

# Estudio Servicios Financieros

2021

En colaboración con:



asociación mexicana  
de venta online

Somos  
la **organización  
de ecommerce  
más grande  
en México.**

**+ de 400**

**empresas afiliadas,**  
de todos los giros y tamaños. Una  
comunidad de expertos en e commerce

**Principales categorías representadas:** Ropa y Calzado, Muebles y Hogar, Electronicos, Viajes, Multicategoría, Alimentos y Bebidas, Deportes, B2B, Servicios financieros, Belleza, Automotriz, Farmacia, Mascotas, Entretenimiento, Infantil, Lujo, Telefonía...

**Principales soluciones representadas:** Agencias y tecnologías de Marketing, Soluciones de omnicanalidad, Medios de pagos, Logística, Consultoría de ecommerce, Soluciones antifraudes y ciberseguridad, Marketplaces, Abogados Contact centers, Hosting...



netquest





## ACERCA DE

En Netquest trabajamos con personas que representan a la sociedad global. El panel de Netquest y su capacidad de recolectar datos han sido diseñados para reafirmarnos como socios de confianza de organismos y empresas de investigación, para que puedan realizar sus análisis, obtener los mejores insights posibles y entender realmente a sus consumidores.



# [www.amvo.org.mx/publicaciones/](http://www.amvo.org.mx/publicaciones/)



## Reporte Impacto COVID-19 en Venta Online

**Objetivo:** Análisis holístico desde impacto a las empresas, a los sitios de comercio electrónico, cambios de comportamiento del consumidor, presencia social, disponibilidad online de inventarios y bienes de consumo masivo en puntos de venta físicos.



## Estudio sobre Venta Online en México

**Objetivo:** Reporte sobre el comprador online, las barreras y motivaciones del comercio electrónico a través del *customer journey*. Además de un análisis comportamental para entender los indicadores de desempeño más importantes.



## Estudio Fraudes y Métodos de Pago en Venta Online

**Objetivo:** Reporte que explora desde el lado del consumidor, los fraudes y métodos de pago en el comercio electrónico.



## Estudio de Venta Online en PyMEs

**Objetivo:** Reporte que analiza la adopción de la Venta online en pequeñas y medianas empresas en México.

## Estudios por Industria

**Objetivo:** Explora los usos y hábitos de compra en línea, indicadores comportamentales de comercio electrónico y experiencia de compra de diferentes categorías de productos.



Electrónicos & Videojuegos



Moda



Hogar & Muebles



Viajes



Alimentos y Bebidas

## Estudios por Temporalidades

**Objetivo:** Explora los usos y hábitos de compra en línea antes y después de la campaña, medición de Ventas, indicadores comportamentales y experiencia de compra en línea.



# Acceso a nuestros estudios

P

## **VERSIÓN PÚBLICA**

Con el fin de difundir los indicadores más importantes sobre Comercio Electrónico en México, nuestros estudios están disponibles desde nuestro sitio web.

A

## **VERSIÓN AFILIADOS AMVO**

Nuestros afiliados obtienen la versión extendida de nuestros estudios, conteniendo cortes demográficos y cruces de variables específicas no integradas en la versión pública.

EP

## **VERSIÓN PARTICIPANTES**

Generamos información específica y de mayor profundidad a aquellas empresas que reportan indicadores clave dentro de nuestros estudios para entender el desempeño de resultados de todo el ecosistema.





# La principal campaña de venta online en México

del 23 al 31 de mayo 2021

- **12 millones de compradores**
- **Más de 450 empresas participantes.**
- **Más de 20 mil millones de pesos en ventas.**
- **Más de 29 millones de productos vendidos.**
- **Más de 500 millones de visitantes a los sitios** de empresas participantes.

## **Campaña para promover el e-commerce**

- **DA A CONOCER TU MARCA**
- **RECLUTA NUEVOS CLIENTES**
- **MEJORA TUS INDICADORES CLAVE**



# ¿Buscas alguna información distinta o algún estudio a la medida?

- ¿Quiénes son tus compradores online y cómo se comportan?
- ¿Cuáles son tus fortalezas y tus áreas de oportunidad en el canal online?
- ¿Qué comunicación te permite ser más fuertes en este canal?
- ¿Cuál es la dimensión del mercado en las diferentes categorías?
- ¿Cuál es el valor que tiene cada retail en el canal online para la categoría y las marcas?
- ¿Cómo es el comportamiento de búsqueda de tus categorías y marcas en el canal online?
- ¿Cuál es la conversión de búsqueda a compra para mis marcas?
- ¿Qué estrategia de precios te permite ser más competitivo en este canal?
- Y mucho más...

Escríbenos para cotizaciones  
**[estudios@amvo.org.mx](mailto:estudios@amvo.org.mx)**

# AMVO Educación

El programa especializado de educación en comercio electrónico de la industria para la industria



## LIDERAZGO ACADÉMICO, NETWORKING, CRECIMIENTO PROFESIONAL

- Curación de **contenidos exclusivos**.
- Líderes **expertos** en su sector.
- Sesiones de **mentoring**.
- **Learning by doing**.
- Presencial y **online**.
- **Experiencias backstage**.
- Más que conocimiento técnico, **liderazgo para el futuro**.

**CONTÁCTANOS PARA HABLAR DE TUS  
NECESIDADES**

**[educacion@amvo.org.mx](mailto:educacion@amvo.org.mx)**



**La versión extendida de este estudio es un beneficio exclusivo de los Afiliados a la Asociación Mexicana de Venta Online. Si deseas tener acceso a esta información, afílate con nosotros.**

**<https://www.amvo.org.mx/afiliate/>**





# Objetivos

- **Explorar** el perfil del usuario de Servicios Financieros, desde sus hábitos generales de manejo de finanzas personales, sus barreras de entrada, detonadores y factores clave de uso.
- **Entender** el rol de Internet al momento de adquirir Servicios Financieros, probabilidad de adquisición en canales digitales, motivadores para su uso por Internet y aspectos clave que garantizan una experiencia online satisfactoria.
- **Describir** el uso de billeteras electrónicas (*wallets*), más utilizadas, su frecuencia de uso, expectativas de uso y atributos más valorados en una *wallet*, así como las barreras de adopción.



# Metodología

El levantamiento de información es realizado a través de encuesta online, el cual consiste en una comunidad de consumidores online que comparten información a través de encuestas y otras técnicas de recolección de datos a cambio de incentivos.

**Método:** Encuesta a panel online.

**Representatividad:** Nacional. Áreas Nielsen

**Criterio de Selección:** Internautas Mexicanos. Hombres y Mujeres, con 18 años en adelante que tengan contratado algún Servicio Financiero actualmente.

**Muestra Total:** 1,036 encuestas respondidas

**I.C.:** 95%

**Margen de error:** +/- 3.04%

**Levantamiento:** Marzo 2021

# Contenido

## • Hábitos generales de Finanzas Personales

- Tipos de actividades realizadas para manejar las finanzas personales
- Propósitos de ahorrar
- Situación financiera en tiempos pandémicos
- Distribución de los ingresos mensuales
- Actividades realizadas para una buena educación financiera

## • Uso de Servicios Financieros

- Razones para utilizar servicios financieros
- Nivel de importancia de tener servicios financieros
- Penetración declarada de servicios financieros
- Instituciones financieras evaluadas por tipo de servicio financiero
- Lugar de adquisición de servicios financieros
- Antigüedad de adquisición de servicios financieros
- Nivel de satisfacción de los servicios financieros
- Razones para contratar algún servicio financiero
- Frecuencia de uso de los servicios financieros
- Razones de baja frecuencia de uso de los servicios financieros

## • Rol de Internet en Servicios Financieros

- Perfil demográfico del comprador digital de servicios financieros
- Fuentes de información sobre los servicios financieros
- Adquisición de servicios financieros por internet
- Razones para adquirir servicios financieros por internet
- Tipos de operaciones preferidas para realizar por internet
- Pantallas preferidas para realizar operaciones por Internet
- Probabilidad de adquirir servicios financieros por internet
- Percepción de seguridad al contratar servicios financieros por Internet (en general y por canal)
- Percepción a ser víctima de fraudes en Internet
- Aspectos que afectan una experiencia de navegación online
- Motivadores para utilizar servicios financieros por internet
- Frecuencia de *engagement* en los servicios financieros

## • Uso de Billeteras Electrónicas

- Beneficios de las billeteras electrónicas
- Penetración de billeteras electrónicas (Bancos & Fintechs)
- Razones para no utilizar billeteras electrónicas
- Preferencias de las billeteras electrónicas para manejar efectivo
- Preferencia por el uso de efectivo en lugar de medios electrónicos
- Adopción de nuevas tecnologías para el pago electrónico en puntos físicos
- Métodos de seguridad preferidos para transacciones electrónicas



# Resumen Ejecutivo

8 de cada 10 personas realiza actividades de ahorro y solicitud de préstamos. Sin embargo, únicamente 4 de cada 10 realiza alguna actividad para invertir su dinero.

30% de los encuestados declaran no realizar ninguna actividad para tener una buena educación financiera. Por otro lado, el restante de los encuestados, declaran fomentar dentro de su círculo familiar / de amistad el hábito del ahorro (39%).

El perfil demográfico que más resalta dentro de los poseedores de Servicios Financieros son hombres y mujeres, adultos jóvenes entre 25 a 34 años de edad, de niveles socioeconómicos altos (ABC+), provenientes de la CDMX, en su mayoría solteros o casados y empleados.

La situación financiera en México en tiempos de COVID-19, no es muy alentadora, pues 6 de cada 10 encuestados declaran tener preocupaciones económicas para solventar sus gastos, debido a que el 40% reciben menores ingresos que previo a la pandemia.

Así mismo, la principal causa del Ahorro es generado por "precaución", pues 6 de cada 10 encuestados declara ahorrar para poder solventar cualquier emergencia.

En cuanto a la distribución declarada de los ingresos, el 32% menciona que destina sus gastos principalmente al hogar, por ejemplo: pago de la renta, servicios, despensa, etc. El 14% destina una parte de sus ingresos a gastos personales (adquisición de ropa, calzado, accesorios, etc.) y un 13% al ahorro.

Los tres principales aspectos para poseer Servicios Financieros se agrupan en la practicidad, beneficios y la necesidad.

En promedio los compradores de Servicios Financieros consultan 3 fuentes de información para mantenerse al tanto. Resaltan los Buscadores como la fuente principal dentro de los medios digitales. Y la Recomendación de amigos y familiares como la principal dentro de los medios tradicionales.

En general les es muy importante contar con medidas de precaución para el futuro (vejez) como Afores y Seguros de Retiro / Ahorro y la salud en el caso de Seguros de Gastos Médicos mayores.

En cuanto a la adquisición de Servicios Financieros por Internet, los 3 atributos más importantes son la claridad / descripción en el detalle de los servicios que se ofrecen, el servicio a cliente y la automatización.

8 de cada 10 compradores (83%) declaran utilizar con mucha frecuencia u ocasionalmente los Servicios Financieros que poseen actualmente y las razones por las que usan con poca frecuencia estos servicios derivan en la desconfianza (75%), desconocimiento (60%) y malas experiencias (55%).

El 30% compradores declaran que han adquirido algún Servicio Financiero utilizando el canal digital. Las razones para la elección de este medio se deben a la facilidad que encuentran en el y el miedo a las aglomeraciones en puntos físicos.

Los motivadores para el continuo uso de Servicios Financieros por Internet se centran en la seguridad, métodos de pago, servicio y la información que se encuentra a grandes rasgos en este canal.

Entre los principales aspectos que puedan dañar una buena experiencia de navegación online son que no se reciban confirmaciones de las transacciones (53%), que no se puedan consultar saldos ni movimientos (53%) y tiempos de carga muy altos (51%).

Las sucursales bancarias es el canal que se percibe más seguro para el manejo de transacciones, seguido de Tarjetas Digitales Bancarias y Cajeros Automáticos.



# Glosario de Servicios Financieros

<b>Tarjeta de Débito</b>	Es un plástico emitido por una institución financiera que permite la compra de bienes y servicios sin la necesidad de pagar en efectivo, utilizando los fondos disponibles en ella.
<b>Tarjeta de Crédito</b>	Es un plástico emitido por una institución financiera que puede ser utilizada para la compra de bienes y servicios sin la necesidad de pagar en efectivo y llevar el pago de los productos a periodos largos.
<b>Tarjeta de Tienda Departamental</b>	Tarjeta de crédito asociada a una tienda departamental. <i>Ej. Liverpool, El Palacio de Hierro, Sears, etc.</i>
<b>Afore</b>	Una entidad financiera que administra los fondos para el retiro
<b>Cuenta de nómina</b>	Es una cuenta corriente donde se puede domiciliar la nómina o pensión del titular.
<b>Cuenta de ahorros</b>	Servicio de una institución que permite el depósito de una cierta cantidad de dinero y generan cierta rentabilidad durante un periodo determinado.
<b>Seguros de vida</b>	Contrato que cubre el riesgo de muerte, supervivencia o incapacidad del contratante.
<b>Seguros de auto</b>	Son un conjunto de cobertura que reparan o indemnizan los daños provocados en un auto.
<b>Seguro de gastos médicos mayores</b>	Contrato que brinda seguridad financiera en caso de atención médica. (independiente o por parte del empleo)
<b>Seguro de casa habitación</b>	Es un seguro por el cuál el contratante protege su vivienda y sus contenidos.
<b>Seguro de accidentes personales</b>	Contrato que se realiza para asegurar económicamente a una persona en caso de accidentes o muerte.





# Glosario de Servicios Financieros

<b>Seguro de Retiro / Ahorro</b>	Es un producto de ahorro previsional para asegurar una renta vitalicia al llegar a la edad de la jubilación.
<b>Cuenta de cheques</b>	Es un tipo de cuenta de depósito y sirve para que los recursos se encuentren disponibles en todo momento.
<b>Crédito automotriz</b>	Préstamos que se utiliza para la compra de un automóvil.
<b>Crédito Hipotecario</b>	Préstamo a largo plazo que se utiliza para la compra de bienes inmuebles.
<b>Crédito de Consumo o personal</b>	Préstamo que se otorga para comprar un bien/servicio, o pagar deudas/gastos personales en plazos determinados.
<b>Crédito Comercial</b>	Préstamos asociados a cualquier negocio propio.
<b>Remesas</b>	Envío de dinero en efectivo de un familiar/amigo que se encuentra en otro país hacia México.
<b>Cuenta de Inversión</b>	Servicio de una institución donde se deposita una cantidad de dinero y se pone a disposición de terceros con la promesa de obtener un beneficio a futuro más o menos probable.
<b>Criptoactivos</b>	Conjunto de activos digitales, de los cuales se espera obtener un beneficio económico a corto, mediano y largo plazo. Ej. <i>criptomonedas, tokens, etc.</i>
<b>Préstamos/Crédito de nómina</b>	Es un crédito personal que otorga una institución financiera para recibir una nómina periódicamente.
<b>Tarjeta de Vales de despensa</b>	Prestaciones otorgadas a los empleados por parte de las empresas que funcionan como cupones para comprar comida.



# Cortes por Perfil de uso de Servicios Financieros

El estudio contiene 3 cortes de información para destacar las **diferencias significativas** de cada perfil. Si eres Afiliado AMVO, solicita tu ejemplar.

[estudios@amvo.org.mx](mailto:estudios@amvo.org.mx)



## Ahorro

Perfil que posee algún servicio de ahorro (*Afores*) o cuentas de ahorro.



## Créditos

Perfil que posee algún crédito (*hipotecario, automotriz, personal, etc.*)



## Seguros

Perfil que posee algún seguro (*de vida, de auto, accidentes personales, etc.*)

# Hábitos generales de finanzas personales



Estudio Servicios Financieros 2021



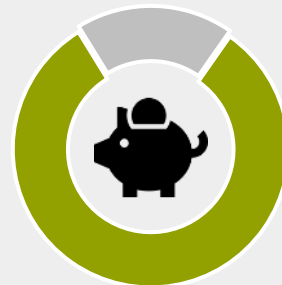
netquest



# Tipo de actividades realizadas para manejar sus finanzas personales

**8 de cada 10 internautas** realiza actividades de ahorro y solicitud de préstamos. Sin embargo, únicamente **4 de cada 10** realiza alguna actividad para invertir su dinero.

P. ¿Qué actividades realizas al manejar tus finanzas (en términos de ahorro / inversiones / préstamos)? Base Total = 1,032.



**82%**  
Actividades de ahorro

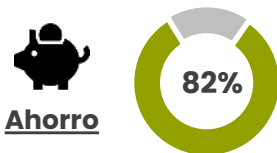


**78%**  
Actividades de Préstamos

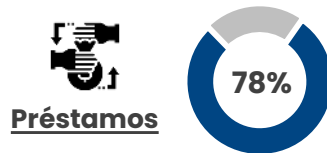


**40%**  
Actividades de Inversiones

# Tipo de actividades realizadas en las Finanzas personales



- 30%** Del **sobranante de sus ingresos** lo destinan al ahorro
- 29%** Destinan **cierto monto** de sus ingresos a una **cuenta bancaria** (sin rendimientos)
- 16%** Destinan **cierto monto** de sus ingresos y los guardan por **cuenta propia en casa** (caja fuerte, bajo el colchón, alcancía, etc.)
- 13%** Ahorran por medio de una **tanda entre amigos/familiares**
- 12%** Cuentan con un **fondo de ahorro** por **parte de su empresa**
- 4%** Una **persona de confianza** guarda su dinero



- 39%** Piden dinero prestado a **amigos/familiares**
- 31%** Solicitan un **crédito personal** a una Institución Financiera
- 18%** Aprovechan los **planes de financiamiento** (meses sin intereses) cuando realizan compras
- 11%** Piden un **adelanto de su nómina**
- 5%** Solicitan un **crédito para su negocio** a una Institución Financiera
- 5%** Solicitan un **préstamo en Casas de Empeño**

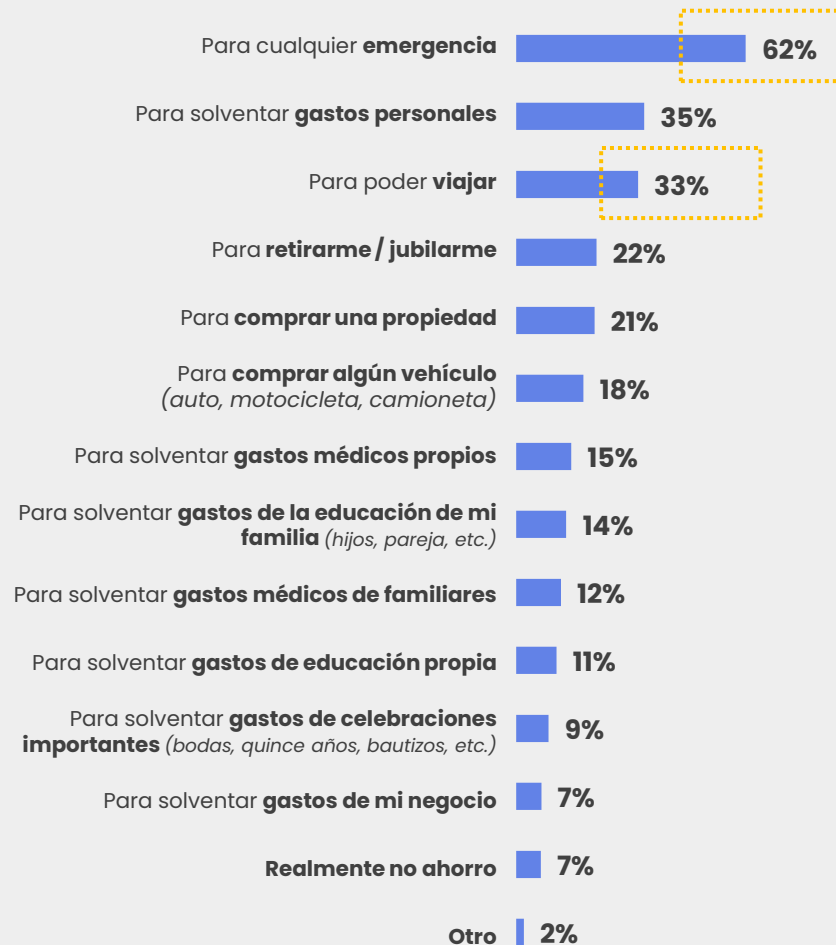


- 9%** Invierten en negocios (negocios familiares / amigos / conocidos)
- 9%** Invierten en efectivo comprando al mayoreo o por granel (comprando en almacenes)
- 8%** Invierten por su cuenta en otros medios (bolsa mexicana, mercado de valores, cetes, etc.)
- 8%** Tienen contratado algún servicio de inversión (alguna Institución Financiera retira periódicamente de sus ingresos un monto acordado)
- 4%** Prestan dinero en efectivo buscando generar intereses
- 2%** En modelos de Crowdfunding (red de financiación colectiva, normalmente online, que busca financiar un determinado proyecto)
- 2%** Invierten en bienes raíces



## Propósitos del Ahorro

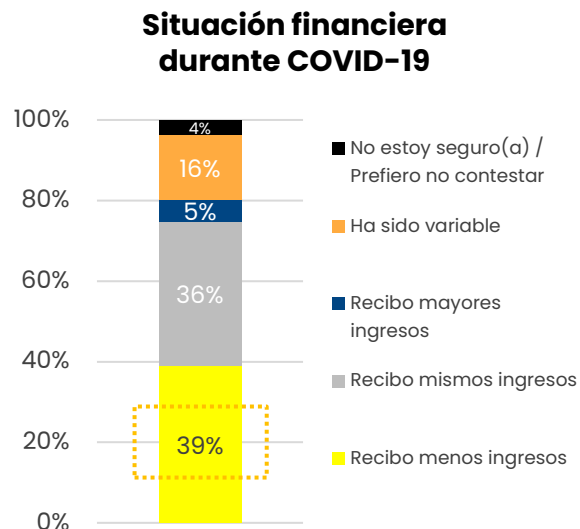
Sin duda, la principal causa del **Ahorro** es generado para **poder solventar cualquier emergencia**, donde 6 de cada 10 encuestados declaran que ahorran para esta finalidad.





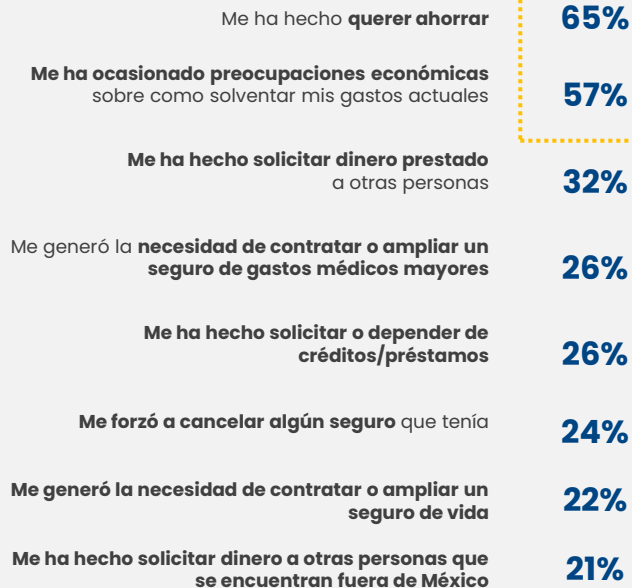
# Situación Financiera en tiempos pandémicos

**Casi 6 de cada 10 internautas** declaran tener preocupaciones económicas para solventar sus gastos personales tras la pandemia provocada por COVID-19 y les ha generado el interés por ahorrar. Derivado de la pandemia, 39% ha experimentado menores ingresos.



P. ¿Cuál es tu situación financiera tras la pandemia provocada por COVID-19?  
Base Total = 1,032.

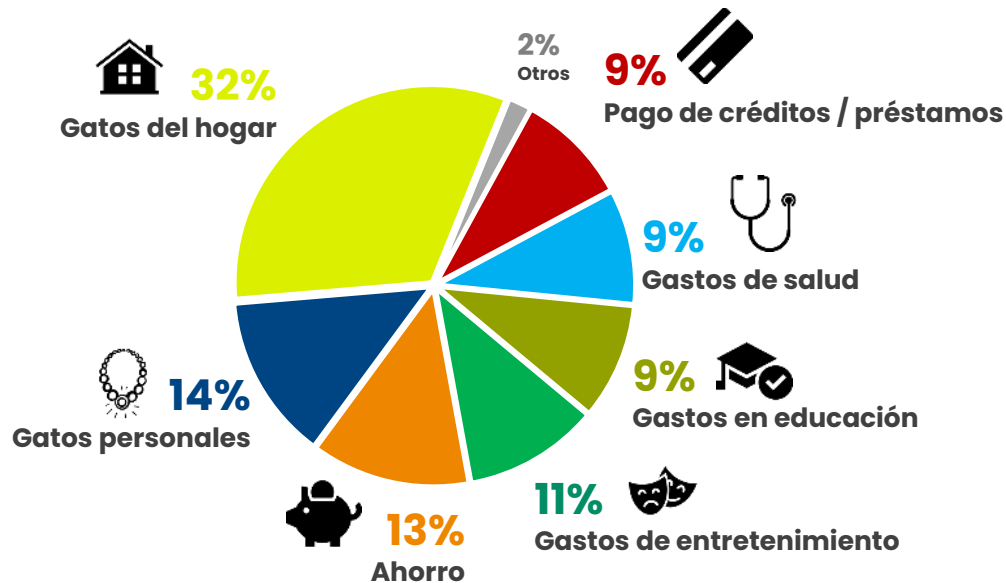
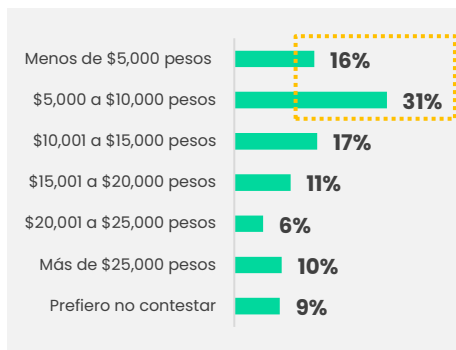
## Actividades financieras tras la llegada de COVID-19



# Distribución de los ingresos mensuales

Considerando que casi la mitad de los usuarios de servicios financieros reciben menos de \$10,000 pesos al mes, la mayor proporción la destinan a gastos del hogar y gastos personales.

## Salario mensual declarado



The background is a repeating pattern of various financial and business-related icons in a light green color. These icons include a computer monitor with a 'DANGER' sign, a credit card, a lightbulb, a wind turbine, a dollar sign, a magnifying glass, and a gear. The overall theme is financial literacy and risk management.

**3 de cada 10**

usuarios de servicios financieros declaran **no realizar ninguna actividad** para tener una buena **Educación Financiera** lo cual refleja un desconocimiento general sobre el manejo de sus finanzas personales.

# Actividades realizadas para una buena Educación Financiera



**30%** de los encuestados declaran **no realizar ninguna actividad** para tener una buena **Educación Financiera** lo cual refleja un desconocimiento general sobre el manejo de sus finanzas personales.



# Uso de Servicios Financieros

---

Estudio Servicios Financieros 2021



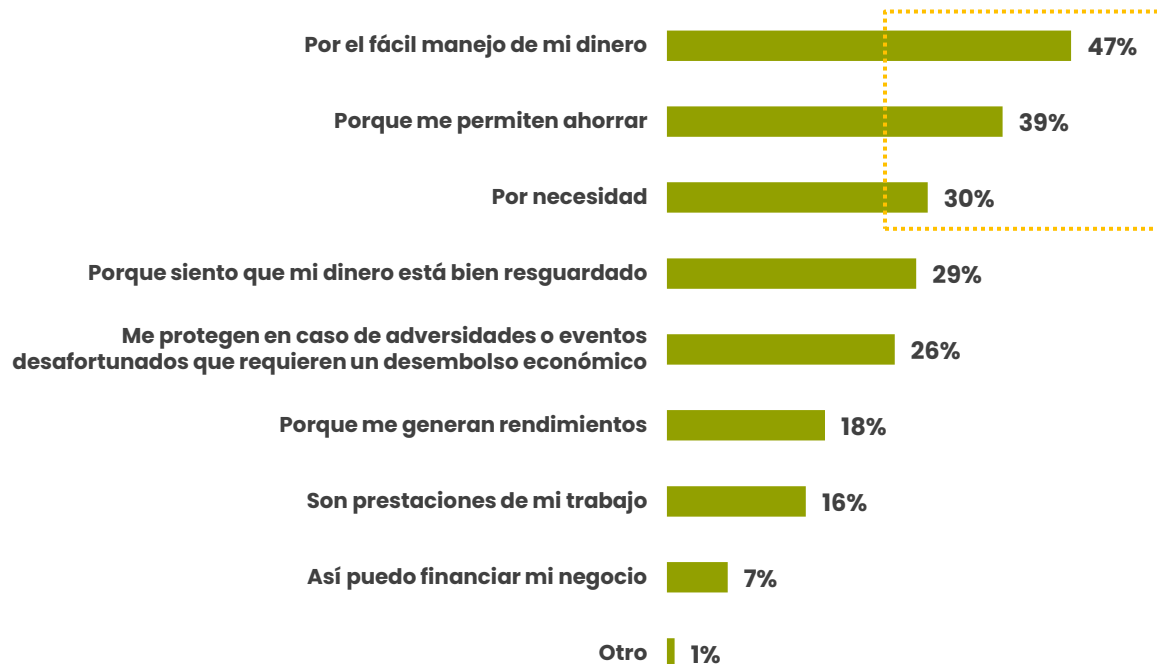
netquest



# Razones para utilizar Servicios Financieros

Las principales razones para tener Servicios Financieros se distinguen por tres aspectos:

- **Practicidad:** por el fácil manejo de su dinero
- **Beneficios:** que les permiten ahorrar
- **Necesidad:** en muchos casos porque es obligatorio para poder trabajar o comprobar ingresos etc.
- **Seguridad:** generan sentimiento de resguardo seguro y protección en caso de emergencias o adversidades.



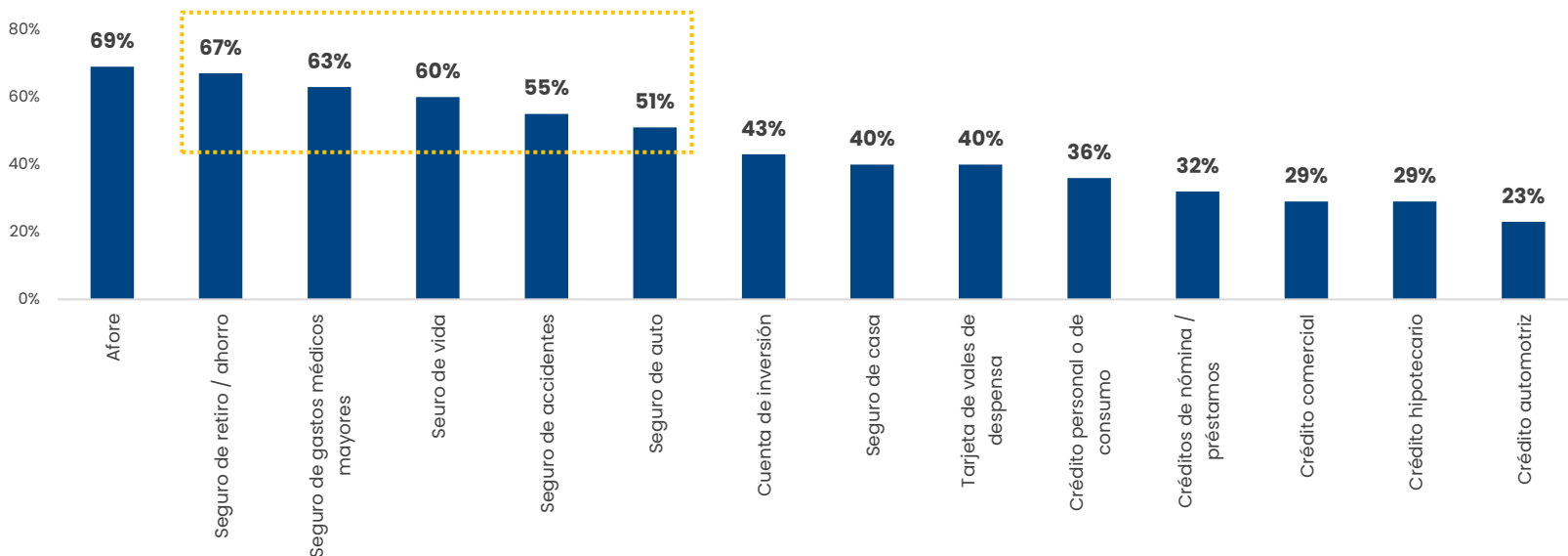


The background is a solid green color with a repeating pattern of white line-art icons. These icons include a computer monitor with a 'DANGER' sign, a bank card, a lightbulb, a wind turbine, a dollar sign, and a magnifying glass over a circuit board.

Los servicios financieros con mayor importancia en la mente de los usuarios se enfocan en **retiro y seguros ante imprevistos.**

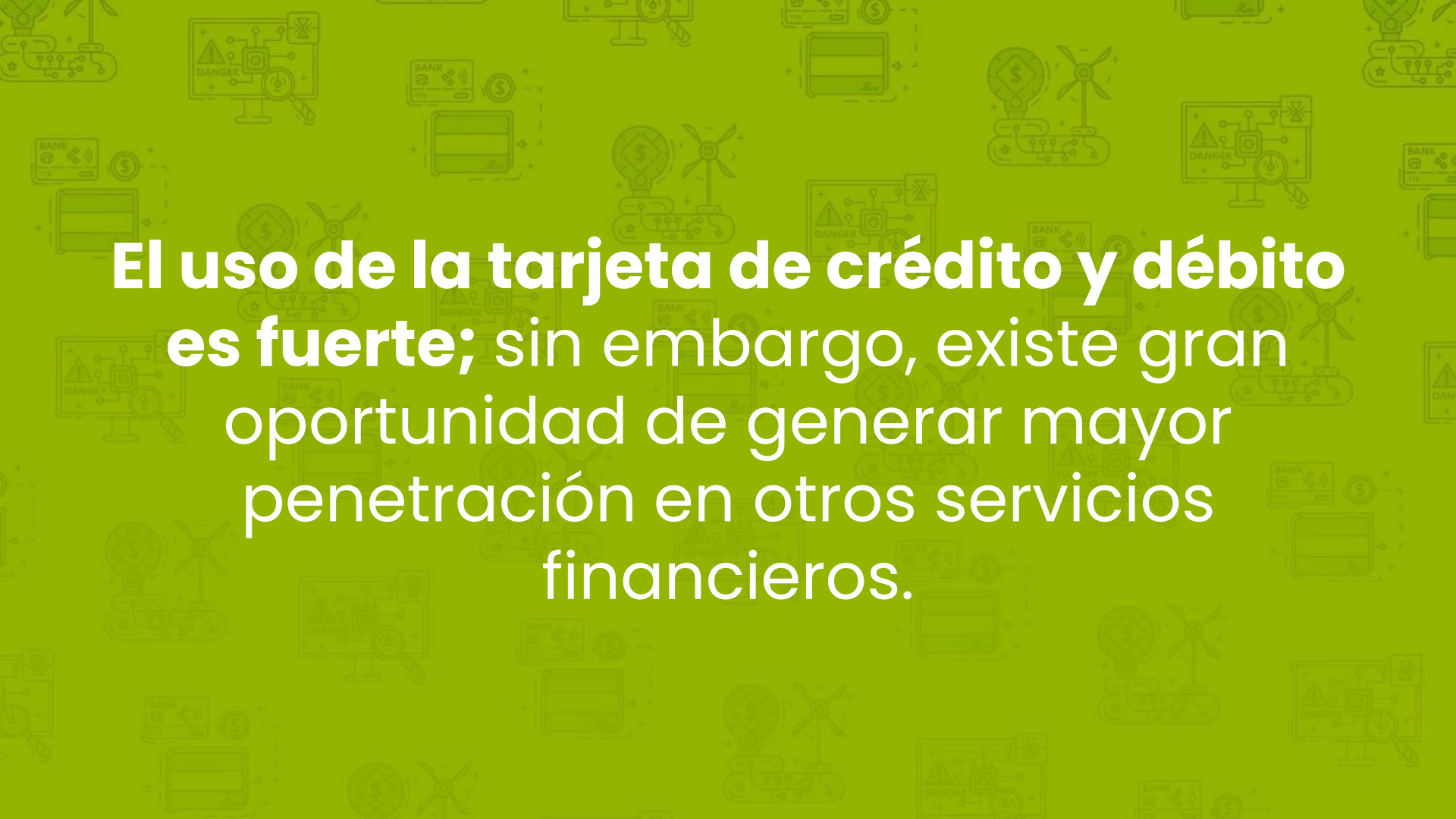
# Importancia de tener Servicios Financieros

Las AFORES, los seguros de **ahorro para el retiro** y los seguros de gastos enfocados a **médicos, de vida y accidentes**, son los servicios financieros con mayor importancia para el consumidor. Resalta la oportunidad a créditos **comerciales, hipotecarios y automotriz** que requieren reforzar su valor al consumidor.



P. ¿Qué tan importante es para tus finanzas poseer Servicios Financieros, independientemente de que puedas contratarlos?. Base Total = 1,032.

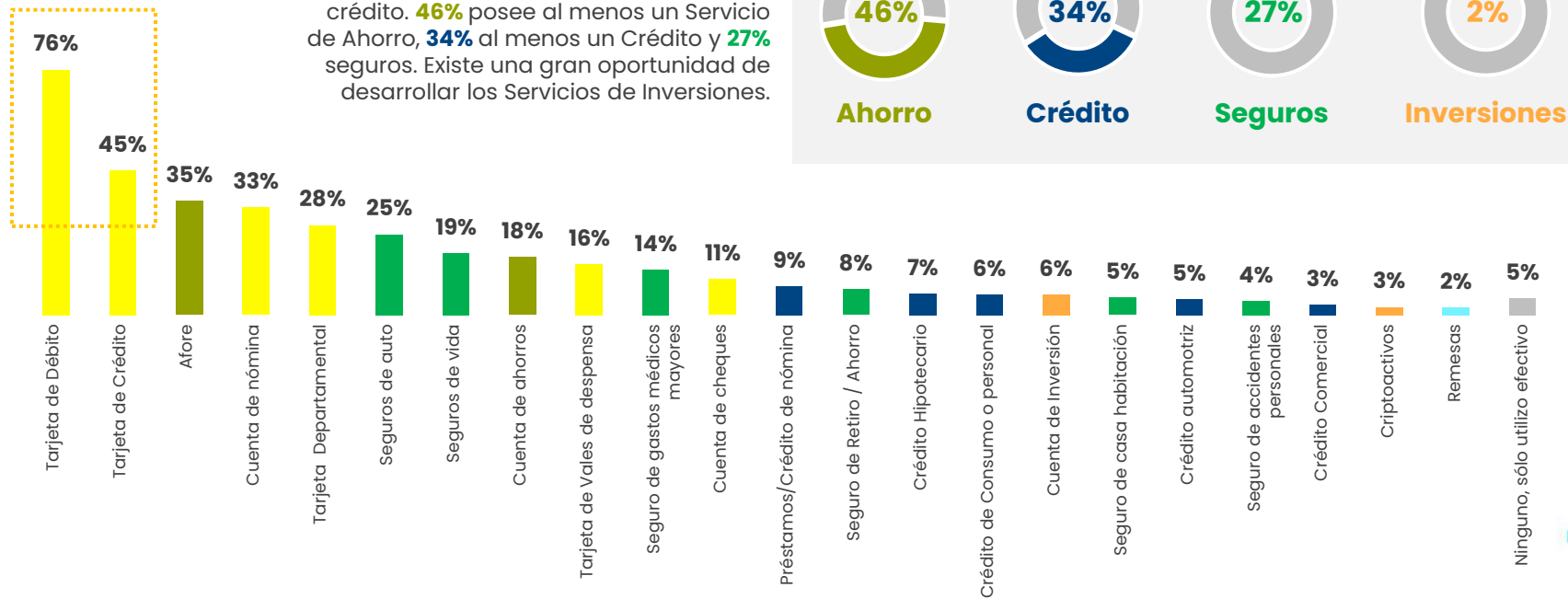


The background is a solid green color with a repeating pattern of white line-art icons. These icons include a computer monitor with a magnifying glass, a credit card, a lightbulb, a fan, a dollar sign, a warning sign with a triangle and exclamation mark, and a bank card with a chip and antenna. The icons are scattered across the entire background.

**El uso de la tarjeta de crédito y débito es fuerte;** sin embargo, existe gran oportunidad de generar mayor penetración en otros servicios financieros.

# Penetración declarada de Servicios Financieros

Los usuarios de Servicios Financieros poseen en su mayoría tarjeta de débito y crédito. **46%** posee al menos un Servicio de Ahorro, **34%** al menos un Crédito y **27%** seguros. Existe una gran oportunidad de desarrollar los Servicios de Inversiones.



De los siguientes servicios financieros, selecciona los que posees actualmente.  
Base Total = 1,032.



# Instituciones Financieras evaluadas por notoriedad espontánea

\*Exclusivo Afiliados AMVO

Débito y crédito	Departamental	AFORE	Cuenta de Nómina	Cuenta de Ahorro	Cuenta Cheques
Albo	BanCoppel	Afirme	Afirme	Axa	Afirme
American Express	BBVA	Afore	Banco Azteca	Banco Azteca	Banco Azteca
Banco Afirme	C&A	Banco Azteca	Banco del Bajío	Banco del Bajío	Banco del Bajío
Banco Azteca	Citibanamex	BanCoppel	BanCoppel	BanCoppel	BanCoppel
Banco del Bajío	Elektra	Banorte	Banjercito	Banorte	Banjercito
BanCoppel	Famsa	BBVA	Banorte	Banregio	Banorte
Banjercito	Liverpool	Citibanamex	Banregio	BBVA	BBVA
Banorte	Mercado Pago	GNP	BBVA	Caja Popular	Citibanamex
Banregio	Palacio del Hierro	HSBC	Citibanamex	Citibanamex	HSBC
BBVA	Sams	Inbursa	Elektra	Elektra	Inbursa
Citibanamex	Sears	Infonavit	HSBC	Famsa	Santander
HSBC	Suburbia	Invercap	Inbursa	HSBC	Scotiabank
Inbursa	Walmart	Issste	Santander	IMSS	
Infonavit		Metlife	Scotiabank	Inbursa	
Liverpool		Principal		Santander	
Mercado Pago		Profuturo		Scotiabank	
Nu		Santander		Sears	
OxxoPay		Sura		Sura	
RappiPay		Toka			
Santander					
Scotiabank					
Ualá					



# Instituciones Financieras evaluadas por notoriedad espontánea

\*Exclusivo Afiliados AMVO

Seguro de Auto	Seguro GMM	Seguro Casa/Hab	Seguro de Vida	Seguro Retiro / Ahorro	Seguro Accidentes
ABA	Allianz	ABA	Afore	Allianz	American Express
Afirme	Axa	Afore	Allianz	Banco Azteca	Axa
Allianz	Banorte	Allianz	Axa	BanCoppel	Banco Azteca
Axa	BBVA	Axa	Banco Azteca	Banjercito	BanCoppel
Banco Azteca	Citibanamex	Banorte	Banco del Bajío	Banorte	Banorte
Banorte	GNP	BBVA	BanCoppel	BBVA	BBVA
BBVA	IMSS	Citibanamex	Banjercito	Citibanamex	Caja Popular
Chubb	Inbursa	GNP	Banorte	GNP	Chubb
Citibanamex	Issste	HDI	BBVA	IMSS	Citibanamex
GNP	Mapfre	Inbursa	Citibanamex	Inbursa	GNP
HDI	Metlife	Infonavit	GNP	Invercap	HSBC
HSBC	Qualitas	Mapfre	HSBC	Issste	Mapfre
Inbursa	Santander	Metlife	IMSS	Metlife	Metlife
Mapfre	Scotiabank	Santander	Inbursa	Principal	Santander
Metlife	Seguros Monterrey	Scotiabank	Liverpool	Profuturo	Scotiabank
Qualitas	Sura	Seguros Monterrey	Mapfre	Santander	Seguros Monterrey
Santander			Metlife	Scotiabank	
Scotiabank			Santander	Seguros Monterrey	
			Scotiabank	Sura	
			Seguros Monterrey		
			Sura		






# Instituciones Financieras evaluadas por notoriedad espontánea

\*Exclusivo Afiliados AMVO

Crédito Automotriz	Crédito Hipotecario	Crédito Personal	Crédito Comercial	Cuenta Inversión	Remesas
ABA Afirme Banjercito Banorte BBVA Citibanamex HSBC Inbursa Mapfre Santander Scotiabank	Banco del Bajío Banjercito Banorte BBVA Citibanamex Infonavit Issste Santander Scotiabank	Afirme American Express Banco Azteca BanCoppel Banorte BBVA Citibanamex Elektra Famsa HSBC Inbursa Santander Scotiabank	Banco Azteca BanCoppel Banorte BBVA Citibanamex Elektra HSBC Inbursa Liverpool Mercado Pago Sams Santander Sears	Banco Azteca Banco del Bajío BanCoppel Banorte BBVA Caja Popular Citibanamex GMB+ HSBC Inbursa Invercap Santander Scotiabank Sura	Banco Azteca BanCoppel Banorte BBVA Citibanamex Elektra Santander Walmart Western Union
	<b>Crédito de Nómina</b>				<b>Vales de Despensa</b>
	Afirme Banco Azteca BanCoppel Banjercito Banorte BBVA Citibanamex HSBC Inbursa Issste Santander Scotiabank				Banco del Bajío Banorte BBVA Citibanamex Edenred HSBC Inbursa Santander Si vale Sodexo Toka Walmart

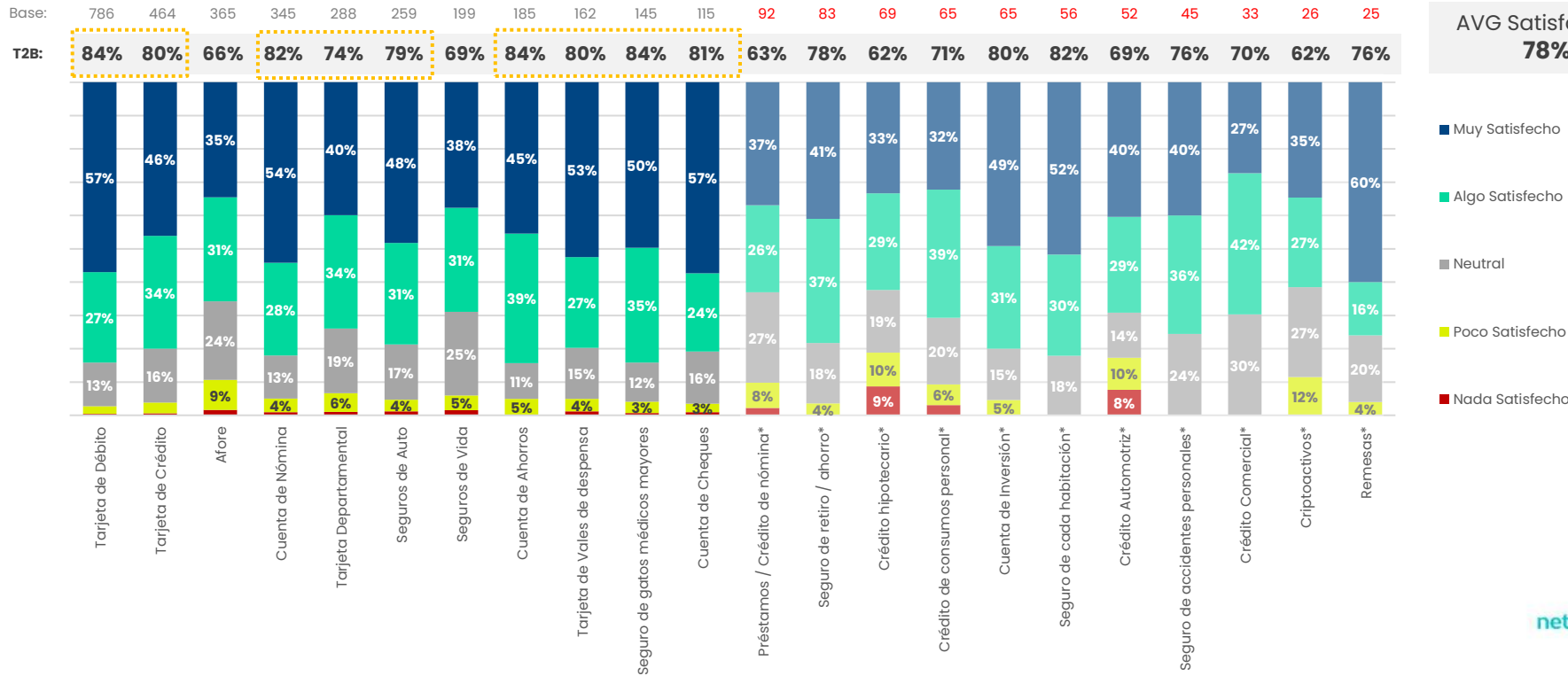




**78%** de los usuarios están  
satisfechos con los servicios  
financieros que poseen.

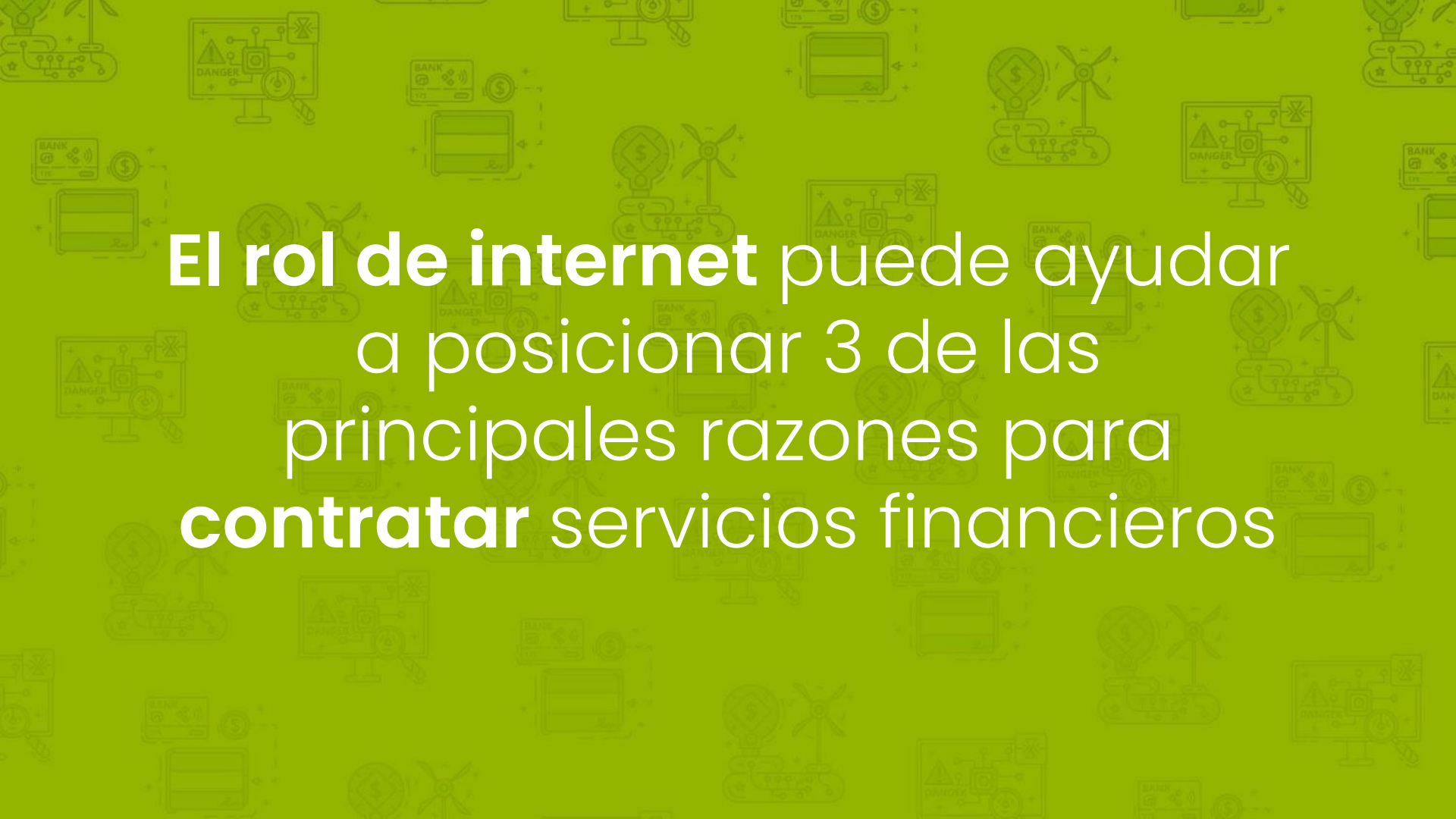
# Nivel de Satisfacción en los Servicios Financieros

En general todos los servicios financieros evaluados muestran un índice de satisfacción alto, resaltando la tarjeta de débito, la cuenta de ahorros, el seguro de gastos médicos mayores y la cuenta de nómina.



P. ¿Qué tan satisfecho te encuentras con los Servicios Financieros que actualmente posees? Base por categoría. \*Base insuficiente menor a 100 casos.

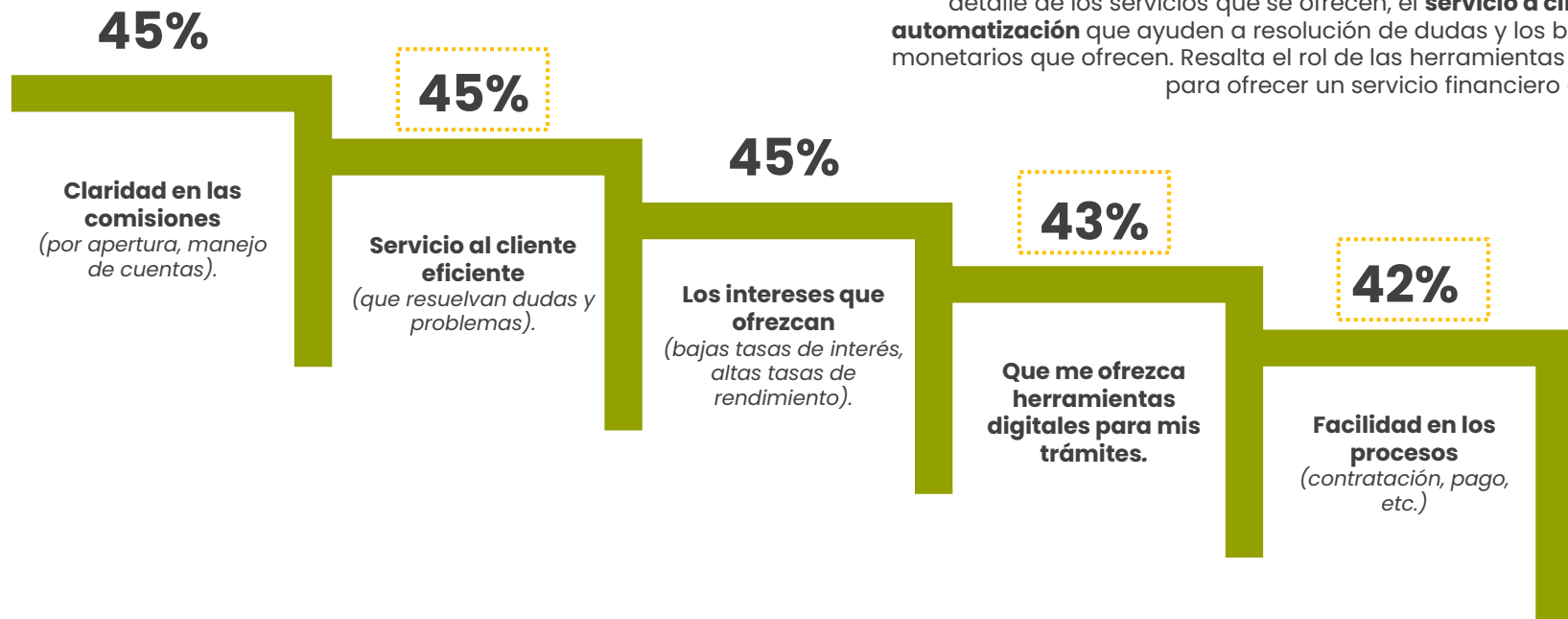


The background is a solid green color with a repeating pattern of white line-art icons. These icons include a computer monitor with a magnifying glass, a bank card, a lightbulb, a wind turbine, a dollar sign, a warning triangle with 'DANGER', and a gear. The text is centered and reads: 

**El rol de internet** puede ayudar  
a posicionar 3 de las  
principales razones para  
**contratar** servicios financieros

# Top 5 Atributos más importantes para **contratar** algún Servicio Financiero

Los **3 atributos más importantes** a la hora de elegir contratar algún Servicio Financiero son la **claridad / descripción** en cualquier detalle de los servicios que se ofrecen, el **servicio a cliente y la automatización** que ayuden a resolución de dudas y los beneficios monetarios que ofrecen. Resalta el rol de las herramientas digitales para ofrecer un servicio financiero eficiente.

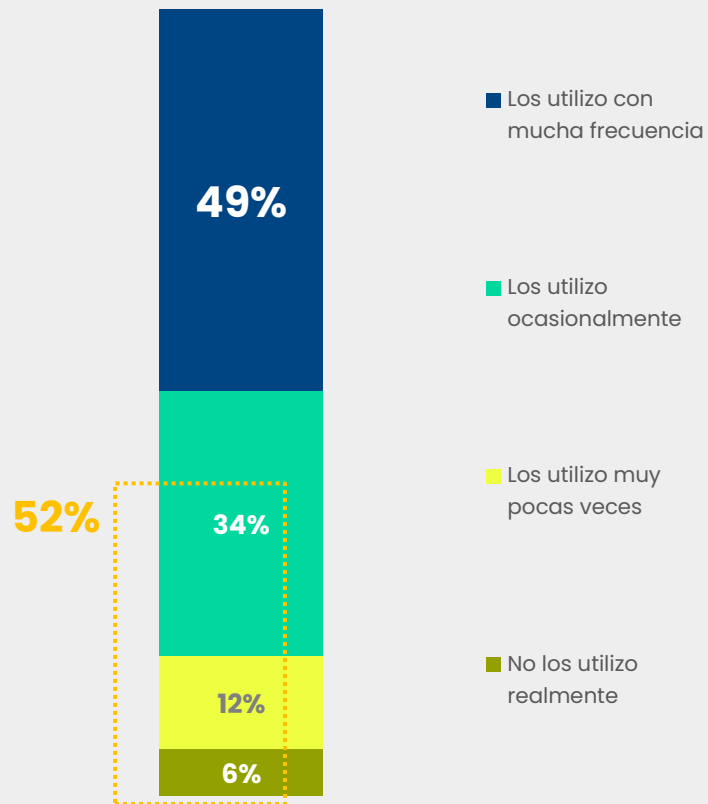



P. ¿Cuáles son los atributos más importantes para ti a la hora de contratar algún Servicio Financiero? Base Perfil Bancarizado = 977

# Frecuencia de uso de los Servicios Financieros

**5 de cada 10** compradores declaran **no utilizar con mucha frecuencia los Servicios Financieros que poseen actualmente.**

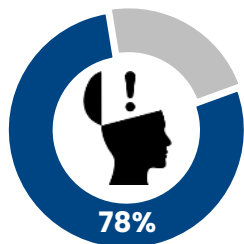
P. Pensando en los servicios financieros que posees actualmente, ¿Qué tan frecuentemente los utilizas? Base Perfil Bancarizado = 977



The background is a solid green color with a repeating pattern of white line-art icons. These icons include a computer monitor with a 'DANGER' sign, a bank card, a lightbulb, a wind turbine, a dollar sign, and a magnifying glass over a document.

**El desconocimiento**  
es una de las principales  
barreras para uso de los  
servicios financieros

# Principales razones de la poca frecuencia de uso en Servicios Financieros



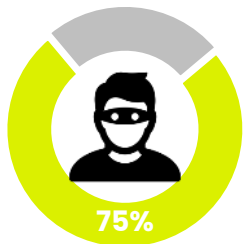
## Desconocimiento

**25%** Porque no los necesito.

**21%** Porque no hay nada que se adapte a mis necesidades.

**14%** No sé cómo contratar este tipo de Servicios.

**14%** No entiendo los beneficios que me ofrecen estos servicios / para qué me sirven.

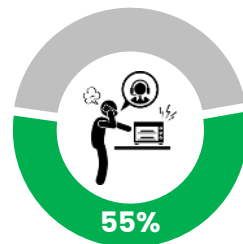


## Desconfianza

**32%** Prefiero manejar mi dinero personalmente.

**23%** No confío en las "letras chiquitas" de los contratos de servicios financieros.

**18%** No sé si con una crisis económica pierda todo mi dinero.

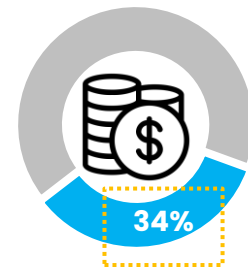


## Malas experiencias

**20%** La calidad del servicio al cliente es mala o deficiente.

**18%** La resolución a problemas o reclamos es mala o deficiente.

**15%** En caso de una necesidad (*emergencia, fraude, accidente*), ha sido muy complicado reportar y dar seguimiento por Internet.



## Efectivo

Manejo todo en efectivo.

**28%** indica que vive al día / gasta todo lo que gana





# El rol de **Internet** en los **Servicios Financieros**

Estudio Servicios Financieros 2021

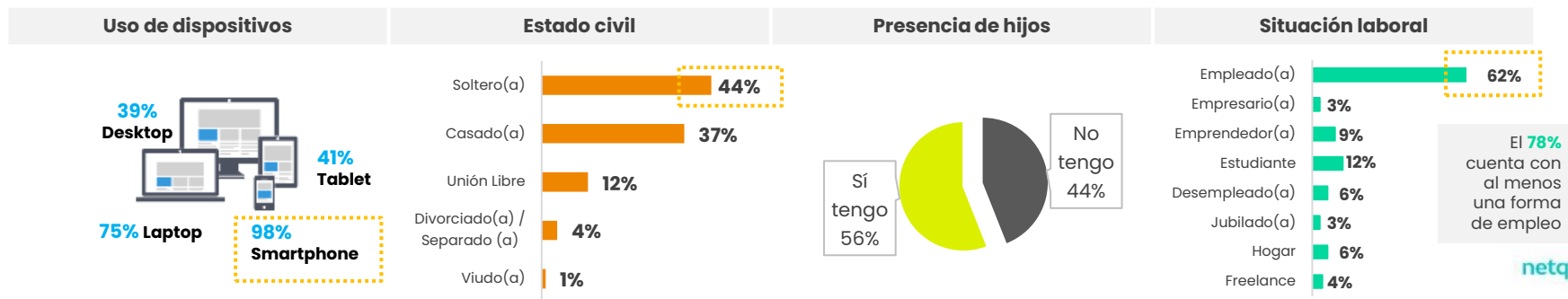
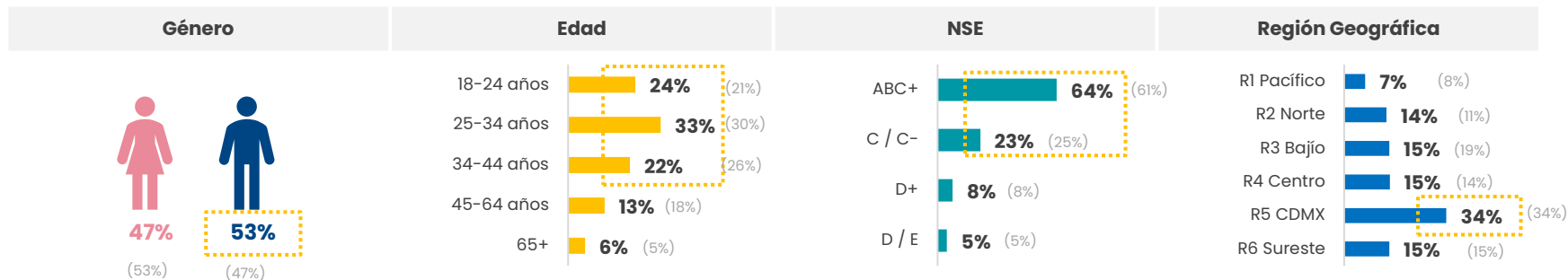


netquest



# Perfil Demográfico del Comprador Digital de Servicios Financieros

El usuario que ha adquirido servicios financieros por Internet se concentra en edades de 18 a 44 años principalmente de niveles socioeconómicos medios altos, donde 5 de cada 10 cuenta con un empleo.

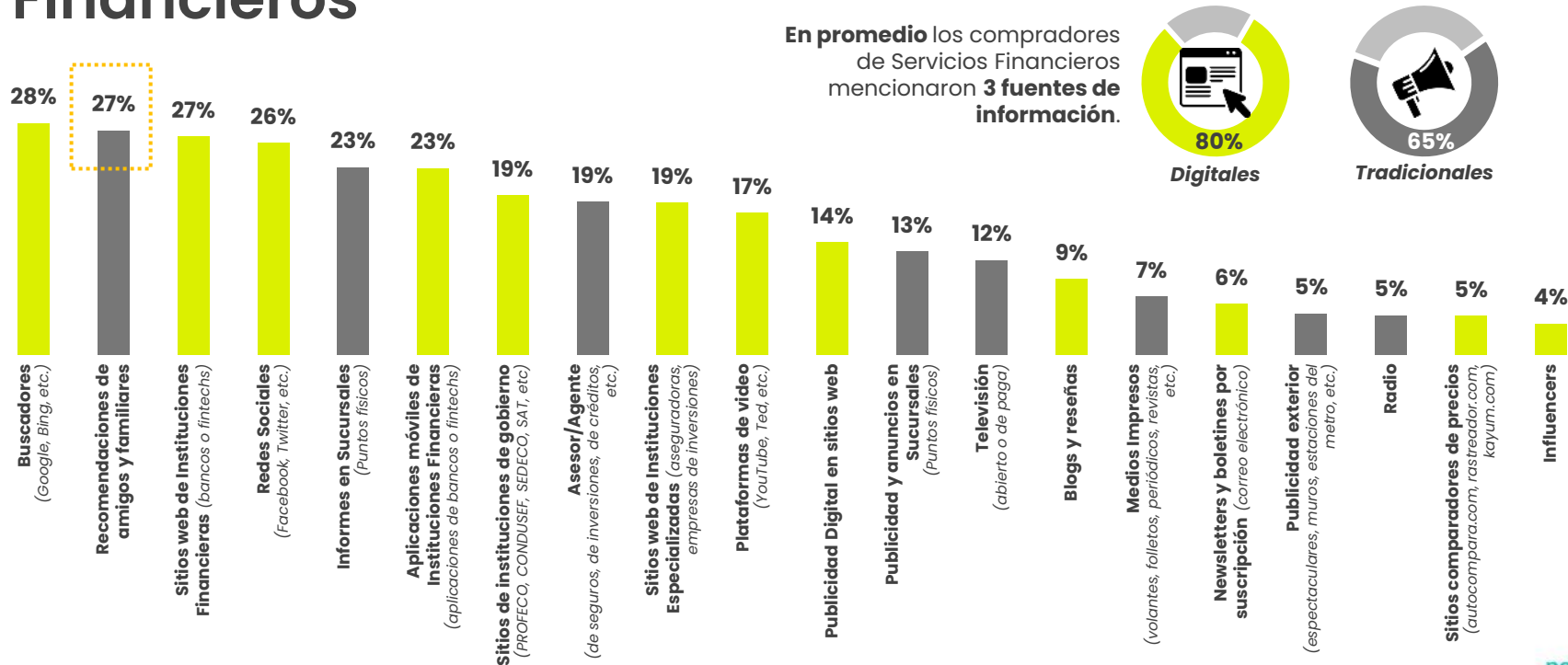


Metodología: Comunidad de consumidores que comparten información a través de encuestas online y otras formas de recolección de datos a cambio de incentivos. Universo Panel Netquest. Base adquirió servicios por Internet = 290. (\*) Comprador Digital en general.

The background is a solid green color with a repeating pattern of white line-art icons. These icons include a computer monitor with a 'DANGER' sign, a credit card, a lightbulb, a fan, a dollar sign, and a gear, representing various aspects of digital finance and technology.

**8 de cada 10 usuarios**  
consultan medios digitales  
para estar informados sobre  
servicios financieros

# Fuentes para informarse sobre los Servicios Financieros



P. ¿Cuáles son las fuentes que utilizas para informarte sobre los Servicios Financieros que te interesan? Base Perfil Bancarizado = 977


# Adquisición de Servicios Financieros por Internet

**3 de cada 10 compradores** declaran que han adquirido algún Servicio Financiero utilizando el canal digital.

30%



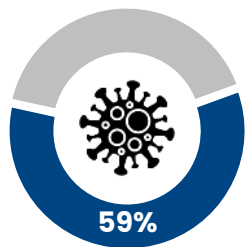
**Existe una gran oportunidad de posicionar al canal digital no sólo como fuente de información sino como canal de conversión**

The background is a solid green color with a repeating pattern of white line-art icons. These icons include a computer monitor with a magnifying glass, a lightbulb, a fan, a dollar sign, a warning triangle with 'DANGER', a bank card, and a gear. The text is centered and reads: 

**La practicidad y facilidad que ofrecen los canales digitales son primordiales en las razones para adquirir los servicios financieros.**

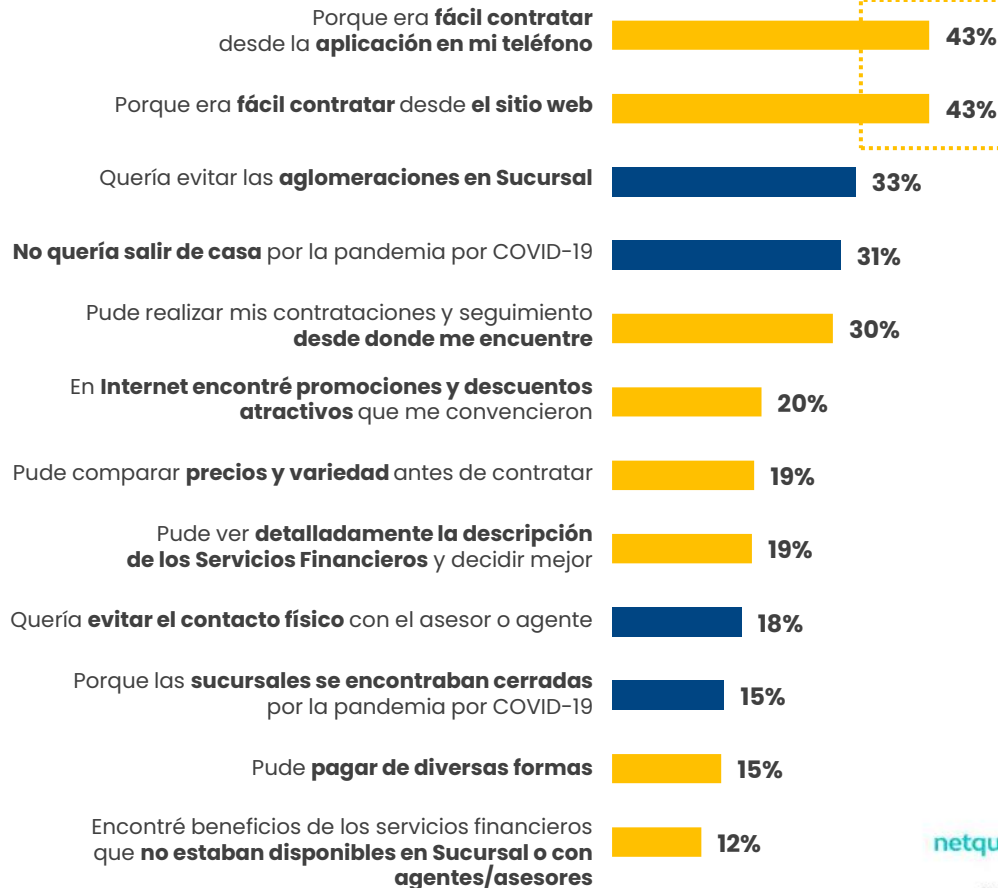
# Razones para adquirir Servicios Financieros por Internet

La facilidad que brinda el canal digital, primordialmente en el smartphone, y el miedo a las aglomeraciones han sido las principales razones por las que han elegido contratar servicios financieros por Internet.

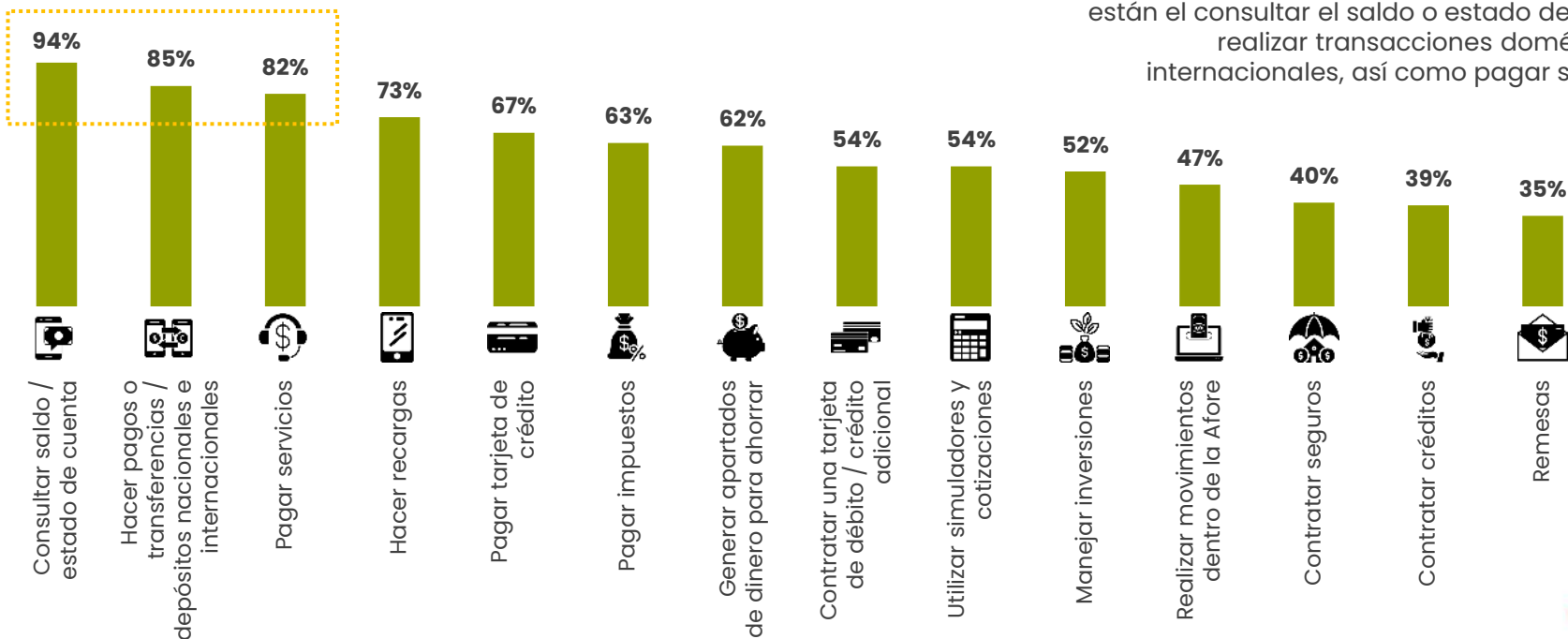


Cerca de 6 de cada 10 compradores de Servicios Financieros en canales digitales, **declaran que una de sus razones** para adquirir estos servicios por Internet **es a causa de COVID-19.**

P. ¿Cuáles son las razones por las que decidiste contratar Servicios Financieros por Internet? Base adquirió servicios por Internet = 290.



# Tipo de operaciones de Servicios Financieros preferidas de realizar **en Internet**



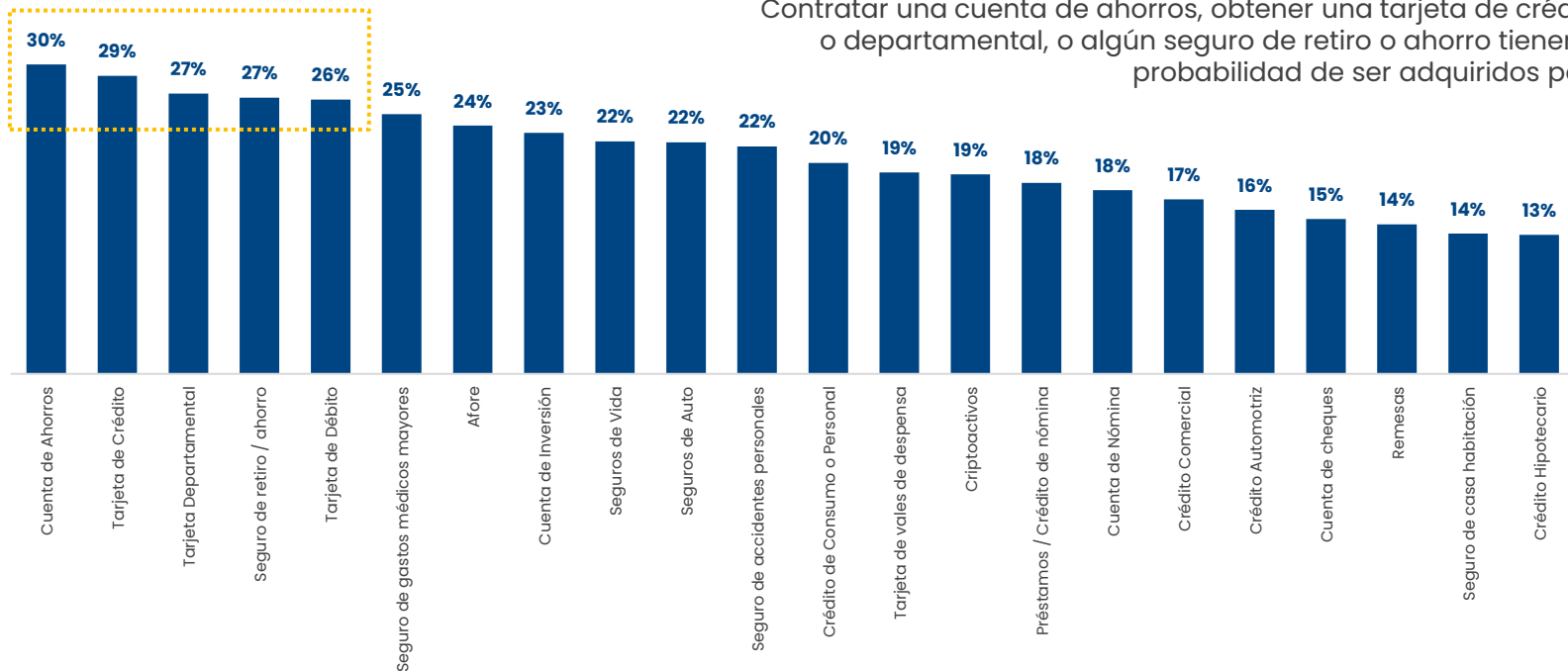
P. ¿Qué medios prefieres utilizar para realizar por Internet las siguientes operaciones?. Base Perfil Bancarizado = 977.






# Probabilidad de adquisición de Servicios Financieros por Internet

**3 de cada 10 usuarios** de servicios financieros tienen interés por los canales digitales al momento de contratar Servicios Financieros. Contratar una cuenta de ahorros, obtener una tarjeta de crédito, débito o departamental, o algún seguro de retiro o ahorro tienen la mayor probabilidad de ser adquiridos por Internet.



P. ¿Qué tan probable es que contrates otros Servicios Financieros por Internet?  
Base Perfil Bancarizado = 977. %T2B = Muy probable + Algo probable.



The background is a solid green color with a repeating pattern of white line-art icons. These icons include a computer monitor with a 'DANGER' sign, a bank card, a lightbulb, a wind turbine, a dollar sign, and various circuit-like symbols.

El bajo nivel de percepción  
sobre seguridad es una de las  
**principales barreras de  
adopción del canal digital**

# Percepción de Seguridad en la **contratación** de Servicios Financieros por Internet



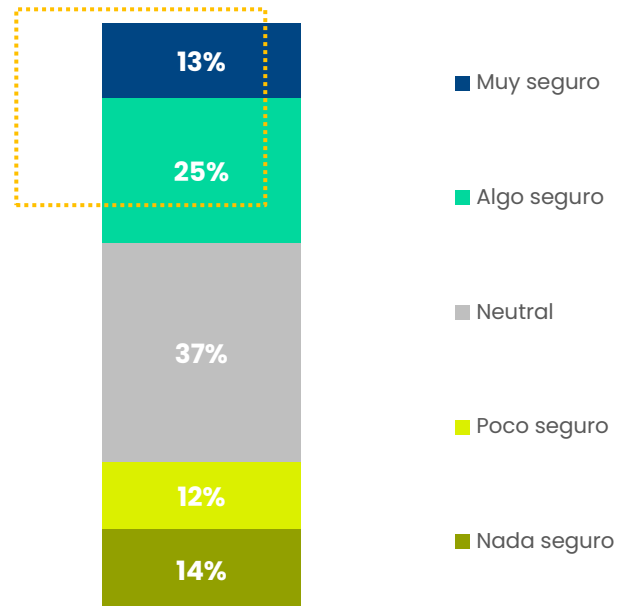
## Comprador Digital

Estudio de Venta Online 2021

**6 de cada 10 compradores mexicanos** perciben que es algo/muy seguro comprar por Internet.

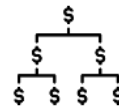
Muy seguro	23%	64%
Algo seguro	41%	
Neutral	19%	
Poco seguro	11%	
Nada seguro	6%	

Casi 4 de cada 10 encuestados (38%) perciben que es **muy seguro o algo seguro** contratar y utilizar Servicios Financieros en canales digitales.



# Percepción de ser víctimas de fraudes en Internet

7 de cada 10 usuarios de Servicios Financieros siente que **se sienten más vulnerables a ser víctimas de algún fraude electrónico por Internet.**



71%

Ser víctima de algún fraude electrónico

58%

Que roben mi identidad

51%

Que mi dinero quede desprotegido a hackeos

51%

Que mi tarjeta o wallet sea clonada

36%

Que cometa errores al querer hacer transacciones desde Internet

35%

Que mi pago sea duplicado al querer realizar pagos o transacciones

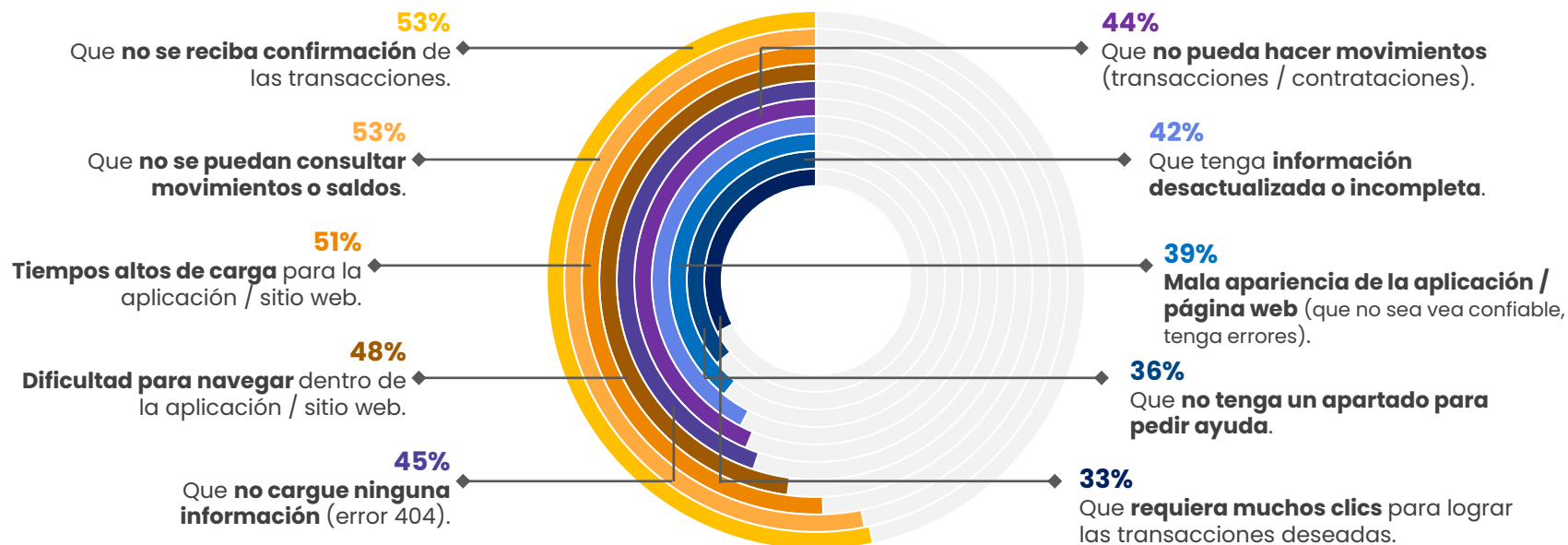
23%

Que mi pago sea rechazado al querer realizar pagos o transacciones

P. En general, ¿A qué riesgos crees que serías más vulnerable al momento de contrata y utilizar Servicios Financieros por Internet?. Base Perfil Bancarizado = 977



# Aspectos que pueden afectar una experiencia de navegación online



P. ¿Qué aspectos pueden llegar a afectar más tu experiencia de navegación durante tus transacciones / contrataciones por Internet?. Base Perfil Bancarizado = 977.

# Motivadores para utilizar Servicios Financieros por Internet

Los usuarios de servicios financieros declaran que tendrían que asegurarse aspectos de **Seguridad, mayor información y facilidad de procesos**, así como y **servicio a cliente eficiente** y **métodos & facilidades de pago** para animarse a utilizar el canal digital.



P. ¿Qué tendría que suceder para que te animas a utilizar a través de Internet los Servicios Financieros que posees?. Base Perfil Bancarizado = 977.



# Frecuencia de *engagement* en los Servicios Financieros

La recomendación de boca en boca y el interés en los temas financieros a través de Internet son acciones realizadas por 1 de cada 4 encuestados.



25%

**Recomiendo** las Instituciones Bancarias de las que soy cliente **a amigos y familiares.**

23%

**Busco información y temas financieros a través de Internet,** para mantenerme actualizado.

20%

**Consulto** sitios web **comparadores de precios por Internet** cuando quiero contratar Servicios Financieros.

20%

**Utilizo canales de ayuda** de las instituciones financieras para poder realizar operaciones / resolver dudas.

16%

**Sigo** las instituciones financieras que me interesan **a través de mis Redes Sociales.**

16%

**Utilizo páginas de búsqueda incógnitas** para consultar por Internet.

13%

**Utilizo alertas de seguimiento de precios** cuando quiero contratar Servicios Financieros.

12%

**Me suscribo a comunicación** de las instituciones financieras que me interesa.

8%

**Comparto mi experiencia en Redes Sociales** sobre las instituciones financieras de quien soy cliente.



# Uso de billeteras electrónicas

Estudio Servicios Financieros 2021



netquest

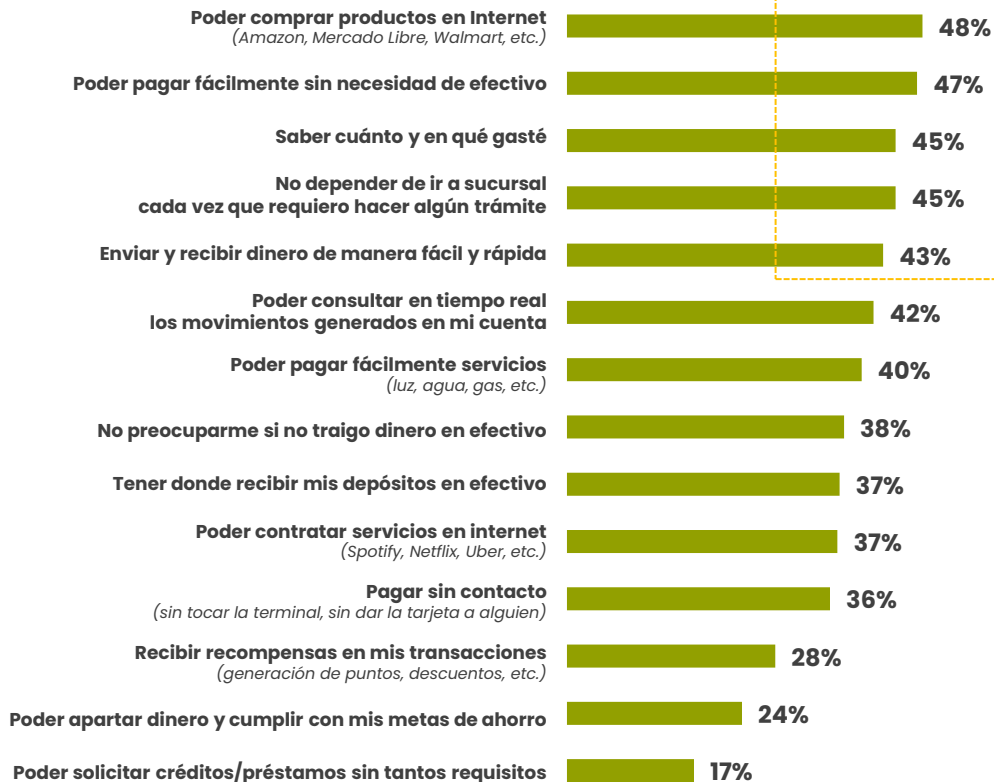




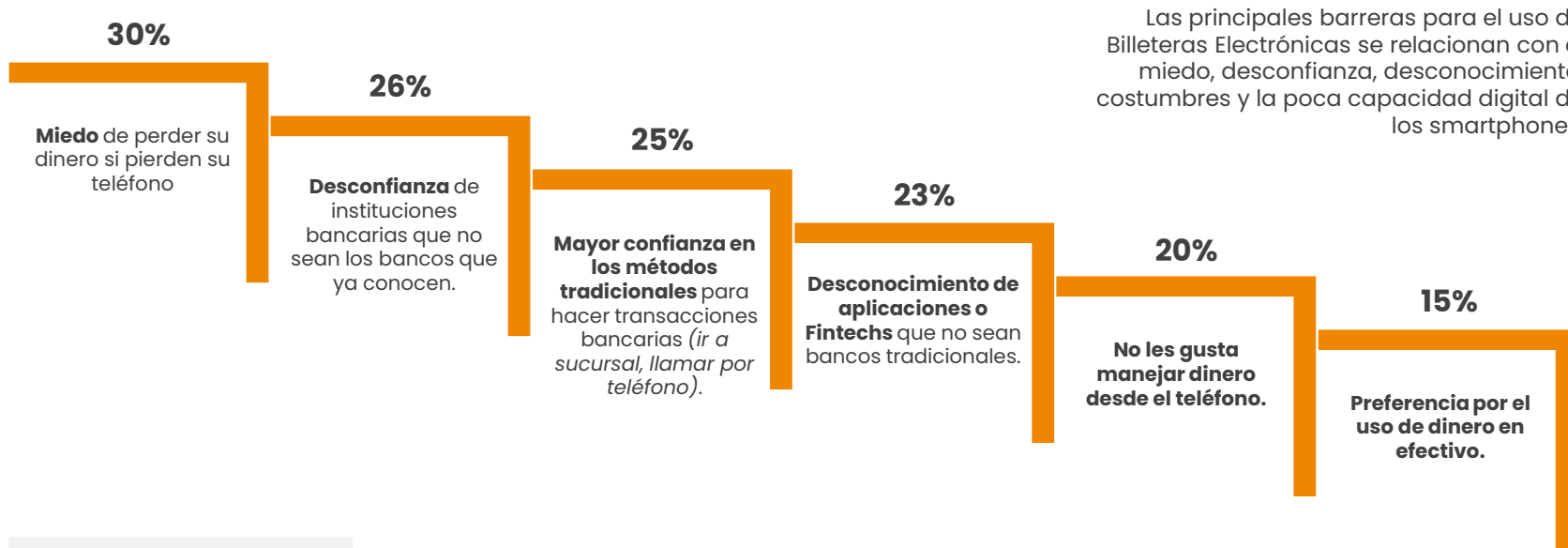
# Beneficios de las Billeteras Electrónicas



Los **beneficios más valorados** en el uso de las Billeteras Electrónicas **son la capacidad de poder comprar en canales digitales y la practicidad** de las mismas (métodos de pago sencillos, información clara, la factibilidad de evitar traslados a puntos físicos y el fácil manejo del dinero). En **promedio** se mencionaron **5 beneficios en el uso de las Billeteras Electrónicas**.




# Razones para **no utilizar** Billeteras Electrónicas



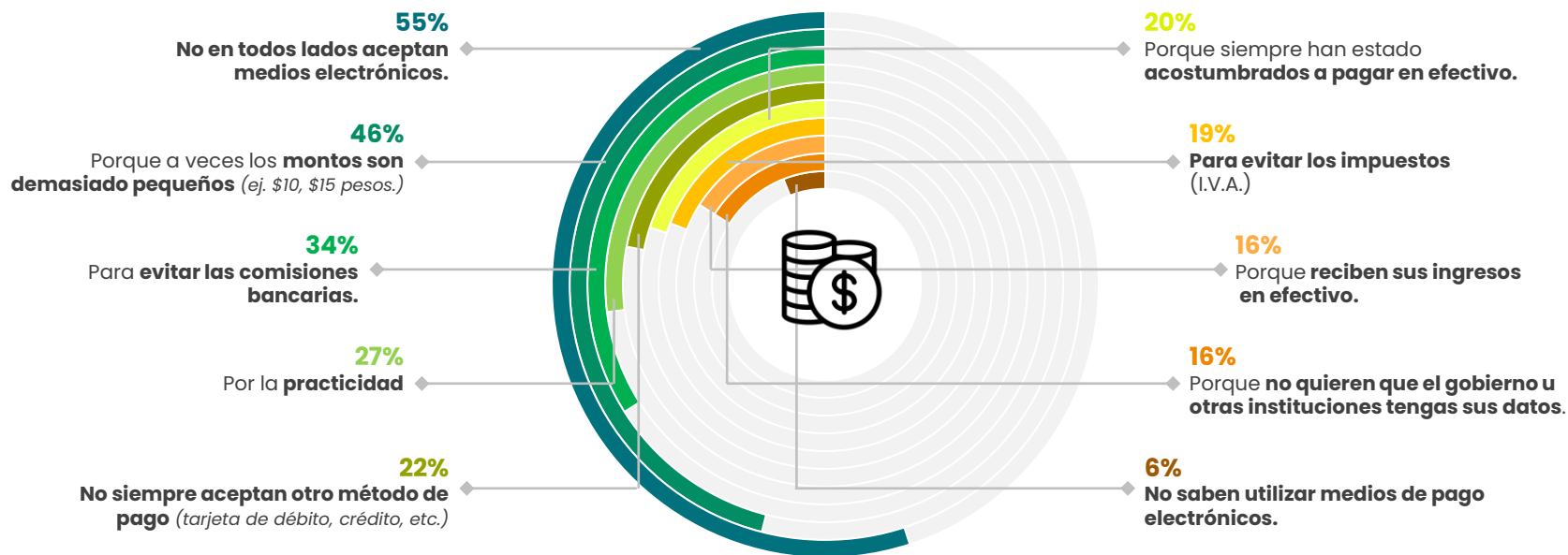
**9%** indica que tiene poco espacio en el teléfono para descargar aplicaciones.



The background is a solid green color with a repeating pattern of white line-art icons. These icons include a computer monitor with a 'DANGER' sign, a bank card, a lightbulb, a fan, a dollar sign, and a magnifying glass over a document.

**La mitad de los usuarios**  
indica que utilizan el efectivo  
porque no en todos lados  
pueden utilizar medios de pago  
electrónicos.

# Preferencia por el uso de efectivo en lugar de medios electrónicos



[www.amvo.org.mx/publicaciones](http://www.amvo.org.mx/publicaciones)

