BANCO DE MÉXICO®

Indicadores de Satisfacción de las Personas Usuarias de Productos y Servicios Financieros 2023

Uso Público

Información de acceso público.

Este reporte se elaboró con la información de las Encuestas de Evaluación de la Satisfacción de las Personas Usuarias de Productos y Servicios Financieros levantadas en el IV trimestre de los años de 2019 a 2023.[1][2]

[1] Las encuestas fueron realizadas en México entre personas usuarias de servicios financieros, se realizaron directamente en el hogar de la gente entrevistada y tuvieron representatividad a nivel nacional; fueron levantadas entre personas adultas usuarias de servicios financieros que residen en poblaciones con más de 50 mil habitantes. El número de observaciones de cada encuesta, así como la representatividad obtenida por estas para cada periodo fue el siguiente: 2,072 observaciones en 2019 (con representatividad de 34,046,844 personas), 2,075 observaciones en 2020 (con representatividad de 36,571,836 personas), 2,071 observaciones en 2021 (con representatividad de 36,385,384 personas), 2,060 observaciones en 2022 (con representatividad de 37,020,804 personas) y 2,070 observaciones en 2023 (con representatividad de 37,667,320 personas). Se incluye más información en el apéndice metodológico.

[2] Es posible consultar los microdatos utilizados en este reporte y de años anteriores a través de la siguiente dirección: https://www.banxico.org.mx/publicaciones-y-prensa/indicadores-de-satisfaccion-de-los-usuarios-de-ser/servicios-financieros-satis.html

Uso Público

Información de acceso público.

CONTENIDO

1. Introducción 5

2. Metodología 5

2.1 Diseño y levantamiento de las encuestas 5

2.2 Construcción de indicadores 6

3. Indicadores de satisfacción para grupos poblacionales 8

3.1 Indicadores agregados de satisfacción para el total de personas usuarias 9

3.2 Indicadores de satisfacción para diversos grupos poblacionales 10

3.2.1 Indicadores de satisfacción por grupo de edad 11

3.2.2 Indicadores de satisfacción por género 12

3.2.3 Indicadores de satisfacción para personas usuarias de diferente nivel educativo 14

3.2.4 Indicadores de satisfacción por nivel socioeconómico 16

4. Indicadores de satisfacción por tipo de producto o servicio financiero 18

4.1 Indicadores principales por tipo de producto o servicio financiero 18

4.2 Porcentaje de personas usuarias satisfechas 18

4.3 Porcentaje de personas usuarias promotoras 20

4.4 Porcentaje de personas usuarias con problemas 22

4.5 Indicadores de funcionalidad y acceso 23

4.6 Indicadores de costo 25

5. Indicadores de satisfacción adicionales 27

5.1 Indicadores de satisfacción para personas usuarias identificadas como posiblemente vulnerables 27

5.1.1 Personas usuarias de 60 años o más (máximo 70 años) 28

5.1.2 Personas usuarias sin acceso a internet 30

5.1.3 Personas usuarias en situación de vulnerabilidad financiera 32

5.2 Educación financiera de las personas usuarias de productos y servicios financieros 33

Uso Público

Información de acceso público.

5.3 Satisfacción de acuerdo al uso de medios informales de ahorro y crédito 35

5.4 Razón de apertura de cuenta 35

5.5 Satisfacción de acuerdo al comportamiento de pago de las personas usuarias de servicios de crédito 36

5.7 Confianza en autoridades 38

5.8 Llamadas telefónicas 39

6. Facilidad en el uso de canales de atención, servicio y medios de pago 40

7. Apéndice: Información metodológica 43

7.1 Diseño muestral de las encuestas 43

7.2 Metodología de levantamiento 46

7.3 Factores de expansión 46

7.4 Cálculo de indicadores 47

7.4.1 Índices basados en porcentajes 47

7.4.2 Índices basados en promedios 47

Uso Público

Información de acceso público.

1. Introducción

El propósito del presente reporte es proporcionar al público indicadores sobre la calidad de los productos y servicios financieros que utilizan las personas usuarias de distintos productos y servicios financieros en México, su grado de satisfacción, su disposición a recomendarlos, así como de los problemas que han enfrentado al contratarlos o utilizarlos. Estos indicadores se construyen para distintos productos y servicios financieros y segmentos sociodemográficos.

Los indicadores presentados se construyen con base en la información acopiada en el levantamiento de la *Encuesta de Satisfacción de las Personas Usuarias de Productos y Servicios Financieros* de 2023 y se da seguimiento a los resultados de levantamientos llevados a cabo desde 2019.

Se presentan indicadores de la evaluación de las personas usuarias sobre sus principales productos de depósito y crédito. La población objetivo de la encuesta está compuesta por personas adultas con edades de entre 18 y 70 años y que contaban con, al menos, uno de los siguientes productos financieros al momento de la entrevista: cuenta de depósito o ahorro, tarjeta de crédito, crédito hipotecario, crédito personal, crédito de nómina o crédito automotriz.

Los principales indicadores analizados en este reporte son:

- Porcentaje de personas usuarias satisfechas;
- Porcentaje de personas usuarias promotoras, y
- Porcentaje de personas usuarias con problemas.

Adicionalmente, se muestran indicadores que evalúan la experiencia con servicios complementarios asociados a la provisión y uso de los productos financieros, como la atención en sucursales, el uso de cajeros automáticos y el uso de medios digitales.

Este reporte se estructura de la siguiente manera: la segunda sección presenta la metodología para la construcción y el levantamiento de la *encuesta*, así como la metodología para la construcción de los principales indicadores; la tercera sección presenta los resultados agregados de los indicadores, así como para diversos grupos sociodemográficos; la cuarta sección incluye indicadores de satisfacción y facilidad de uso y acceso, para cada uno de los productos de depósito y crédito analizados; la quinta sección presenta indicadores de satisfacción adicionales para distintos grupos; la sexta sección presenta información relacionada con la facilidad del uso de canales de atención, así como medios de pago; por último, la séptima sección muestra información metodológica sobre la recolección de la información y la construcción de los indicadores.

2. Metodología

En esta sección se introducen las características de la *Encuesta de Satisfacción de las Personas Usuarias de Productos y Servicios Financieros*, la cual es el insumo del que se obtienen los indicadores de este reporte. Adicionalmente, se describe el método utilizado para el cálculo de los indicadores.

2.1 Diseño y levantamiento de las encuestas

La *Encuesta de Satisfacción de las Personas Usuarias de Servicios Financieros* es realizada anualmente durante el último trimestre de cada año. La población objetivo se compone de personas adultas de nacionalidad mexicana con edades de entre 18 y 70 años que al momento del levantamiento cuentan con, al

Uso Público

Información de acceso público.

menos, uno de los siguientes productos financieros: cuenta de ahorro, de depósito, de nómina, tarjeta de débito o tarjeta de apoyo gubernamental, tarjeta de crédito bancaria, crédito hipotecario o de vivienda, crédito personal, crédito de nómina y/o crédito automotriz.

La encuesta ha sido realizada en cinco ocasiones de 2019 a 2023.[3] Tiene representatividad nacional en poblaciones de 50 mil habitantes o más y fue diseñada para ser también representativa para grupos según su condición de actividad económica, género, edad, escolaridad, así como a nivel de tipo de producto financiero.[4] En el apéndice metodológico se incluyen detalles más específicos.

El Cuadro 1 muestra, para cada producto financiero, el número de personas entrevistadas que mencionó contar con cada uno de ellos, así como la población representada para 2023. El total corresponde al número de observaciones de la muestra, así como a la población representada; es importante mencionar que este total no corresponde a la suma de las observaciones y poblaciones representadas de cada producto, ya que existieron personas que declararon contar con más de un producto.[5]

Cuadro 1
Total de personas encuestadas por servicio financiero

Servicio	Observaciones	Población representada
Cuentas de ahorro/depósito/cuenta de apoyo de gobierno	1,683	35,128,192
Tarjetas de crédito	546	9,582,940
Créditos hipotecarios	472	6,213,912
Créditos personales	484	2,498,913
Créditos de nómina	426	1,810,251
Créditos automotrices	140	2,010,096
Total	**2,070**	**37,667,320**

Nota: La población representada fue obtenida considerando los factores de expansión ajustados por mesoregión, tipo de servicio financiero, condición de actividad económica, género, edad y escolaridad. El total se refiere al total de observaciones y población representada. La suma por producto no corresponde al total, ya que existen personas usuarias con más de un producto financiero.
Fuente: Banco de México, Encuesta de evaluación de la satisfacción de personas usuarias de productos y servicios financieros 2023.

2.2 Construcción de indicadores

En la *Encuesta de Satisfacción de las Personas Usuarias de Servicios Financieros* se define a la persona usuaria como aquella que cuenta con, al menos, uno de los seis productos financieros identificados en el Cuadro 1.

[3] Para cada año en que se ha realizado la encuesta se consideraron las siguientes muestras: 2019: 2,072 observaciones, representativas de 34,046,844 personas; 2020: 2,075 observaciones, representativas de 36,571,836 personas; 2021: 2,071 observaciones, representativas de 36,385,384 personas; 2022: 2,060 observaciones, representativas de 37,020,804 personas; y 2023, 2,070 observaciones, representativas de 37,667,320 personas.

[4] Se estableció que, para realizar inferencia estadística, el número óptimo de participantes para cada tipo de servicio financiero fuera de 412 para la encuesta de 2019, de 414 para la de 2020 y 2023, y de 412 para la de 2021 y 2022. Con esto, el error muestral teórico máximo obtenido sería de ±4.82% para cada tipo de servicio financiero y ±2.15% global (el número total de personas participantes previstas fue de 2,060 para el 2019, 2,070 para el 2020, 2,070 en 2021, 2,060 en 2022 y 2,070 en 2023). En la Sección 7 se presentan los errores máximos de estimación por tipo de servicio al 95% de confianza estadística.

[5] Con la finalidad de poder expandir la muestra para que fuera representativa de las personas usuarias de servicios financieros, se construyeron los factores de expansión emulando el universo y características de personas usuarias de servicios financieros de la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF), para personas usuarias de, al menos, un servicio financiero y en poblaciones urbanas de 50,000 o más habitantes.

Uso Público

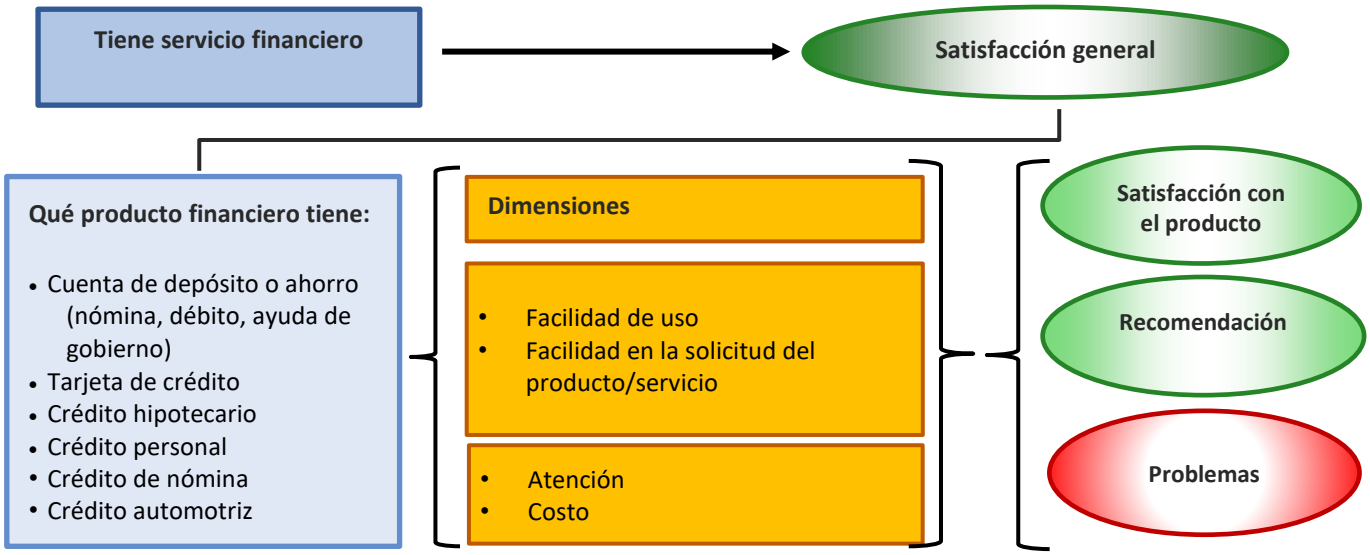
Información de acceso público.

Por este motivo, para cada uno de los productos evaluados, solo se consideró a aquellas personas que contestaron contar con el producto financiero correspondiente al momento del levantamiento de la encuesta.

La encuesta tiene la siguiente estructura, que se representa esquemáticamente en la gráfica 1: para cada producto financiero se realizan preguntas referentes a la satisfacción, la recomendación y los problemas con el uso; existen preguntas adicionales para conocer la percepción de la persona usuaria respecto al costo de las comisiones e intereses (si aplica), así como el comportamiento de la persona usuaria respecto a la utilización y al pago de servicios financieros.

En adición a las preguntas para cada producto financiero, se efectuó un conjunto de preguntas a todas las personas usuarias, independientemente del tipo y número de productos que mencionaron tener. Este conjunto contempla preguntas para conocer su grado de satisfacción respecto a todos los productos financieros que tienen, la percepción sobre la facilidad de uso de canales de atención dispuestos por las instituciones financieras, su nivel de educación financiera, confianza en el sistema financiero, vulnerabilidad financiera y uso de medios informales de ahorro y crédito.

Gráfica 1. Estructura general de la encuesta



La mayor parte de las preguntas utitlizadas para la construcción de los indicadores tiene una estructura de respuesta basada en una escala que va del cero al diez, en la que cero es la calificación más baja posible, y diez la más alta (a menos que se especifique lo contrario). Otras preguntas utilizadas siguen una estructura que contiene únicamente dos opciones: sí y no.

Con la información de la encuesta se construyeron tres indicadores de satisfacción principales:

1. **Porcentaje de personas usuarias satisfechas**: Es el porcentaje de personas que dijeron estar satisfechas con sus productos financieros, utilizando una escala entre cero y diez. Para fines de este reporte, una persona satisfecha es aquella que asignó calificaciones de 9 o 10.
2. **Porcentaje de personas usuarias promotoras**: El porcentaje de personas usuarias promotoras es la fracción que declaró estar dispuesta a recomendar a la institución otorgante del producto financiero con una calificación de 9 o 10, en una escala entre 0 y 10.

Uso Público

Información de acceso público.

3. **Porcentaje de personas usuarias con problemas**: El porcentaje de personas usuarias con problemas es la fracción que declaró haber tenido un problema con alguno de sus productos o con algún servicio relacionado durante los doce meses anteriores al levantamiento de la encuesta.

Para estos indicadores, se utilizaron las respuestas a las siguientes preguntas:

1. Del 0 al 10, ¿qué tan satisfecha/o o insatisfecha/o se encuentra con su *producto financiero*? (0 es "muy insatisfecha/o" y 10 es "muy satisfecha/o").
2. Del 0 al 10, ¿qué tanto recomendaría *la institución otorgante* a sus familiares y amistades para que abran o *contraten el producto financiero*?
3. ¿En los últimos doce meses ha tenido algún problema con su *producto financiero* que le haya hecho pensar en quejarse con *la institución otorgante* o con alguna autoridad, aunque no haya presentado la queja o reclamación?

Para cada uno de los seis productos financieros, se obtuvo el porcentaje de personas usuarias satisfechas, el porcentaje de personas usuarias promotoras y el porcentaje de personas usuarias con problemas como el porcentaje obtenido de dividir el número de personas que contestaron estar satisfechas, recomendar o haber tenido un problema y el número de personas que declararon tener el producto.

Para el cálculo los indicadores agregados de satisfacción, recomendación y problemas, tanto para el sistema en su conjunto, como para cada grupo poblacional de interés (edad, sexo, etc.),los indicadores se calcularon como el porcentaje resultante de dividir la suma del número de personas que en cada producto respondió estar satisfecha, recomendar a la institución o haber tenido algún problema, dividido entre la suma del número de personas que respondió contar con cada uno de los seis productos.[6]

Adicionalmente, se presentan indicadores complementarios relacionados con el costo de los productos financieros, la facilidad de uso de los distintos productos, así como de los servicios que ofrecen las instituciones como sucursales, cajeros, páginas de internet o aplicaciones móviles. Las preguntas con las que se construyeron estos indicadores también presentan una estructura de calificaciones entre cero y diez; los indicadores son construidos como el promedio ponderado de las respuestas, a menos que se especifique una forma de cálculo distinta.[7]

3. Indicadores de satisfacción para grupos poblacionales

Como se mencionó en la Sección 2, los indicadores de porcentaje de personas usuarias satisfechas, porcentaje de personas usuarias promotoras y porcentaje de personas usuarias con problemas son obtenidos a partir de tres preguntas explícitas hechas sobre la base de cada producto financiero que la persona usuaria declaró tener al momento de la entrevista. Con esta información fue posible crear indicadores agregados para el sistema financiero mediante el promedio ponderado de los indicadores individuales de cada

[6] Por ejemplo, para obtener el porcentaje de personas satisfechas del grupo de personas con edad entre 18 y 25 años, se dividió la suma del número de personas que declaró estar satisfecha en cada producto financiero y que estuviera en ese rango de edad y la suma de personas que declararon tener cada uno de los servicios y que se encontró en ese rango de edad.
[7] En el apéndice metodológico se presentan mayores detalles técnicos para el cálculo de los indicadores.

Uso Público

Información de acceso público.

producto, donde el ponderador lo constituye la población representada por las personas usuarias que declararon tener cada uno. En esta sección se presentan los resultados de 2023 y los años previos.

3.1 Indicadores agregados de satisfacción para el total de personas usuarias

Respecto a los tres indicadores agregados, destaca que tanto el porcentaje de personas usuarias satisfechas como el porcentaje de personas usuarias promotoras vieron un aumento significativo respecto a 2022, mientras que el porcentaje de usuarios con problemas exhibió un descenso importante.

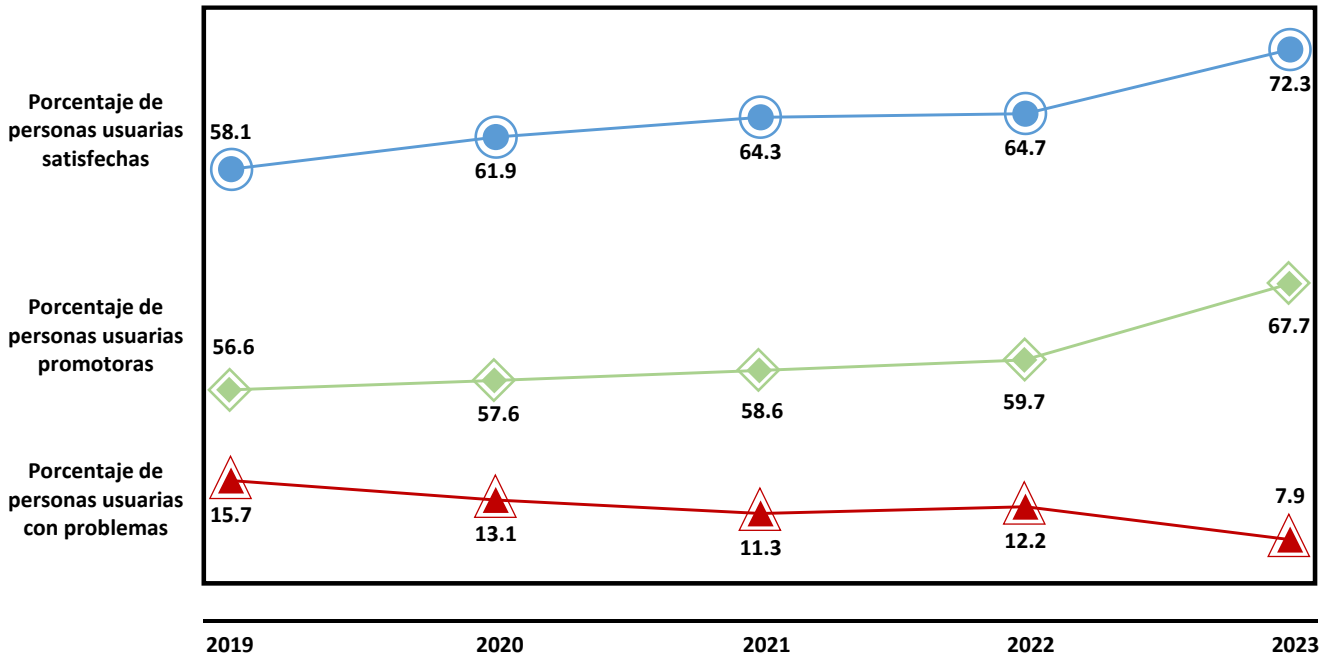
El porcentaje de personas usuarias satisfechas fue de 72.3 por ciento en 2023, presentando un incremento de 7.6 puntos porcentuales respecto a 2022. Este crecimiento ha sido el mayor observado desde que comenzó a levantarse la encuesta.

Respecto al porcentaje de personas usuarias promotoras, en 2023 este indicador registró un valor de 67.7 por ciento, 8.0 puntos porcentuales más que en 2022. Al igual que el porcentaje de personas usuarias satisfechas, el indicador de personas usuarias promotoras ha tenido un comportamiento al alza y es el mayor desde que se inició a levantarse la encuesta.

En 2023, el porcentaje de personas usuarias con problemas fue 7.9 por ciento, 4.3 puntos porcentuales menor al valor del año anterior. El valor de este indicador es el más bajo observado desde 2019.

Los mayores aumentos recientes en los porcentajes de satisfacción y promoción, así como la mayor reducción en el porcentaje de personas con problemas coinciden con una recuperación económica.

Gráfica 2. Indicadores de satisfacción



Fuente: Banco de México, Encuesta de evaluación de la satisfacción de personas usuarias de productos y servicios financieros 2019-2023.

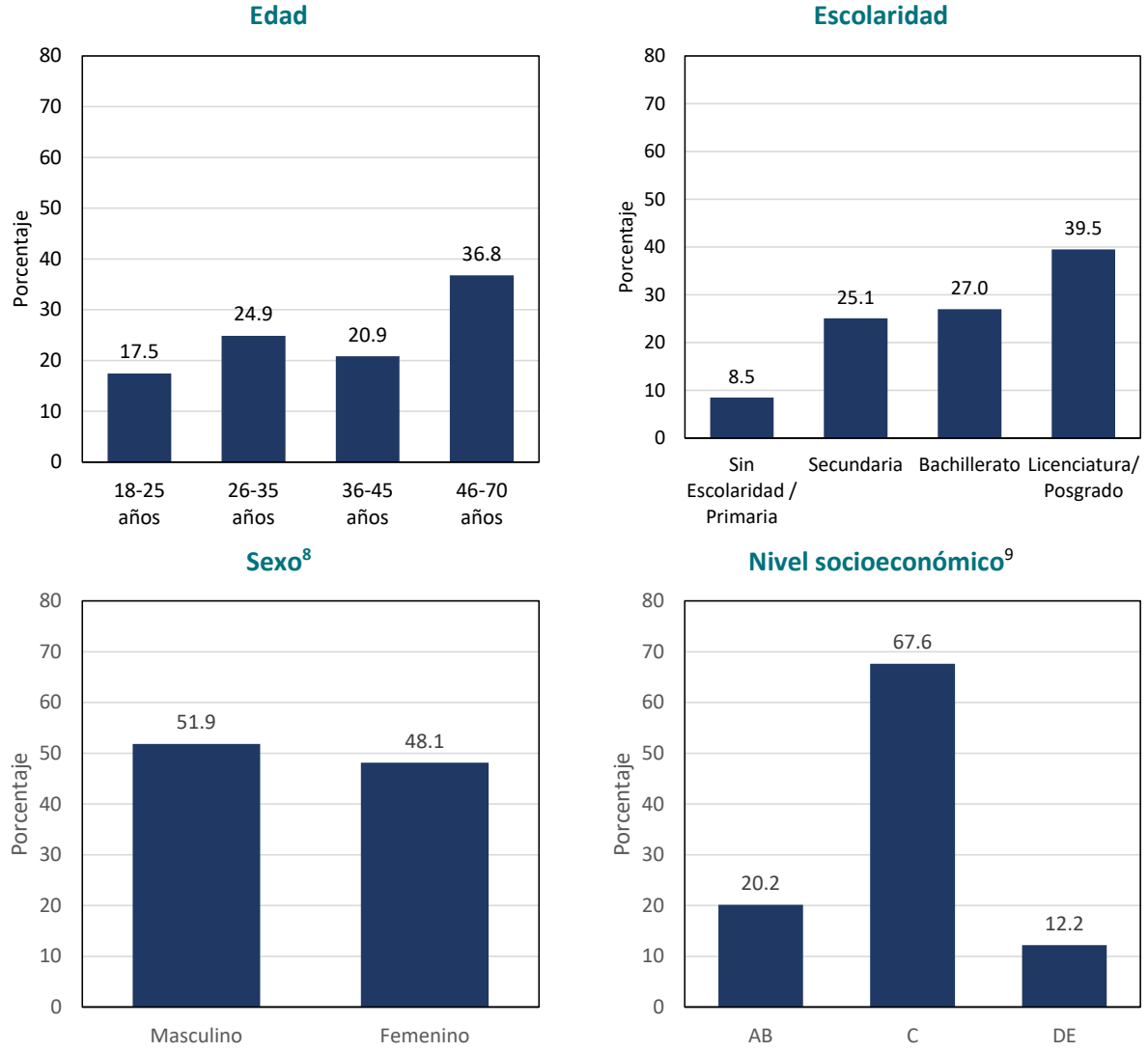
Uso Público

Información de acceso público.

3.2 Indicadores de satisfacción para diversos grupos poblacionales

El diseño de la *Encuesta de Satisfacción de las Personas Usuarias de Servicios Financieros* considera características de la población como sexo, edad, nivel educativo y nivel socioeconómico. Debido a esto, es posible construir indicadores para distintos grupos poblacionales. La Gráfica 3 muestra la distribución de los grupos poblacionales analizados en esta sección en 2023:

Gráfica 3. Distribución de las personas usuarias de acuerdo a características poblacionales



Fuente: Banco de México, Encuesta de evaluación de la satisfacción de personas usuarias de productos y servicios financieros 2023.

[8] En 2023, el porcentaje de personas usuarias de cuentas de depósito y ahorro de sexo femenino fue 47.9 por ciento y para productos de crédito (tarjeta de crédito, hipotecario, personal, nómina o automotriz) 41.0 por ciento.

[9] La Asociación Mexicana de Agencias de Inteligencia de Mercado y Opinión (AMAI) desarrolló el Índice de Niveles Socioeconómicos (NSE) en el que clasifica a los hogares en siete grupos, de acuerdo con la capacidad de estos para satisfacer las necesidades de sus integrantes. La escala tiene seis dimensiones: capital humano, infraestructura pública, conectividad y entretenimiento, infraestructura sanitaria, planeación y futuro, e infraestructura básica y espacio. Estas dimensiones son medidas a partir de las siguientes características: escolaridad de la persona jefa del hogar, número de dormitorios, número de baños completos, número de personas ocupadas de 14 años o más, número de automóviles y tenencia de internet. Para mayor información, ver: https://www.amai.org/NSE/

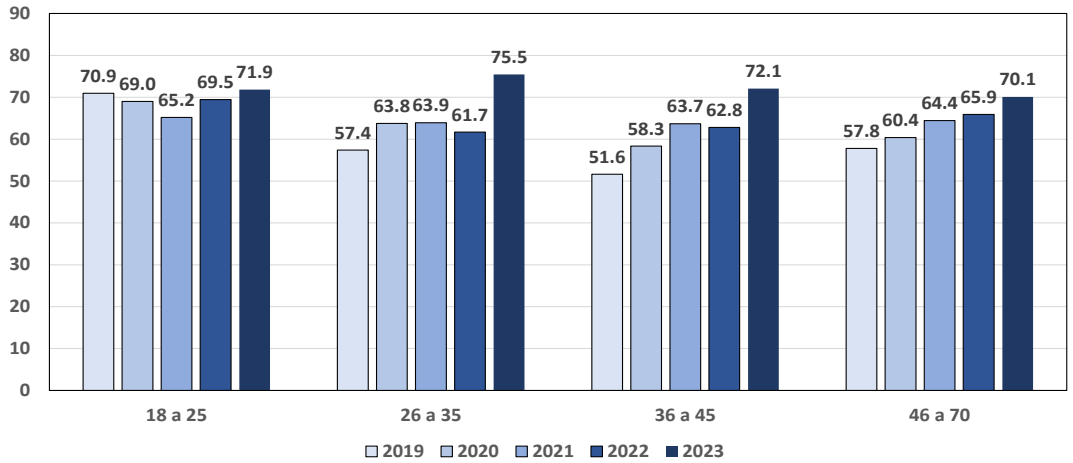
Uso Público

Información de acceso público.

3.2.1 Indicadores de satisfacción por grupo de edad

Se consideraron cuatro grupos de edad, de 18 a 25 años, de 26 a 35 años, de 36 a 45 años y de 46 a 70 años. En 2023, el grupo de personas usuarias con edades de entre 26 y 35 años presentó el mayor porcentaje de personas usuarias satisfechas (75.5 por ciento); el grupo con edades entre 46 a 70 años años presentó el menor porcentaje (70.1 por ciento). Respecto a 2022, todos los grupos presentaron un aumento en este indicador, siendo el mayor el del grupo con edades de 26 a 35 años (Gráfica 4).

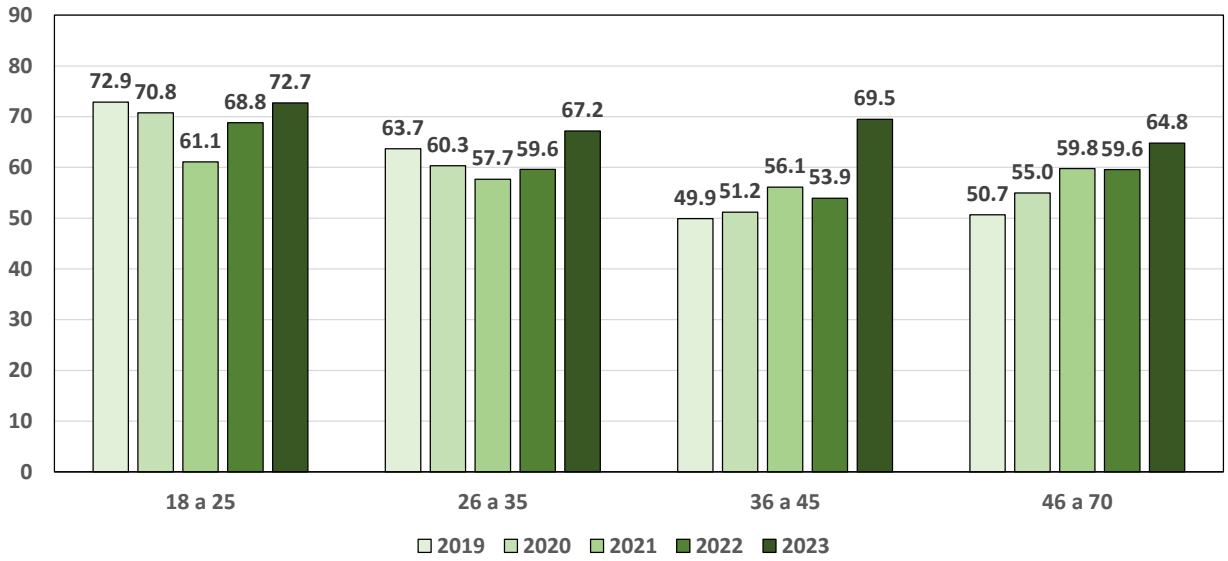
Gráfica 4. Porcentaje de personas usuarias satisfechas por grupo de edad



Fuente: Banco de México, Encuesta de evaluación de la satisfacción de personas usuarias de productos y servicios financieros 2019-2023.

El grupo con el mayor porcentaje de personas usuarias promotoras en 2023 fue el de aquellas con edades entre 18 y 25 años (72.7 por ciento); el grupo con el menor porcentaje fue el de edades entre 46 a 70 años (64.8 por ciento). Respecto a 2022, el indicador aumentó para todos los grupos, exhibiendo el mayor aumento el grupo de personas usuarias de 36 a 46 años (Gráfica 5).

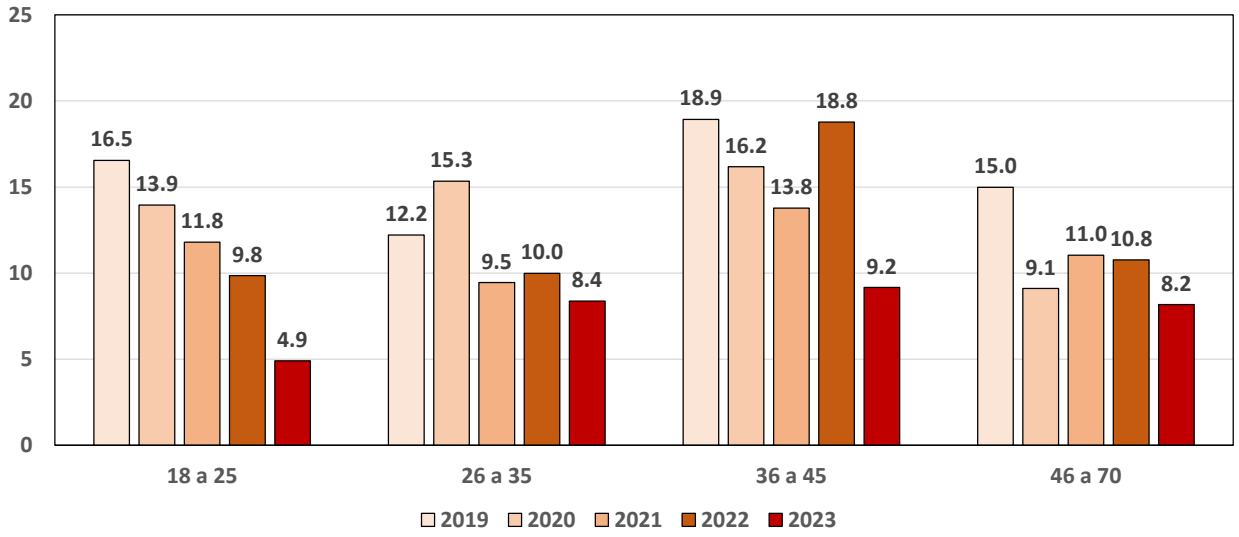
Gráfica 5. Porcentaje de personas usuarias promotoras por grupo de edad



Fuente: Banco de México, Encuesta de evaluación de la satisfacción de personas usuarias de productos y servicios financieros 2019-2023.

En 2023, el grupo de personas usuarias con edades de 18 a 25 años fue aquel con el menor porcentaje con problemas (4.9 por ciento), mientras que el grupo de personas usuarias con edades de 36 a 45 años fue el grupo con el mayor porcentaje (9.2 por ciento). En todos los grupos de edad se exhibió una disminución en este indicador (Gráfica 6).

Gráfica 6. Porcentaje de personas usuarias con problemas por grupo de edad

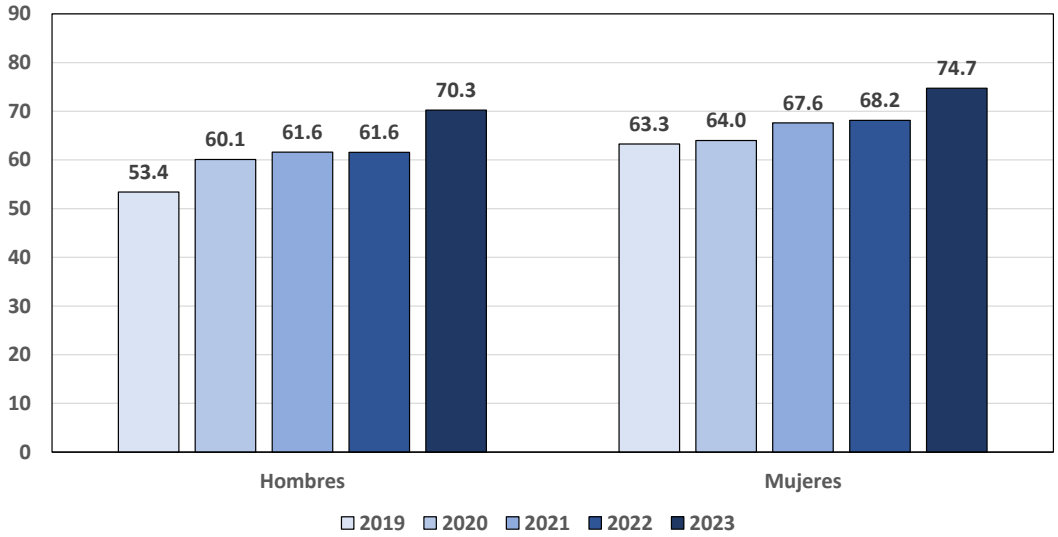


Fuente: Banco de México, Encuesta de evaluación de la satisfacción de personas usuarias de productos y servicios financieros 2019-2023.

3.2.2 Indicadores de satisfacción por género

En lo que respecta al porcentaje de personas usuarias satisfechas, clasificadas por sexo, en 2023 se observó un mayor porcentaje de satisfacción para mujeres (74.7 por ciento). En comparación con 2022, este indicador mostró un incremento para ambos grupos de personas usuarias (Gráfica 7).

Gráfica 7. Porcentaje de personas usuarias satisfechas por sexo



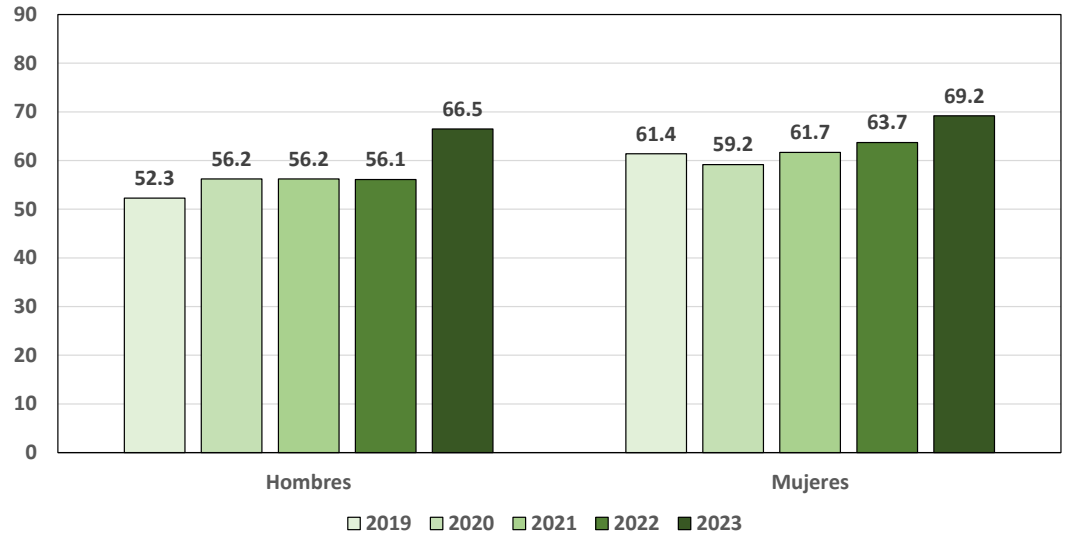
Fuente: Banco de México, Encuesta de evaluación de la satisfacción de personas usuarias de productos y servicios financieros 2019-2023.

Uso Público

Información de acceso público.

En cuanto al porcentaje de personas usuarias promotoras, en 2023 este indicador fue mayor para mujeres (69.2 por ciento). Respecto a 2022, se observó un incremento de este indicador para ambos grupos de personas, siendo mayor para hombres (Gráfica 8).

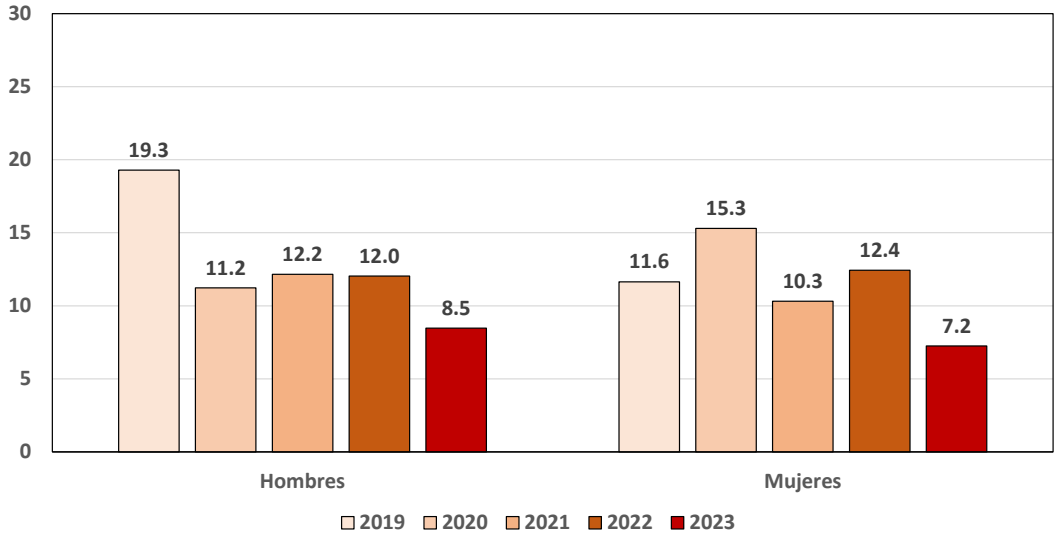
Gráfica 8. Porcentaje de personas usuarias promotoras por sexo



Fuente: Banco de México, Encuesta de Evaluación de la Satisfacción de Personas Usuarias de Servicios Financieros 2019-2023.

En 2023, el porcentaje de personas usuarias con problemas fue menor para mujeres (7.2 por ciento). Se observó un decremento de este indicador para ambos grupos de personas (Gráfica 9).

Gráfica 9. Porcentaje de personas usuarias con problemas, por sexo



Fuente: Banco de México, Encuesta de Evaluación de la Satisfacción de Personas Usuarias de Servicios Financieros 2019-2023.

Uso Público

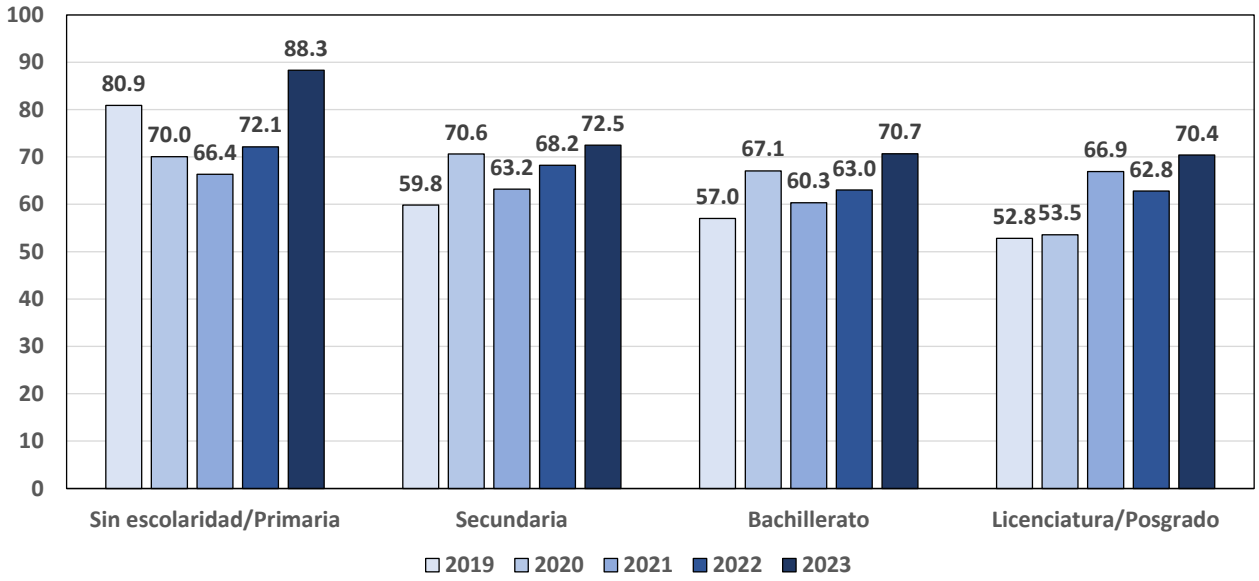
Información de acceso público.

3.2.3 Indicadores de satisfacción para personas usuarias de diferente nivel educativo

Para fines de comparación, se formaron grupos de personas usuarias por nivel educativo: sin escolaridad o con educación primaria, con educación secundaria, con educación media superior (bachillerato) y con educación superior (licenciatura/posgrado).

En 2023, el grupo con el mayor porcentaje de satisfacción fue aquel conformado por personas usuarias con educación primaria o sin escolaridad (88.3 por ciento), mientras que el grupo con licenciatura o posgrado fue el que presentó el menor porcentaje (70.4 por ciento). Respecto a 2022, todos los grupos de presentaron un aumento en el porcentaje de satisfacción (Gráfica 10).

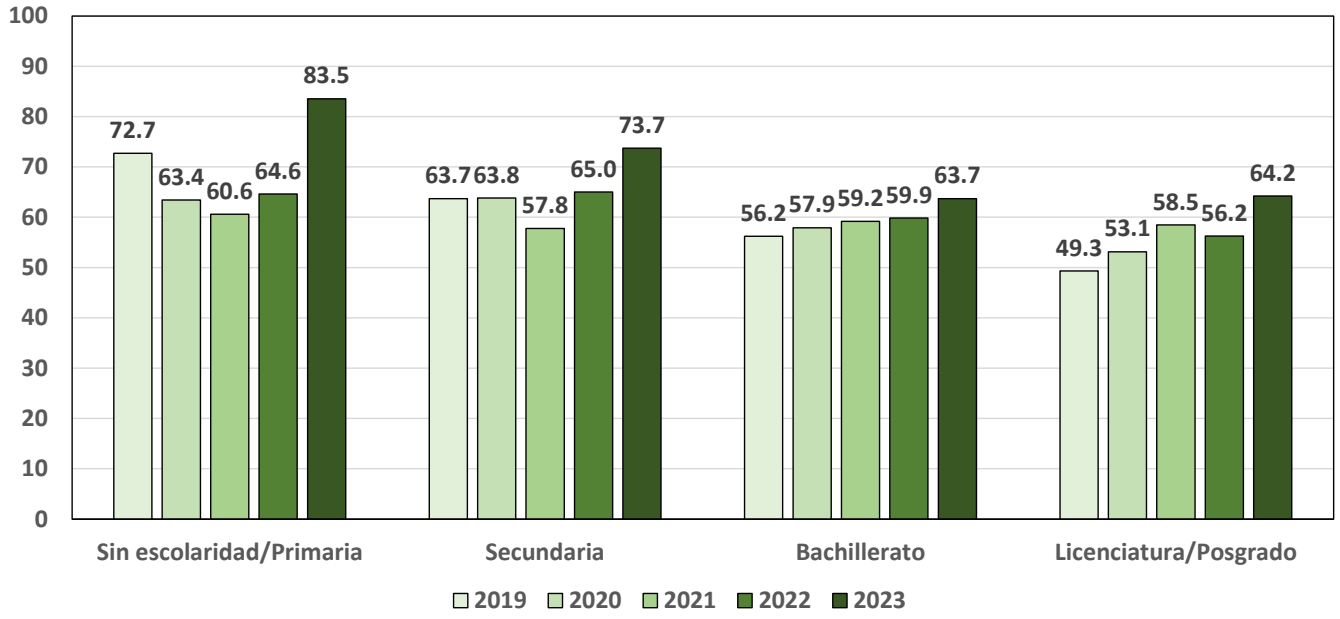
Gráfica 10. Porcentaje de personas usuarias satisfechas por nivel educativo



Fuente: Banco de México, Encuesta de evaluación de la satisfacción de personas usuarias de productos y servicios financieros 2019-2023.

El porcentaje de personas usuarias promotoras fue mayor para las personas usuarias sin escolaridad o solo contaron con educación primaria (83.5 por ciento) y menor para personas usuarias con nivel media superior (63.7 por ciento). Respecto a 2022, se observó un aumento para todos los grupos, siendo el de personas con hasta educación primaria el que exhibió el mayor aumento (Gráfica 11).

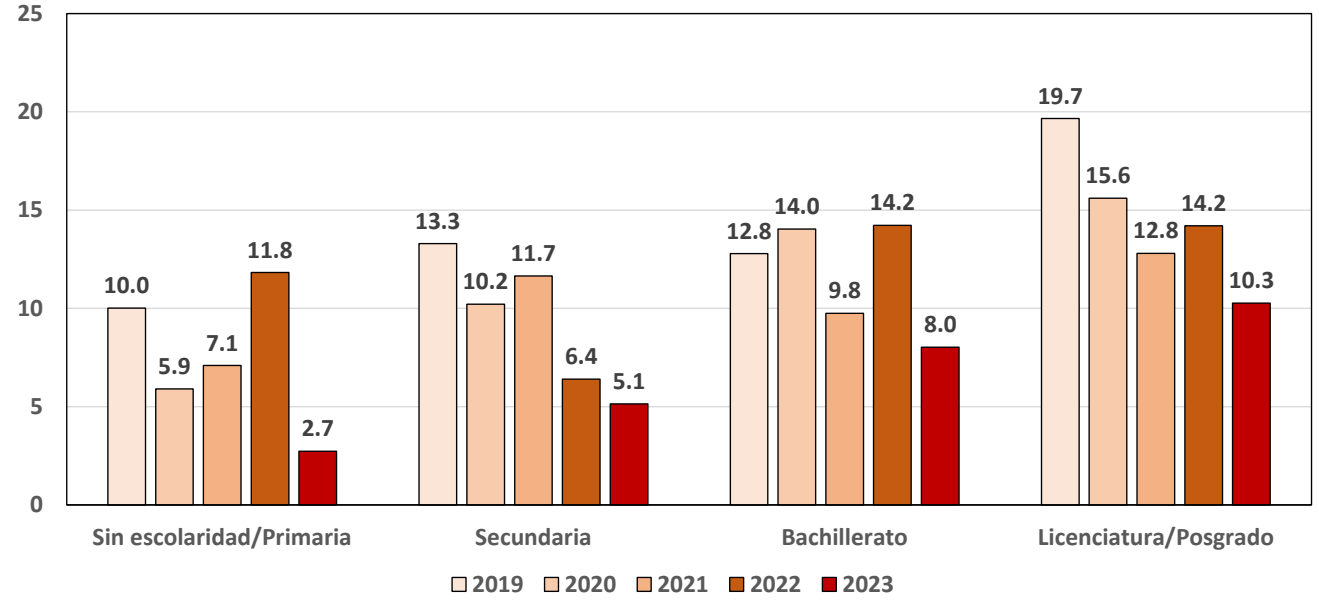
Gráfica 11. Porcentaje de personas usuarias promotoras por nivel educativo



Fuente: Banco de México, Encuesta de evaluación de la satisfacción de personas usuarias de productos y servicios financieros 2019-2023.

El porcentaje de personas usuarias con problemas en 2023 fue menor para aquellas con hasta educación primaria (2.7 por ciento) y mayor para personas con educación superior (10.3 por ciento). Respecto a 2023, este indicador exhibió un descenso en todos los grupos (Gráfica 12).

Gráfica 12. Porcentaje de personas usuarias con problemas por nivel educativo



Fuente: Banco de México, Encuesta de evaluación de la satisfacción de personas usuarias de productos y servicios financieros 2019-2023.

Uso Público

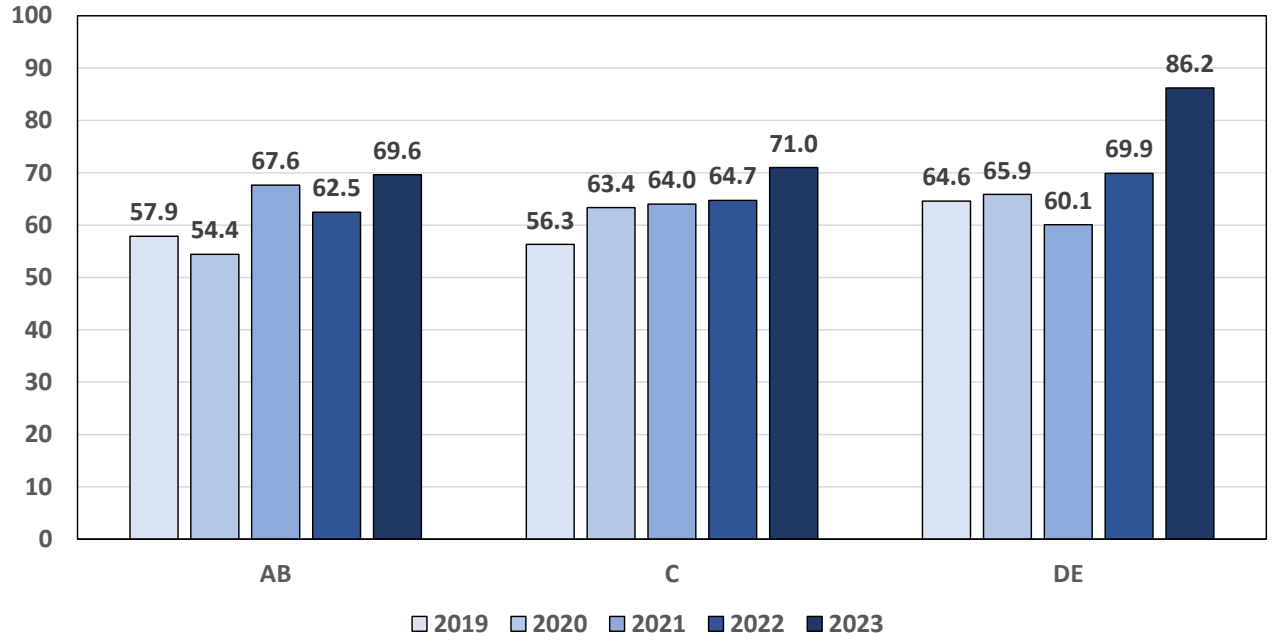
Información de acceso público.

3.2.4 Indicadores de satisfacción por nivel socioeconómico

Siguiendo la clasificación de niveles socioeconómicos de la Asociación Mexicana de Agencias de Inteligencia de Mercado y Opinión (AMAI), se identificó a las personas usuarias de acuerdo con el nivel socioeconómico AB, C, y DE, siendo el grupo AB el de mayor nivel socioeconómico y el grupo DE el de menor nivel.

En 2023, el grupo de personas usuarias con el mayor porcentaje de satisfacción fue el que habita en hogares de nivel socioeconómico DE (86.2 por ciento) y el grupo con el menor porcentaje fue el de personas usuarias de nivel AB (69.6 por ciento). Respecto a 2022, todos los grupos de personas mostraron un aumento en el porcentaje de personas satisfechas (Gráfica 13).

Gráfica 13. Porcentaje de personas usuarias satisfechas por condición socioeconómica



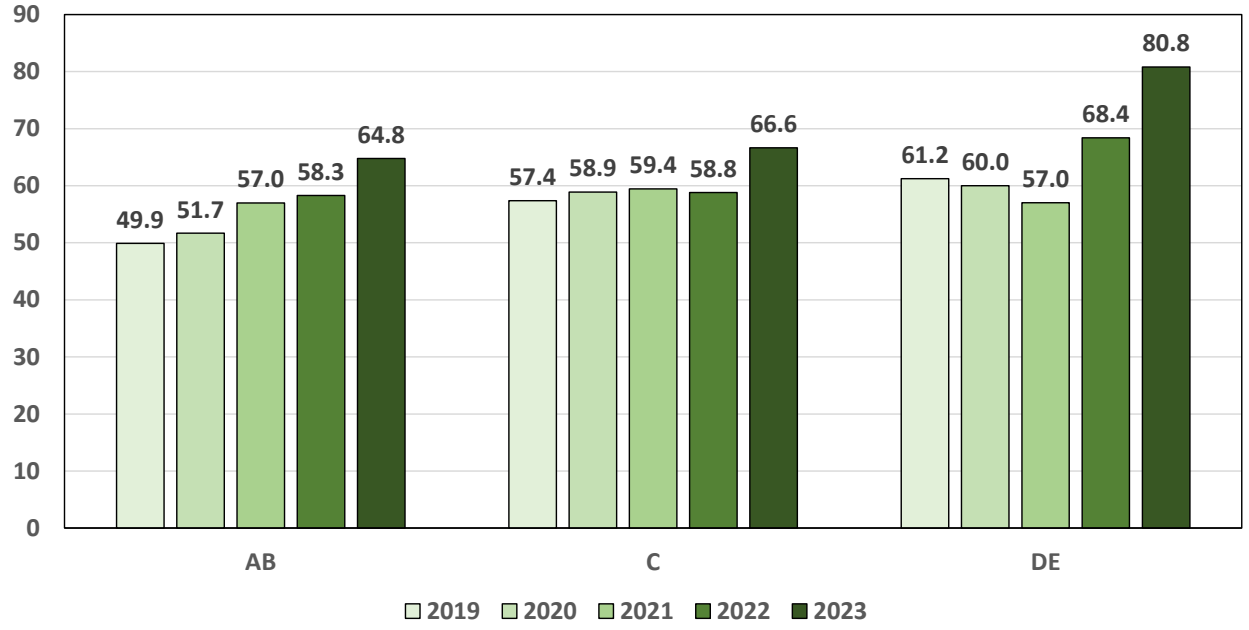
Fuente: Banco de México, Encuesta de Evaluación de la Satisfacción de Personas Usuarias de Servicios Financieros 2019-2023.

En cuanto al porcentaje de personas usuarias promotoras, en 2023 el indicador de las personas de nivel DE fue el mayor (80.8 por ciento), mientras que las de nivel AB tuvieron el menor (64.8 por ciento). Respecto al año anterior, todos los grupos de personas exhibieron un aumento en el porcentaje de personas usuarias promotoras (Gráfica 14).

Uso Público

Información de acceso público.

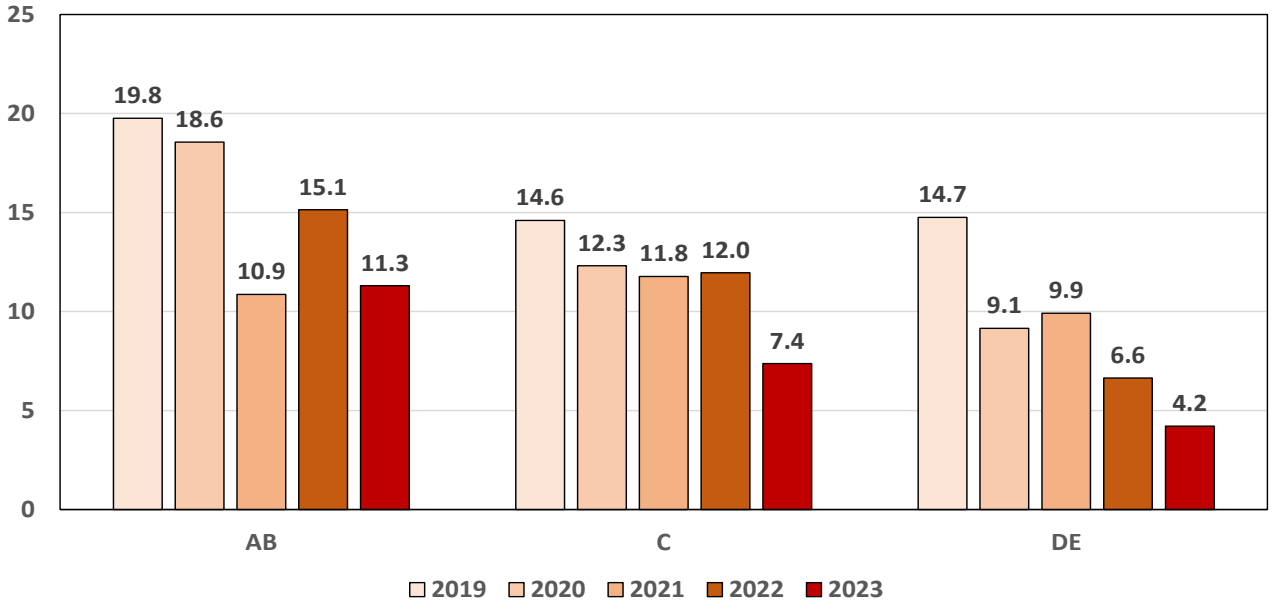
Gráfica 14. Porcentaje de personas usuarias promotoras por condición socioeconómica



Fuente: Banco de México, Encuesta de evaluación de la satisfacción de personas usuarias de productos y servicios financieros 2019-2023.

En 2023, el grupo de personas con nivel socioeconómico DE fue el grupo con el menor porcentaje de personas con problemas (4.2 por ciento); las personas usuarias de nivel AB presentaron el mayor porcentaje (11.3 por ciento). Los indicadores de todos los grupos exhibieron un descenso, siendo el de personas con nivel socioeconómico C el más pronunciado (Gráfica 15).

Gráfica 15. Porcentaje de personas usuarias con problemas por condición socioeconómica



Fuente: Banco de México, Encuesta de Evaluación de la Satisfacción de Personas Usuarias de Productosy Servicios Financieros 2019-2023.

Uso Público

Información de acceso público.

4. Indicadores de satisfacción por tipo de producto o servicio financiero

En esta sección se presentan los resultados de los indicadores para cada producto analizado.

4.1 Indicadores principales por tipo de producto o servicio financiero

Los indicadores generales de porcentaje de personas usuarias satisfechas, porcentaje de personas usuarias promotoras y porcentaje de personas usuarias con problemas constituyen indicadores globales del sector financiero en México. El Cuadro 2 presenta los indicadores para los distintos productos financieros evaluados.[10]

Los créditos de nómina presentaron el mayor porcentaje de personas usuarias satisfechas (77.3 por ciento), las cuentas de depósito y ahorro presentaron el mayor porcentaje de personas usuarias promotoras (71.8 por ciento) y los créditos automotrices presentaron el menor porcentaje de personas usuarias con problemas (1.9 por ciento).

Cuadro 2. Indicadores de satisfacción por tipo de producto financiero 2023 (entre paréntesis la diferencia simple respecto a 2022)

	Depósito / Ahorro	Tarjetas de Crédito	Créditos Hipotecarios	Créditos Personales	Créditos de Nómina	Créditos Automotrices	Índice Ponderado
Usuarios satisfechos	**74.8** (6.1)	**69.7** (10.3)	**58.5** (11.2)	**75.1** (9.5)	**77.3** (5.1)	**74.9** (14.5)	**72.3** (7.6)
Usuarios promotores	**71.8** (7.5)	**61.6** (8.1)	**58.0** (9.6)	**61.4** (7.1)	**64.4** (3.2)	**65.1** (22.4)	**67.7** (8.0)
Usuarios con problemas	**6.8** (-4.3)	**10.8** (-3.9)	**14.2** (-3.1)	**5.4** (0.0)	**3.2** (-1.0)	**1.9** (-22.0)	**7.9** (-4.3)

Fuente: Banco de México, Encuesta de Evaluación de la Satisfacción de Personas Usuarias de Productos y Servicios Financieros 2022 y 2023.
Nota: Los Índices Ponderados corresponden al promedio ponderado de todos los servicios financieros. El ponderador lo constituye la suma de los factores de expansión de cada uno de los servicios financieros, considerando las observaciones que tuvieron más de un servicio financiero como independientes. Para conocer los errores teóricos máximos de cada producto o servicio, ver Sección 7.

4.2 Porcentaje de personas usuarias satisfechas

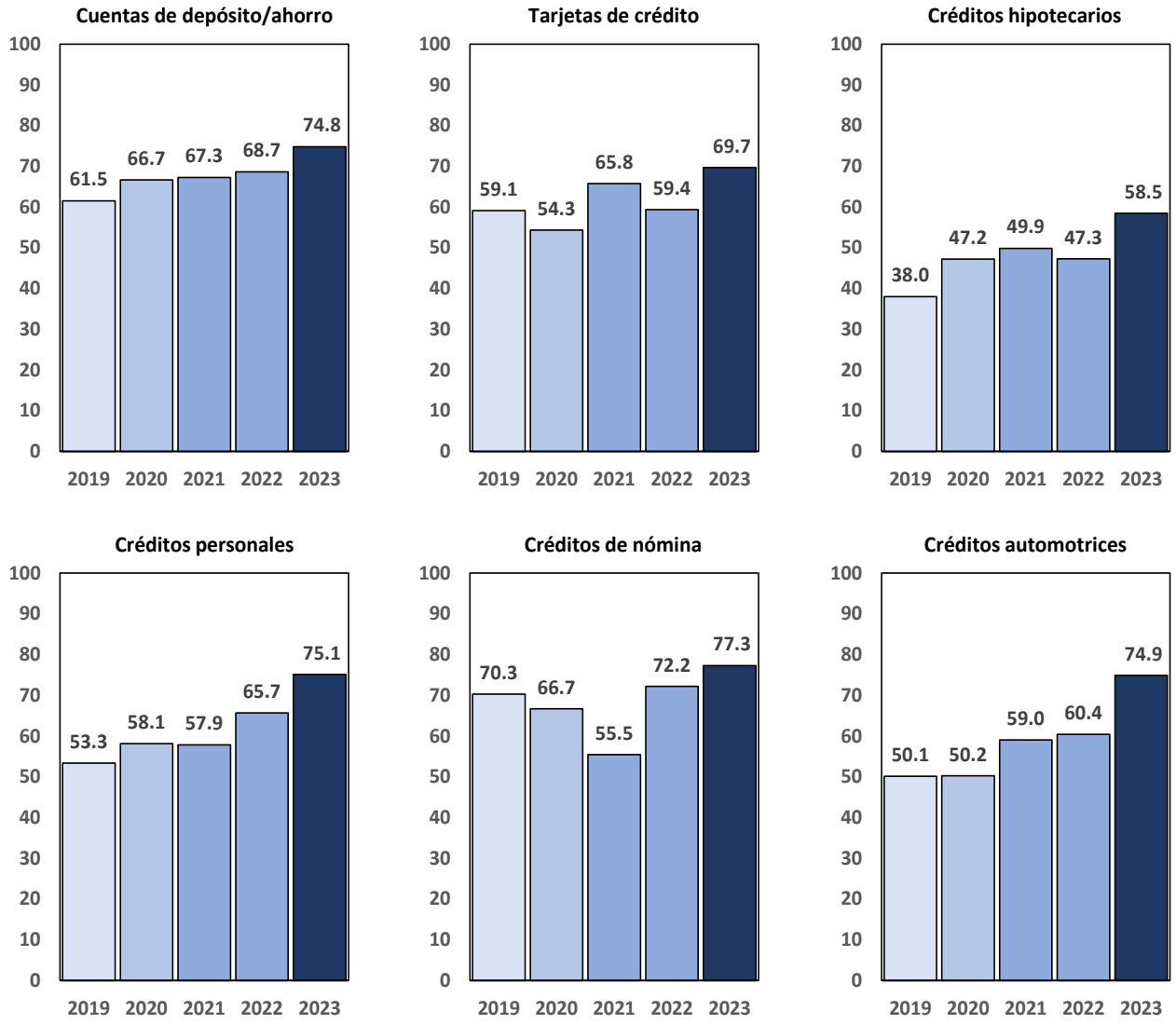
En 2023, los productos de crédito de nómina obtuvieron el mayor porcentaje de personas usuarias satisfechas (77.3 por ciento), mientras que los créditos hipotecarios fueron los que obtuvieron el menor porcentaje (58.5 por ciento). Respecto a 2022, se observó un crecimiento en este indicador para todos los productos analizados en la encuesta, exhibiendo los mayores aumentos los productos de crédito automotriz (14.5 puntos porcentuales), los créditos hipotecarios (11.2 por ciento) y las tarjetas de crédito (10.3 por ciento) (Gráfica 16).

[10] Los indicadores de cada producto financiero se calcularon considerando solo aquellas personas usuarias que declararon contar con el producto al momento de realizar la encuesta.

Uso Público

Información de acceso público.

Gráfica 16. Porcentaje de personas usuarias satisfechas



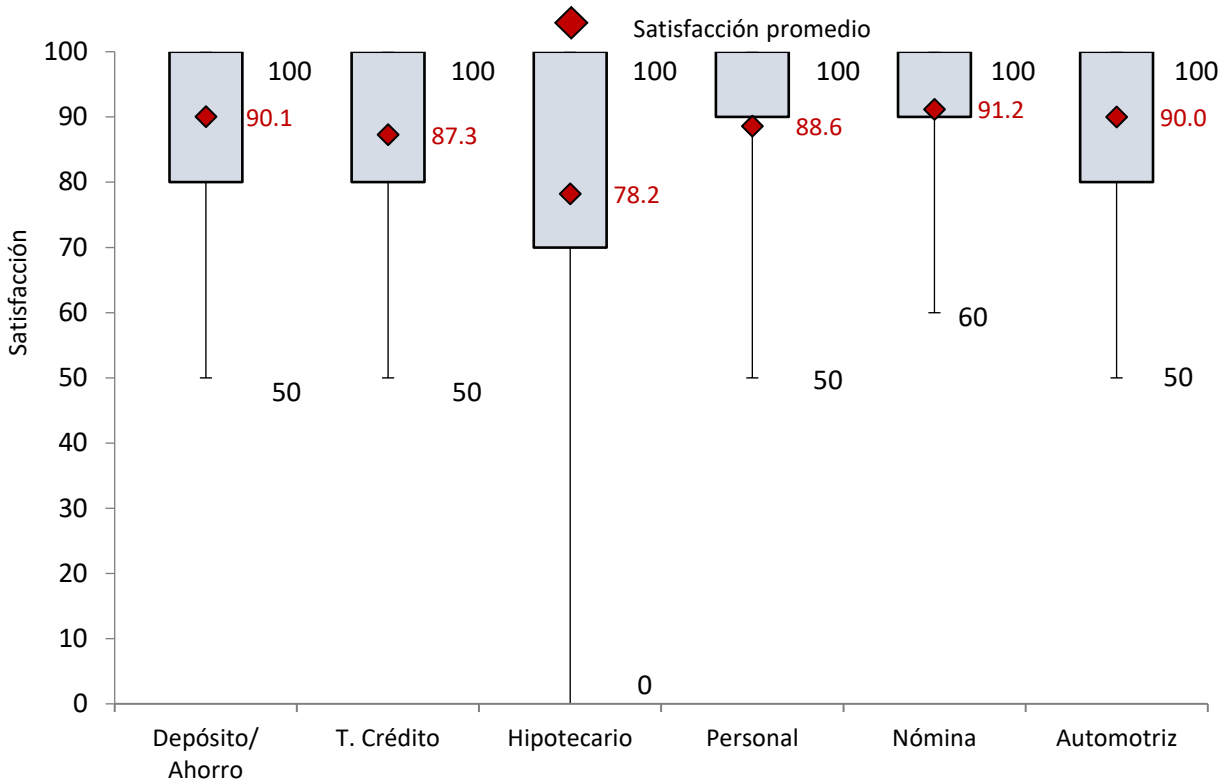
Fuente: Banco de México, Encuesta de Evaluación de la Satisfacción de Personas Usuarias de Servicios Financieros 2019-2023.
Nota: Para conocer los errores teóricos máximos de cada producto o servicio, ver Sección 7.

La Gráfica 17 presenta los estadísticos de orden más representativos de la distribución de las respuestas de satisfacción para el año 2023: percentil 5, percentil 25, percentil 50, percentil 75 y percentil 95. Resalta que los créditos hipotecarios, los productos con el menor porcentaje de personas usuarias satisfechas (58.5 por ciento), tienen una distribución más dispersa, en comparación con el resto de los productos financieros.

Uso Público

Información de acceso público.

Gráfica 17. Estadísticos de orden de la satisfacción de las personas usuarias



Fuente: Banco de México, Encuesta de evaluación de la satisfacción de personas usuarias de productos y servicios financieros 2023.
Nota: Para conocer los errores teóricos máximos de cada producto, ver Sección 7.

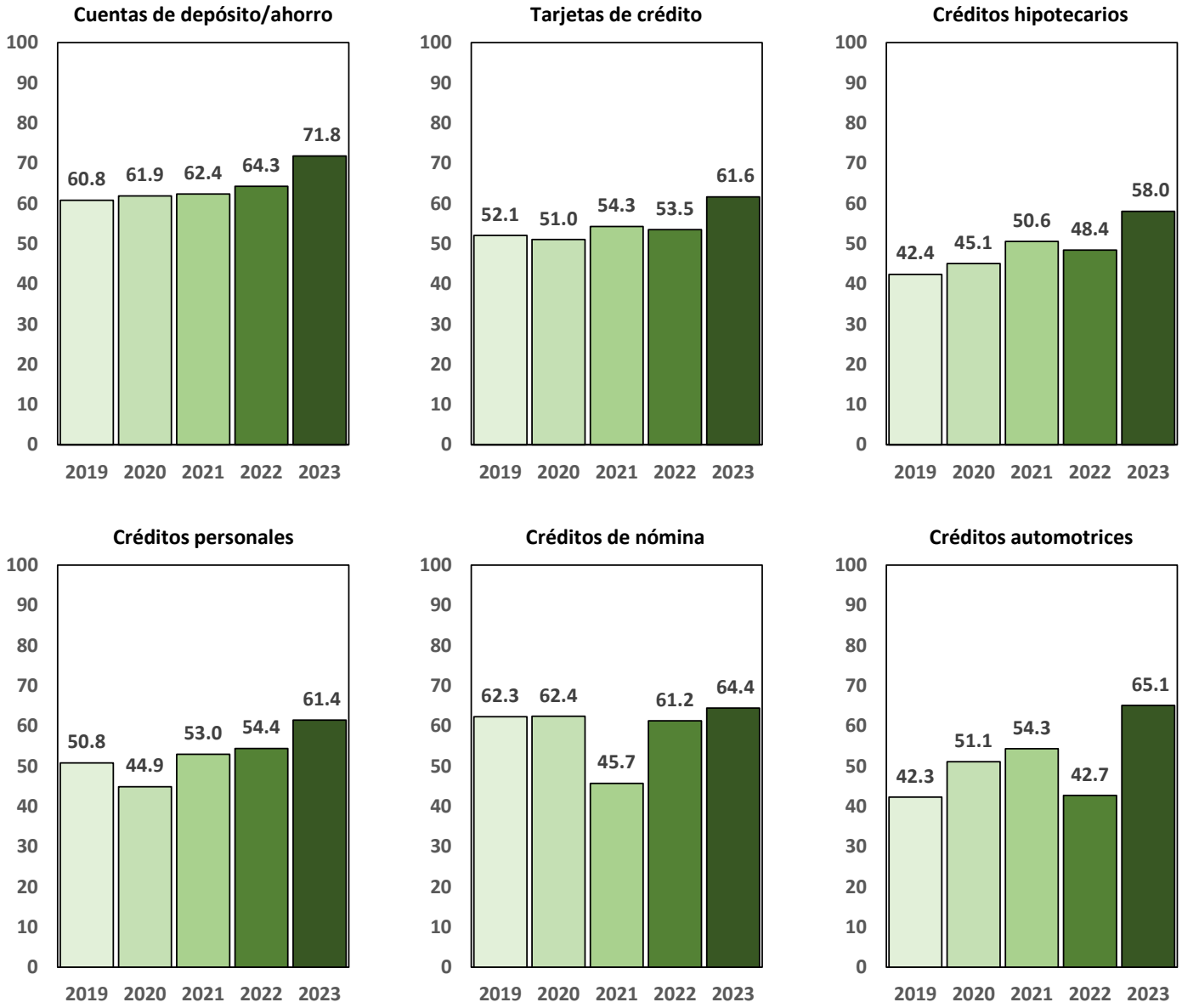
4.3 Porcentaje de personas usuarias promotoras

Los productos de cuenta de depósito o ahorro fueron los que tuvieron el mayor porcentaje de personas usuarias promotoras en 2023 (71.8 por ciento), mientras que los productos de crédito hipotecario tuvieron el menor porcentaje (58.0 por ciento). Respecto a 2022, los indicadores de todos los productos exhibieron un aumento, siendo mayor dicho aumento para productos de crédito automotriz (22.4 puntos porcentuales), crédito hipotecario (9.6 puntos porcentuales) y tarjetas de crédito (8.1 puntos porcentuales) (Gráfica 18).

Uso Público

Información de acceso público.

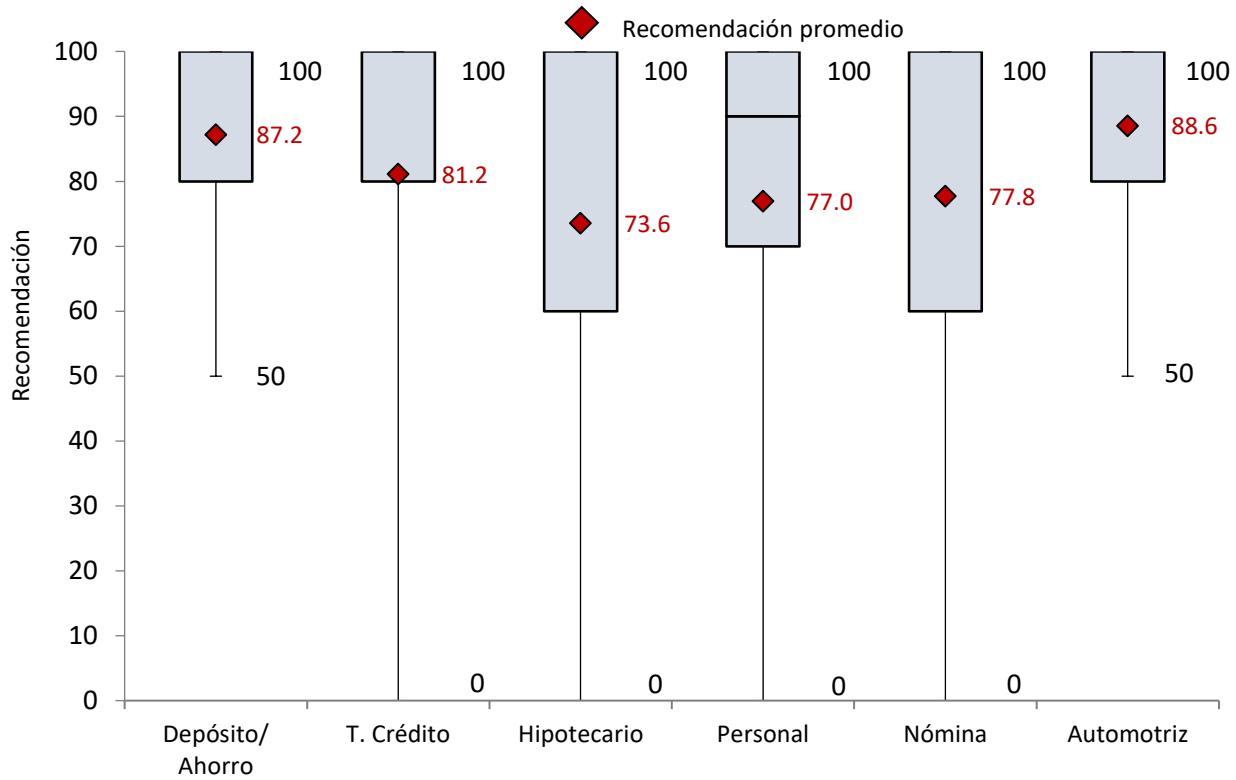
Gráfica 18. Porcentaje de personas usuarias promotoras



Fuente: Banco de México, Encuesta de evaluación de la satisfacción de personas usuarias de productos y servicios financieros 2019-2023.
Nota: Para conocer los errores teóricos máximos de cada producto o servicio, ver Sección 7.

La Gráfica 19 presenta, para el año 2023, los estadísticos de orden más representativos de la distribución de las respuestas de recomendación: percentil 5, percentil 25, percentil 50, percentil 75 y percentil 95; asimismo, se muestra el promedio.

Gráfica 19. Estadísticos de orden de la recomendación de las personas usuarias



Fuente: Banco de México, Encuesta de evaluación de la satisfacción de personas usuarias de productos y servicios financieros 2023.
Nota: Para conocer los errores teóricos máximos de cadaproducto, ver Sección 7.

4.4 Porcentaje de personas usuarias con problemas

El porcentaje de personas usuarias con problemas para cada tipo de producto financiero incluye a aquellas que dijeron haber tenido un problema con sus productos en los últimos doce meses y que consideraron presentar una queja o reclamación ante la institución otorgante o autoridad financiera, aun si al final no lo hicieron.[11]

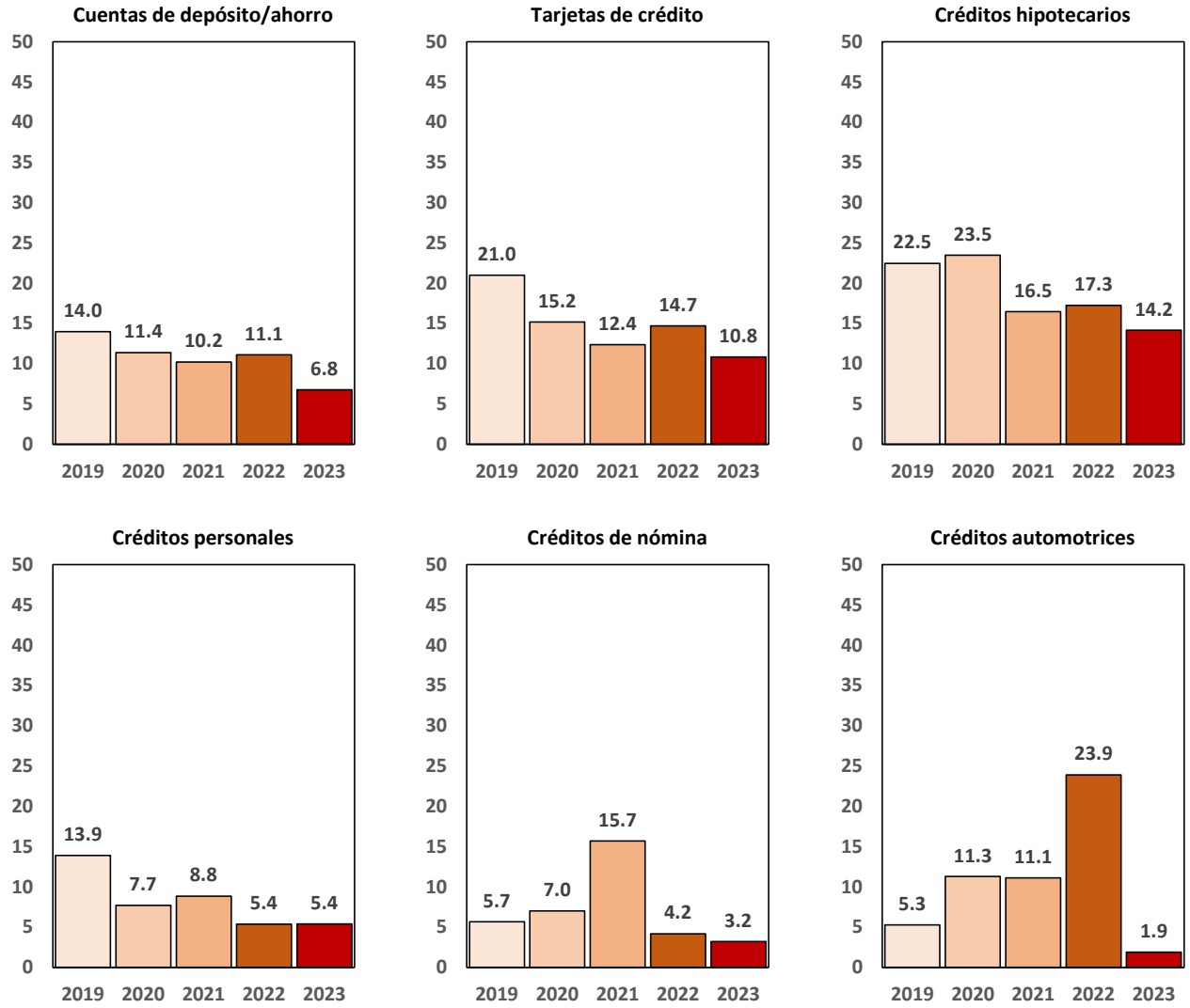
En 2023, el producto con el menor porcentaje de personas usuarias con problemas fueron los créditos automotrices (1.9 por ciento), mientras que los créditos hipotecarios presentaron el indicador más elevado (14.2 por ciento). Todos los productos exhibieron un descenso en este indicador, con excepción de los créditos personales, indicador que no presentó cambios (Gráfica 20).

[11] Esta proporción fue obtenida a partir de una pregunta binaria. La razón de conocer a las personas usuarias con la característica anterior y no solamente a las que, efectivamente, presentaron la queja o reclamación, es que entre la población mexicana existe una diferencia marcada entre las personas que experimentan un malestar y quienes realmente lo expresan a través de una queja, esto es derivado de características idiosincráticas de la población. La pregunta para conocer a las personas usuarias que tuvieron problemas con el uso de sus servicios fue la siguiente: *"¿En los últimos doce meses ha tenido algún problema con su 'servicio financiero' que le haya hecho pensar en quejarse, aunque no haya presentado la queja o reclamación?"*

Uso Público

Información de acceso público.

Gráfica 20. Porcentaje de personas usuarias con problemas



Fuente: Banco de México, Encuesta de evaluación de la satisfacción de personas usuarias de productos y servicios financieros 2019-2023.
Nota: Para conocer los errores teóricos máximos de cada producto, ver Sección 7.

4.5 Indicadores de funcionalidad y acceso

El indicador de funcionalidad y accesibilidad tiene el propósito de medir la percepción de las personas usuarias acerca de la facilidad de uso de los servicios asociados a sus productos de depósito y tarjeta de crédito, así como el acceso para obtener productos de crédito. Para ello, a las personas usuarias de productos de cuenta de ahorro, depósito, tarjeta de débito y tarjeta de crédito se les hizo una pregunta sobre la facilidad de usar el plástico para realizar compras en establecimientos comerciales, mientras que para el resto de productos, se preguntó a las personas usuarias por la facilidad para adquirirlos.

Para cuentas de depósito, ahorro, tarjeta de débito y tarjeta de crédito, la pregunta fue la siguiente:

"De 0 al 10, ¿qué tan fácil o difícil es utilizar su tarjeta de 'débito o crédito' para realizar pagos o compras en establecimientos, comercios, tiendas en línea, aplicaciones móviles, etc.? (Donde 0 es "muy difícil" y 10 es "muy fácil")"

Uso Público

Información de acceso público.

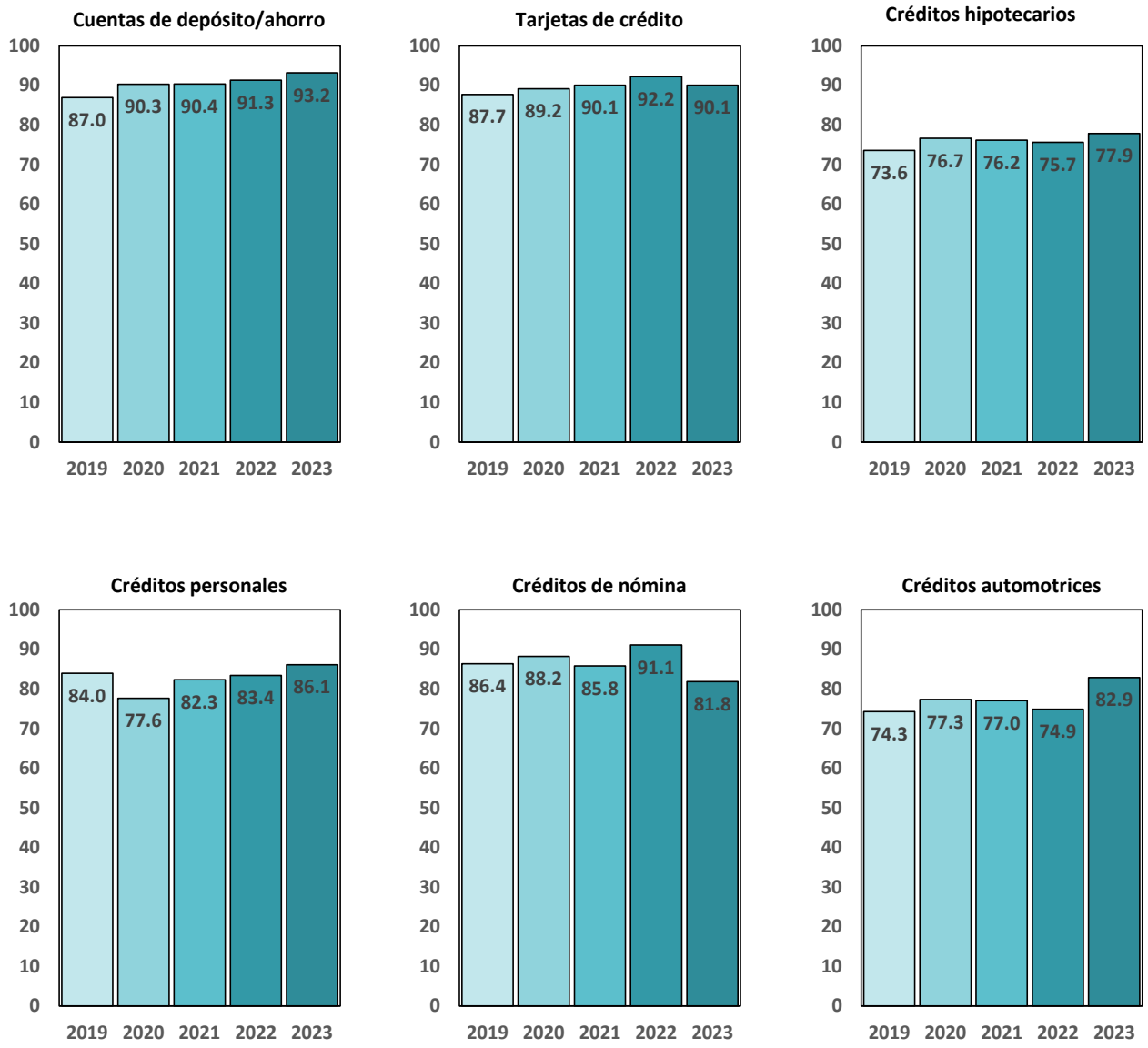
Para créditos hipotecarios, créditos personales, créditos de nómina y créditos automotrices, la pregunta realizada fue:

"Del 0 al 10, ¿qué tan fácil o díficil fue contratar el crédito?"

El indicador fue formado como el promedio ponderado de las evaluaciones de las personas usuarias, donde el ponderador lo constituye la población representada por cada observación. Dicho promedio fue multiplicado por 10 para que el indicador tuviera una escala entre 0 y 100.

En 2023, el indicador de funcionalidad y accesibilidad de las cuentas de depósito o ahorro y de tarjetas de crédito fue de 93.2 y 90.1 por ciento, respectivamente. Respecto a los otros productos, los indicadores en 2023 fueron menores para créditos hipotecarios y créditos de nómina (77.9 y 81.8 por ciento, respectivamente) (Gráfica 21).

Gráfica 21. Índice de funcionalidad y accesibilidad



Fuente: Banco de México, Encuesta de evaluación de la satisfacción de personas usuarias de productos y servicios financieros 2019-2023.
Nota: Para conocer los errores teóricos máximos de cada producto, ver Sección 7.

Uso Público

Información de acceso público.

4.6 Indicadores de costo

En esta sección se presentan dos indicadores de costo: el primero de ellos está relacionado con las comisiones, aplicables a todos los servicios analizados, mientras que el segundo está asociado a los intereses de los productos de crédito.

Las preguntas para las personas usuarias fueron las siguientes:[12]

"Del 0 al 10, ¿qué tan bajas o altas le parecen las comisiones que le cobran por su 'producto financiero'? (Donde 0 es "muy bajas" y 10 es "muy altas")"

"Del 0 al 10, ¿qué tan bajos o altos le parecen los intereses que le cobran por su 'producto financiero'? (Donde 0 es "muy bajos" y 10 es "muy altos")"

Los índices de costo fueron construidos como el porcentaje de personas usuarias que consideran que las comisiones e intereses cobrados por las instituciones financieras son bajos o muy bajos, es decir, el porcentaje de personas usuarias que asignaron calificaciones entre cero y cuatro.

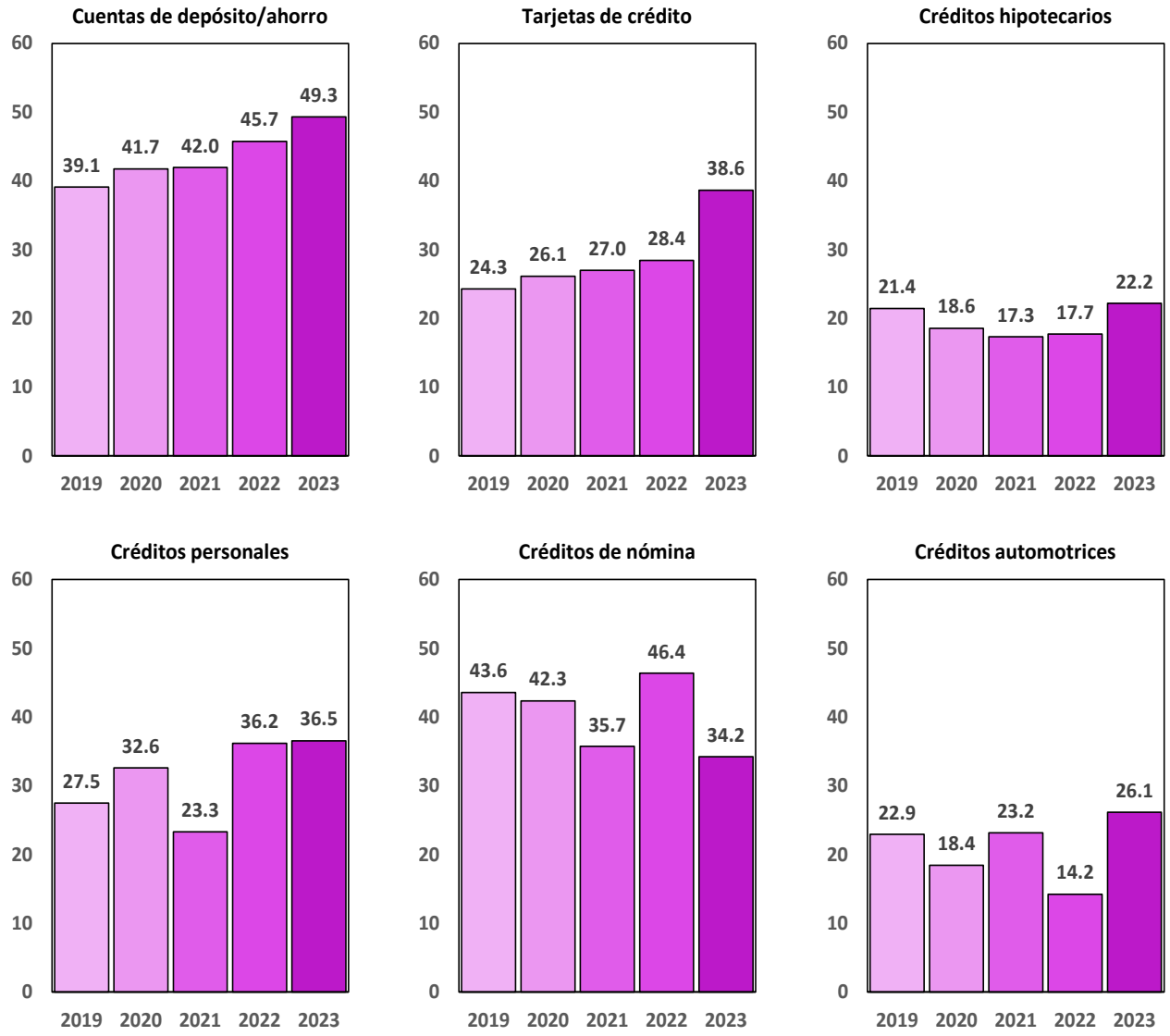
En 2023, los productos de cuenta de depósito o ahorro obtuvieron el mayor porcentaje para el indicador de comisiones (49.3 por ciento), mientras que el menor porcentaje lo presentaron los créditos hipotecarios (22.2 por ciento). Respecto a 2022, este indicador presentó un aumento para todos los productos, con excepción de los créditos de nómina (Gráfica 22).

[12] Para estas dos preguntas la escala de calificación se invirtió de tal forma que la mejor calificación es cero y la peor calificación es diez, lo anterior para no confundir al usuario.

Uso Público

Información de acceso público.

Gráfica 22. Índice de costo (comisiones)



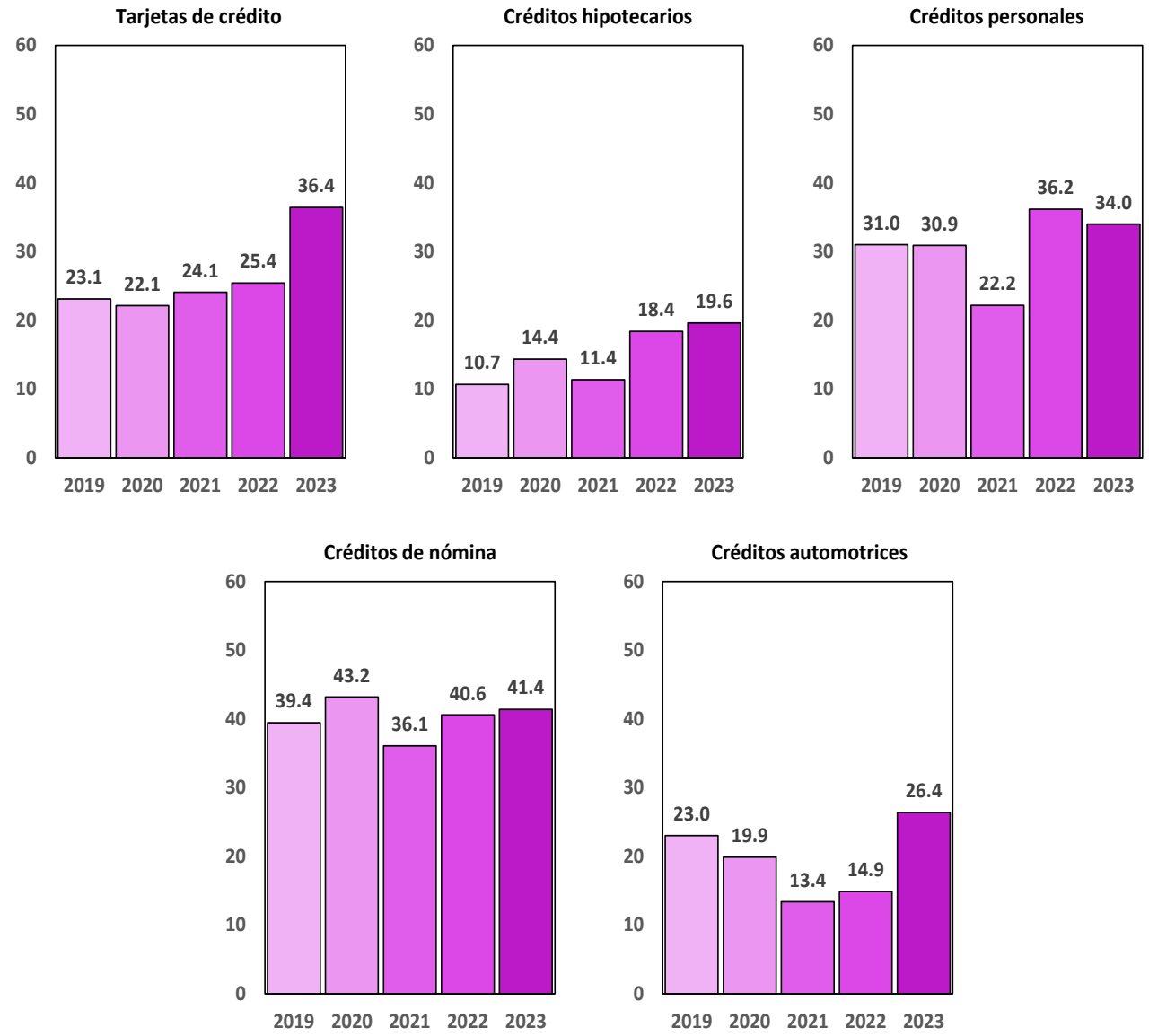
Fuente: Banco de México, Encuesta de evaluación de la satisfacción de personas usuarias de productos y servicios financieros 2019-2023.
Nota: Para conocer los errores teóricos máximos de cada producto o servicio, ver Sección 7.

Respecto a los intereses, los créditos de nómina tuvieron el mayor porcentaje de personas usuarias que percibe este costo como bajo o muy bajo (41.4 por ciento), mientras que los créditos hipotecarios tuvieron el menor porcentaje (19.6 por ciento). Respecto a 2022, todos los productos presentaron un aumento en este indicador, con excepción de los créditos personales (Gráfica 23).

Uso Público

Información de acceso público.

Gráfica 23. Índice de costo (intereses)



Fuente: Banco de México, Encuesta de evaluación de la satisfacción de personas usuarias de productos y servicios financieros 2019-2023.
Nota: Para conocer los errores teóricos máximos de cada producto, ver Sección 7.

5. Indicadores de satisfacción adicionales

5.1 Indicadores de satisfacción para personas usuarias identificadas como posiblemente vulnerables

En ediciones anteriores de este reporte se presentaron indicadores para grupos que podrían estar en situación de vulnerabilidad por alguna condición social o económica. Los grupos identificados fueron las personas usuarias con edades de 60 años o más, las personas usuarias que no cuentan con acceso a internet y los grupos en condición de vulnerabilidad financiera.

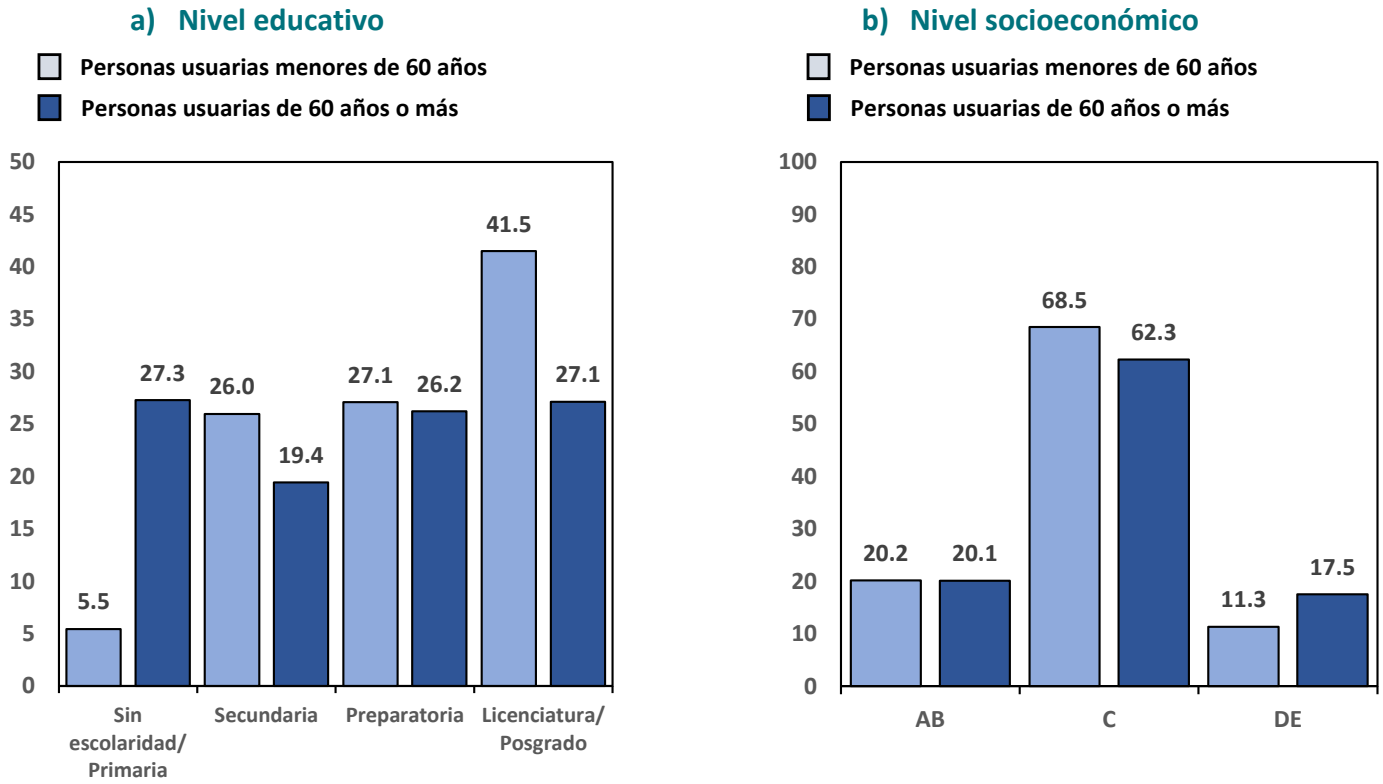
Uso Público

Información de acceso público.

5.1.1 Personas usuarias de 60 años o más (máximo 70 años)

En 2023, el 13.9 por ciento de las personas usuarias entrevistadas tuvo una edad mayor o igual a 60 años. De estas personas, el 27.3 por ciento no tiene escolaridad o estudió únicamente la primaria, mientras que este porcentaje para las personas de menos de 60 años fue de 5.5 por ciento. Además, el 17.5 por ciento de las personas usuarias de 60 años o más se ubicó en un nivel socioeconómico DE, cifra mayor a la del resto las personas usuarias (11.3 por ciento) (Gráfica 24). Es decir, se observa que las personas adultas mayores podrían encontrarse en situación de vulnerabilidad al ser un grupo con condiciones económicas menos favorables y con menor nivel educativo.

Gráfica 24. Nivel educativo y nivel socioeconómico



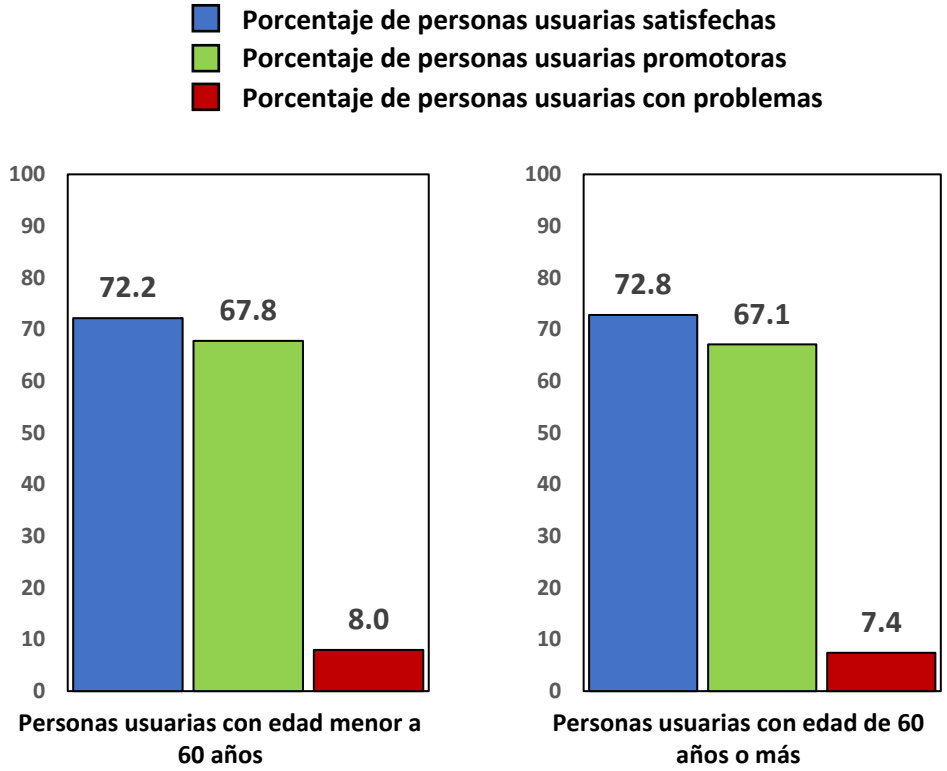
Fuente: Banco de México, Encuesta de evaluación de la satisfacción de personas usuarias de productos y servicios financieros 2023.

El grupo de personas usuarias mayores de 60 años tuvo un porcentaje de satisfacción y promoción similar al del resto de la población, a pesar de que una menor proporción de estas presentaron problemas (Gráfica 25).

Uso Público

Información de acceso público.

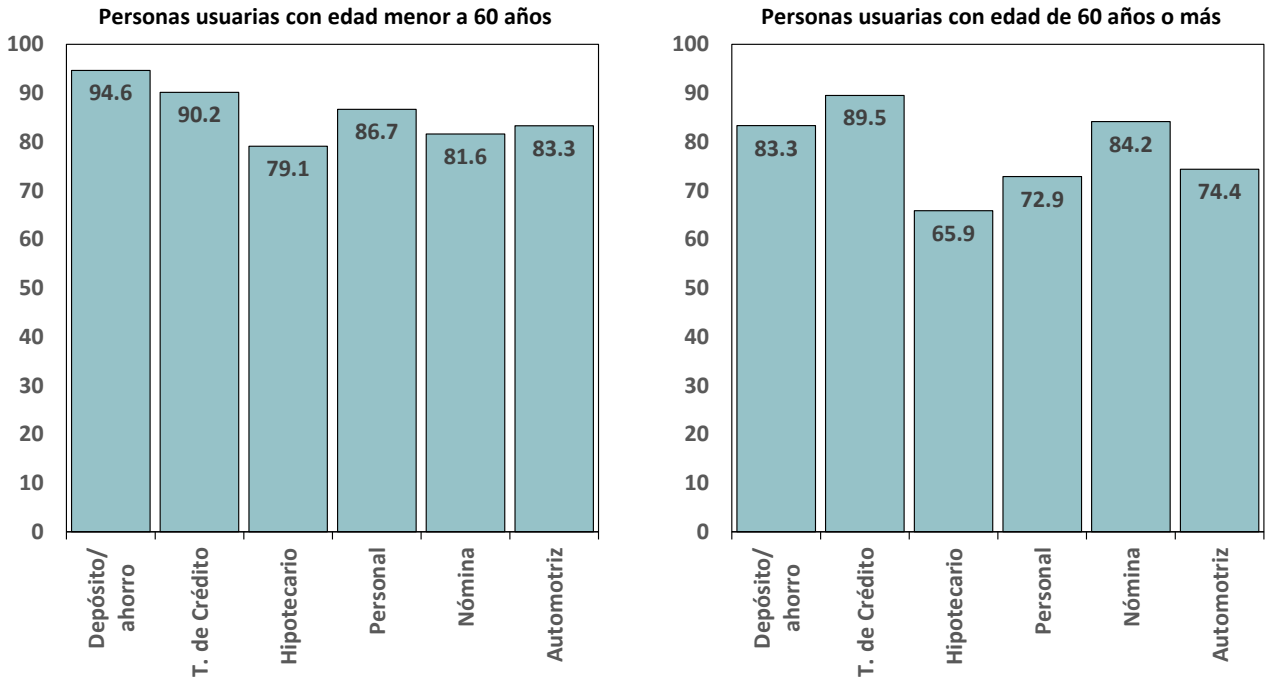
Gráfica 25. Índices de satisfacción de personas usuarias de productos y servicios financieros. Personas usuarias menores y mayores a 60 años



Fuente: Banco de México, Encuesta de evaluación de la satisfacción de personas usuarias de productos y servicios financieros 2023.
Nota: Los datos fueron actualizados para reflejar correctamente la información ponderada conforme a los factores de expansión.

Respecto al indicador de la funcionalidad y accesibilidad, se observó que las personas usuarias mayores de 60 años tuvieron un menor valor promedio para el indicador para todos los productos, con excepción de créditos de nómina (Gráfica 26).

Gráfica 26. Índice de funcionalidad y accesibilidad. Personas usuarias menores y mayores a 60 años



Fuente: Banco de México, Encuesta de evaluación de la satisfacción de personas usuarias de productos y servicios financieros 2023.
Nota: Para conocer los errores teóricos máximos de cadaproducto , ver Sección 7.

5.1.2 Personas usuarias sin acceso a internet

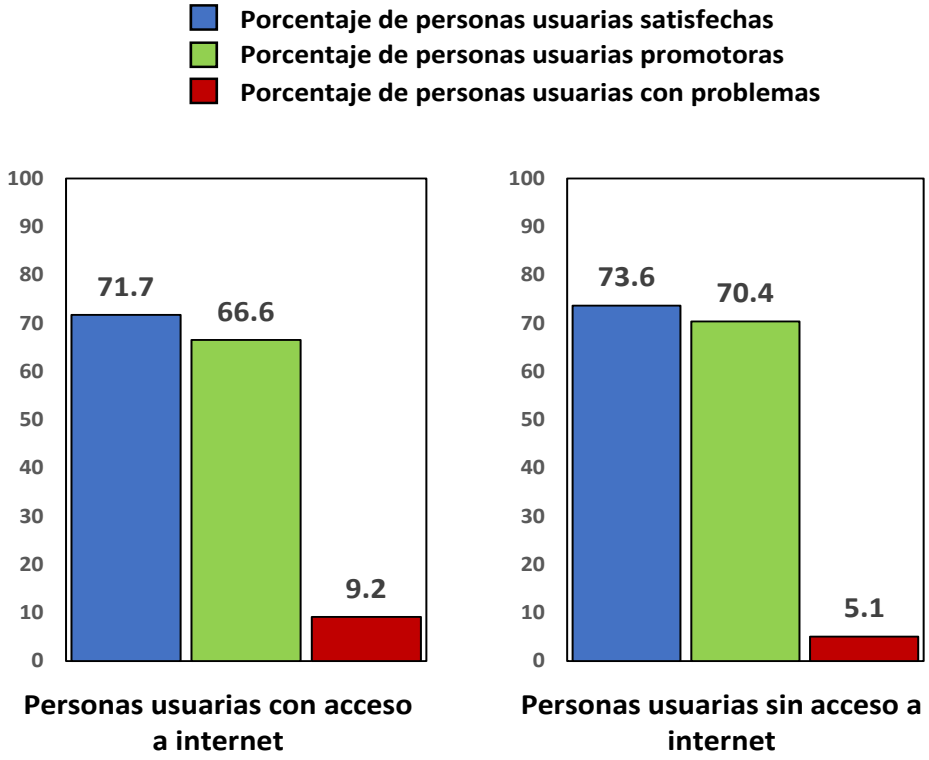
Según la *Encuesta de Satisfacción de Servicios Financieros 2024*, el 33.9 por ciento de los hogares donde residen las personas usuarias de productos y servicios financieros no cuenta con acceso a internet a través de un teléfono móvil o una red de internet en casa. Este grupo de personas puede encontrarse en desventaja al no contar con suficientes canales de acceso a productos y servicios financieros complementarios frente a quienes sí cuentan con acceso a internet. Por ejemplo, los servicios de banca móvil y banca por internet permiten a las personas usuarias administrar sus productos financieros desde cualquier lugar.

En 2023, el porcentaje de personas usuarias satisfechas y el porcentaje de personas usuarias promotoras del grupo de quienes no contaron con una red de internet en casa o un teléfono móvil con acceso a internet fueron mayores al porcentaje de personas usuarias que sí contaban con dicho acceso, en tanto que el porcentaje de personas usuarias con problemas fue menor para el grupo de personas usuarias sin acceso a internet (Gráfica 27).

Uso Público

Información de acceso público.

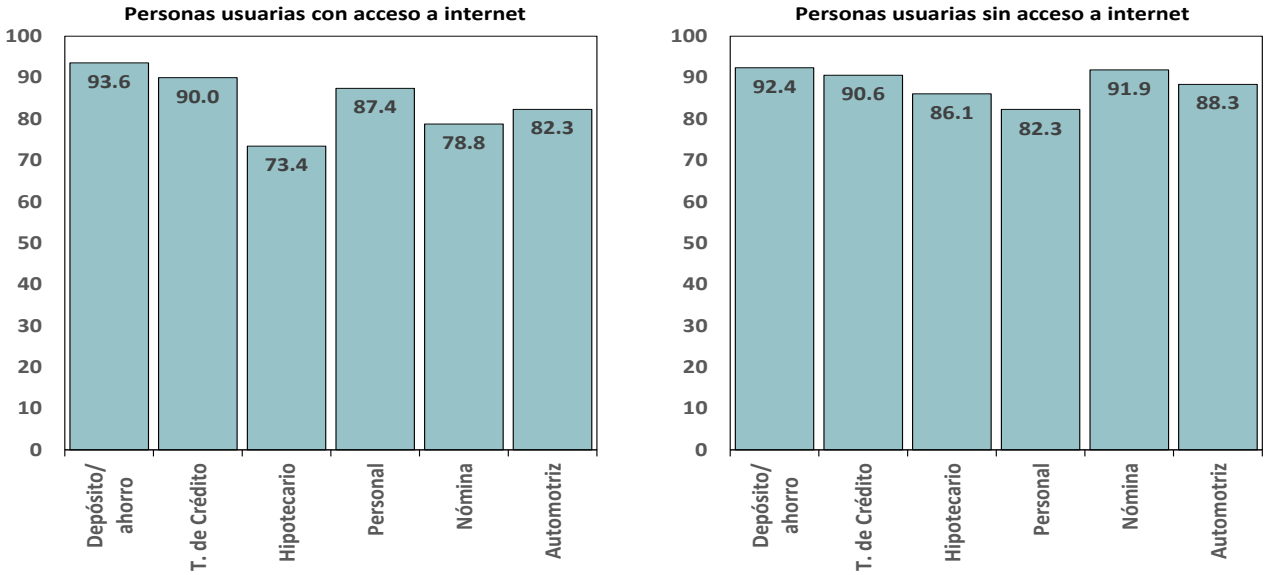
Gráfica 27. Índices de satisfacción de personas usuarias de servicios financieros, por acceso a internet



Fuente: Banco de México, Encuesta de evaluación de la satisfacción de personas usuarias de productos y servicios financieros 2023.
Nota: Los datos fueron actualizados para reflejar correctamente la información ponderada conforme a los factores de expansión.

En cuanto a la funcionalidad y accesibilidad, en 2023, los indicadores correspondientes a cuentas de depósito y ahorro y crédito personal fueron menores para personas usuarias sin acceso a internet (Gráfica 28).

Gráfica 28. Índice de funcionalidad y accesibilidad. Acceso a internet



Fuente: Banco de México, Encuesta de evaluación de la satisfacción de personas usuarias de productos y servicios financieros 2023.
Nota: Para conocer los errores teóricos máximos de cada producto o servicio, ver Sección 7.

Uso Público

Información de acceso público.

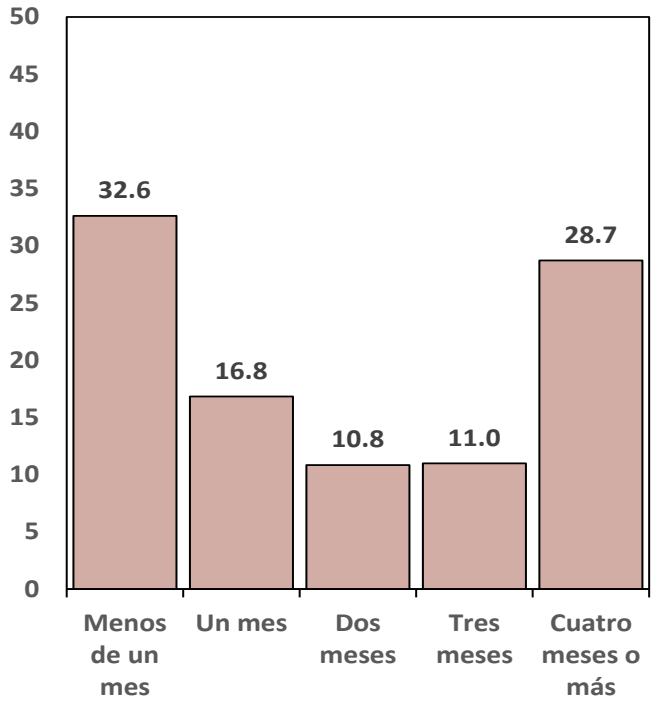
5.1.3 Personas usuarias en situación de vulnerabilidad financiera

La vulnerabilidad financiera es definida en este reporte como la capacidad de las personas u hogares para hacer frente a un choque que implique la pérdida de la principal fuente de ingresos. Para evaluar si una persona usuaria de productos de cuenta de ahorro, depósito, tarjeta de débito o tarjeta de crédito se encuentra en situación de vulnerabilidad financiera, en la encuesta de 2023 se incluyó la siguiente pregunta:

"Imaginemos que a partir de hoy dejara de recibir todos sus ingresos, ¿Durante cuántos meses cree que podría pagar todos sus gastos con lo que tiene ahorrado o guardado?"

De la respuesta a dicha pregunta, se observó que el 32.6 por ciento de las personas usuarias de productos y servicios financieros se encuentran en el mayor grado de vulnerabilidad financiera: aquellas que, ante un choque financiero, no serían capaces de pagar todos sus gastos ni siquiera un mes completo. Por otro lado, el 28.7 por ciento de las personas usuarias respondieron que podrían solventar sus gastos por cuatro meses o más; este grupo es el menos vulnerable financieramente (Gráfica 29).

Gráfica 29. Distribución de personas usuarias de servicios financieros por grupo de vulnerabilidad financiera 2023



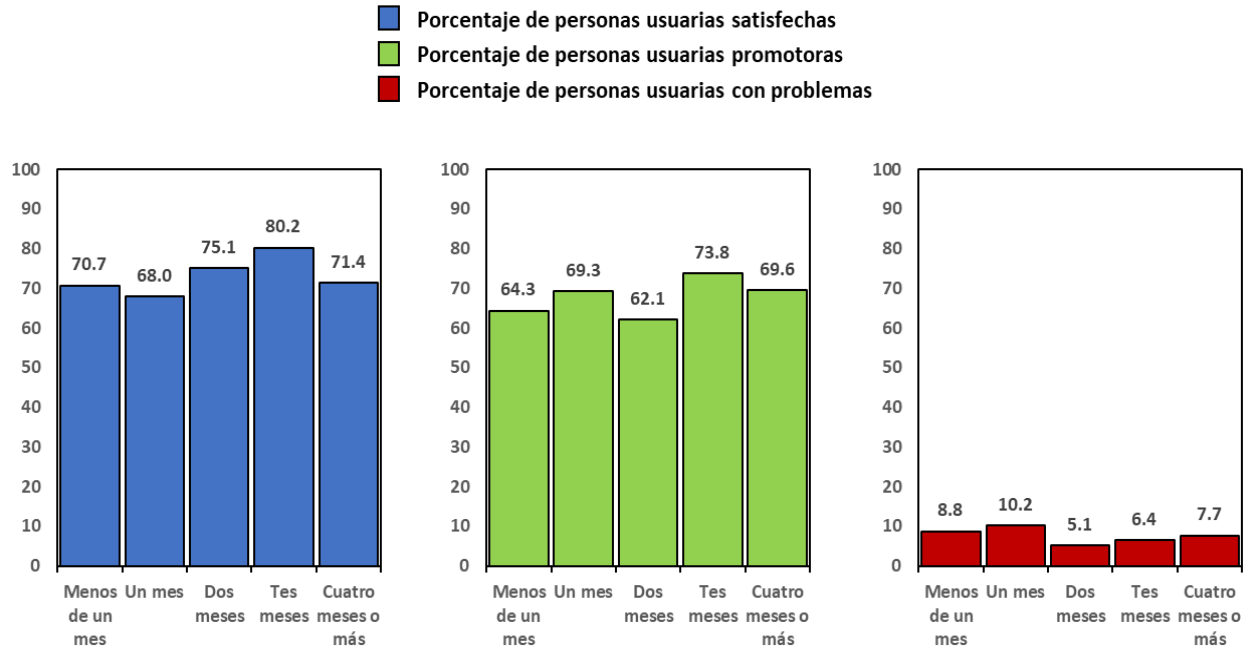
Fuente: Banco de México, Encuesta de evaluación de la satisfacción de personas usuarias de productos y servicios financieros 2023.

Asimismo, se observó que el grupo de personas usuarias que respondieron que podrían pagar todos sus gastos durante tres meses en caso de sufrir un choque financiero es el que mayor porcentaje de personas usuarias satisfechas y de personas usuarias promotoras tuvo, y el grupo de personas que respondió que solo podría pagar un mes de sus gastos mostró el mayor porcentaje de usuarios con problemas (Gráfica 30).

Uso Público

Información de acceso público.

Gráfica 30. Indicadores de satisfacción por grupo de vulnerabilidad financiera



Fuente: Banco de México, Encuesta de evaluación de la satisfacción de personas usuarias de productos y servicios financieros 2023.
Nota: Los datos fueron actualizados para reflejar correctamente la información ponderada conforme a los factores de expansión.

5.2 Educación financiera de las personas usuarias de productos y servicios financieros

Para conocer el nivel de educación financiera, se hicieron tres preguntas con el objetivo de saber si las personas conocen los conceptos de inflación, interés simple y diversificación.[13]

En la Gráfica 31 se muestra el porcentaje de personas usuarias que respondieron correctamente a cada una de las preguntas en 2023, así como el número de respuestas correctas. La pregunta relacionada con el concepto de inflación es la que fue contestada correctamente por la mayor parte de la gente (67.7 por ciento). Sin embargo, la mayoría de las personas respondió incorrectamente a la pregunta relacionada con los conceptos de interés (solo el 13.3 por ciento contestó correctamente). La mayoría de las personas contestó correctamente solamente a una pregunta (45.3 por ciento).

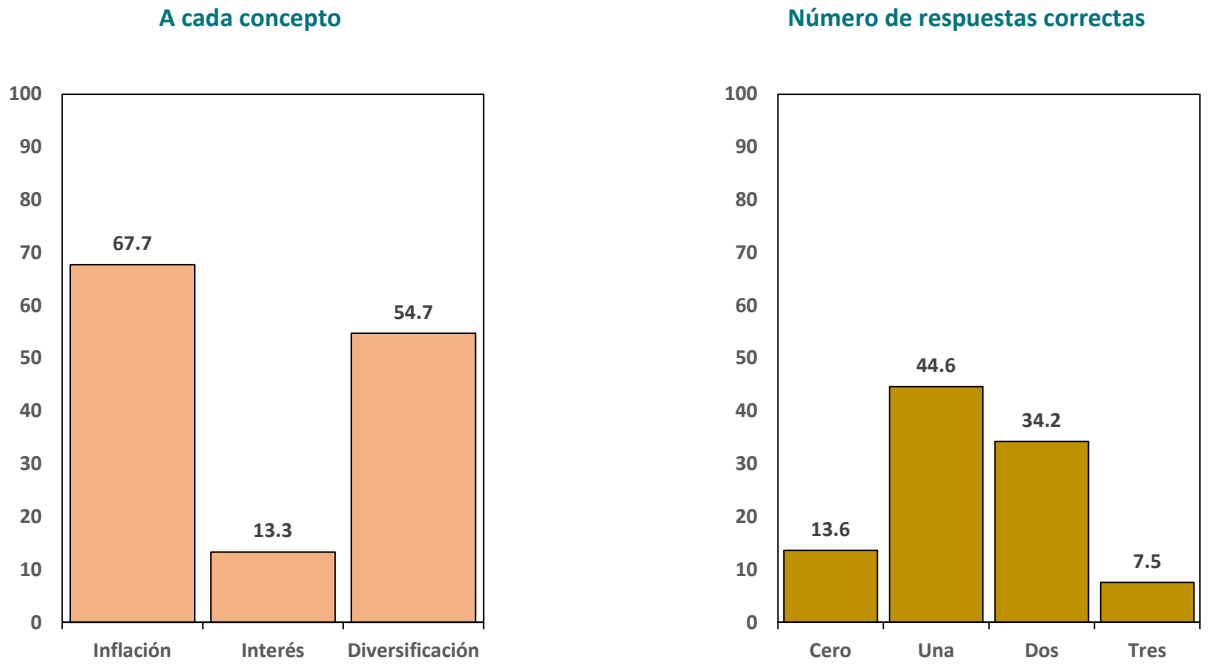
[13] Las preguntas fueron las siguientes:

1. Imagine que usted recibe un regalo de 1000 pesos, pero tiene que esperar un año para obtenerlo y la inflación es del 3 por ciento anual. Después de un año, va a poder comprar…
   a. Más de lo que podría comprar hoy.
   b. La misma cantidad.
   c. Menos de lo que podría comprar hoy.
2. Supongamos que usted pone 100 pesos en una cuenta de ahorros con una tasa de interés del 2% anual. Usted no realiza ningún otro depósito en esta cuenta y tampoco retira nada de dinero. ¿Cuánto habría en la cuenta al final del primer año?
3. Por favor dígame si esta frase es verdadera o falsa: "Es menos probable que usted pierda todo su dinero si lo ahorra en varios lugares".

Uso Público

Información de acceso público.

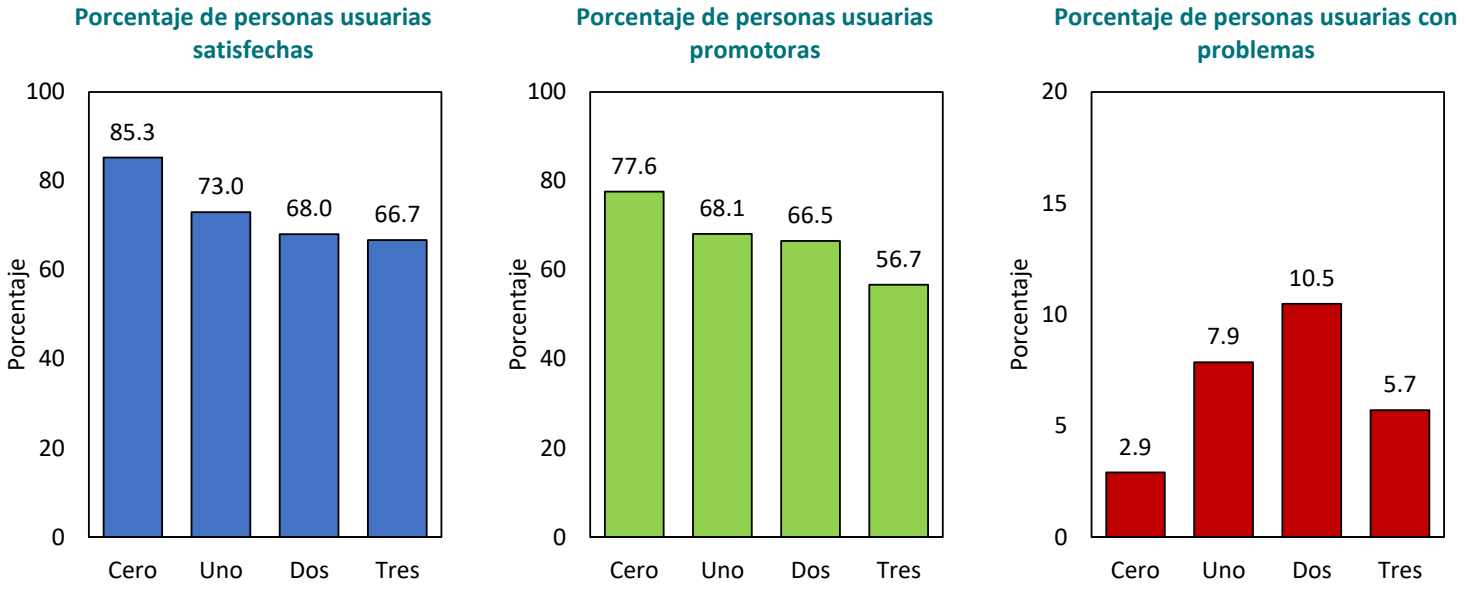
Gráfica 31. Porcentaje de personas usuarias que respondió correctamente



Fuente: Banco de México, Encuesta de evaluación de la satisfacción de personas usuarias de productos y servicios financieros 2023.

Los indicadores de satisfacción y recomendación de aquellas personas que que respondieron correctamente a dos o tres preguntas son menores que los indicadores de las personas que no contestaron correctamente a ninguna pregunta o solo contestaron correctamente una de las tres preguntas. El grupo que respondió correctamente a dos preguntas fue el que presentó el mayor porcentaje de personas usuarias con problemas (Gráfica 32).

Gráfica 32. Indicadores de satisfacción para personas usuarias con distinto nivel de educación financiera



Fuente: Banco de México, Encuesta de evaluación de la satisfacción de personas usuarias de productos y servicios financieros 2023.

Uso Público

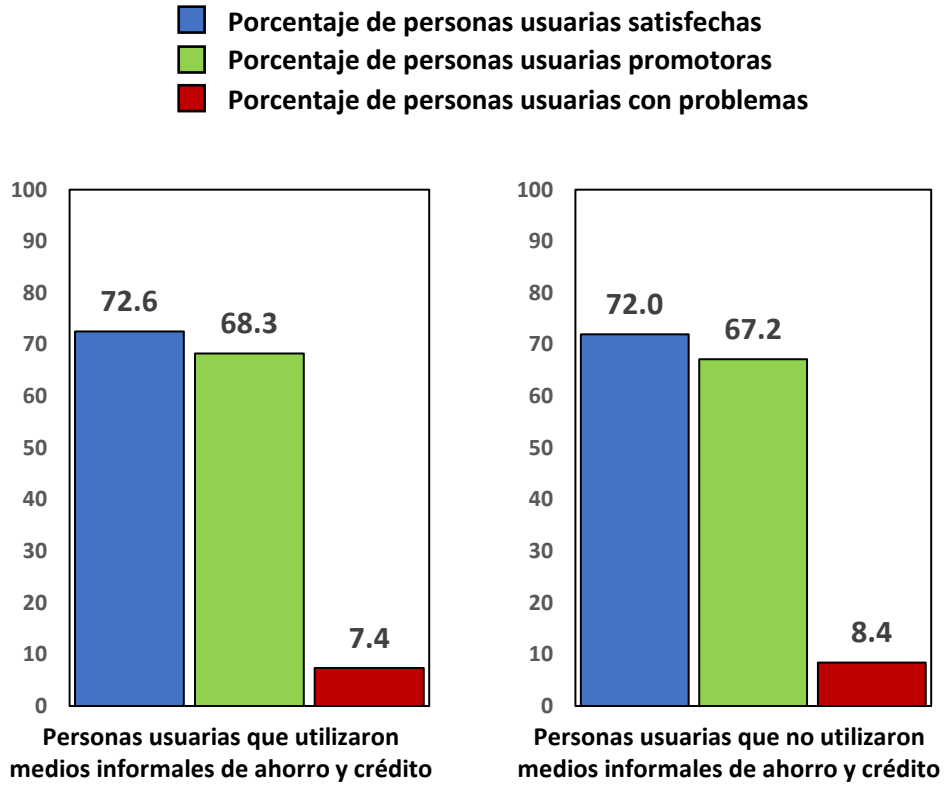
Información de acceso público.

5.3 Satisfacción de acuerdo al uso de medios informales de ahorro y crédito

Las personas usuarias fueron consultadas sobre la utilización de medios informales de ahorro y crédito en el último año anterior a la encuesta (como tandas, cajas de ahorro, prestamos de amigos, etc.), entendiéndose como medios informales a los no ligados a un banco comercial o a una institución financiera. El 50.7 por ciento de las personas encuestadas contestó que sí había utilizado algún medio de ahorro o crédito informal.

En cuanto a los indicadores de satisfacción, recomendación y problemas, el grupo de personas usuarias que no utilizaron medios informales de ahorro o crédito contó con un menor porcentaje de personas usuarias satisfechas, un menor porcentaje de personas usuarias promotoras y un mayor porcentaje de personas usuarias con problemas, en comparación con las personas usuarias que hicieron uso de medios informales de ahorro o crédito (Gráfica 33).

Gráfica 33. Indicadores de satisfacción para personas usuarias de ahorro y crédito formales e informales



Fuente: Banco de México, Encuesta de evaluación de la satisfacción de personas usuarias de productos y servicios financieros 2023.
Nota: Los datos fueron actualizados para reflejar correctamente la información ponderada conforme a los factores de expansión.

5.4 Razón de apertura de cuenta

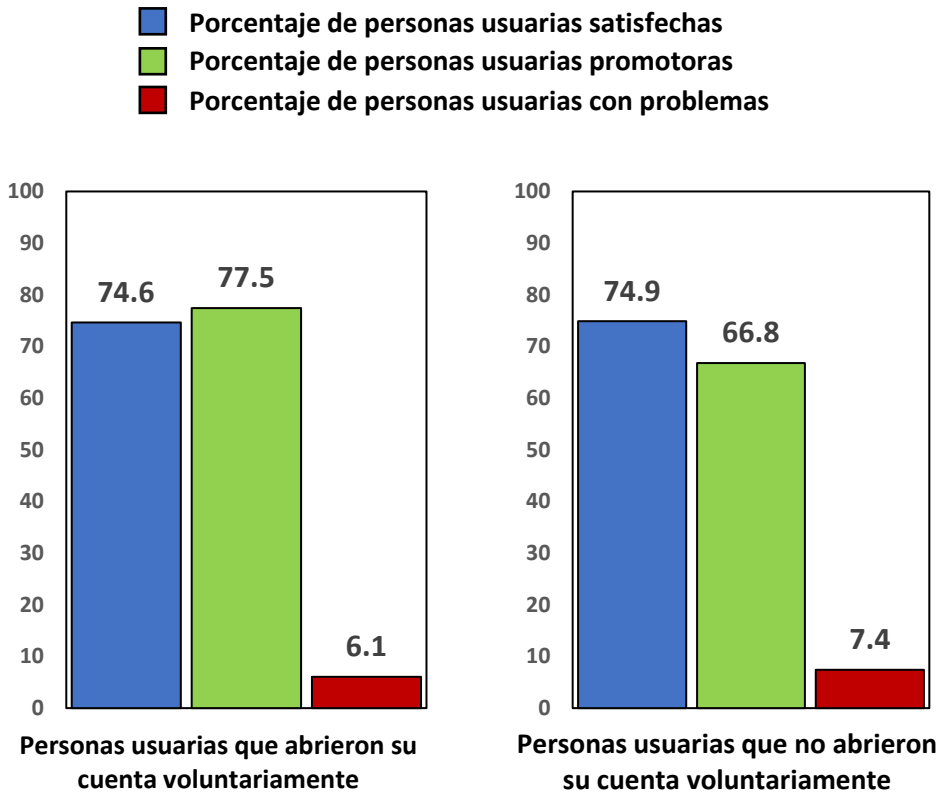
A las personas usuarias de cuenta de ahorro o depósito se les preguntó sobre el motivo por el cual abrieron la cuenta. En ocasiones, la cuenta no es abierta por voluntad de la persona usuaria, sino que su apertura es

requerida por la empresa empleadora de la persona o por una institución financiera que le va a proporcionar otro producto financiero:

- El 52.5 por ciento de las personas usuarias dijo haber abierto su cuenta por voluntad propia.
- El 45.9 por ciento de las personas usuarias dijo que se la abrieron en su trabajo o escuela.
- El 1.4 por ciento dijo haberlo hecho porque la institución financiera otorgante le pidió hacerlo para tener acceso a otro producto financiero, como un crédito.

Al comparar los indicadores de satisfacción para el grupo de personas usuarias que abrieron su cuenta voluntariamente y para las que no lo hicieron voluntariamente, se observó un porcentaje similar de personas usuarias satisfechas, un menor porcentaje de personas usuarias promotoras y un mayor porcentaje de personas usuarias con problemas (Gráfica 34).

Gráfica 34. Indicadores de satisfacción para personas usuarias de cuenta de depósito o ahorro por motivo de apertura de la cuenta



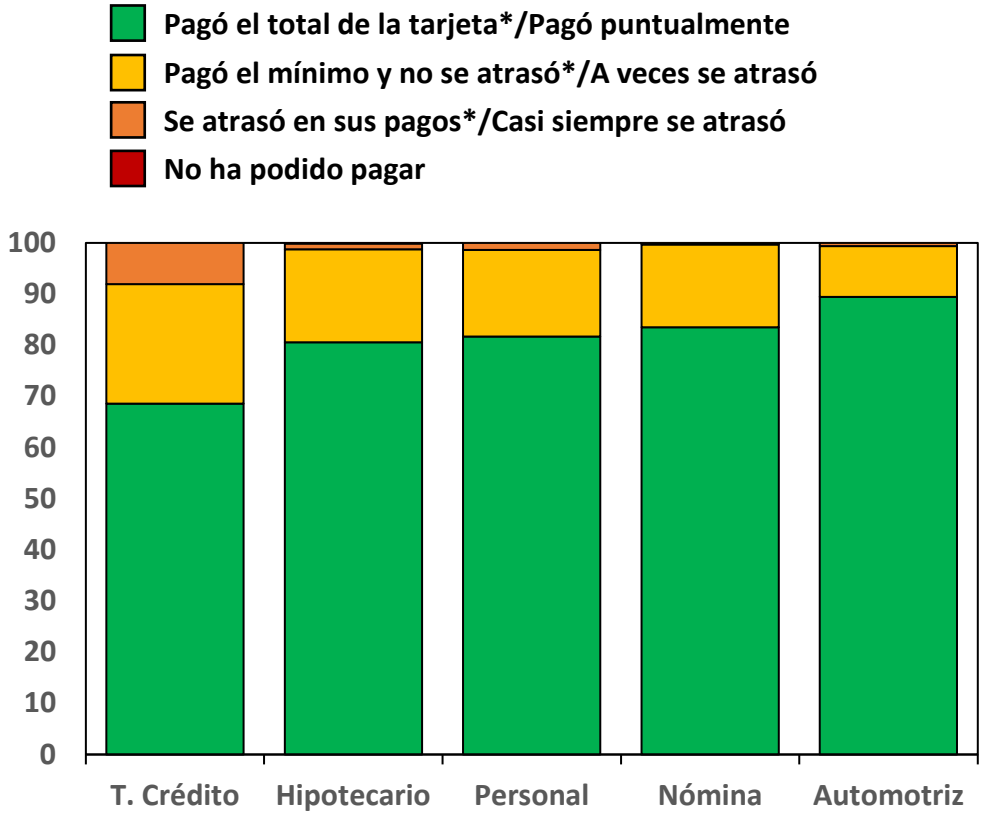
Fuente: Banco de México, Encuesta de evaluación de la satisfacción de personas usuarias de productos y servicios financieros 2023.

5.5 Satisfacción de acuerdo al comportamiento de pago de las personas usuarias de servicios de crédito

A las personas usuarias de productos de crédito se les preguntó sobre su comportamiento de pago en el último año. La Gráfica 35 muestra la clasificación de sus comportamientos de pago para los distintos tipos de crédito durante 2023. Los créditos automotrices contaron con el mayor porcentaje de personas usuarias que pagaron puntualmente (89.4 por ciento), mientras que las tarjetas de crédito, un tipo de crédito donde el

pago es una decisión que recae enteramente en la persona usuaria, que tiene la flexibilidad de realizar pagos parciales del saldo del crédito (una característica de los créditos revolventes), se observó el menor porcentaje de personas usuarias que realizaron el pago total (68.6 por ciento).

Gráfica 35. Comportamiento de pago de las personas usuarias de servicios financieros



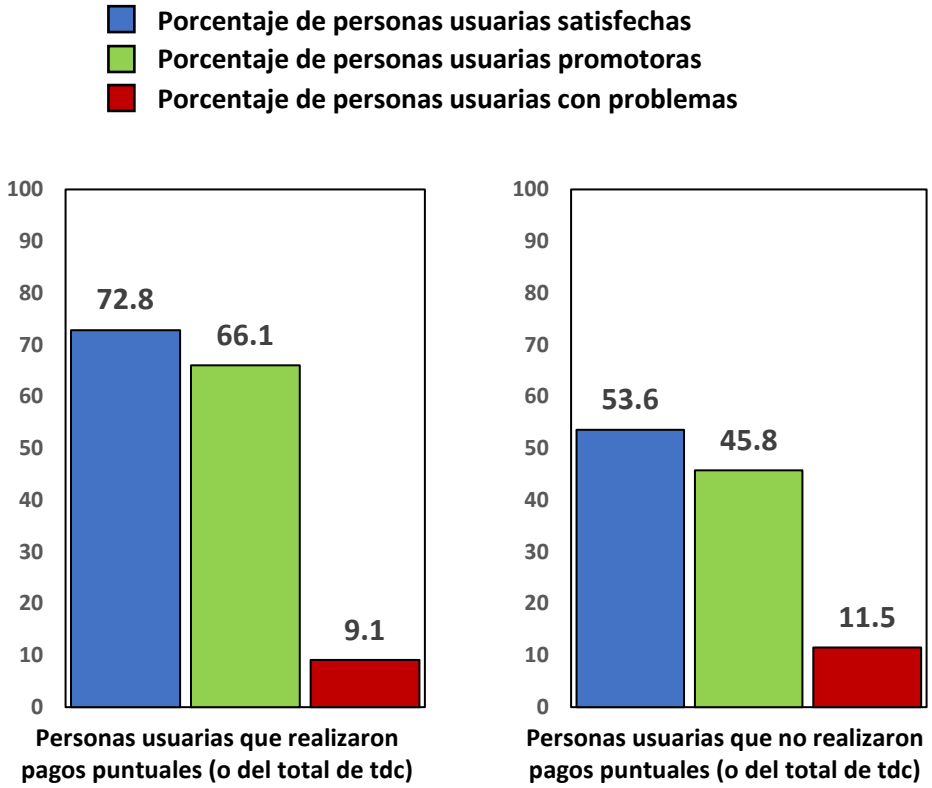
Fuente: Banco de México, Encuesta de evaluación de la satisfacción de personas usuarias de productos y servicios financieros 2023.
Nota: Para conocer los errores teóricos máximos de cada producto o servicio, ver Sección 7.
* Aplica únicamente para personas usuarias de tarjetas de crédito.

El grupo de personas usuarias que no realizaron sus pagos puntualmente (o que no pagaron la deuda total de sus tarjetas de crédito) presentó un menor porcentaje de personas usuarias satisfechas, un menor porcentaje de personas usuarias promotoras y un mayor porcentaje de personas usuarias con problemas (Gráfica 36).

Uso Público

Información de acceso público.

Gráfica 36. Porcentaje de personas usuarias satisfechas de acuerdo al comportamiento de pago



Fuente: Banco de México, Encuesta de evaluación de la satisfacción de personas usuarias de productos y servicios financieros 2023.
Nota: Los datos fueron actualizados para reflejar correctamente la información ponderada conforme a los factores de expansión.

5.7 Confianza en autoridades

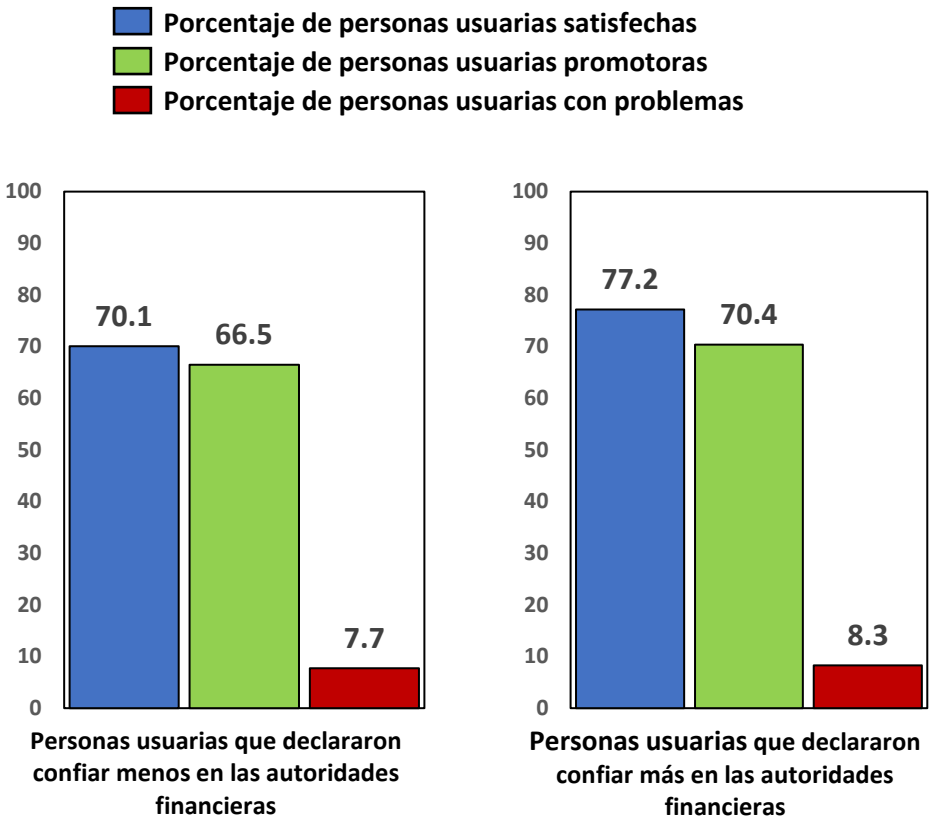
A todas las personas usuarias se les preguntó si, en caso de tener un problema con algún producto financiero contratado, confiarían en que las autoridades podrían ayudarles a solucionar su problema, utilizando una escala entre cero y diez, donde cero significa que la persona usuaria no confía en absoluto y diez significa que confía totalmente. Clasificando a las personas usuarias que confían más como aquellas que contestaron con calificaciones entre siete y diez, se observó que el 30.0 por ciento de las personas usuarias se encuentra dentro de esta categoría.

Al considerar los indicadores de satisfacción, recomendación y problemas, se observa que el porcentaje de personas usuarias satisfechas y el porcentaje de personas usuarias promotoras es mayor para el grupo de personas que confían más en las autoridades, aunque, este grupo presenta un mayor porcentaje de personas usuarias con problemas en comparación con el grupo de personas que confían menos en las autoridades (Gráfica 37).

Uso Público

Información de acceso público.

Gráfica 37. Indicadores de satisfacción por grado de confianza en las autoridades



Fuente: Banco de México, Encuesta de evaluación de la satisfacción de personas usuarias de productos y servicios financieros 2023.
Nota: Los datos fueron actualizados para reflejar correctamente la información ponderada conforme a los factores de expansión.

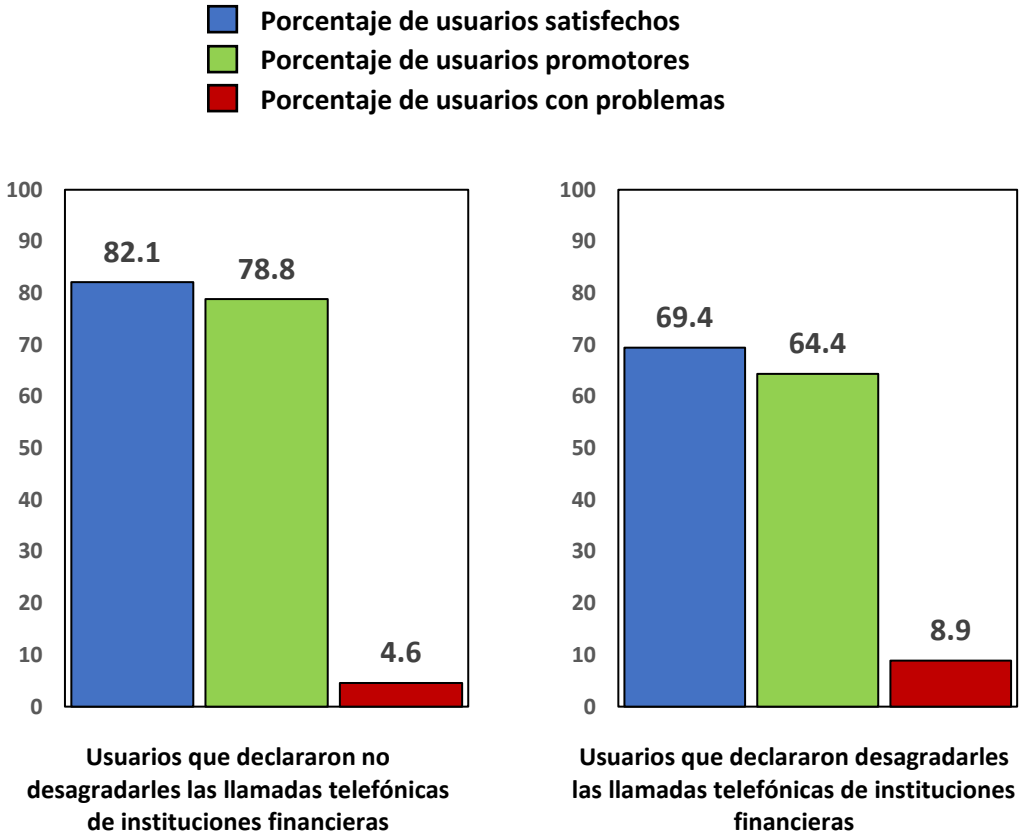
5.8 Llamadas telefónicas

A las personas entrevistadas se les preguntó, adicionalmente, sobre el desagrado que experimentan al recibir llamadas telefónicas por parte de las instituciones para ofrecerles productos o servicios sin consentimiento previo; lo anterior, utilizando una escala del cero al diez, siendo cero el mayor desagrado y diez el menor. El 78.6 por ciento de las personas usuarias expresó sentir desagrado por recibir llamadas telefónicas de este tipo (calificaciones entre cero y seis).[14]

Respecto a los indicadores de satisfacción, las personas usuarias a quienes les desagradan las llamadas telefónicas son el grupo con el menor porcentaje de satisfacción y el menor porcentaje de promoción, además de que son el grupo con el mayor porcentaje de personas usuarias que presentaron problemas (Gráfica 38).

[14] La pregunta es la siguiente: "Cuando alguna institución financiera le contacta vía telefónica para ofrecerle un producto, beneficio o promoción, del 0 al 10 ¿qué tan agradables o desagradables le parecen estas llamadas? (Donde 0 es "muy desagradable" y 10 es "muy agradable")"

Gráfica 38. Indicadores de satisfacción por nivel de agrado de llamadas telefónicas por parte de bancos e instituciones financieras



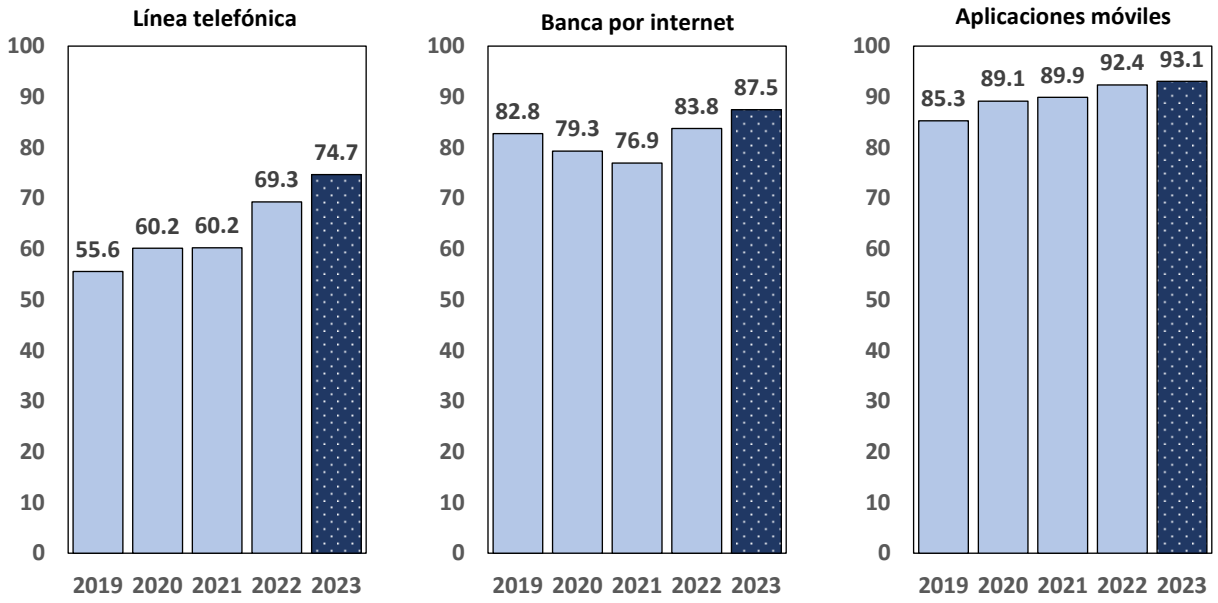
Fuente: Banco de México, Encuesta de evaluación de la satisfacción de personas usuarias de productos y servicios financieros 2023.
Nota: Los datos fueron actualizados para reflejar correctamente la información ponderada conforme a los factores de expansión.

6. Facilidad en el uso de canales de atención, servicio y medios de pago

En la encuesta, a las personas entrevistadas se les preguntó sobre la facilidad de utilizar canales de atención provistos por las instituciones financieras, tales como línea telefónica, banca por internet y aplicaciones móviles. Para ello, se utilizó una escala entre cero y diez, donde cero significa que el canal es muy difícil de utilizar y diez significa que el canal es muy fácil de utilizar. Con lo anterior, se formaron indicadores de la facilidad de uso de estos canales, calculados como el promedio ponderado de las calificaciones de las personas usuarias y multiplicados por 10 para tener una escala entre cero y cien.

En 2023, las aplicaciones móviles obtuvieron, nuevamente, el indicador más elevado (93.1) mientras que la línea telefónica sigue siendo el canal con el indicador más bajo (74.7). Respecto al año anterior, los tres canales de acceso presentaron un aumento en el indicador (Gráfica 39).

Gráfica 39. Índices de facilidad de uso



Fuente: Banco de México, Encuesta de evaluación de la satisfacción de personas usuarias de productos y servicios financieros 2019-2023.

A las personas usuarias de cuenta de ahorro o depósito y tarjeta de crédito se les realizaron dos preguntas relacionadas con problemas con el pago con tarjeta en establecimientos comerciales. La primera pregunta se refirió a si, en el último año, algún establecimiento no le aceptó pagos con tarjeta, mientras que la segunda se refirió a si, en el último año, algún establecimiento le cobró alguna comisión o hizo un cargo adicional por el uso de este medio de pago.

En 2023, se encontró que (Gráfica 40):[15]

- Al **15.6 por ciento** de las personas usuarias de tarjetas de débito y tarjetas de crédito le sucedió que algún establecimiento **no le aceptó este medio de pago**. Respecto a 2022, se presentó una disminución de 4.3 puntos porcentuales.

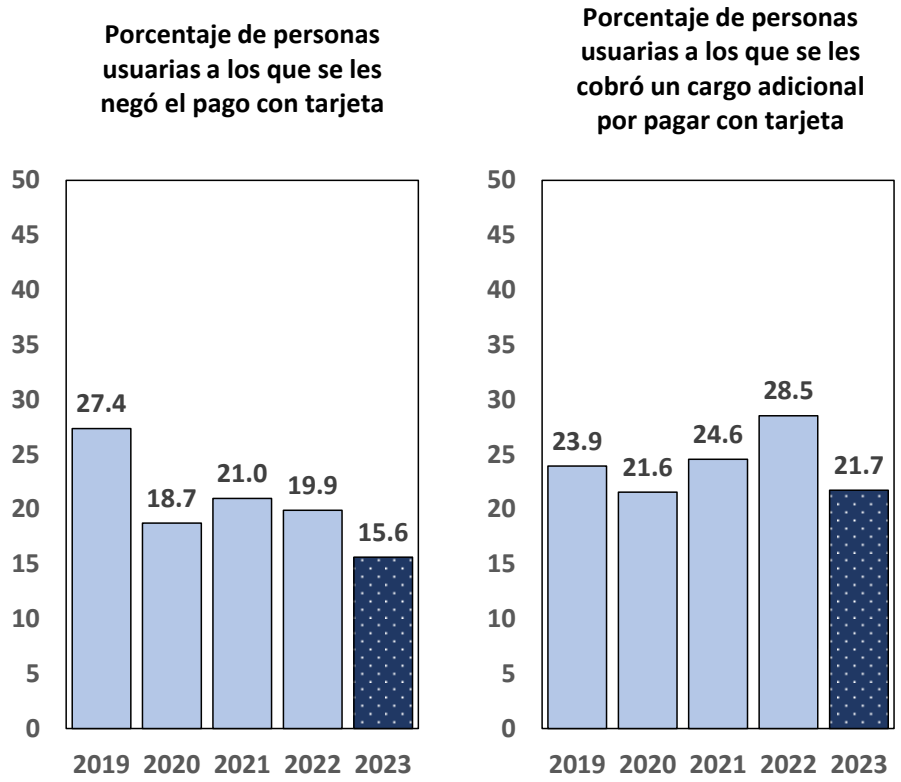
Al **21.7 por ciento** de las personas usuarias de tarjetas de débito y tarjetas de crédito el establecimiento le cobró **alguna comisión adicional** por pagar con su tarjeta en establecimientos comerciales. Respecto a 2022, hubo una disminución de 6.8 puntos porcentuales.

[15] Estas cifras corresponden a las personas usuarias independientemente de si únicamente tenían tarjeta de débito, tarjeta de crédito, o ambas.

Uso Público

Información de acceso público.

Gráfica 40. Problemas relacionados con el pago con tarjeta



Fuente: Banco de México, Encuesta de evaluación de la satisfacción de personas usuarias de productos y servicios financieros 2019-2023.

Adicionalmente, a las personas usuarias de cuentas de depósito y ahorro, se les preguntó si conocían la existencia de la institución que protege el ahorro bancario (el Instituto para la Protección del Ahorro Bancario, IPAB). El 63.8 por ciento de las personas encuestadas con cuenta de ahorro o depósito dijo no saber de la existencia de esta institución (IPAB).

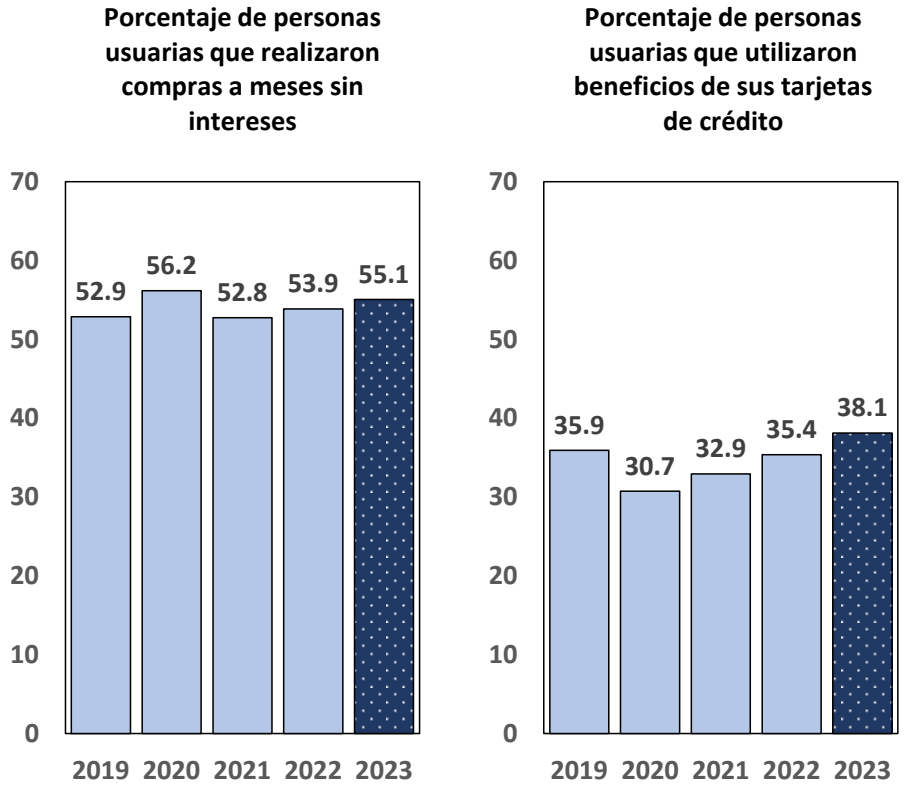
Por otro lado, a las personas usuarias de tarjeta de crédito se les preguntó si en el último año (anterior al levantamiento de la encuesta) habían realizado compras a meses sin intereses o habían hecho uso de beneficios como puntos, descuentos especiales, facilidades para viajar, preventas, etc. En la encuesta se encontró que (Gráfica 41):

- El 55.1 por ciento de las personas usuarias de tarjeta de crédito dijo haber hecho compras a meses sin intereses. Lo anterior representó un aumento de 1.2 puntos porcentuales con respecto a 2022.
- El 38.1 de las personas usuarias de tarjeta de crédito dijo haber hecho uso de beneficios. Lo anterior representó un aumento de 2.7 puntos porcentuales con respecto a 2022.

Uso Público

Información de acceso público.

Gráfica 41. Compras a meses sin intereses y uso de beneficios



Fuente: Banco de México, Encuesta de evaluación de la satisfacción de personas usuarias de productos y servicios Financieros 2019-2023.

7. Apéndice: Información metodológica

7.1 Diseño muestral de las encuestas

La *Encuesta de evaluación de la satisfacción de personas usuarias de productos y servicios financieros* se lleva a cabo durante el último trimestre de cada año. El universo de estudio son las personas de 18 a 70 años que residen permanentemente en localidades con más de 50,000 habitantes en territorio mexicano, en un hogar ubicado dentro del dominio de estudio en la fecha del levantamiento, de ambos géneros y de los diferentes niveles socioeconómicos, que tienen, al menos, un producto financiero de interés (cuenta de ahorro, de depósito, de nómina, tarjeta de débito, tarjeta de crédito bancaria, crédito hipotecario o de vivienda, crédito personal, crédito de nómina o crédito automotriz).

La metodología de captación de información de la encuesta fue una entrevista individual cara a cara en la vivienda de la persona entrevistada usando dispositivos móviles y con monitoreo de auditoría remota.

El marco muestral fue el listado de localidades de 50,000 habitantes o más, comprendidas en las estimaciones de población para el año 2023 en las “Proyecciones de la Población de México 2010-2050, CONAPO”, total de hogares y población de dichas localidades así como la información cartográfica de estas localidades, con sus Áreas Geoestadísticas Básicas (AGEB) de acuerdo con las definiciones del INEGI y catálogos de manzanas y cuadras que componen cada una de las AGEB de las localidades seleccionadas.

Uso Público

Información de acceso público.

El procedimiento de muestreo es polietápico aleatorio y estratificado por subregión, usando un muestreo con asignación proporcional por tamaño (PPT) para seleccionar las unidades primarias de muestreo (localidad) y con selección aleatoria sistemática del resto de las unidades, donde las unidades de selección de segunda etapa fueron las AGEB, de tercera las manzanas, de cuarta las cuadras y de quinta las viviendas. Finalmente, de manera aleatoria simple se seleccionan, como sexta etapa, el hogar y, como séptima, la unidad última de observación: la persona.

Para el 2023, el diseño muestral consideró 59 localidades de 22 entidades federativas, tomando en cuenta la división por mesorregiones: cuatro zonas metropolitanas más representativas del país: CDMX, ZMCDMX, ZMGDL, ZMMTY y las zonas Centro (sin CDMX y ZMCDMX), Centro Occidente (sin ZMGDL), Noreste (sin ZMMTY), Noroeste y Sur Sureste. Dentro de las 5 mesorregiones, se realizó una clasificación basada en el tamaño de la localidad tomando en cuenta los siguientes rangos del número de habitantes: 50,000 a 199,999 habitantes, 200,000 a 499,999 habitantes y más de 500,000 habitantes.

Con el fin de emular las características de la población de acuerdo a la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF) 2021, se consideran cuotas por género, rangos de edad, condición de actividad económica (población económicamente activa y población económicamente inactiva), nivel de escolaridad (sin escolaridad, educación básica, educación media superior y educación superior) y tipo de servicio financiero. Para lo anterior, se generó un análisis especial de una submuestra de dicha encuesta, seleccionada a partir de las siguientes características:

- Poblaciones urbanas de 50,000 o más habitantes.
- Personas usuarias de, al menos, un servicio financiero.

Lo anterior representa, en la ENIF 2021, una población total de 37,020,804 personas.

De acuerdo con lo anterior, las cuotas para las variables sociodemográficas son las siguientes:[16]

[16] PEA y PEI significa Población económicamente activa y Población económicamente no activa, respectivamente. La población económicamente activa es aquella al momento dl levantamiento de la encuesta tuvo algún vínculo con la actividad económica o que lo buscaron en la semana de referencia, por lo que se encontraban ocupadas o desocupadas.

	CASOS				
GÉNERO	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**	**2023**
Femenino	1,008	1,012	997	1,027	1,069
Masculino	1,052	1,058	1,073	1,033	1,001
TOTAL	**2,060**	**2,070**	**2,070**	**2,060**	**2,070**

	CASOS				
EDAD	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**	**2023**
18-25	360	362	361	322	361
26-35	459	462	515	554	538
36-45	477	478	432	491	425
46-70	764	768	762	693	746
TOTAL	**2,060**	**2,070**	**2,070**	**2,060**	**2,070**

	CASOS				
ESCOLARIDAD	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**	**2023**
Sin escolaridad	24	25	18	25	27
Básica	731	734	676	679	675
Media superior	449	451	556	628	581
Superior	856	860	820	728	787
TOTAL	**2,060**	**2,070**	**2,070**	**2,060**	**2,070**

	CASOS				
ACTIVIDAD ECONÓMICA	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**	**2023**
PEA	1,535	1,542	1,637	1,689	1,653
PEI	525	528	433	371	417
TOTAL	**2,060**	**2,070**	**2,070**	**2,060**	**2,070**

Nota: Cifras actualizadas tras revisión.

En concordancia con los objetivos del estudio, se consideraron cuotas por tipo de producto financiero con el fin de tener una muestra de tamaño suficiente para realizar inferencia estadística válida para cada uno de ellos. Por lo anterior, en 2023 se estableció un tamaño de muestra mínimo de 414 entrevistas para cada tipo de producto, con el fin de obtener un error muestral teórico máximo de ±4.82% para cada tipo de servicio financiero y ±2.15% global con un nivel de confianza del 95%.

Finalmente, el error real por tipo de servicio con un nivel de confianza del 95%, de acuerdo con la muestra finalmente obtenida, se puede observar en el siguiente cuadro:

Uso Público

Información de acceso público.

	Observaciones	Error muestral máximo
Cuenta de ahorro/depósito	1,683	2.4%
Tarjeta de crédito bancaria	546	4.2%
Crédito hipotecario	472	4.5%
Crédito personal	484	4.5%
Crédito de nómina	426	4.7%
Crédito automotriz	140	8.3%

7.2 Metodología de levantamiento

La metodología de levantamiento fue la siguiente: para cada Unidad Secundaria de Muestreo (USM) y para cada AGEB elegida en la muestra con selección de Probabilidad Proporcional al Tamaño (PPT), se identificaron las "manzanas" que componen dicha AGEB y que fueron la Unidad Terciaria de Muestreo (UTM). Usando un método aleatorio simple se seleccionaron tres manzanas dentro de la AGEB y en cada una de ellas se realizó la selección de las Unidades Cuaternarias de Muestreo (UCM), es decir, las cuadras. Para lo anterior se realizó un recorrido de la manzana en sentido de las manecillas del reloj iniciando en la esquina noroeste y contando el número total de viviendas por cuadra. Se comenzó un barrido de viviendas (las Unidades Quinarias de Muestreo, UQM) buscando un hogar (las Unidades Sextenarias de Muestreo, USM) al cual perteneciera una “persona” (la Unidad Septenaria de Muestreo, USEM) que aceptara participar en el estudio. En caso de que en una vivienda no se pudiera contactar a una persona respondiente, se reemplazaba la vivienda por una vivienda contigua.

En cada hogar seleccionado se realizó una sola entrevista. La selección inicial de la persona entrevistada se hizo por método de selección aleatoria simple considerando las personas mayores de edad presentes en el hogar al momento del contacto. En caso de que la persona seleccionada por método aleatorio no hubiera deseado participar, se sustituyó por otra persona integrante del hogar. En caso de que en el hogar no se encontrara ninguna persona elegible (que cumpliera con la edad requeriday que tuviera algún servicio financiero) para responder la entrevista, se registró el contacto como un “intento” y se procedió a visitar el hogar contiguo para buscar a una nueva persona.

El total de entrevistas por AGEB (USM) fue, máximo, de 10; dichas entrevistas debieron ser distribuidas en toda la AGEB. Para ello, se recorrieron las 3 manzanas previamente seleccionadas como punto de arranque y se tomó un máximo de 4 entrevistas por manzana seleccionada. Con la finalidad de monitorear la calidad, todas las entrevistas fueron geo-posicionadas y audio grabadas en su totalidad.

7.3 Factores de expansión

Se utilizaron estimadores corregidos por factores de expansión calculados como el inverso de la probabilidad de selección de cada persona aplicando un factor de corrección, primeramente, por la población objetivo de cada subregión, posteriormente, por mesoregión, después, por condición de actividad económica y por tipo de producto financiero y, finalmente, por género, edad y escolaridad. Los estimadores son generalizados para un total de población de 37,020,804 correspondiente a la población objetivo del estudio.

Uso Público

Información de acceso público.

7.4 Cálculo de indicadores

Para evaluar la experiencia de las personas usuarias las preguntas presentan, principalmente, una estructura de calificaciones de cero a diez, en la que cero es la calificación más baja posible y diez, la más alta. Adicionalmente, otros indicadores se construyen sobre la base de un porcentaje, donde se contabiliza el porcentaje de personas usuarias que presentó una determinada característica.

Los indicadores, según el método de construcción, caen en dos categorías principales: índices basados en porcentajes e índices basados en promedio. A continuación, se describe el método de elaboración de cada tipo de indicador. Para ambos tipos de indicadores, no se tomaron en cuenta las observaciones donde la persona usuaria respondió no saber la respuesta o donde declinó la respuesta.

7.4.1 Índices basados en porcentajes

En esta categoría se encuentran los tres indicadores principales de este reporte: porcentaje de personas usuarias satisfechas, porcentaje de personas usuarias promotoras y porcentaje de personas usuarias con problemas.

Para obtener los indicadores, se suman los factores de expansión de las personas de la categoría en cuestión y se divide entre la suma de los factores de expansión de todas las personas:

$$\%\, Categoria_j = \frac{\sum_{i=1}^{n} w_{ij}}{\sum_{i=1}^{n} w_i}$$

Donde:

$\%\, Categoria_j = porcentaje\ de\ la\ población\ representado\ por\ la\ categoría\ j$.

$w_{ij} = factor\ de\ expansión\ asignado\ a\ la\ persona\ i\ de\ la\ categoría\ j.$

7.4.2 Índices basados en promedios

En esta categoría se encuentran los indicadores de confianza, así como los indicadores de funcionalidad y accesibilidad. La escala de las preguntas utilizadas para la construcción de estos indicadores está entre cero y diez. Para la construcción de este tipo de indicadores, cada una de las respuestas fue escalada en un rango entre cero y cien, al multiplicar por 10 las calificaciones dadas por las personas usuarias. Posteriormente, para obtener el indicador, se obtuvo el promedio ponderado de la pregunta utilizada para la evaluación de la dimensión, donde el ponderador está dado por el factor de expansión de la observación (es decir, el número de personas usuarias representado por cada persona entrevistada):

$$IS = \frac{\sum_{i=1}^{n} w_i * Rees_i}{\sum_{i=1}^{n} w_i}$$

Donde:

$IS = \text{Índice basado en promedio}.$

$Rees_i = respuesta\ reescalada\ de\ la\ persona\ i.$

$w_i = factor\ de\ expansión\ asignado\ a\ la\ persona$.

Uso Público

Información de acceso público.

Uso Público

Información de acceso público.