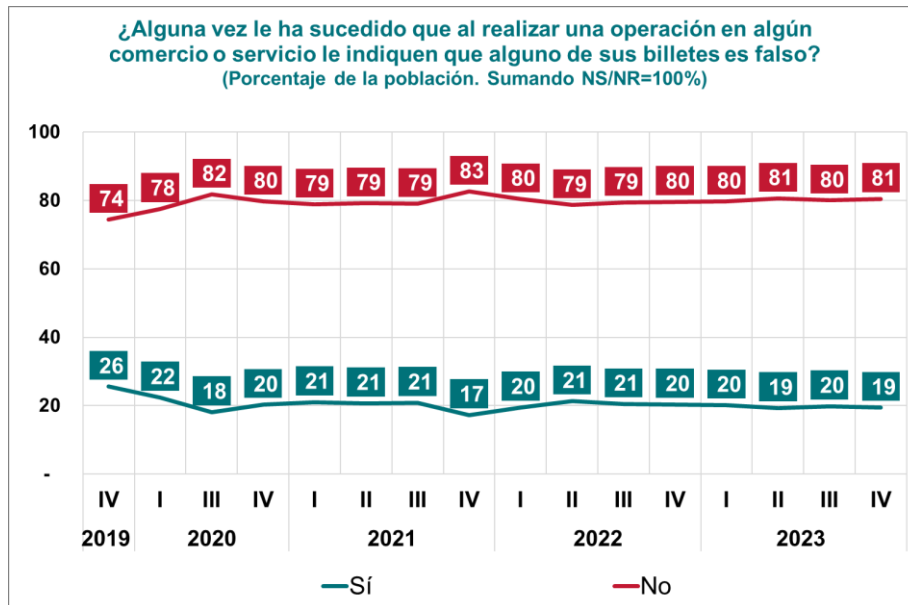
Gráfica 56



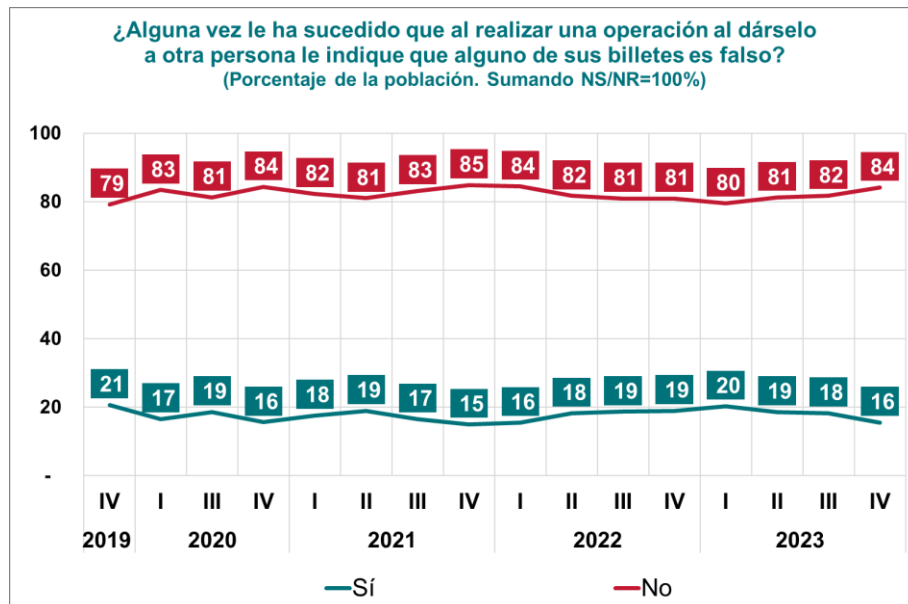
Uso Público

Información de acceso público.

Gráfica 57



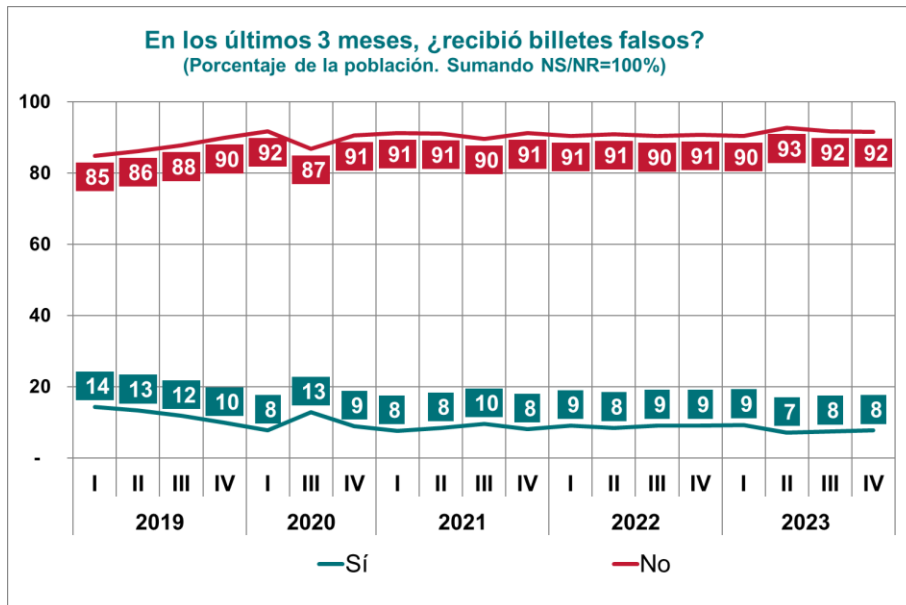
Gráfica 58



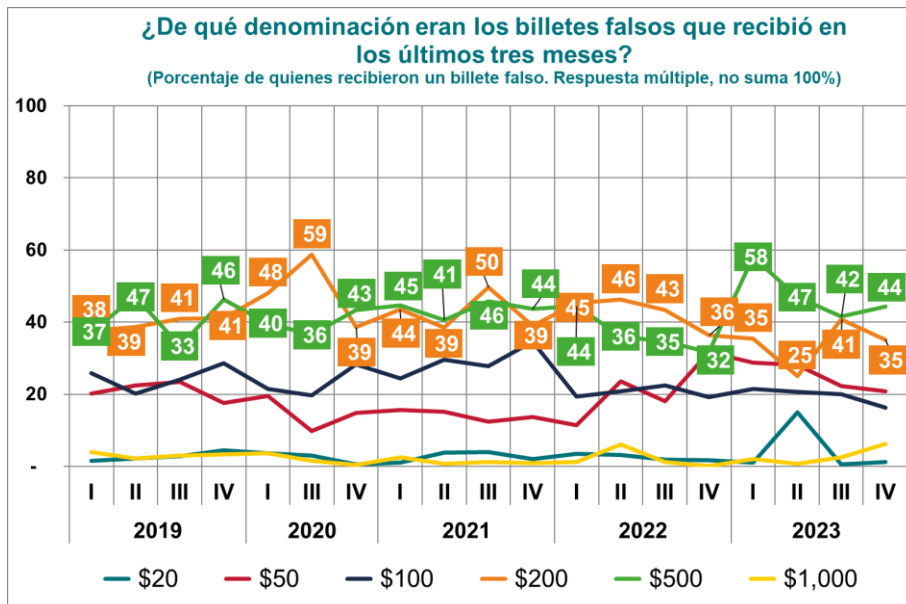
Uso Público

Información de acceso público.

Gráfica 59



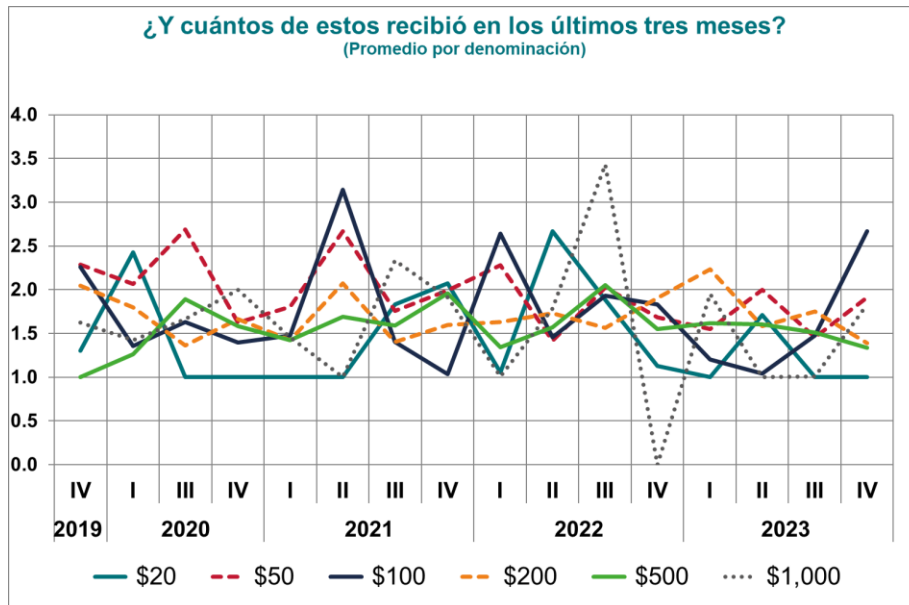
Gráfica 60



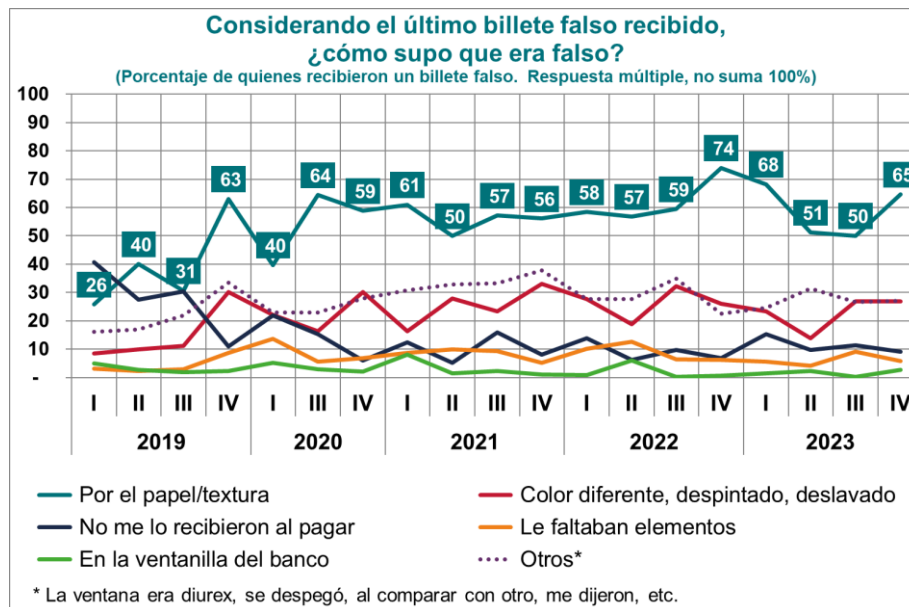
Uso Público

Información de acceso público.

Gráfica 61



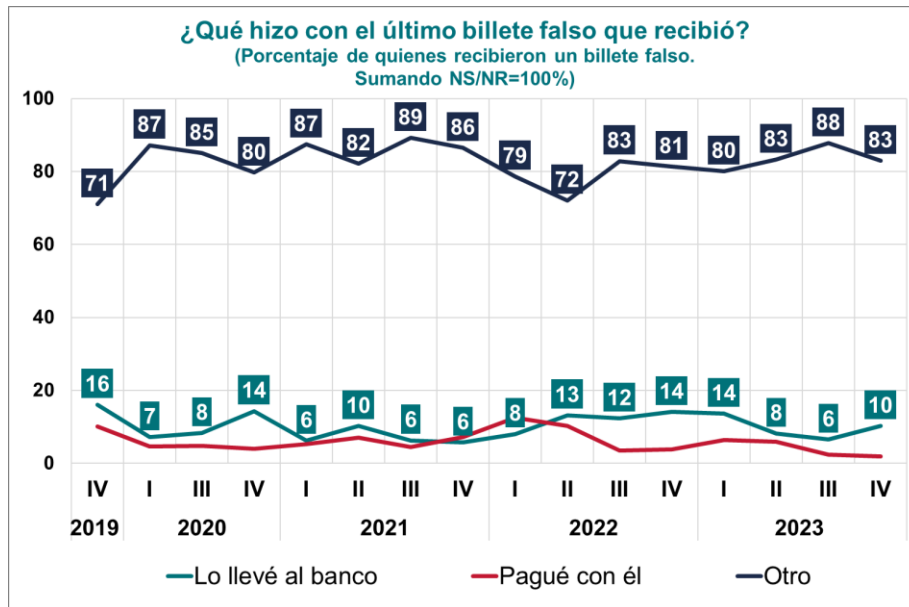
Gráfica 62



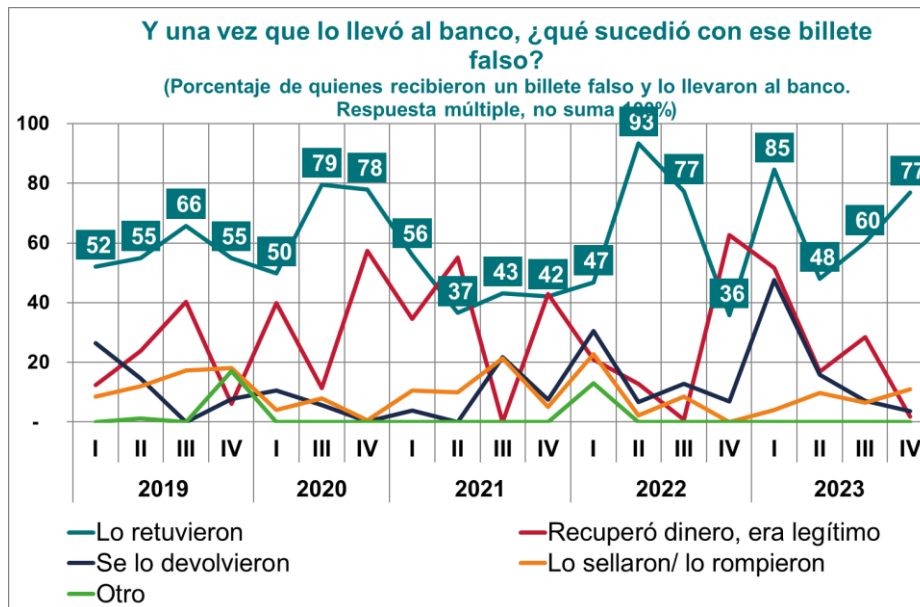
Uso Público

Información de acceso público.

Gráfica 63



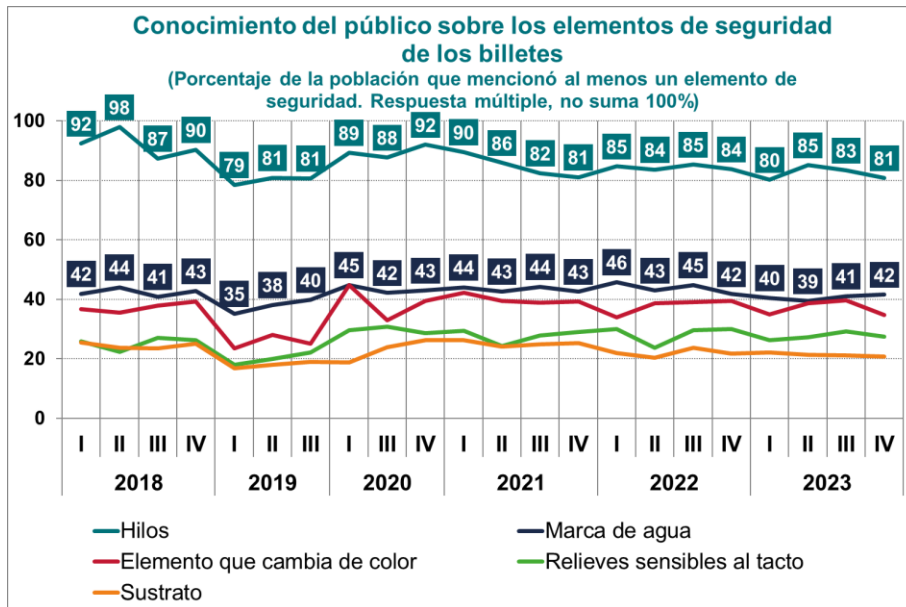
Gráfica 64



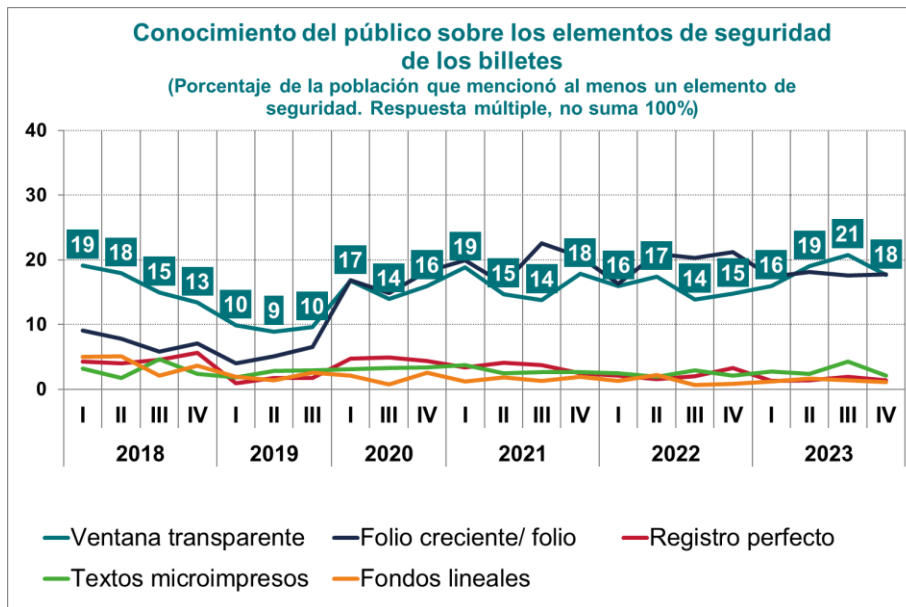
Uso Público

Información de acceso público.

Gráfica 65



Gráfica 66

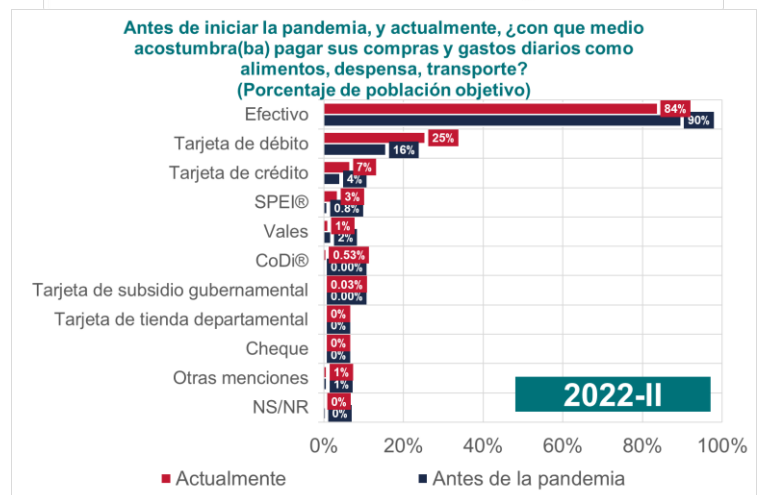
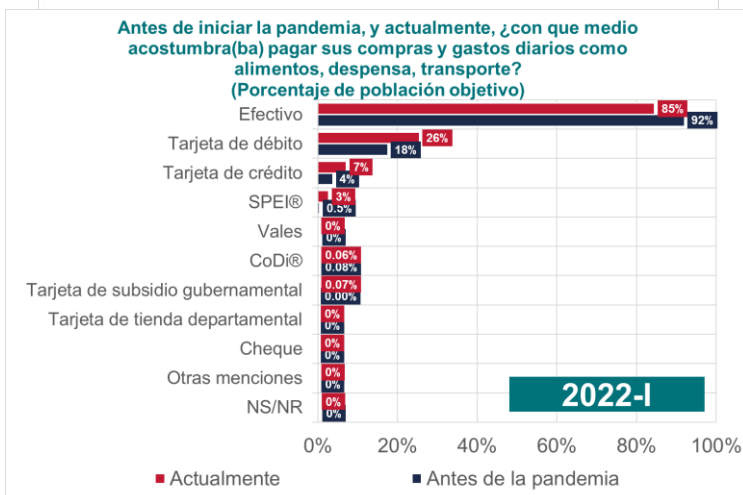
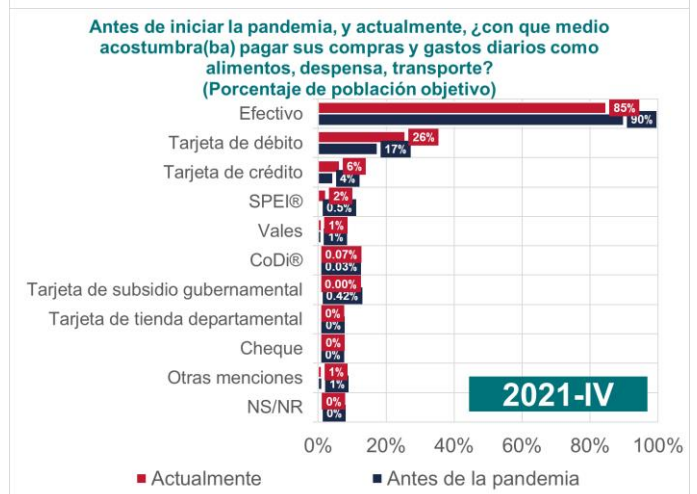
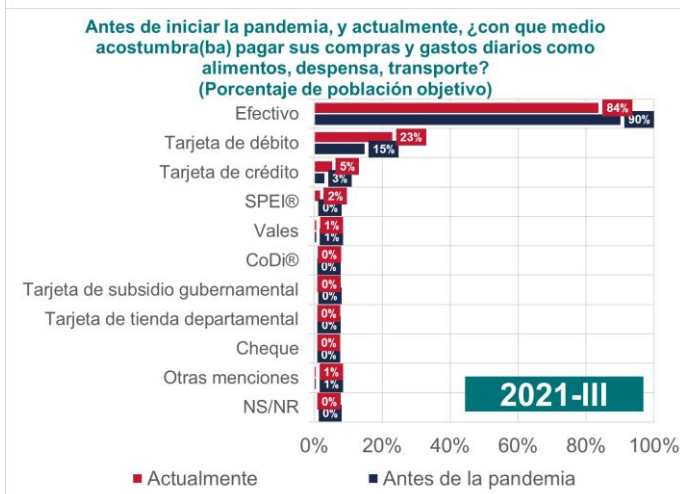
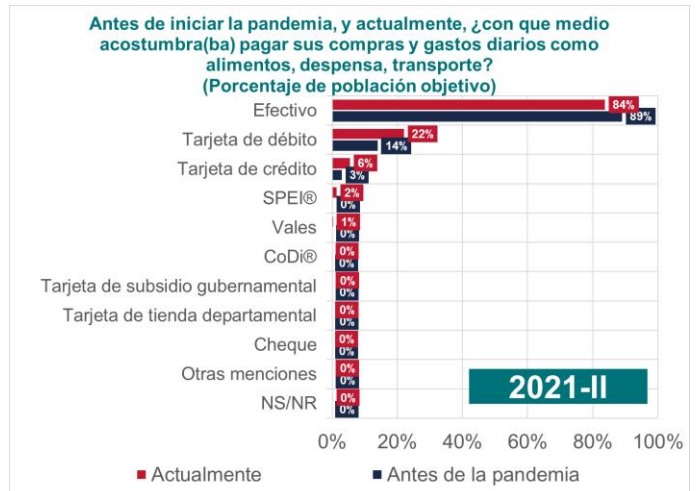


Uso Público

Información de acceso público.

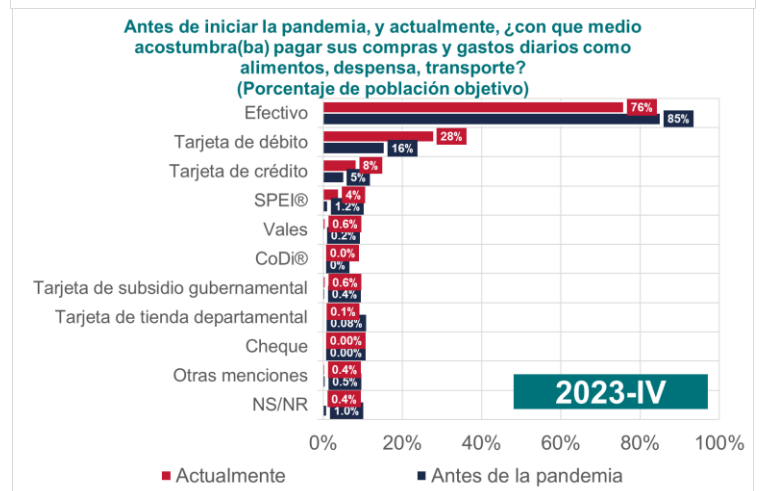
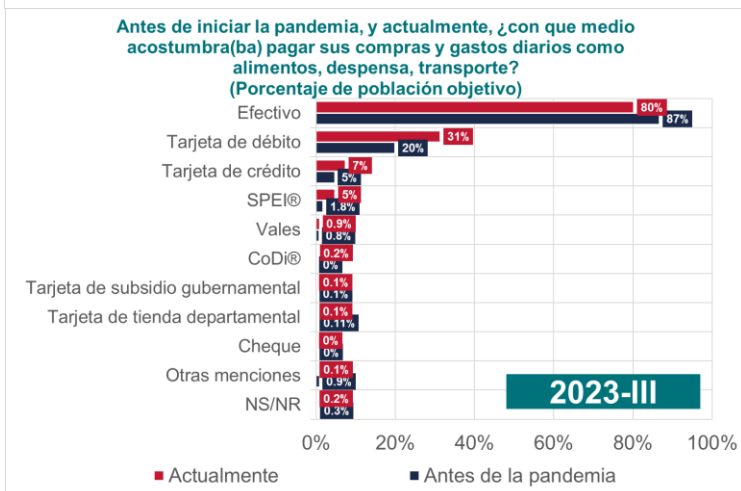
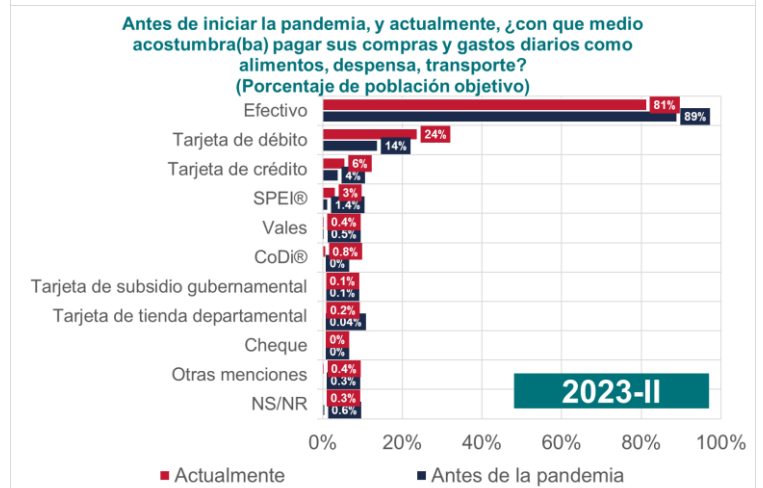
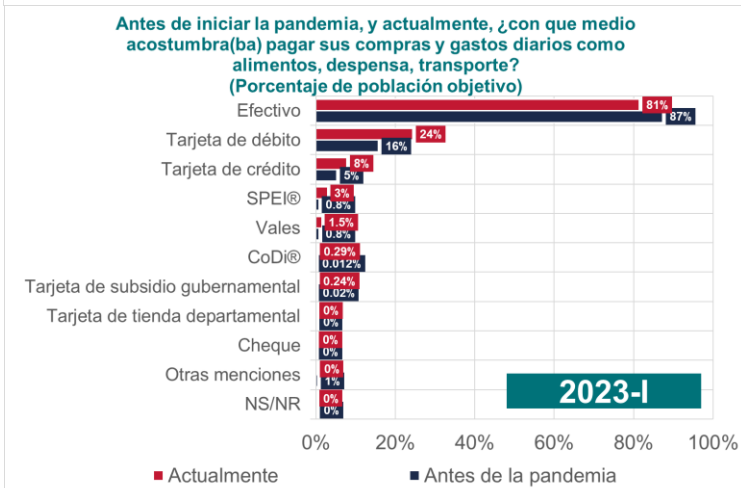
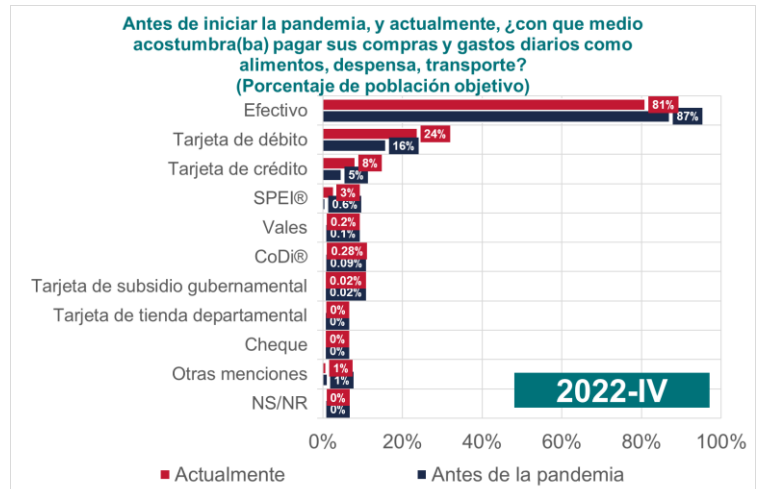
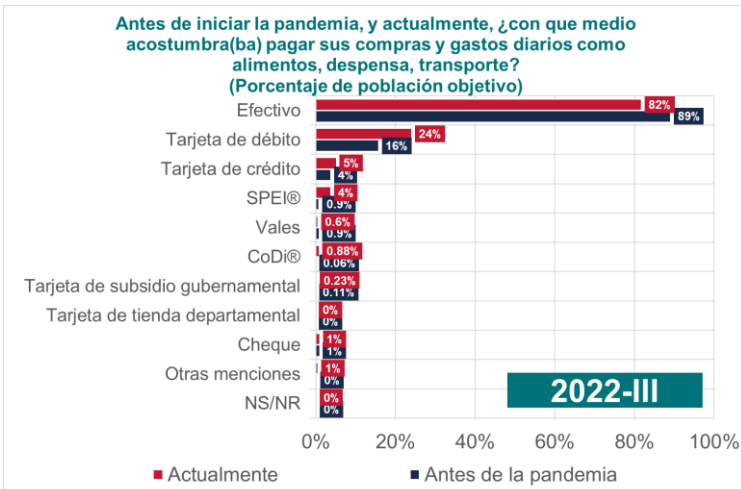
Medios de pago usados durante la pandemia

Gráfica 67



Uso Público

Información de acceso público.



Uso Público

Información de acceso público.



BANCO DE MÉXICO®

www.banxico.org.mx