

ESTUDIO BANCA & PAGOS DIGITALES MÉXICO 2025

Informe de Resultados
Octubre 2025

ELABORADO POR



ÍNDICE

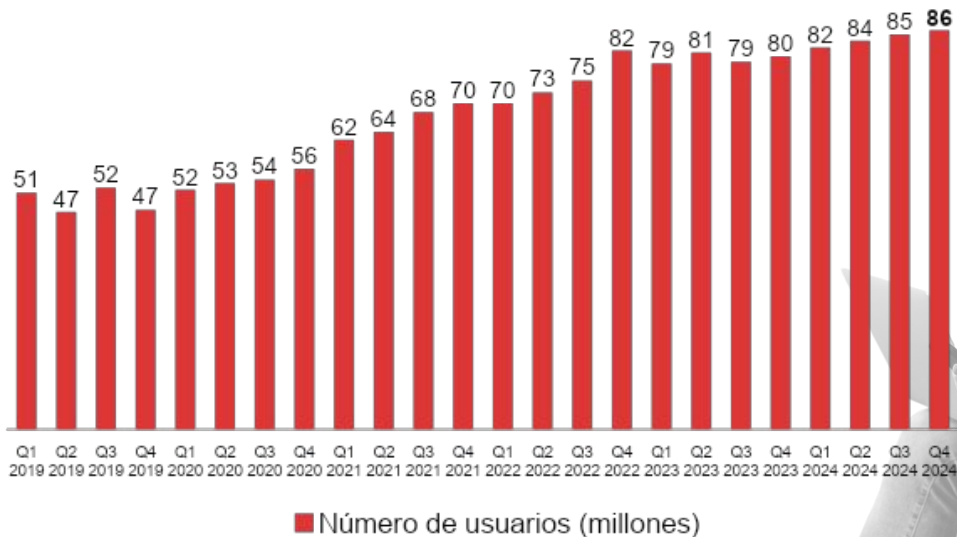
- **Introducción y contexto**
- **Resultados del estudio**
 - 1.** Perfil del usuario de banca digital
 - 2.** Para qué usan los mexicanos cada tipo de servicio financiero
 - 3.** Salud e imagen de las Entidades Financieras
 - 4.** Modelos de pago digital en el consumo y oportunidades de crecimiento
 - 5.** Innovación y futuro del consumo banca digital
- **Learnings & Insights**

A person in a white shirt is shown from the chest down, sitting at a desk and using a laptop. The person's right hand is holding a credit card, and their left hand is on the laptop keyboard. The background is a blurred office setting. Overlaid on the image are several semi-transparent icons representing various shopping items: a shopping basket, a shopping cart, a handbag, a video game controller, a gift box, a high-heeled shoe, and a dress. The text "INTRODUCCIÓN Y CONTEXTO" is written in large, bold, white capital letters across the bottom of the image.

INTRODUCCIÓN Y CONTEXTO

Entre 2019 y 2024, el número de usuarios de banca online en México ha tenido un crecimiento constante, alcanzando más de 86 millones en el cuarto trimestre de 2024.

Número de usuarios de banca online en México (2019-2024)



*El sector financiero se está transformando gracias a la **TECNOLOGÍA**, para desarrollar y ofrecer productos y servicios financieros innovadores, eficientes y accesibles.*

El **ecosistema financiero mexicano** está en plena **transformación**: la banca sigue teniendo gran peso, pero **Neobancos, Fintechs, y Paytechs** crecen con fuerza, ofreciendo mejores rendimientos, métodos de pago más flexibles y experiencias digitales más intuitivos para el usuario.



Respaldado con la implementación de medidas de **SEGURIDAD** para proteger los datos y realizar transacciones de forma segura y desde la **REGULACIÓN** del **marco legal mexicano** (Ley Fintechs) que establece las reglas para las empresas Fintechs y **promueve la seguridad y la inclusión financiera.**



De la banca tradicional al ecosistema híbrido digital

De la banca tradicional al ecosistema híbrido digital

México, hub Fintech

+770 Fintech activas, con un crecimiento de **+340%** desde 2017. (Finnovista, 2025)

Digitalización masiva

78% usuarios internautas usan al menos una vez al mes internet y apps bancarias.



Usuario híbrido

7 de cada 10 combina banca tradicional con neobancos, paytechs y/o fintechs.

Brechas persistentes

78% de los usuarios tienen al menos un producto financiero (ENIF), **5,9** promedio de productos contratados.

Abandono de la compra

La falta de opciones de pago frena el **48%** de las compras online.

OBJETIVOS DEL ESTUDIO

El presente estudio tiene como objetivo principal:

Generar una visión integral del ecosistema financiero digital y entender la relación de los usuarios con las distintas entidades financieras.

En concreto, a continuación, se detallan los objetivos del estudio:



1

Conocer el perfil del usuario de banca digital:

Nivel de bancarización vs. adopción banca 100% digital, así como la convivencia y migración de capital entre las entidades financieras que tienen contratadas y las tendencias de ahorro e inversión digital.



2

Identificar los tipos de productos financieros contratados:

-Qué fuentes de información y motivadores influyen en la adopción de nuevas Fintechs.
-Mapear qué productos específicos financieros contratan (cuentas y depósitos, medios de pago, transferencias y operaciones, créditos y financiamiento, seguros, inversión y rendimiento, otros servicios digitales); y conocer la frecuencia de uso de servicios digitales y adopción del BNPL, SPEI y CoDi.



3

Analizar la relación de los usuarios digitales con las distintas entidades financieras para identificar la fortaleza de cada *player* dentro del ecosistema:

- Evaluar los niveles de conocimiento (espontáneo y sugerido), contratación (histórica y actual) y la entidad favorita y sus motivos de preferencia.
- Medir la satisfacción y recomendación de las entidades financieras contratadas.
- Identificar los atributos que los usuarios asocian a cada entidad. Identificar los RTBs (*Reasons To Believe*) reconocidos por el mercado mexicano para cada player. Mapear el posicionamiento competitivo de las distintas entidades financieras.



4

Detectar los modelos de pago digital en el consumo y oportunidades de crecimiento:

- Uso de las plataformas de pago en el día a día y tasa de abandono en compras online debido a falta de opciones de pago adecuadas.
- Tendencias en financiamiento de consumo digital: adopción de BNPL (Kueski Pay o Aplazo) y crédito al consumo en plataformas digitales (Klar o Stori); así como la oportunidad del open banking y pagos directos (CoDi o SPEI vs. tarjetas).



5

Explorar el nivel de apertura de los usuarios digitales mexicanos hacia la innovación financiera:

Medir la disposición a compartir datos y el uso de superapps. Identificar qué tecnologías o innovaciones desean los usuarios en el corto plazo.

A continuación, se detallan las características técnicas metodológicas:

UNIVERSO



- Mexicanos de 18 a 70 años **responsables de la contratación de los productos financieros** y que accedan mínimo 1 vez al mes a internet y apps bancarias.

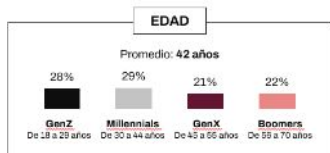
BANCOS **NEOBANCOS**
PAYTECHS **& FINTECHS**

- Representativo a nivel población mexicana en género, edad y zona geográfica.

ÁMBITO GEOGRÁFICO



México



TAMAÑO MUESTRAL



1.015 encuestas

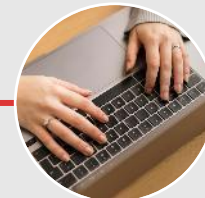
(error muestral +3,1% con un nivel de confianza del 95,5% y $p=q=0,5$)

TRABAJO DE CAMPO



Agosto 2025

TÉCNICA



C.A.W.I.

Entrevista auto administrada por ordenador online (*)

(*) Trabajamos con paneles externos, y se realiza a través de paneles online. La invitación a la R. se realiza mediante un mensaje de email a usuarios que previamente hayan dado su consentimiento para ser contactados vía email (Permission Marketing List)
Tal y como viene siendo habitual en el mundo online research, la invitación al cuestionario viene acompañada de un pequeño incentivo para compensar el tiempo empleado e incrementar la tasa de respuesta.

METODOLOGÍA

FOCOS ESPECÍFICOS DE ANÁLISIS

Para poder dar respuesta a los objetivos del estudio y comprender en profundidad la relación de los usuarios digitales con las entidades financieras, veremos los resultados con dos enfoques:

- A** **Visión general del mercado**, que ofrece una lectura global de las tendencias y comportamientos
- B** **Focos específicos de análisis**, que permiten identificar matices y diferencias clave:

Entre generaciones (GenZ, Millennials, GenX y Boomers), para entender cómo la edad y el ciclo vital influyen en la relación con las entidades financieras

GEN Z (1996 - 2007) 16 - 29 años	MILLENNIAL (1981 - 1995) 30 - 44 años	GEN X (1976 - 1980) 46 - 59 años	BOOMER (1950 - 1959) 66 - 79 años
<p>Son nativos digitales.</p> <p>Valoran la autenticidad, la diversidad y el activismo social.</p> <p>Siempre que se les da permiso, mucho más de lo que otros hacen. Buscan experiencias de aprendizaje y prácticas en cada decisión.</p>	<p>Vivieron la transición del mundo analógico al digital.</p> <p>Analicistas, pero flexibles.</p> <p>Comparten sus historias y opiniones, vale un clic, si le da mala impresión, reacciona y va a otro lado que conecta con su estilo de vida.</p>	<p>Vivieron la transición del mundo analógico al digital.</p> <p>Adaptaron la tecnología en la vida.</p> <p>Son relajables, prácticos, escepticos y autohacientes.</p> <p>Buscan un equilibrio entre control, privacidad y seguridad. Prefieren comprar con el tarjetero, pero también usan tarjetas, funcionalidad y experiencia.</p>	<p>Han incorporado la tecnología de forma práctica y gradual. Su uso es concreto y funcional.</p> <p>Son kais, responsables y realistas.</p> <p>Dan valor a la duración y a los hechos, con un sentido de la responsabilidad y el compromiso en la relación, el trato y el servicio.</p>

Entre grupos de entidades financieras (banca, neobancos, fintechs y paytechs), para evaluar fortalezas, posicionamiento y retos para cada player dentro del ecosistema

BANCOS	NEOBANCOS	FINTECHS	PAYTECHS
<p>Los bancos de siempre.</p> <p>Fuerte presencia física en sucursales y amplia base de clientes.</p> <p>Manejan nómina, cuentas de débito, tarjetas de crédito, transferencias locales y seguros tradicionales.</p> <p>Fortalezas: confianza, seguridad y buen servicio.</p>	<p>Bancos 100% digitales.</p> <p>Sin red de sucursales, operan desde apps móviles.</p> <p>Ofrecen cuentas de débito, tarjetas y servicios básicos de crédito con experiencia simple y transparente.</p> <p>Fortalezas: usabilidad digital, bajos costos y enfoque en jóvenes.</p>	<p>Startups tecnológicas.</p> <p>Ofrecen productos financieros especializados: créditos digitales, tarjetas de marca compartida, financiamiento alternativo, seguros embebidos, inversión en línea o criptomonedas.</p> <p>Fortalezas: innovación y segmentación de nichos desatendidos por la banca tradicional.</p>	<p>Plataformas digitales.</p> <p>Plataformas enfocadas en pagos y cobros digitales.</p> <p>Permiten enviar, recibir y procesar dinero en tiendas físicas y online, muchas veces vinculadas a e-commerce.</p> <p>Fortalezas: facilidad en transacciones y alta aceptación en comercios.</p>

*** BNPL ("Buy Now, Pay Later")** → Es un modelo de financiamiento al consumo digital que:

- Permite al usuario realizar una compra en línea o en tienda física y diferir el pago en plazos
- Generalmente, no requiere tarjeta de crédito tradicional
- Se gestiona únicamente desde apps o plataformas de pago asociadas al comercio

METODOLOGÍA

FOCOS ESPECÍFICOS DE ANÁLISIS: Generaciones



GEN Z (1996 – 2007)
18 - 29 años

Son nativos digitales.

Valoran la autenticidad, la diversidad y el activismo social.

Buscan inmediatez y experiencias 100% digitales.
Suelen diversificar y combinar entidades.



MILLENNIAL (1981 – 1995)
30 - 44 años

Vivieron la transición del mundo analógico al digital.

Analíticos, pero flexibles.

Buscan el equilibrio entre innovación y confianza.
Están abiertos a probar nuevas entidades y modelos de pago.



GEN X (1970 – 1980)
45 - 55 años

Adoptaron la tecnología en la adultez.

Son adaptables, prácticos, y autosuficientes.

Valoran la seguridad y la atención. Son cautelosos con las nuevas entidades, aunque las incorporan de forma selectiva.



BOOMER (1950 – 1969)
56 - 70 años

Han incorporado la tecnología de forma gradual. Su uso es concreto y funcional.

Son leales, responsables y realistas.

Perciben la banca tradicional como sinónimo de confianza y respaldo. Su adopción digital es limitada.



METODOLOGÍA

FOCOS ESPECÍFICOS DE ANÁLISIS: ENTIDADES FINANCIERAS



BANCOS

Los bancos de siempre.

Fuerte presencia física en sucursales y amplia base de clientes.

Manejan nómina, cuentas de débito, tarjetas de débito, transferencias locales y seguros tradicionales.

Fortalezas: confianza, seguridad y buen servicio.



NEOBANCOS

Bancos 100% digitales.

Sin red de sucursales, operan desde apps móviles.

Ofrecen cuentas de débito, tarjetas y servicios básicos de crédito con experiencia simple y transparente.

Fortalezas: usabilidad digital, bajos costos y enfoque en jóvenes.



FINTECHS

Startups tecnológicas.

Ofrecen productos financieros especializados: créditos digitales, tarjetas de marca compartida, financiamiento alternativo, seguros embebidos, inversión en línea o criptomonedas.

Fortalezas: innovación y segmentación de nichos desatendidos por la banca tradicional.



PAYTECHS

Plataformas digitales.

Plataformas enfocadas en pagos y cobros digitales.

Permiten enviar, recibir y procesar dinero en tiendas físicas y online, muchas veces vinculadas a e-commerce.

Fortalezas: facilidad en transacciones y alta aceptación en comercios.



BNPL ("Buy Now, Pay Later") □ Es un modelo de financiamiento al consumo digital que:

- Permite al usuario **realizar una compra en línea o en tienda física y diferir el pago** en plazos
- Generalmente, **no requiere tarjeta de crédito tradicional**
- Se gestiona directamente desde **apps o pasarelas de pago** asociadas al comercio

ENTIDADES FINANCIERAS ANALIZADAS

En el presente estudio se han analizado las siguientes entidades financieras:

BANCOS



PAYTECHS



NEOBANCOS & FINTECHS



★ Entidades que ofrecen esquemas de créditos BNPL (Buy Now, Pay Later)

METODOLOGÍA

CONTENIDO DEL ESTUDIO

El estudio está estructurado en distintos bloques que nos permiten dar respuesta a los objetivos definidos previamente:



A background image showing a person's hands typing on a laptop keyboard. A semi-transparent network of white lines and dots is overlaid on the scene. The person is holding a credit card in their right hand. The overall color palette is dark blue and grey.

RESULTADOS



1



Perfil del usuario de banca digital



PERFIL DEL USUARIO BANCA DIGITAL

BASE MUESTRAL



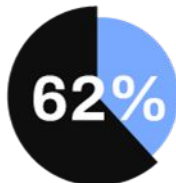
1.015 responsables de contratar productos financieros

HOGAR

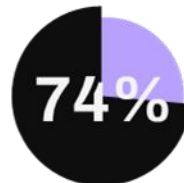
Trabajando actualmente



Con hijos



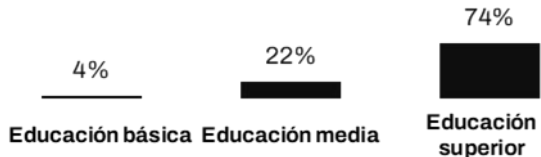
Estudios universitarios



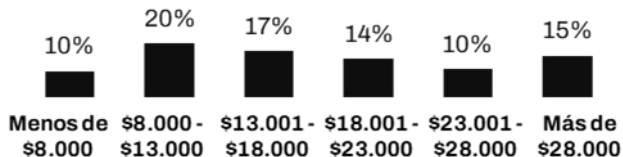
FRECUENCIA USO INTERNET Y APPS BANCARIAS



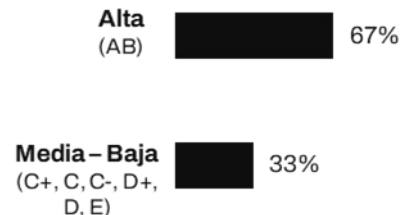
ESTUDIOS



Ingresos



CLASE SOCIAL



CONVIVENCIA ENTRE ENTIDADES FINANCIERAS

En la actualidad, 7 de cada 10 personas mexicanas tienen contratado más de una entidad financiera.



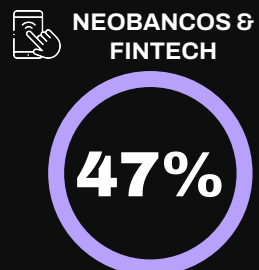
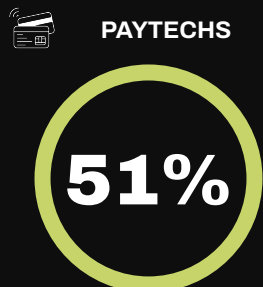
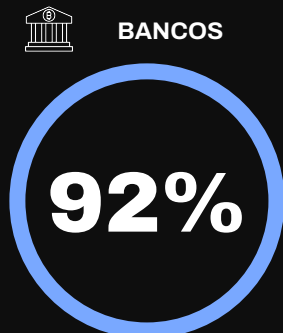
73% 

TIENEN CONTRATADO MÁS DE UNA ENTIDAD FINANCIERA



NIVEL DE BANCARIZACIÓN VS. ADOPCIÓN DIGITAL

67% banca 100% digital

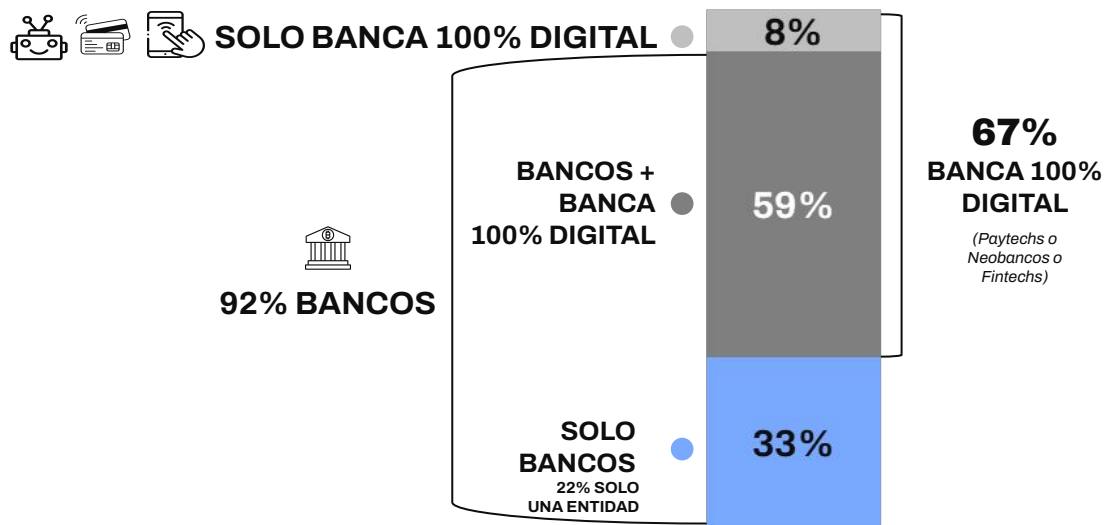


El **67%** de los mexicanos bancarizados usa actualmente algún servicio financiero de la banca 100% digital (paytechs o neobancos o fintechs).

Cada vez más complementan con paytechs, neobancos y fintechs, configurando un ecosistema financiero híbrido.

CONVIVENCIA ENTRE ENTIDADES FINANCIERAS

De la **banca única al ecosistema híbrido**: así conviven bancos, neobancos, fintechs y paytechs en México (59% BANCOS + BANCA 100% DIGITAL).



En total tienen contratado actualmente una media de **3,1 entidades financieras**

(*) 8% DE SOLO BANCA 100% DIGITAL: 3% SOLO NEOBANCOS & FINTECHS + 2% SOLO PAYTECHS + 3% NEOBANCOS + PAYTECHS + FINTECHS

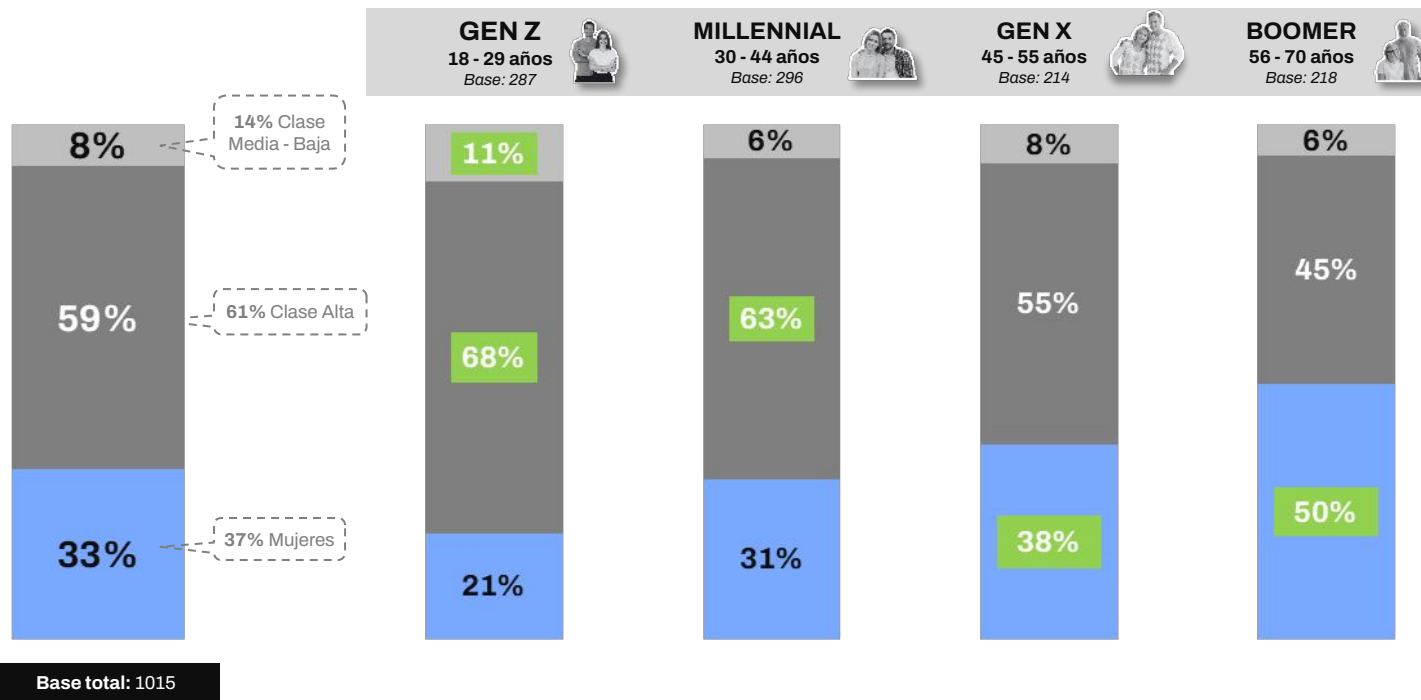
CONVIVENCIA ENTRE ENTIDADES FINANCIERAS

Existe una clara diferencia generacional: a menor edad, menor es la preferencia por la banca. Mientras que los más jóvenes (Gen Z y Millennials) combinan bancos con opciones 100% digitales, las generaciones de mayor edad tienden a mantenerse fieles a la banca.

**SOLO BANCA
100% DIGITAL**
(Paytechs o Neobancos o Fintechs)

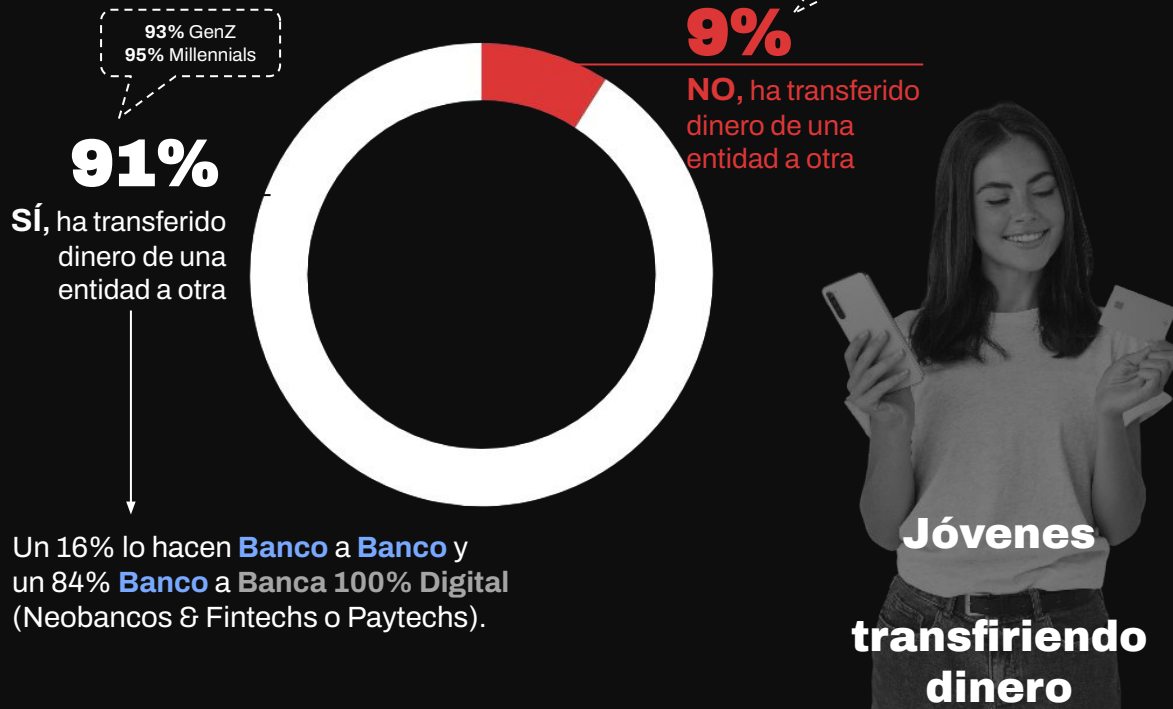
**BANCOS +
BANCA 100%
DIGITAL**

**SOLO
BANCOS**



MIGRACIÓN DE CAPITAL ENTRE ENTIDADES FINANCIERAS

Del 73% que tienen contratada más de 1 entidad:



Un 16% lo hacen **Banco a Banco** y un 84% **Banco a Banca 100% Digital** (Neobancos & Fintechs o Paytechs).

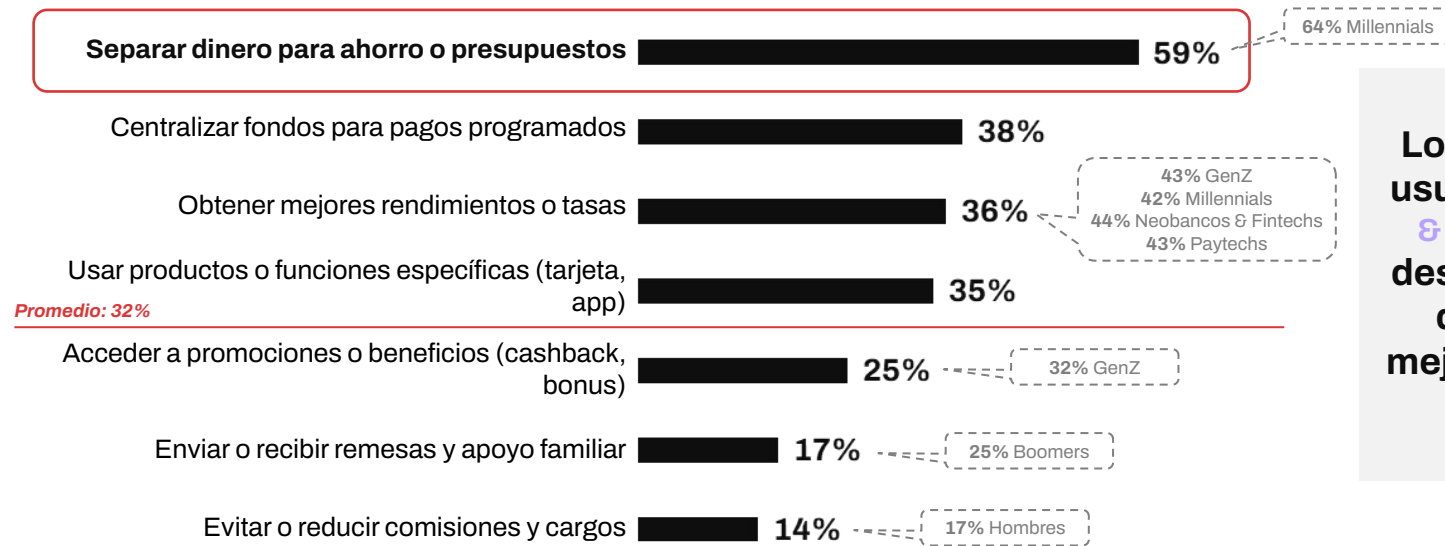
Entre los usuarios que tienen más de una entidad financiera contratada actualmente, **el 91% de los usuarios realiza transferencias entre distintas entidades** (66% sobre total), mostrando una fuerte adopción de hábitos financieros digitales (sobre todo la Gen Z y Millennials).

En contraste, el 9% que no transfiere se concentra en generaciones más seniors (Boomers, 18%).

| De las entidades financieras que tienes contratadas actualmente, ¿has transferido dinero de una entidad a otra? (Respuesta sugerida y única)

MOTIVOS PARA TRANSFERIR DINERO

El principal motivo para **transferir dinero** es para **separar dinero para ahorro o presupuestos específicos**, 6 de cada 10 usuarios lo hacen.



Los más jóvenes, los usuarios de **Neobancos & Fintechs** y **Paytechs** destacan en transferir dinero buscando mejores rendimientos.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS CONTRATADOS



Los usuarios mexicanos bancarizados contratan **una media de 6 productos financieros**, destacando principalmente **productos relacionados con las cuentas y medios de pago**, mientras que los servicios especializados tienen un menor uso (30% usan plataformas de inversión y rendimiento).

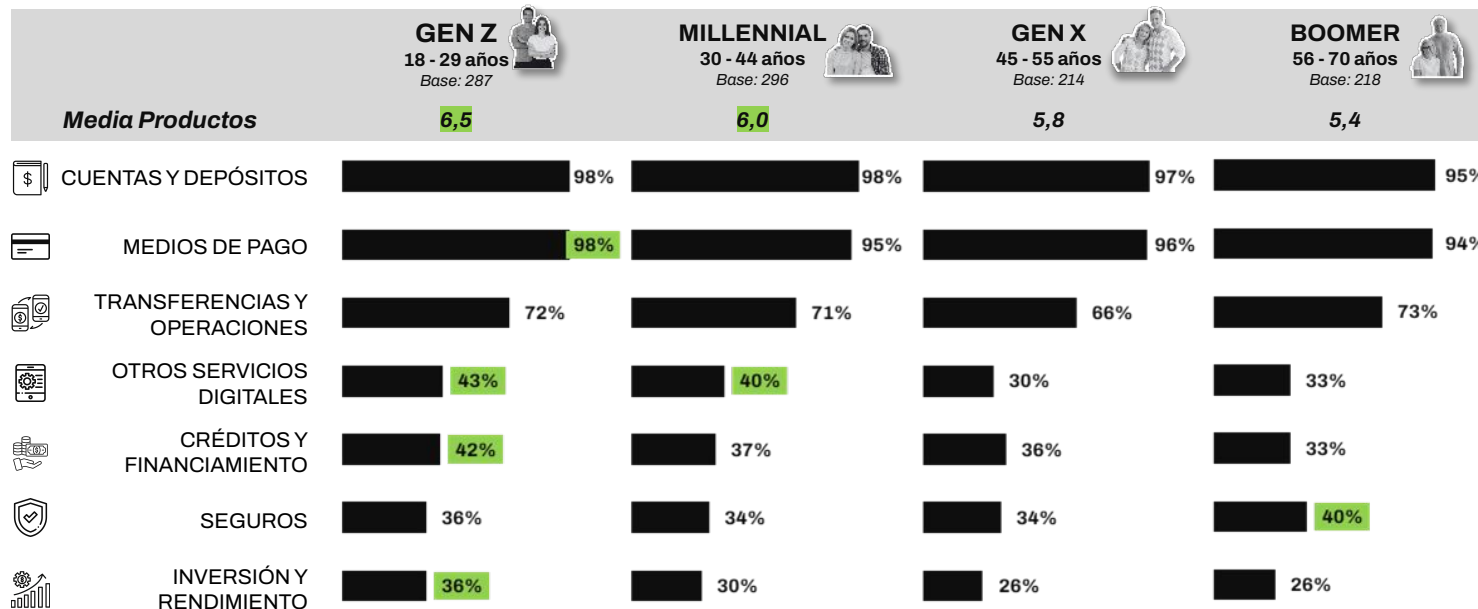
Media de menciones

6,2 Clase Alta

5,9 productos



GenZ y Millennials son quienes **más diversifican su portafolio**, incorporando servicios digitales, inversiones y créditos; en cambio, los **Boomers** concentran su contratación en un portafolio más básico y tradicional (seguros).



De los siguientes productos / servicios financieros, indica por favor cuáles tienes o utilizas actualmente. (Respuesta sugerida y múltiple)

Diferencias significativas entre generaciones

BIENESTAR FINANCIERO

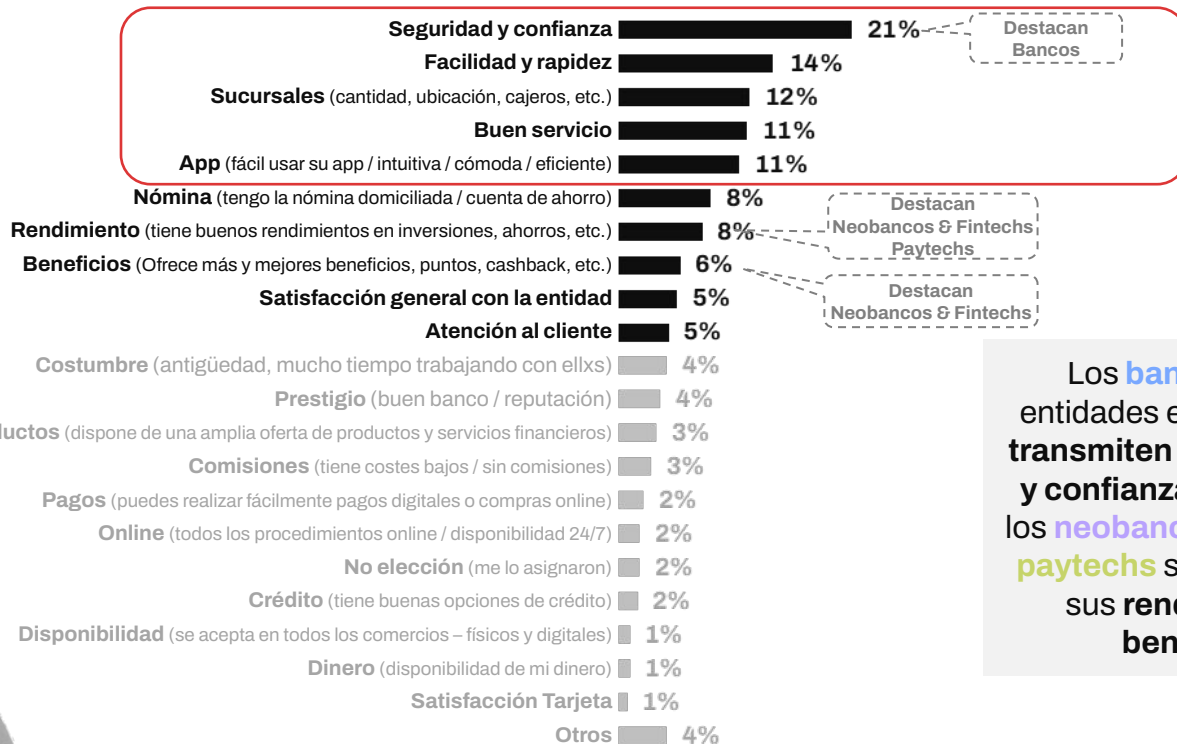
% TOP2 (Totalmente + Bastante de acuerdo)



1 de cada 2 usuarios de banca digital afirman gestionar bien sus ingresos y ahorrar para metas futuras

Los usuarios de banca Paytechs se sienten más satisfechos con sus finanzas (ahorro, liquidez, reservas).

La **seguridad y confianza que transmite la entidad** es el principal motivo por el cual los usuarios la eligen; seguido de la **facilidad y rapidez de sus trámites, la presencia de sucursales, el buen servicio y su app.**



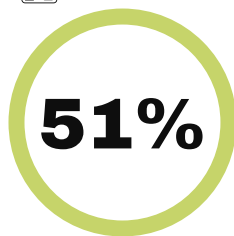
Seguridad y confianza



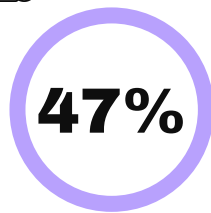
Los **bancos** son las entidades elegidas porque **transmiten más seguridad y confianza**. Mientras que los **neobancos & fintechs** y **paytechs** son elegidas por sus **rendimientos y beneficios**.

CONFIANZA EN LA BANCA 100% DIGITAL

PAYTECHS



NEOBANCOS



Un 36% de usuarios digitales invierten su dinero en cuentas de alto rendimiento como **Mercado Pago**.

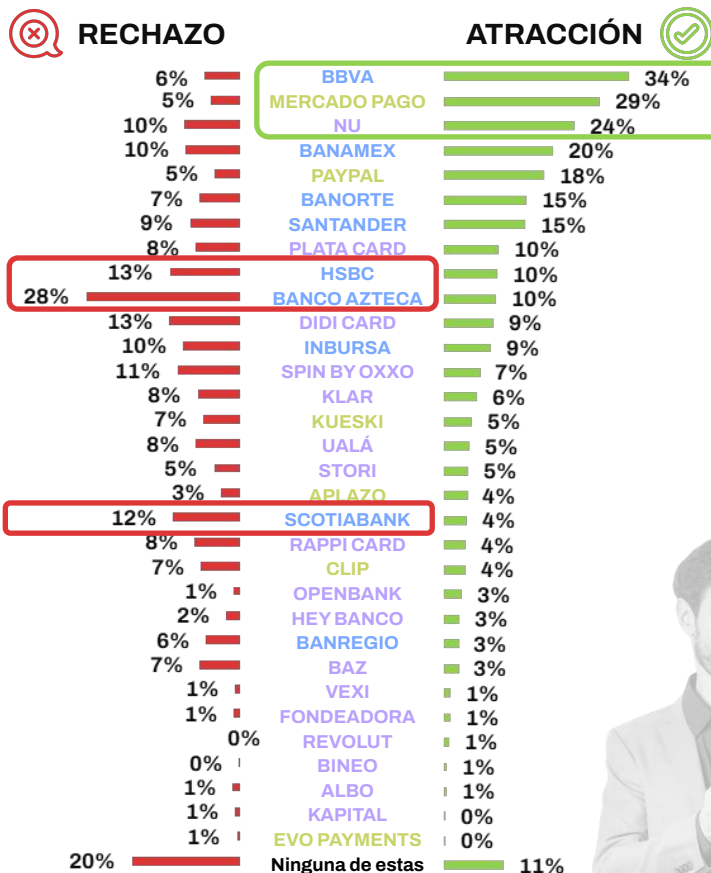
Solo un 6% de los usuarios mexicanos confían en pasarelas de pago como **Kueski**; confían más en **PayPal (29%)**.

Los usuarios de **Neobancos & Fintech** representan un 47% (vs. 92% de banca tradicional), principalmente son usuarios de **NU (29%)**.

CONFIANZA A FUTURO EN FINANCIERAS DIGITALES

BBVA, Mercado Pago y NU lideran la proyección de contratación futura, con **bancos a la cabeza** (69%), pero también siendo el **grupo con mayor rechazo** por la presencia de entidades tradicionales como Banco Azteca, HSBC o Scotiabank.

BANCOS
NEOBANCOS & FINTECHS
PAYTECHS



BANCOS

92% CONTRATADO ACTUALMENTE
69% CONTRATARÍA A FUTURO

NEOBANCOS & FINTECHS

47% CONTRATADO ACTUALMENTE
43% CONTRATARÍA A FUTURO

PAYTECHS

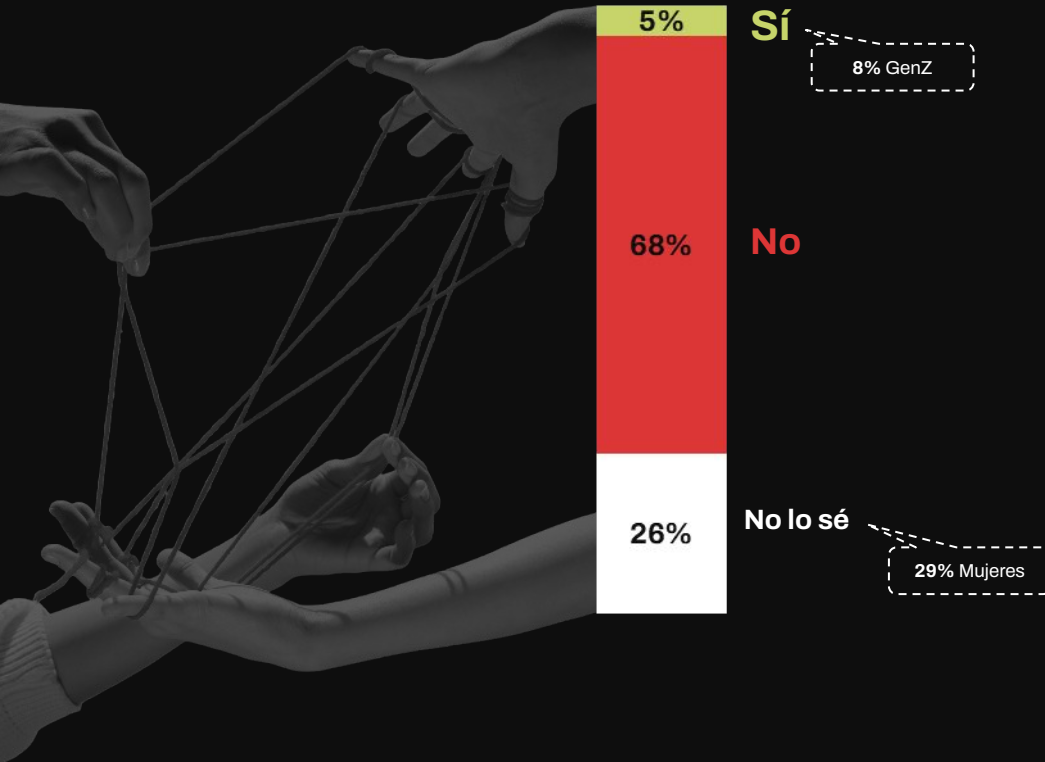
51% CONTRATADO ACTUALMENTE
42% CONTRATARÍA A FUTURO



Base total: 1015

| ¿Con cuál/les de estas empresas **contratarías a futuro algún servicio financiero?** (Respuesta sugerida y múltiple) |
¿Y en qué entidad/es **no contratarías nunca** un servicio financiero? (Respuesta sugerida y múltiple)

INTENCIÓN DE CAMBIO A OTRA ENTIDAD FINANCIERA



La **intención de cambio actual** de las entidades financieras principales de los usuarios mexicanos es **baja**, tan **solo 5% sí lo considera** (sube a 8% entre la GenZ) y un 26% tiene dudas.

Nivel de adopción y bancarización digital

- El **ecosistema es híbrido**: El **92%** de los mexicanos usa **bancos tradicionales**, pero **67%** ya **combina** con servicios de banca 100% digital (paytechs, neobancos o fintechs).
- **7 de cada 10** usuarios tiene **más de una entidad financiera contratada**

Migración de capital

- Entre quienes tienen más de una entidad, **91% transfiere dinero entre ellas** (especialmente Gen Z 93% y Millennials 95%).
- La mayoría de los flujos (**84%**) son de **bancos hacia banca digital**, buscando mejores **rendimientos** (36%) o separar dinero para **ahorro** (59%)

#Portafolio financiero contratado

- En promedio, los mexicanos tienen **5,9 productos financieros**.
- **Cuentas y medios de pago** dominan (97% y 96%), mientras que solo 30% invierte en plataformas de rendimiento.
- Los usuarios de **Bancos** destacan en **Cuentas/Depósitos y Seguros**, mientras que los usuarios de **Neobancos & Fintechs** en **Medios de Pagos**; y usuarios de **Paytechs** en **transferencias y créditos**.

Confianza y seguridad

- La **seguridad y confianza** son el **principal motivo de elección de una entidad (21%)**, seguido de la facilidad y rapidez (14%)
- La **confianza en pasarelas de pago varía**: 36% confía en Mercado Pago, 29% en PayPal también NU, mientras apenas 8% en Didi Card o 6% lo hace en Kueski.
- A futuro, la **distancia de la contratación de Bancos vs. 100% digital se acorta**, siendo Bancos el grupo con mayor rechazo.

#Bienestar y percepción financiera

- **1 de cada 2 usuarios afirma tener control sobre ingresos y ahorrar para metas futuras**.
- Los **clientes de Paytechs se sienten más satisfechos con sus finanzas** (ahorro, liquidez, reservas).
- Sin embargo, **menos de 40%** declara tener **reservas suficientes para emergencias**, mostrando vulnerabilidad pese a la adopción digital





2

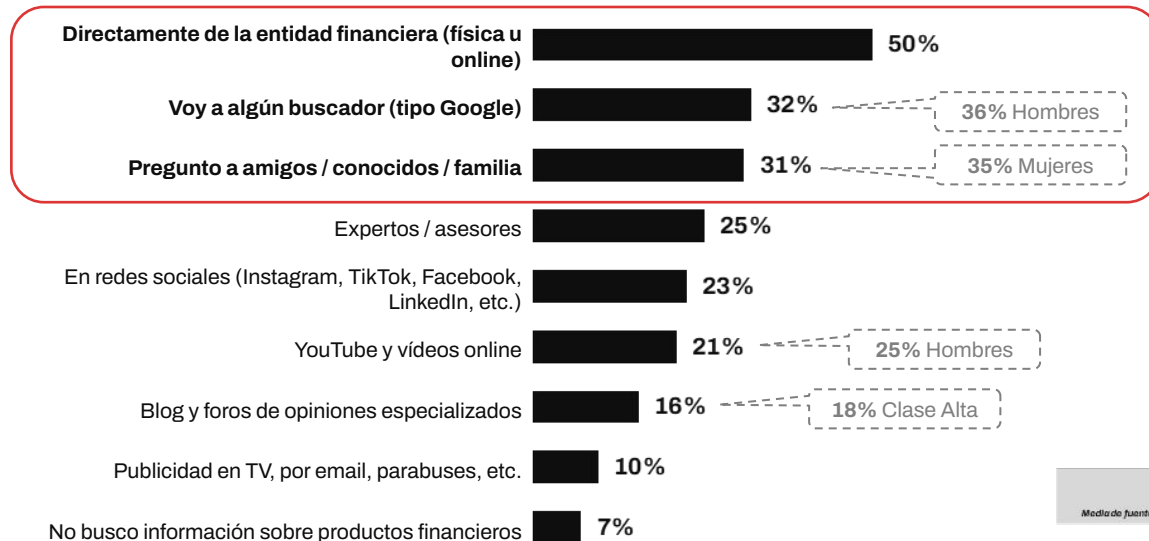


Para qué usan los mexicanos cada tipo de servicio financiero



FUENTES DE INFORMACIÓN

1 de cada 2 mexicanos buscan información de servicios financieros **directamente a través de las propias entidades**, la segunda fuente de información son los **buscadores** (32%) y la tercera **preguntando a amigosx o conocidxs o familia** (31%).



Buscan información en promedio en

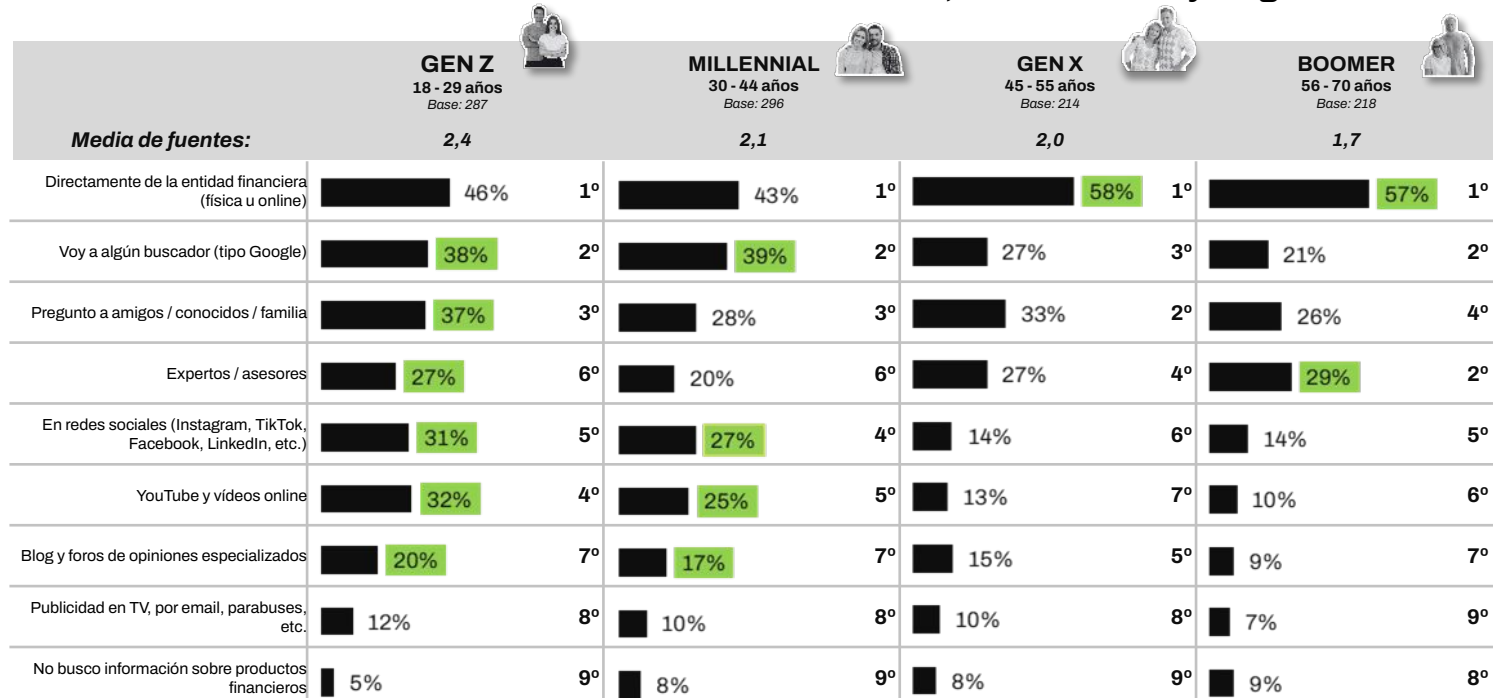
2,1 fuentes



Los más jóvenes en promedio buscan en más fuentes de información.

FUENTES DE INFORMACIÓN | Generaciones

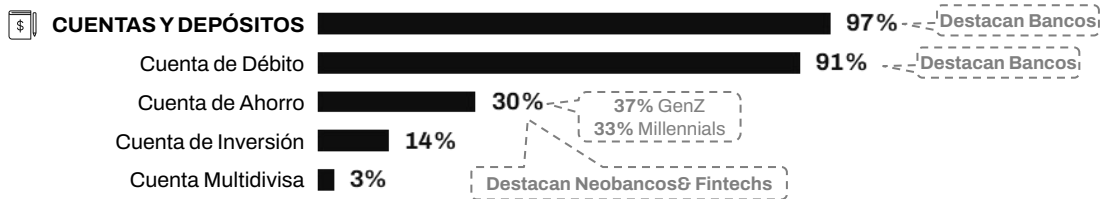
La **Gen Z** son quienes en promedio **consultan más fuentes de información**, a diferencia de los **Boomers**, que utilizan menos. Mientras la **Gen X** y los **Boomers** tienden a buscar **directamente en la entidad financiera**, la **Gen Z** y los **Millennials** recurren a herramientas como **buscadores, redes sociales y blogs**.



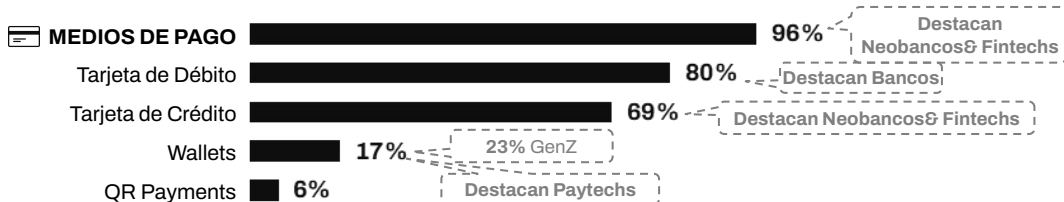
USO DE PRODUCTOS FINANCIEROS

La **cuenta de débito**, la **tarjeta de débito**, la **tarjeta de crédito** y las **transferencias locales / nacionales** son los productos más contratados.

1 Las cuentas son la base del ecosistema financiero.



2 Las tarjetas siguen siendo el motor del gasto.



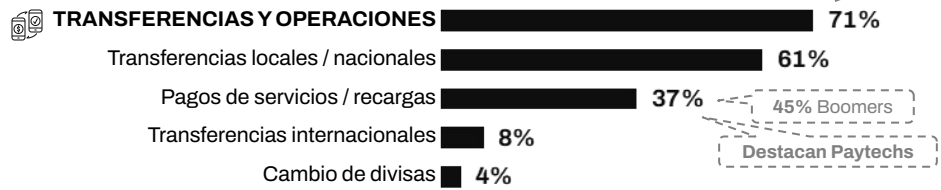
Los productos más contratados por los mexicanos son donde destacan entre los usuarios de **bancos**: **cuentas de débito, tarjetas de débito**, (además transferencias locales y, seguros tradicionales), consolidando **su papel como núcleo de lo básico y confiable en el ecosistema financiero.**



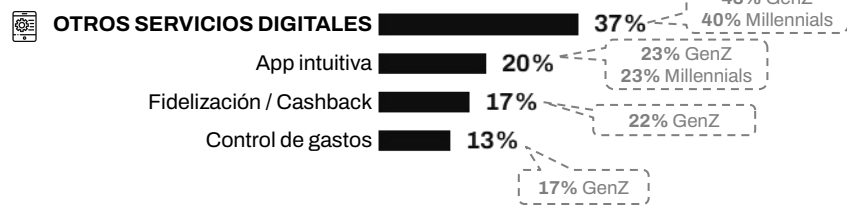
USO DE PRODUCTOS FINANCIEROS

Otros servicios digitales (37%), créditos y financiamiento (37%), seguros (36%) e inversión y rendimiento (30%) quedan en segundo plano frente a los básicos (cuentas, pagos y transferencias).

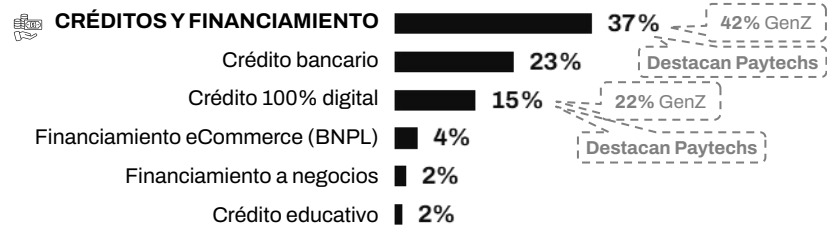
3 Las transferencias se consolidan como hábito. Destacan Paytechs



4 Otros servicios digitales son un complemento



5 En los créditos sigue mandando lo tradicional



Los usuarios de **paytechs** se consolidan como el **motor del consumo digital**: destacan en **wallets, pagos de servicios/recargas** y **credito 100% digital**; con foco en **inmediatez, facilidad y beneficios** asociados al día a día.



| De los siguientes productos / servicios financieros, indica por favor cuáles tienes o utilizas actualmente. (Respuesta sugerida y múltiple) | Has indicado que tienes contratado el servicio compra ahora y paga después "BNPL", ¿en qué tipo de comercios has usado BNPL? (Respuesta sugerida y múltiple)

USO DE PRODUCTOS FINANCIEROS

Otros servicios digitales (37%), créditos y financiamiento (37%), seguros (36%) e inversión y rendimiento (30%) quedan en segundo plano frente a los básicos (cuentas, pagos y transferencias).

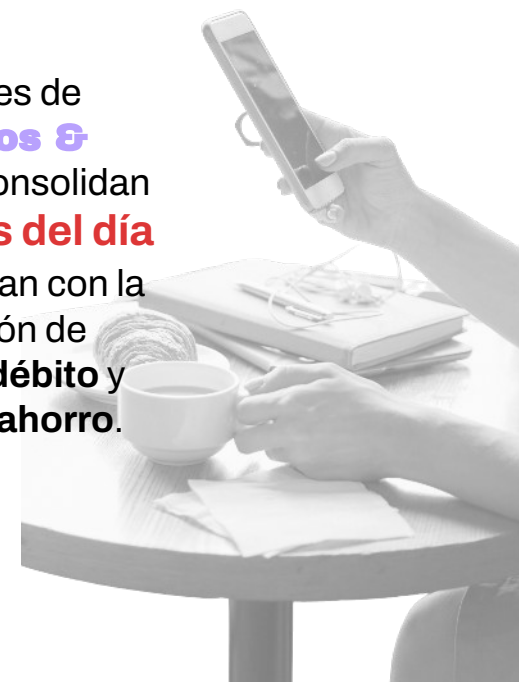
6 Los seguros están anclados en lo clásico



7 Inversión, un terreno impaciente



Los clientes de **neobancos & fintech** se consolidan como **aliados del día a día**: destacan con la contratación de **tarjetas de débito y cuentas de ahorro**.

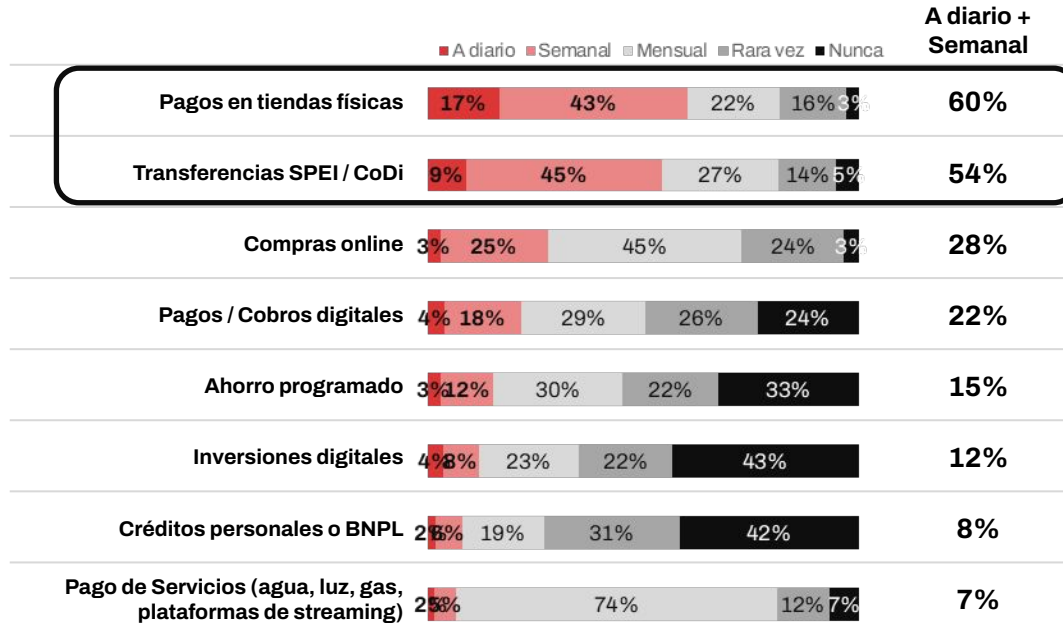


Media productos	GEN Z 18 - 29 años Base: 287	MILLENNIAL 30 - 44 años Base: 296	GEN X 45 - 55 años Base: 214	BOOMER 56 - 70 años Base: 218
Cuenta de Débito	6,5 90%	6,0 92%	5,6 93%	5,4 90%
Tarjeta de Débito	78%	80%	80%	81%
Tarjeta de Crédito	69%	68%	69%	68%
Transferencias locales	59%	64%	59%	60%
Pagos de servicios / recargas	34%	34%	39%	45%
Seguros tradicionales	35%	32%	32%	38%
Cuenta de Ahorro	37%	33%	27%	20%
Inversión tradicional	24%	24%	19%	24%
Crédito bancario	22%	22%	22%	24%
App intuitiva	23%	23%	15%	17%
Wallets	23%	19%	19%	7%
Fidelización / Cashback	22%	18%	15%	10%
Crédito 100% digital	22%	15%	15%	7%
Cuenta de Inversión	16%	14%	8%	16%
Control de gastos	17%	14%	9%	12%
Transferencias internacionales	14%	6%	8%	4%
Bolsa de Valores	13%	6%	5%	4%
Criptomonedas	8%	8%	6%	1%
QR Payments	9%	4%	7%	2%
Financiamiento eCommerce	5%	4%	4%	4%
Seguros embebidos	6%	4%	4%	3%
Cambio de divisas	7%	4%	1%	2%
Cuenta multdivisa	6%	3%	2%	1%
Financiamiento a negocios	5%	1%	1%	1%
Crédito educativo	4%	2%	1%	

Los jóvenes (GenZ y Millennials) impulsan la innovación financiera, mientras los Boomers sostienen la tradición.

FRECUENCIA DE USO DE SERVICIOS

Y, en concreto, los **pagos en tiendas físicas y transferencias SPEI/CoDi** son los usos más frecuentes (diario o semanal), mientras que actividades como **inversiones digitales, créditos personales y pago de servicios** tienen baja recurrencia.



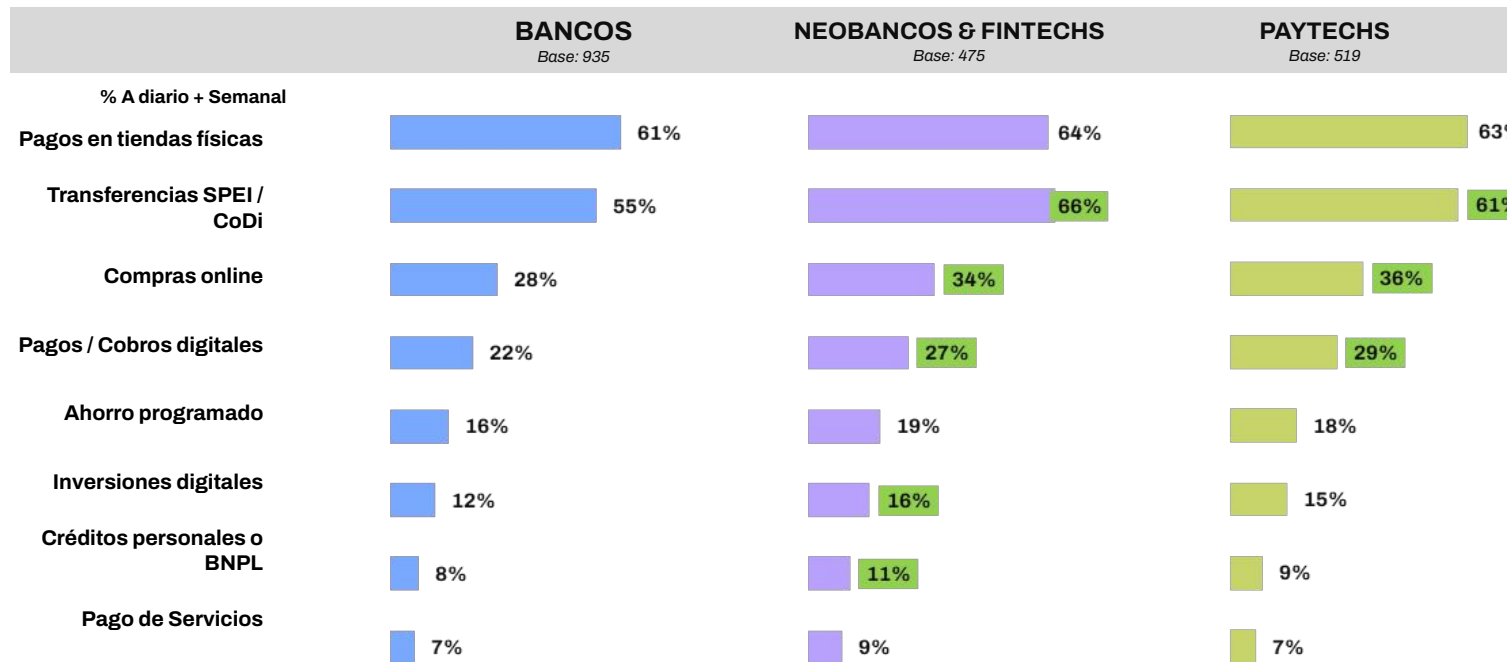
¿Con qué frecuencia utilizas los siguientes servicios financieros? (Respuesta sugerida y única por ítem)

Base total: 1015

FRECUENCIA DE USO DE SERVICIOS | Tipos de entidades



Los clientes de **Neobancos & Fintechs** lideran en **servicios digitales, inversiones y créditos**, mientras que los de **Bancos** concentran mayor uso en **pagos físicos y transferencias**.



INSIGHTS USO DE CADA TIPO DE PRODUCTO FINANCIERO

#Cuentas y depósitos

- Son la **base del ecosistema financiero**: **97%** de los mexicanos las tiene, principalmente la **cuenta de débito** (91%)
- **Boomers y Gen X** tienen una mayor predisposición a este producto, reflejando un perfil conservador.
- Los **Bancos tradicionales** son los principales proveedores de cuentas, reforzando su liderazgo

Medios de pago

- **96%** usa algún medio de pago.
- La **tarjeta de débito (80%)** es prioritaria en todas las generaciones, pero las **wallets** crecen en jóvenes (**Gen Z**).
- **Neobancos & Fintech** lideran en innovación, simplificando la experiencia y promoviendo pagos digitales con beneficios y cashback

#Transferencias y operaciones

- **71%** hace transferencias locales y **61%** paga servicios o recargas.
- La **Gen Z y Millennials** destacan en uso intensivo de transferencias digitales, mientras que los **Boomers** se apoyan más en bancos tradicionales.
- **Paytechs** amplían la oferta, haciendo de las transferencias digitales un hábito cotidiano

En síntesis...

El **uso financiero en México** se sostiene en productos financieros básicos (cuentas, pagos y transferencias), dominado por **bancos tradicionales**; sin embargo, la **diversificación hacia inversión** y servicios de valor agregado está siendo impulsada por **jóvenes** y por **entidades digitales (neobancos&fintechs y paytechs)**.

Esto confirma un **ecosistema híbrido**, donde cada tipo de jugador ocupa un rol:





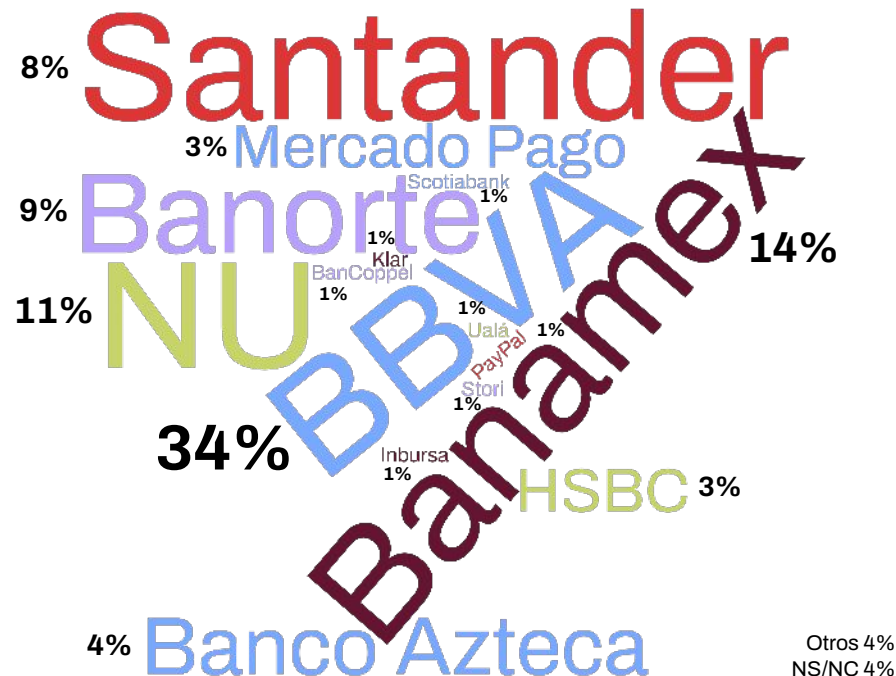
Salud e Imagen de las Entidades Financieras



¿Qué entidad financiera les viene primero a la cabeza?

BBVA lidera el top of mind financiero en México (34%), seguido por **Banamex (14%)** y **NU (11%).**

La banca domina el recuerdo espontáneo, aunque neobancos como **NU** empiezan a ganar presencia significativa en la mente del consumidor.

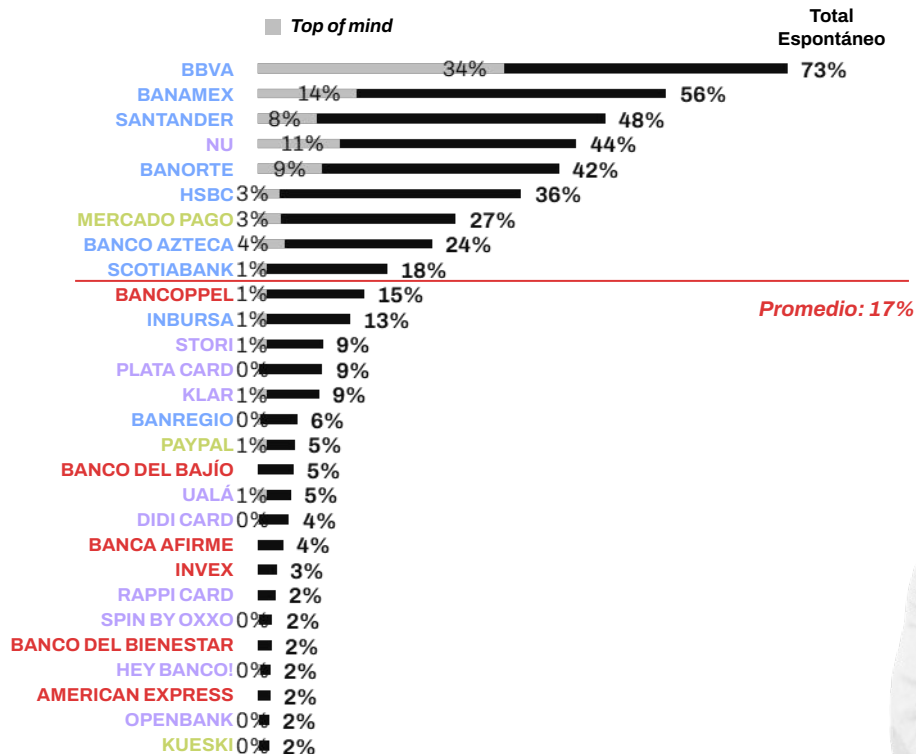


NOTORIEDAD | Total espontánea

En espontáneo, mencionan de media **4,9** entidades.

BBVA es la entidad financiera con mayor notoriedad espontánea, 7 de cada 10 personas la menciona en espontáneo.

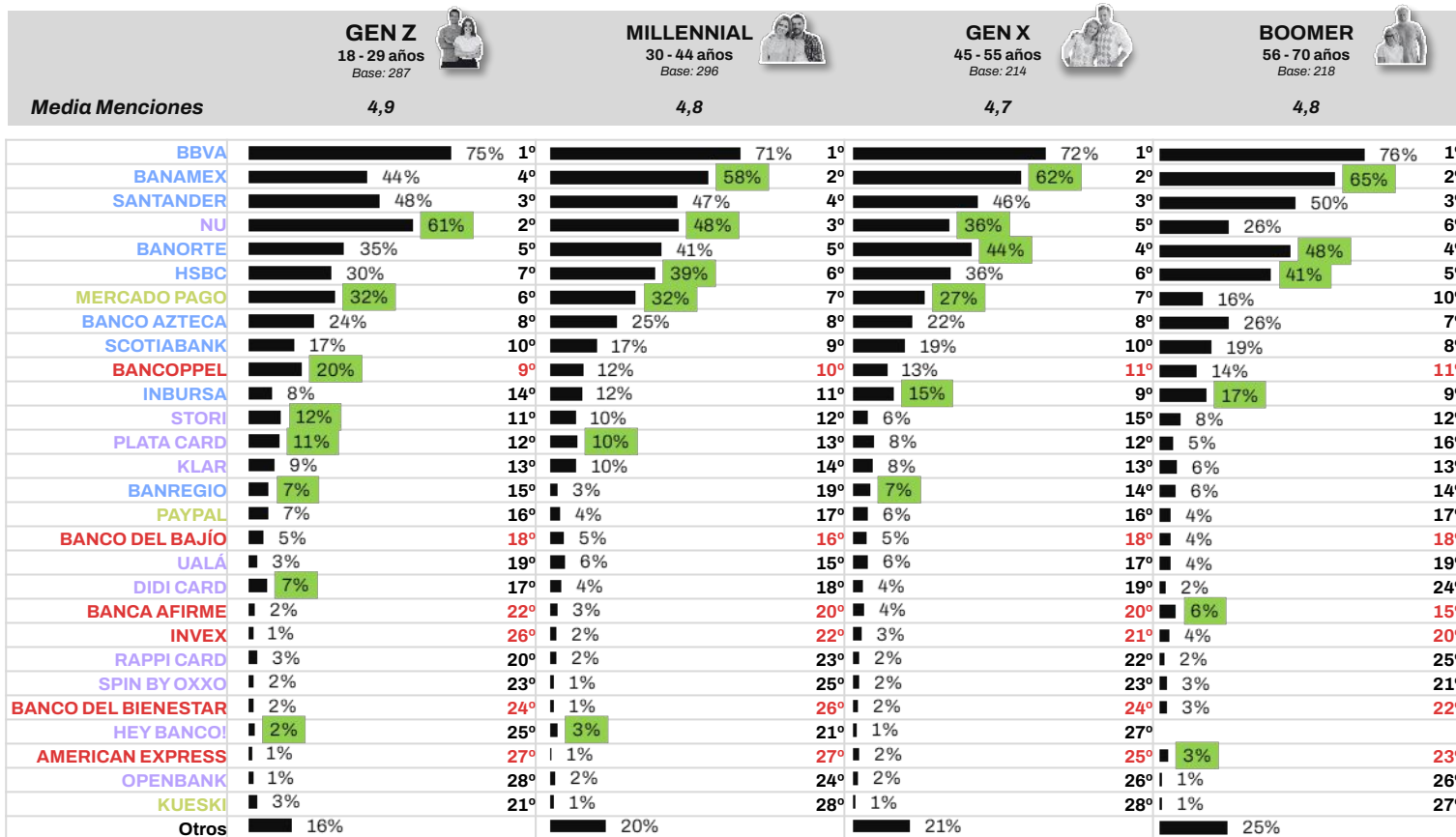
Por encima del promedio, les siguen **Banamex, Santander, NU, Banorte, HSBC, Mercado Pago, Banco Azteca y Scotiabank.**



BANCOS
NEOBANCOS &
FINTECHS
PAYTECHS



NOTORIEDAD ESPONTÁNEA | Generaciones

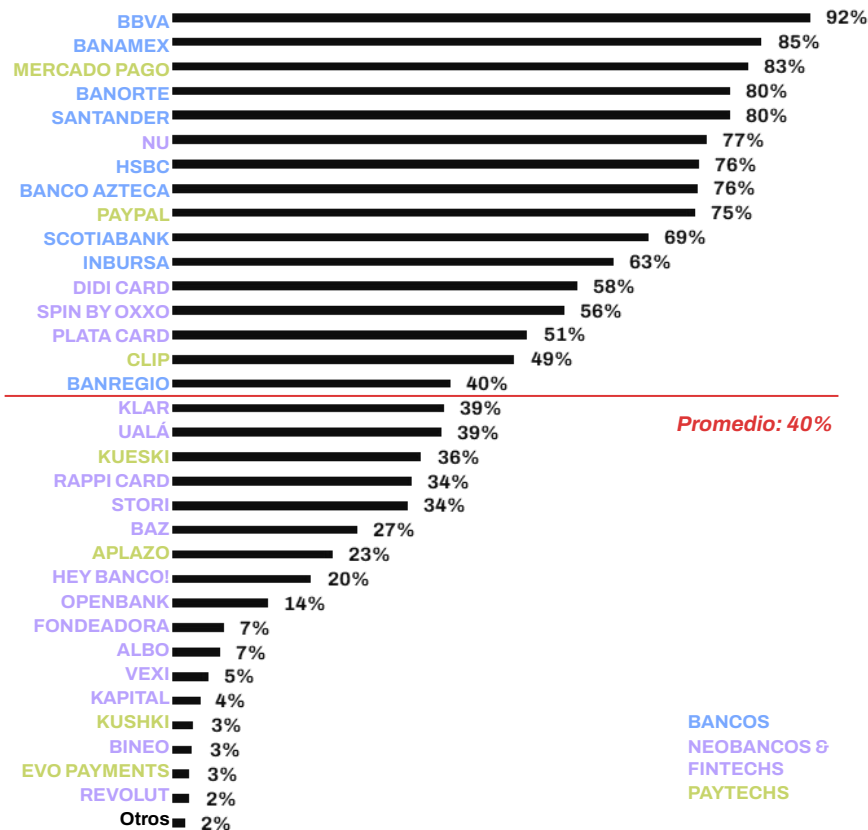


¿Qué empresas del ecosistema financiero conoces? Por favor, escribe todas las que conozcas, aunque no las hayas contratado nunca. (Respuesta espontánea)

Diferencias significativas entre generaciones

*Las entidades marcadas en rojo no fueron incluidas en el análisis del estudio, pero tienen una notoriedad espontánea relevante

NOTORIEDAD SUGERIDA



La notoriadad sugerida sigue liderada por la **banca**.

BBVA obtiene la mayor notoriadad sugerida, 9 de cada 10 personas la mencionan en sugerido.

Seguido por **Banamex**, **Mercado Pago**, **Banorte** y **Santander**; los cuales los mencionan más del **80%** de la muestra.

Media de menciones

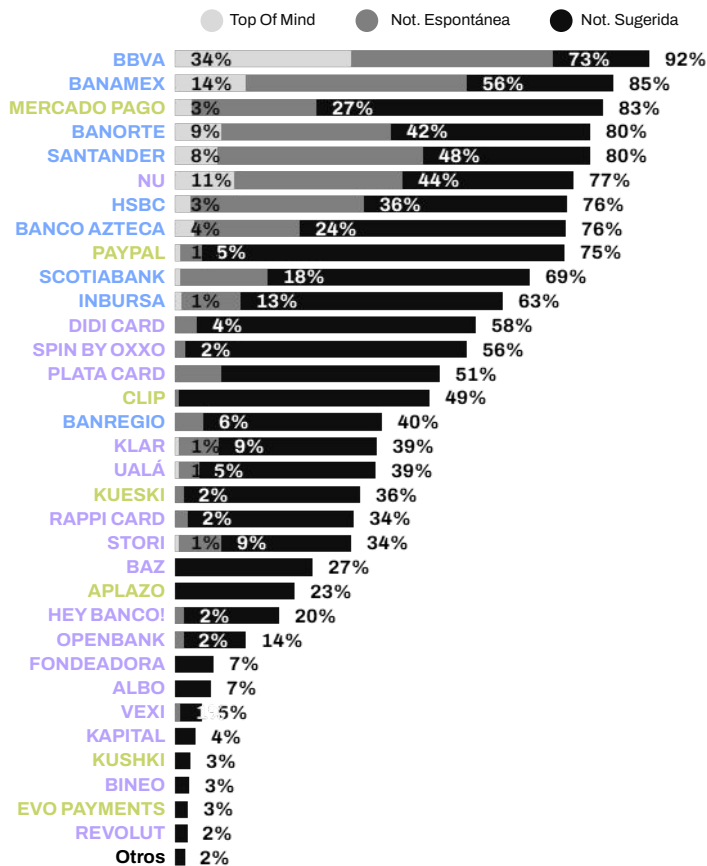
14,1 entidades

14,5 Mujeres
14,7 Clase Alta

Y de las siguientes empresas del ecosistema financiero, ¿cuáles **conoces**?
(Respuesta sugerida y múltiple)

Base total: 1015

NOTORIEDAD SUGERIDA



BBVA y Banamex dominan el recuerdo del consumidor, pero entidades digitales como **Mercado Pago, PayPal y NU** ya se posicionan con altos niveles de reconocimiento, acercándose a la banca digital.

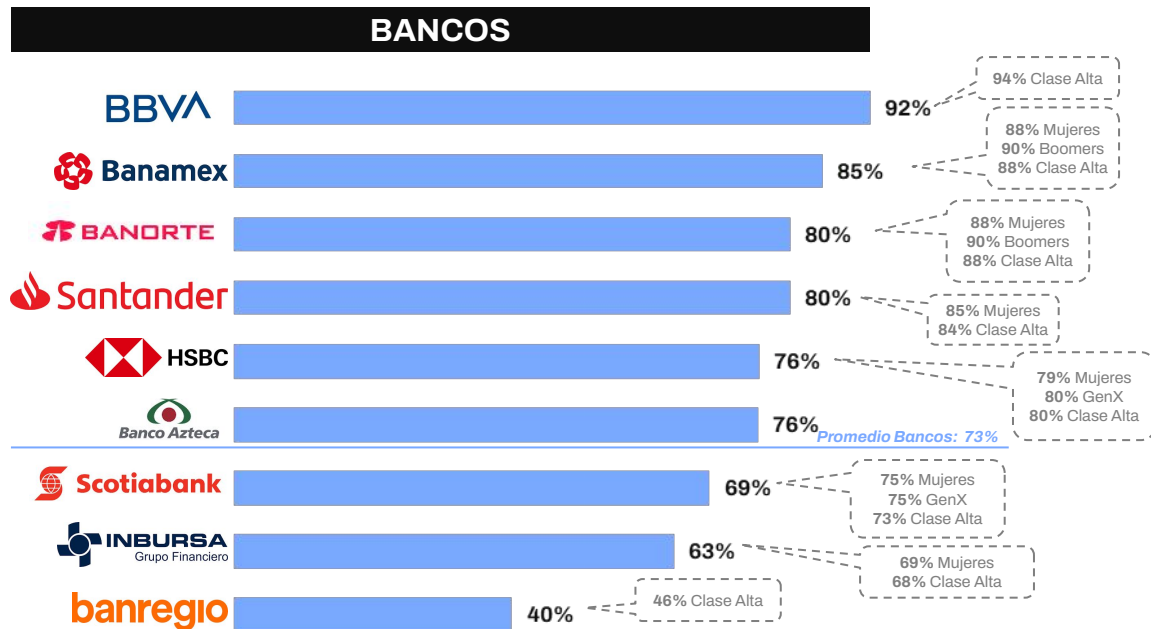
BANCOS
NEOBANCOS &
FINTECHS
PAYTECHS

Y de las siguientes empresas del ecosistema financiero, ¿cuáles **conoces?**
(Respuesta sugerida y múltiple)

Base total: 1015

NOTORIEDAD SUGERIDA | Bancos

El análisis de la **banca** muestra que las **mujeres** y la **clase social alta** reconocen en mayor medida a estas instituciones frente a otros tipos de entidades financieras.



Mujeres



Media de menciones

7,3 entidades

7,7 Mujeres
7,7 Clase Alta

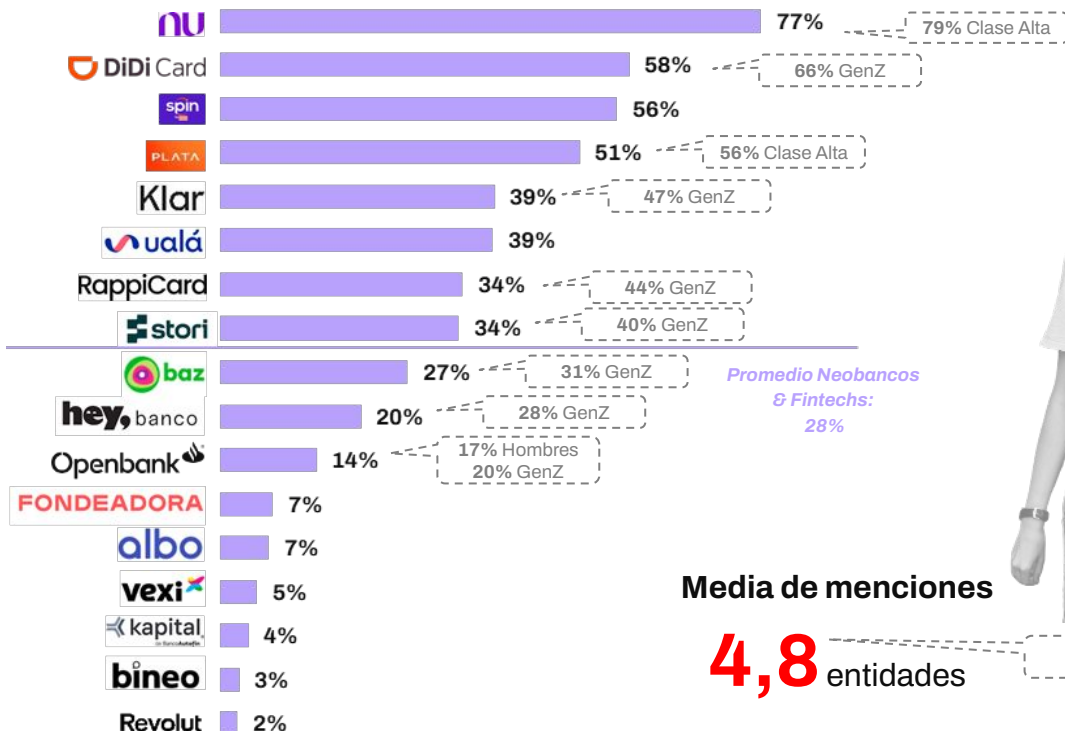
Y de las siguientes empresas del ecosistema financiero, ¿cuáles **conoces**?
(Respuesta sugerida y múltiple)

Base total: 1015

NOTORIEDAD SUGERIDA | Neobancos & Fintechs

Los **neobancos & fintechs** conectan especialmente con la **GenZ**, mientras que los Boomers muestran el menor nivel de reconocimiento.

NEOBANCOS y FINTECHS



Media de menciones

4,8 entidades 5,5 GenZ

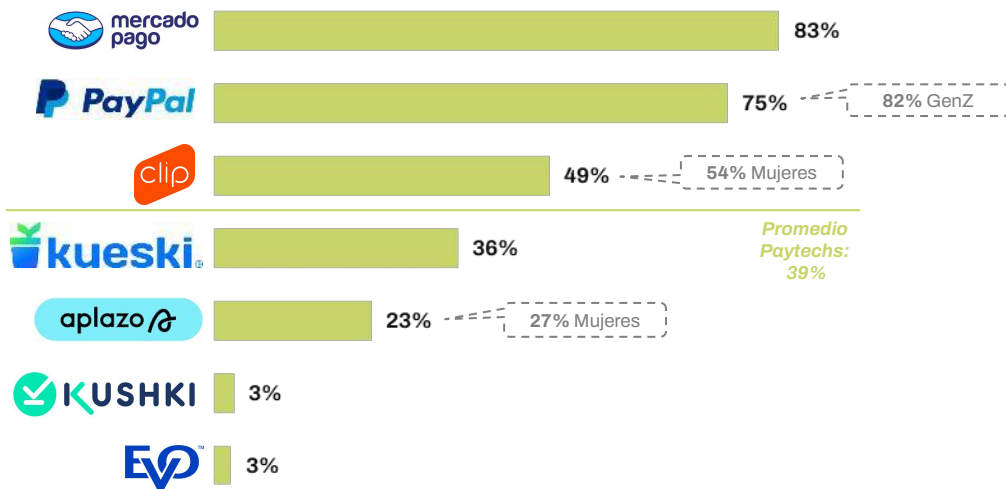
Y de las siguientes empresas del ecosistema financiero, ¿cuáles **conoces**? (Respuesta sugerida y múltiple)

Base total: 1015

NOTORIEDAD SUGERIDA | Paytechs

En el ecosistema de **Paytechs** las **mujeres** alcanzan niveles de conocimiento por encima de los hombres; mientras que los **Boomers** son el segmento que menos las identifica.

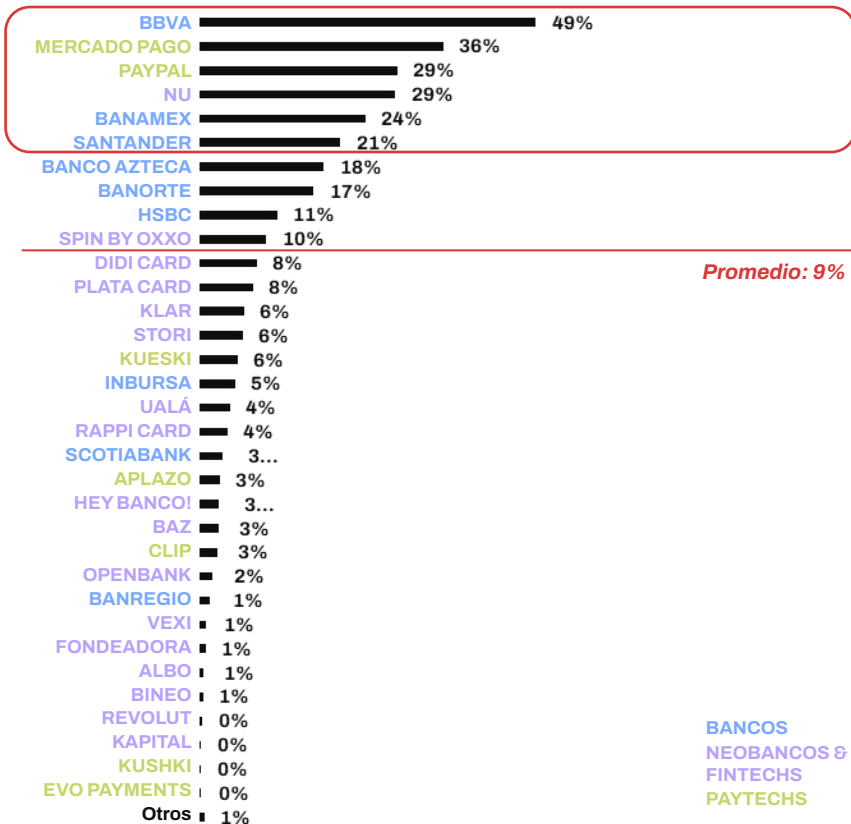
PAYTECHS



Media de menciones

2,7 entidades 3,0 GenZ

CONTRATACIÓN ACTUAL



BBVA sigue liderando el ecosistema financiero: 1 de cada 2 personas tiene algún servicio financiero contratado con esta entidad.

Le siguen **Mercado Pago**, **PayPal**, **NU**, **Banamex** y **Santander**, todos por encima del promedio (9%).

El usuario mexicano no se casa con una sola institución:

Media de **3,1**

entidades contratadas

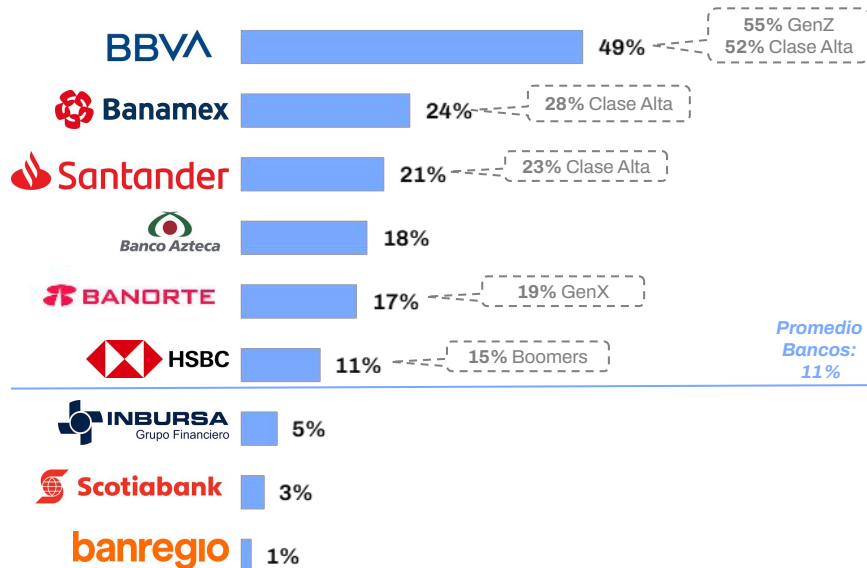
3,3 Hombres
3,3 Clase Alta

La diversificación es mayor en **hombres** y **clase alta**, mientras que los Boomers prefieren centralizar su relación con pocas entidades.

CONTRATACIÓN ACTUAL | Bancos

BBVA siguen liderando el ecosistema financiero con la **contratación actual**: liderazgo tanto en **GenZ** como en la **clase alta**.

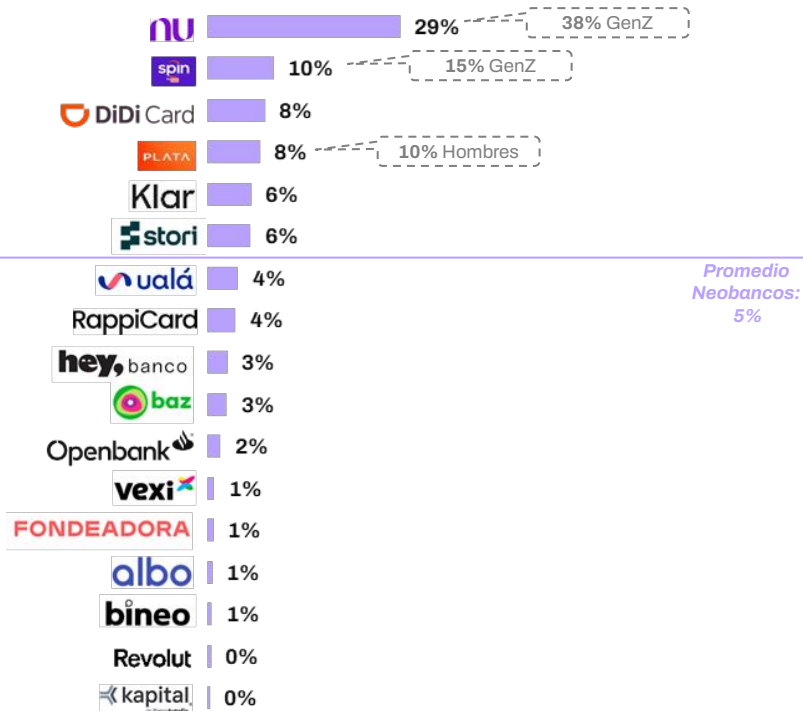
BANCOS



Base total: 1015

NU concentra el **liderazgo** de los **neobancos y fintechs**: la **GenZ** impulsa su expansión. Los **neobancos & fintechs** empiezan a ser una opción relevante en México, 1 de cada 4 usuarios los contrata.

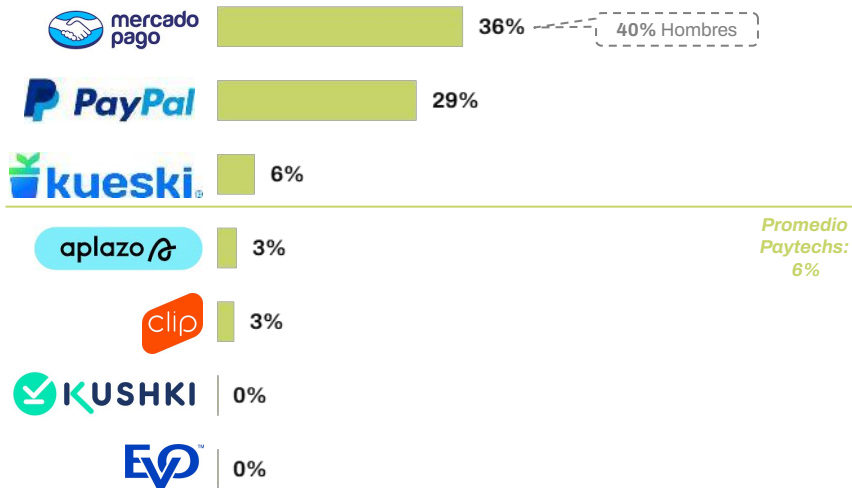
NEOBANCOS



CONTRATACIÓN ACTUAL | Paytechs

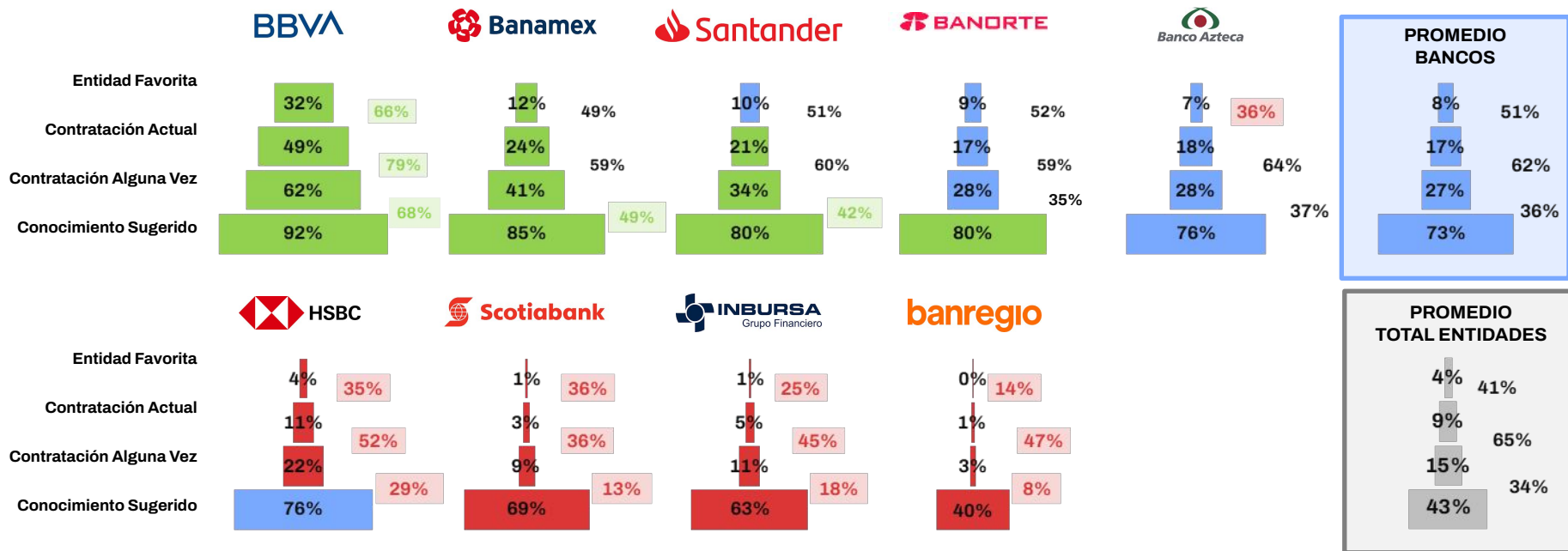
Las **Paytechs** ya forman parte del día a día digital: **Mercado Pago** (36%) y **PayPal** (29%) lideran con fuerza, convirtiéndose en **la alternativa más contratada después de BBVA**.

PAYTECHS



BBVA lidera el funnel bancario con los mayores niveles de conocimiento, contratación y favoritismo.

En contraste, **HSBC, Scotiabank, Inbursa** y **Banregio** muestran debilidad en todas las etapas.



Y de las siguientes empresas del ecosistema financiero, ¿cuáles **conoces**? (Respuesta sugerida y múltiple) | ¿Y en cuáles de estas entidades has **contratado alguna vez**, es decir, has tenido alguna cuenta corriente, depósito, fondo de inversión, crédito, nómina, método de pago, etc.? (Respuesta sugerida y múltiple) | ¿Con qué empresa/s **tienes algún servicio financiero contratado actualmente**? (Respuesta sugerida y múltiple) | Y de todas estas, ¿cuál dirías que es tu entidad financiera **principal / favorita**? (Respuesta sugerida y única)

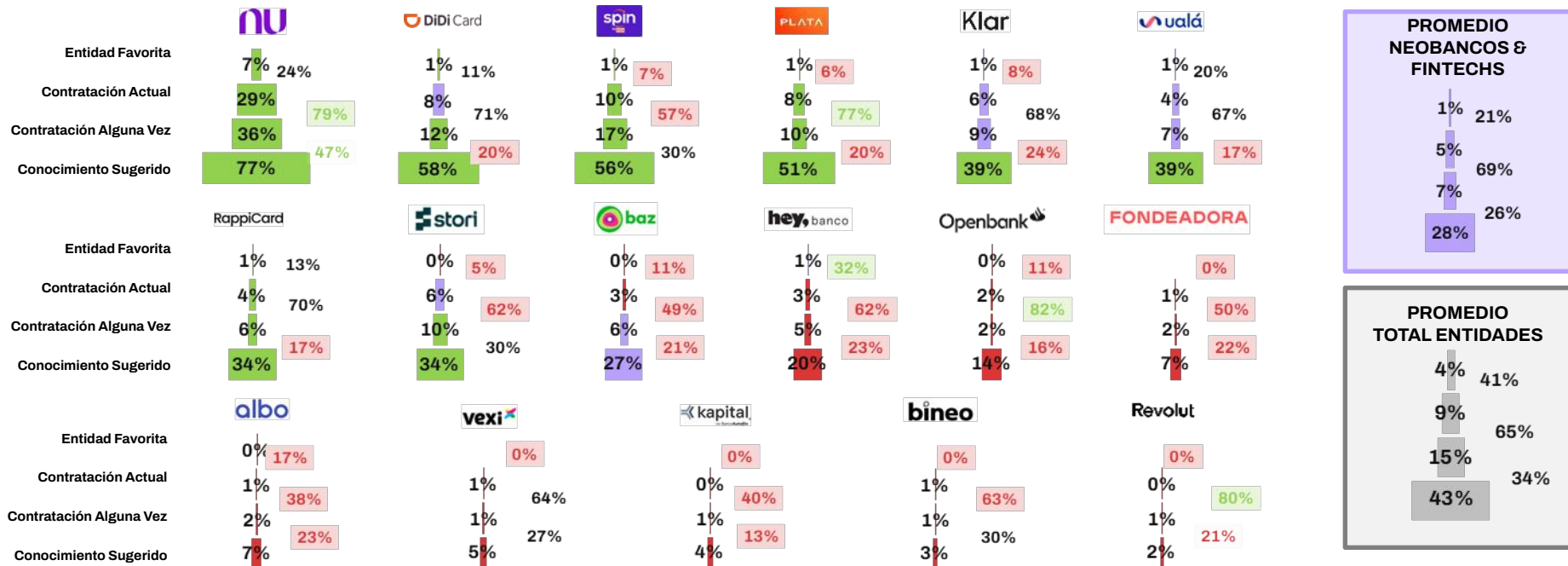
Por debajo/encima del promedio **bancos**

Base total: 1015

FUNNEL | Neobancos y Fintechs

NU se posiciona como el Neobanco más fuerte.

El resto de players muestra baja conversión en el funnel, reflejando un mercado fragmentado.



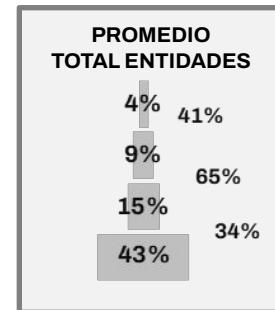
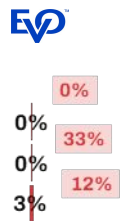
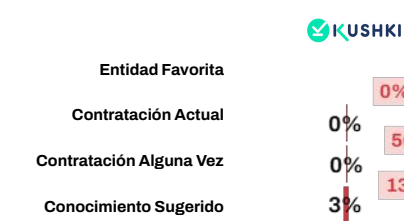
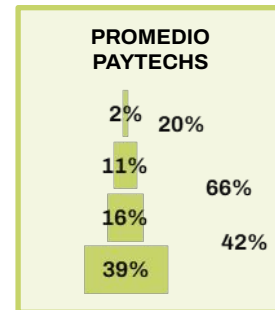
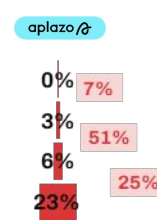
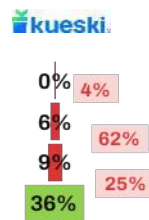
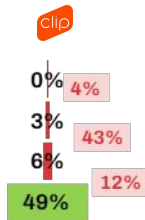
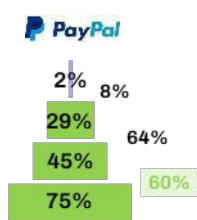
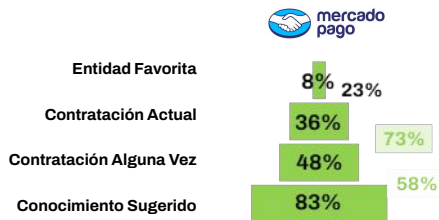
Y de las siguientes empresas del ecosistema financiero, ¿cuáles **conoces**? (Respuesta sugerida y múltiple) | ¿Y en cuáles de estas entidades has **contratado alguna vez**, es decir, has tenido alguna cuenta corriente, depósito, fondo de inversión, crédito, nómina, método de pago, etc.? (Respuesta sugerida y múltiple) | ¿Con qué empresa/s **tienes algún servicio financiero contratado actualmente**? (Respuesta sugerida y múltiple) | Y de todas estas, ¿cuál dirías que es tu entidad financiera **principal / favorita**? (Respuesta sugerida y única)

Por debajo/encima del promedio **neobancos**

Base total: 1015

FUNNEL | Paytechs & Fintechs

En **Paytechs**, Mercado Pago y PayPal lideran en conocimiento y contratación, consolidándose como referentes en el sector. En contraste, las **Fintechs** muestran un funnel más débil, lo que refleja una categoría que aun debe crecer.



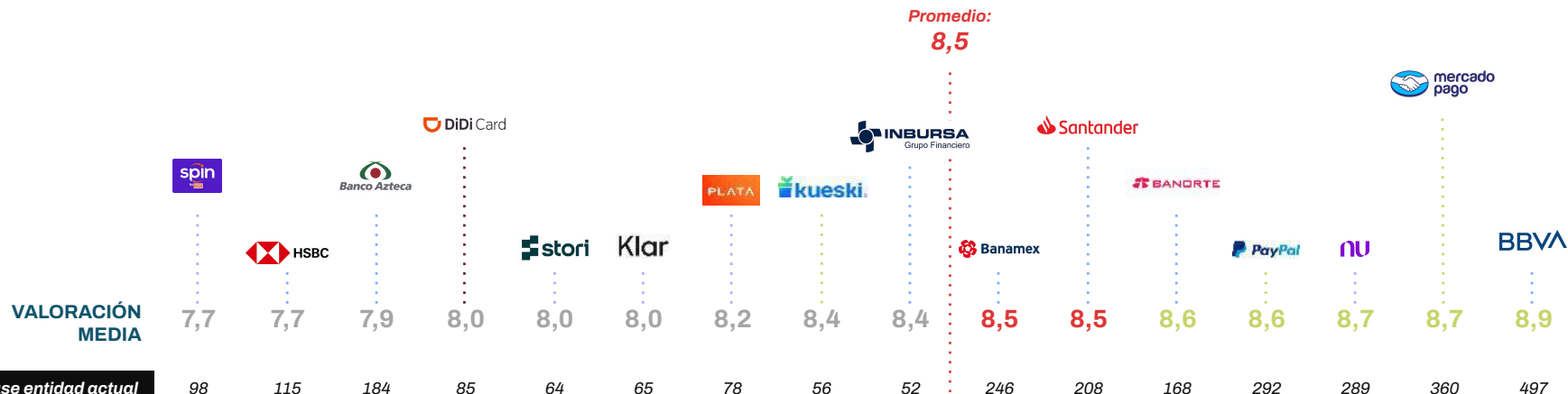
Y de las siguientes empresas del ecosistema financiero, ¿cuáles **conoces**? (Respuesta sugerida y múltiple) | ¿Y en cuáles de estas entidades has **contratado alguna vez**, es decir, has tenido alguna cuenta corriente, depósito, fondo de inversión, crédito, nómina, método de pago, etc.? (Respuesta sugerida y múltiple) | ¿Con qué empresa/s **tienes algún servicio financiero contratado actualmente**? (Respuesta sugerida y múltiple) | Y de todas estas, ¿cuál dirías que es tu entidad financiera **principal / favorita**? (Respuesta sugerida y única)

■ ■ Por debajo/encima del promedio de la categoría

Base total: 1015

SATISFACCIÓN ENTIDAD ACTUAL

BBVA es la entidad financiera mejor valorada, seguido de Mercado Pago y NU.



Nada satisfecho/a

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

Totalmente satisfecho/a



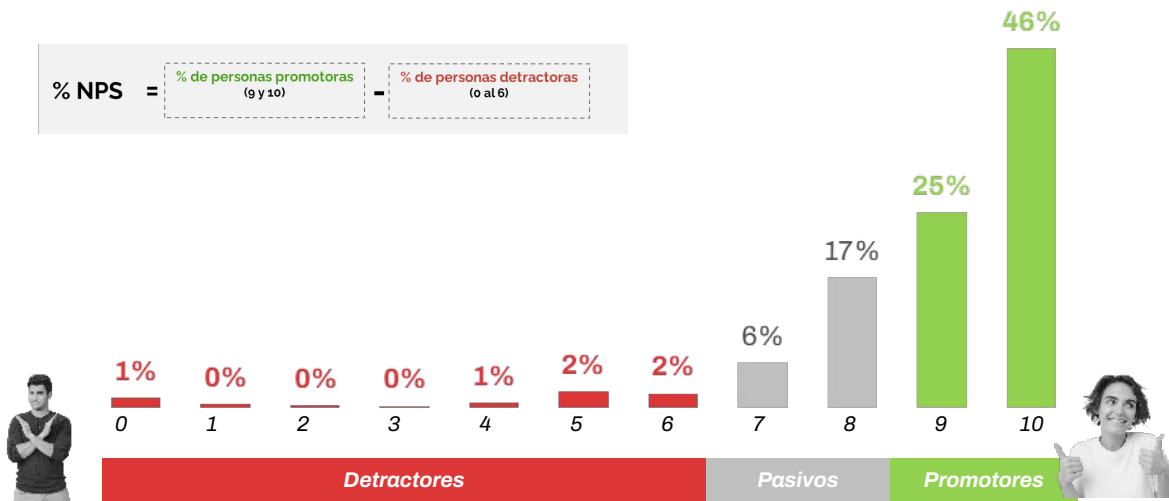
En general, ¿cómo te sientes de satisfecho con ___? Siendo 1 "nada satisfecho/a" y 10 "muy satisfecho/a". (Respuesta sugerida y única x entidad)

Han sido excluidas por base muestral <50 las siguientes entidades: Kushki, Evo Payments, Albo, Bineo, Openbank, Scotiabank, Clip, Aplaza, Rappi Card, Kapital, Ualá, Fondeadora, Vexi, Hey Banco!, Revolut y Baz

RECOMENDACIÓN

Las entidades financieras tienen una **recomendación media** de **8,8**, logrando un **NPS** del **65%**.

$$\% \text{ NPS} = \begin{matrix} \% \text{ de personas promotoras} \\ (9 \text{ y } 10) \end{matrix} - \begin{matrix} \% \text{ de personas detractoras} \\ (0 \text{ al } 6) \end{matrix}$$



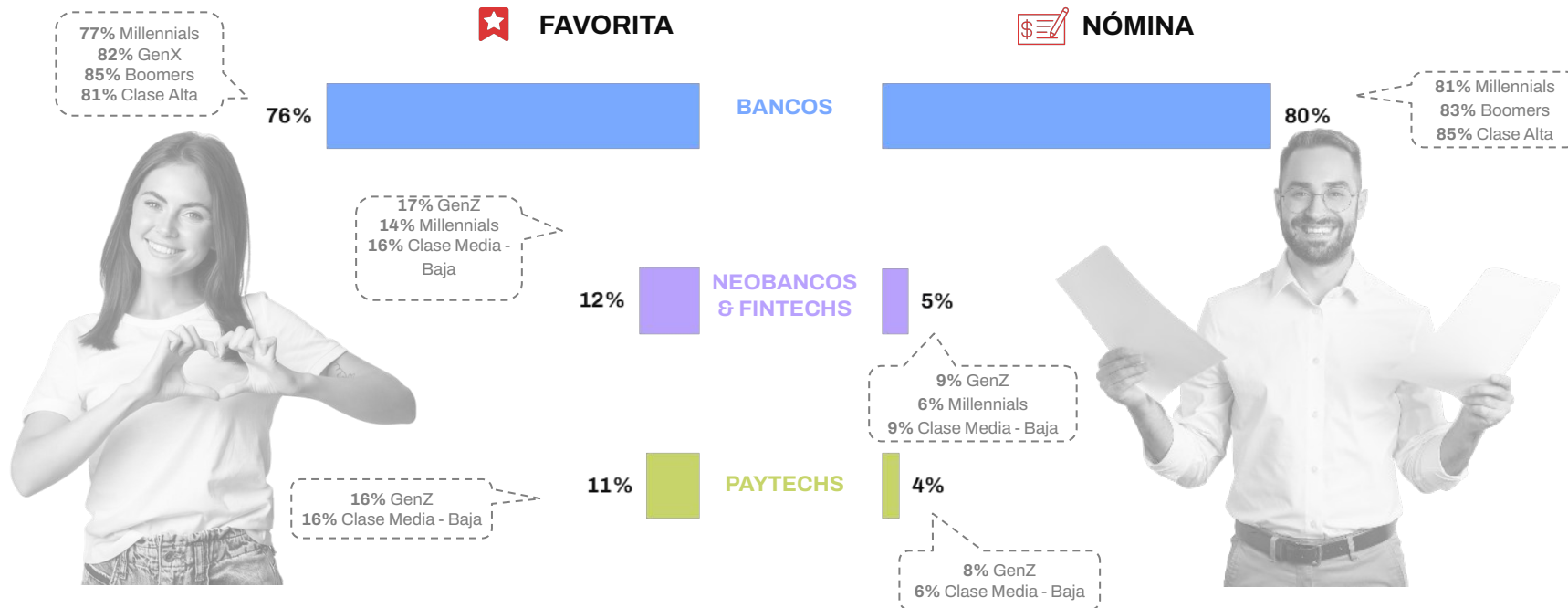
NPS: 65%
Recomendación media: 8.8/10

	NPS	Recom. media	Base entidad favorita
Bancos	63%	8.8/10	773
Neobancos & Fintechs	67%	9.0/10	126
Paytechs	73%	9.1/10	111

(* El NPS (Net Promoter Score) **no** permite calcular una intención de recomendación a amigos o familiares (boca-oreja) **al restar al porcentaje de promotores los no tan satisfechos**, y manteniendo al margen aquellos clientes que probablemente no hagan difusión, ni positiva ni negativa (los pasivos).

NÓMINA | Entidades Bancarias

La **nómina** también es territorio de la **Banca**: **8 de cada 10 usuarios** domicilian sus ingresos en un banco, que además son las **entidades favoritas**. **Neobancos y fintechs** y **Paytechs** ganan terreno entre los **jóvenes y clases medias**, pero aún no logran ser un destino relevante para la nómina.



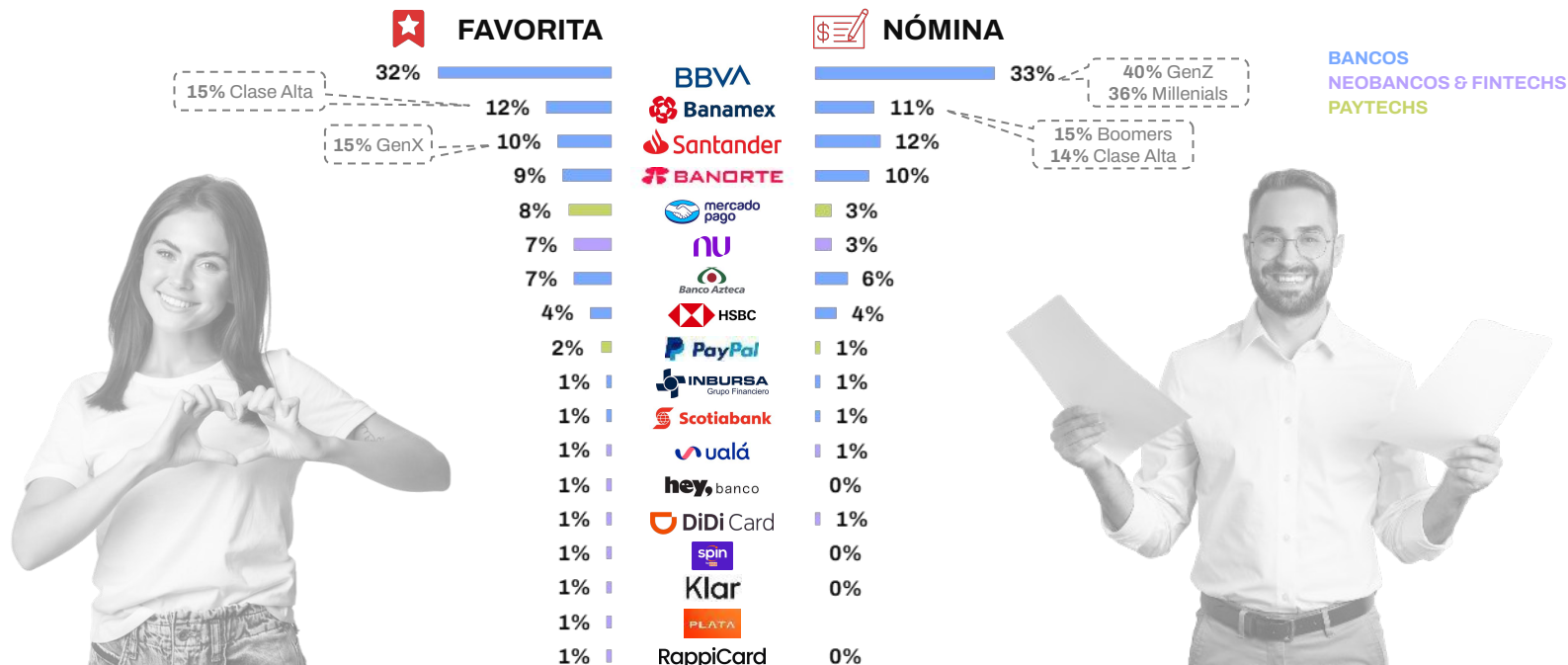
| Y de todas estas, ¿cuál dirías que es tu entidad financiera **principal/favorita**? (Respuesta sugerida y única)
 | ¿En qué entidad financiera tienes **domiciliada tu nómina o ingreso principal**? (Respuesta sugerida y única)

Base total: 1015

ENTIDAD PRINCIPAL Y DOMICILIACIÓN DE NÓMINA

Existe una **alta correlación** entre la entidad favorita y donde se recibe la nómina.

BBVA lidera en ambos frentes; **Banamex** y **Santander** ocupan el segundo lugar, cada uno con perfiles generacionales distintos. **Mercado Pago** y **Nu** ganan preferencia, pero aún no logran consolidarse en nómina.



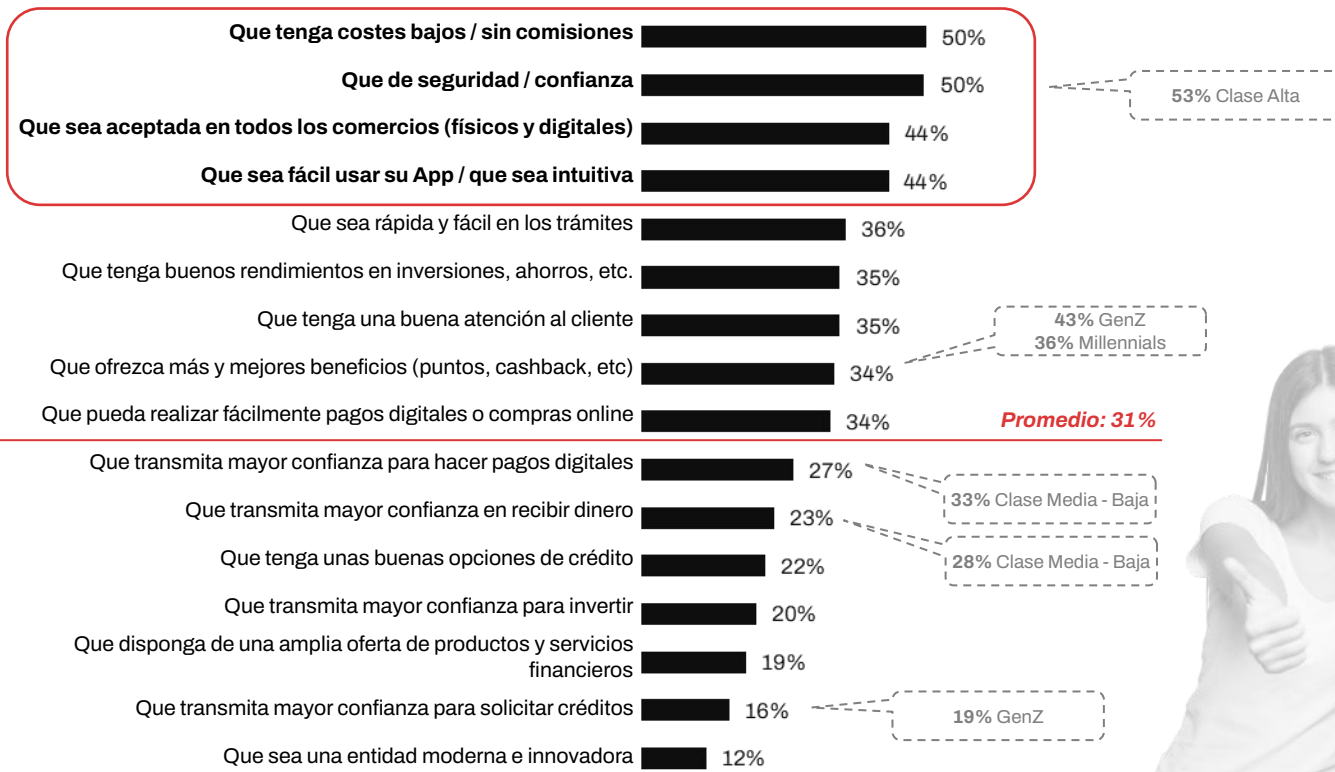
| Y de todas estas, ¿cuál dirías que es tu entidad financiera **principal/favorita**? (Respuesta sugerida y única) | ¿En qué entidad financiera tienes **domiciliada tu nómina o ingreso principal**? (Respuesta sugerida y única)

Base total: 1015

¿Cuáles son los principales drivers de contratación de entidades financieras y qué imagen tiene cada una de ellas?

DRIVERS DE CONTRATACIÓN

Los principales drivers que valoran los usuarios en una entidad financiera digital se centran en que tenga **bajos costes o no tengan comisiones, que de seguridad / confianza, que sea aceptada en cualquier comercio y sea fácil de usar**. Los **GenZ y Millennials** destacan por valorar más el que **ofrezcan mejores beneficios** y los **GenZ** también le dan mayor importancia a que **transmitan mayor confianza en la solicitud de créditos**. Para la **clase alta la seguridad** cobra mayor relevancia, y para la **clase media – baja, la confianza para hacer pagos digitales y recibir dinero**.



Finalmente, analizamos la imagen global de las entidades analizadas: **bancos**, **neobancos&fintechs** y **paytechs**; así como su posicionamiento en el mercado.

Logos

Se muestran los logos por pantalla para cada atributo,



Han sido excluidas del análisis por base muestral <50 las siguientes entidades: Kushki, Evo Payments



Han sido excluidas del análisis por base muestral <50 las siguientes entidades: Kapital, Bineo y Revolut

Atributos Analizados

- Que tenga costes bajos / sin comisiones
- Que de seguridad / confianza
- Que sea aceptada en todos los comercios (físicos y digitales)
- Que sea fácil usar su App / que sea intuitiva
- Que sea rápida y fácil en los trámites
- Que tenga buenos rendimientos en inversiones, ahorros, etc.
- Que tenga una buena atención al cliente
- Que ofrezca más y mejores beneficios (puntos, cashback, etc)
- Que pueda realizar fácilmente pagos digitales o compras online
- Que transmita mayor confianza para hacer pagos digitales
- Que transmita mayor confianza en recibir dinero
- Que tenga unas buenas opciones de crédito
- Que transmita mayor confianza para invertir
- Que disponga de una amplia oferta de productos y servicios financieros
- Que transmita mayor confianza para solicitar créditos
- Que sea una entidad moderna e innovadora

El análisis se construye a partir de recoger la asociación de cada atributo a cada entidad:

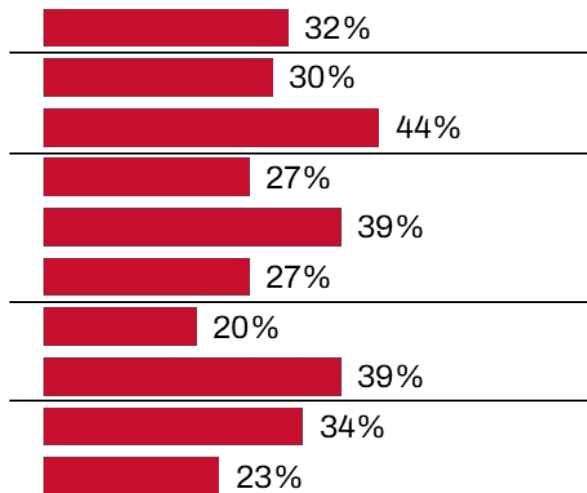
% DIRECTOS, para luego convertirlo a %RELATIVOS y así identificar en qué atributos destaca cada entidad

Metodología % Relativos

% DIRECTOS

El % de veces que se ha asociado cada atributo a cada entidad

ENTIDAD A



Convertimos el porcentaje de asociaciones directas en **relativas** para identificar cuáles son los atributos en que destaca cada entidad financiera.

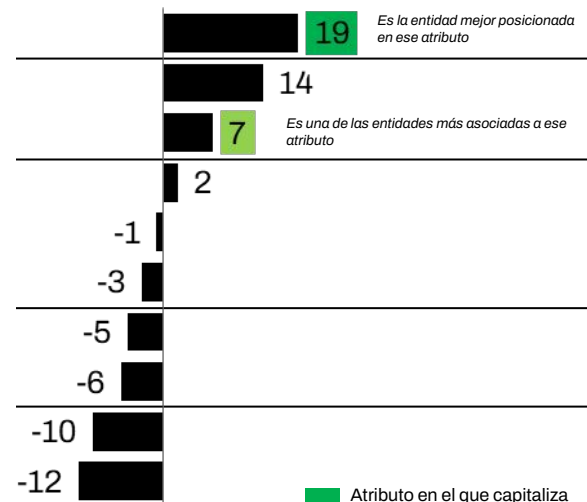
% Relativos son valores se calculan en términos relativos teniendo en cuenta: las **asociaciones del resto de atributos a esta entidad, y la asociación de este atributo a las otras entidades.**

También calculamos el **Índice de claridad** que explica si la entidad tiene una imagen clara y definida, si tiene rasgos diferenciales frente a la competencia.

% RELATIVOS

El peso de cada atributo en cada entidad como **RASGO DIFERENCIAL** (relativizando cada % acorde al resto de % obtenidos por la entidad en otros atributos y al % obtenido por la competencia en ese ítem)

ENTIDAD A



■ Atributo en el que capitaliza
■ Atributo en el que destaca

COMPARACIÓN ENTRE TIPOS DE ENTIDADES

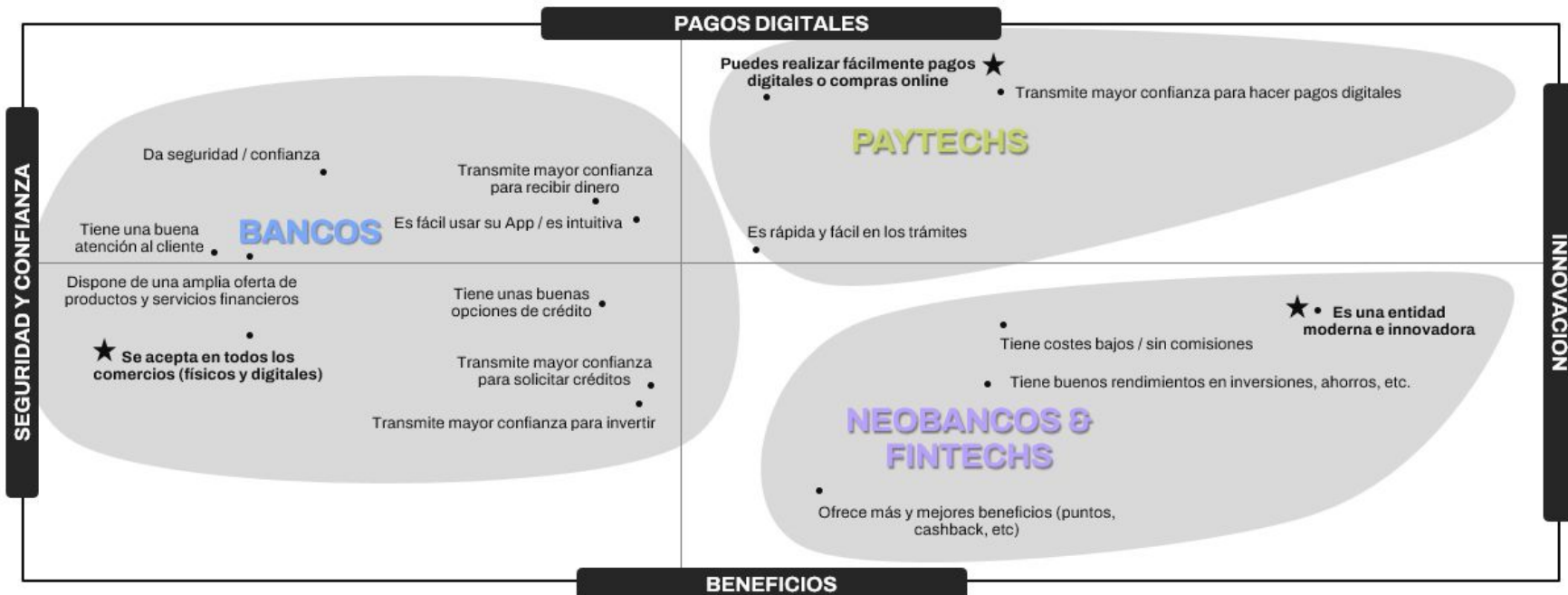
Base CONOCEN:	BANCOS Base: 1005	NEOBANCOS Y FINTECHS Base: 904	PAYTECHS Base: 920
Tiene costes bajos / sin comisiones	40%	47%	36%
Da seguridad / confianza	76%	42%	41%
Se acepta en todos los comercios (físicos y digitales)	83%	50%	36%
Es fácil usar su App / es intuitiva	67%	51%	46%
Es rápida y fácil en los trámites	57%	50%	43%
Tiene una buena atención al cliente	65%	35%	30%
Tiene buenos rendimientos en inversiones, ahorros, etc.	36%	43%	31%
Ofrece más y mejores beneficios (puntos, cashback, etc)	42%	46%	27%
Puedes realizar fácilmente pagos digitales o compras online	68%	53%	58%
Transmite mayor confianza para hacer pagos digitales	77%	76%	82%
Transmite mayor confianza para recibir dinero	82%	60%	55%
Tiene unas buenas opciones de crédito	53%	42%	33%
Transmite mayor confianza para invertir	44%	39%	26%
Dispone de una amplia oferta de productos y servicios financieros	67%	38%	32%
Transmite mayor confianza para solicitar créditos	58%	52%	35%
Es una entidad moderna e innovadora	40%	65%	52%
Índice de Claridad	11%	8%	6%

De las siguientes entidades financieras, cuál o cuáles consideras que... (Respuesta sugerida y múltiple)

■ Atributo en el que capitaliza
■ Atributo en el que destaca

Y ¿CÓMO SON POSICIONADOS LOS TIPOS DE ENTIDADES?

A nivel global, los **bancos** son mayormente asociados con aceptación en todos los comercios, atención al cliente, seguridad y variedad . Por su parte, los **neobancos & fintechs** se relacionan con beneficios, buenos rendimientos y bajos costes. Y las **paytechs** se relacionan con los pagos digitales.



★ Top drivers de elección - Global

Varianza total explicada: 100%
Eje horizontal: 81%
Eje vertical: 19%

De las siguientes entidades financieras, cuál o cuáles consideras que... (Respuesta sugerida y múltiple)

% DIRECTOS



Tiene costes bajos / sin comisiones	17%	7%	9%	9%	7%	9%	3%	5%	5%
Da seguridad / confianza	38%	25%	23%	25%	20%	15%	16%	19%	14%
Se acepta en todos los comercios (físicos y digitales)	42%	36%	32%	35%	30%	26%	28%	24%	24%
Es fácil usar su App / es intuitiva	32%	17%	16%	17%	10%	18%	6%	8%	6%
Es rápida y fácil en los trámites	28%	13%	13%	14%	11%	14%	7%	8%	5%
Tiene una buena atención al cliente	31%	17%	17%	15%	12%	13%	9%	11%	7%
Tiene buenos rendimientos en inversiones, ahorros, etc.	16%	8%	9%	8%	7%	8%	6%	9%	3%
Ofrece más y mejores beneficios (puntos, cashback, etc)	18%	11%	7%	15%	6%	5%	4%	5%	4%
Puedes realizar fácilmente pagos digitales o compras online	34%	21%	19%	21%	16%	18%	13%	14%	13%
Transmite mayor confianza para hacer pagos digitales	35%	27%	28%	28%	24%	22%	26%	26%	23%
Transmite mayor confianza para recibir dinero	37%	28%	29%	28%	26%	29%	27%	26%	26%
Tiene unas buenas opciones de crédito	25%	15%	14%	14%	11%	9%	8%	10%	7%
Transmite mayor confianza para invertir	16%	13%	12%	12%	12%	7%	12%	18%	14%
Dispone de una amplia oferta de productos y servicios financieros	34%	25%	22%	24%	18%	15%	16%	19%	11%
Transmite mayor confianza para solicitar créditos	23%	17%	19%	19%	18%	13%	18%	19%	16%
Es una entidad moderna e innovadora	22%	9%	10%	10%	6%	9%	5%	8%	6%

% Índice de Claridad

6%

2%

1%

1%

1%

2%

3%

2%

3%

Base conocen

931

861

814

814

788

766

695

644

406

| De las siguientes entidades financieras, cuál o cuáles consideras que... (Respuesta sugerida y múltiple)

 Atributo en el que capitaliza
 Atributo en el que destaca

% DIRECTOS

Tiene costes bajos / sin comisiones	23%	14%	11%	20%	19%	16%	13%	20%	16%	19%	26%	12%	21%	17%
Da seguridad / confianza	22%	10%	10%	13%	16%	12%	12%	17%	13%	21%	29%	13%	20%	15%
Se acepta en todos los comercios (físicos y digitales)	28%	15%	17%	28%	22%	19%	19%	29%	18%	22%	32%	16%	20%	23%
Es fácil usar su App / es intuitiva	27%	14%	15%	16%	20%	15%	15%	25%	16%	19%	20%	16%	17%	21%
Es rápida y fácil en los trámites	26%	18%	17%	21%	23%	17%	18%	23%	14%	19%	19%	12%	19%	21%
Tiene una buena atención al cliente	18%	8%	10%	11%	13%	10%	11%	12%	12%	12%	18%	19%	17%	13%
Tiene buenos rendimientos en inversiones, ahorros, etc.	28%	5%	8%	7%	14%	16%	6%	13%	8%	10%	23%	13%	11%	4%
Ofrece más y mejores beneficios (puntos, cashback, etc)	16%	15%	14%	25%	14%	14%	16%	10%	10%	11%	24%	7%	9%	13%
Puedes realizar fácilmente pagos digitales o compras online	29%	16%	17%	23%	25%	17%	19%	27%	16%	31%	26%	16%	24%	30%
Transmite mayor confianza para hacer pagos digitales	31%	36%	33%	34%	32%	31%	39%	36%	24%	37%	43%	21%	31%	28%
Transmite mayor confianza para recibir dinero	25%	34%	13%	14%	20%	17%	10%	16%	21%	31%	37%	29%	31%	17%
Tiene unas buenas opciones de crédito	22%	6%	12%	18%	16%	10%	13%	15%	7%	13%	19%	13%	7%	13%
Transmite mayor confianza para invertir	21%	3%	6%	5%	13%	15%	5%	13%	7%	14%	22%	25%	11%	13%
Dispone de una amplia oferta de productos y servicios financieros	21%	7%	9%	13%	16%	11%	9%	13%	13%	20%	26%	15%	17%	13%
Transmite mayor confianza para solicitar créditos	18%	7%	22%	25%	22%	15%	19%	26%	14%	17%	19%	20%	16%	30%
Es una entidad moderna e innovadora	37%	18%	21%	35%	26%	24%	22%	25%	16%	25%	37%	25%	23%	23%
	4%	5%	2%	5%	1%	2%	2%	3%	2%	3%	4%	4%	3%	3%
	781	572	591	519	396	393	349	344	270	203	139	75	70	53

% Índice de Claridad

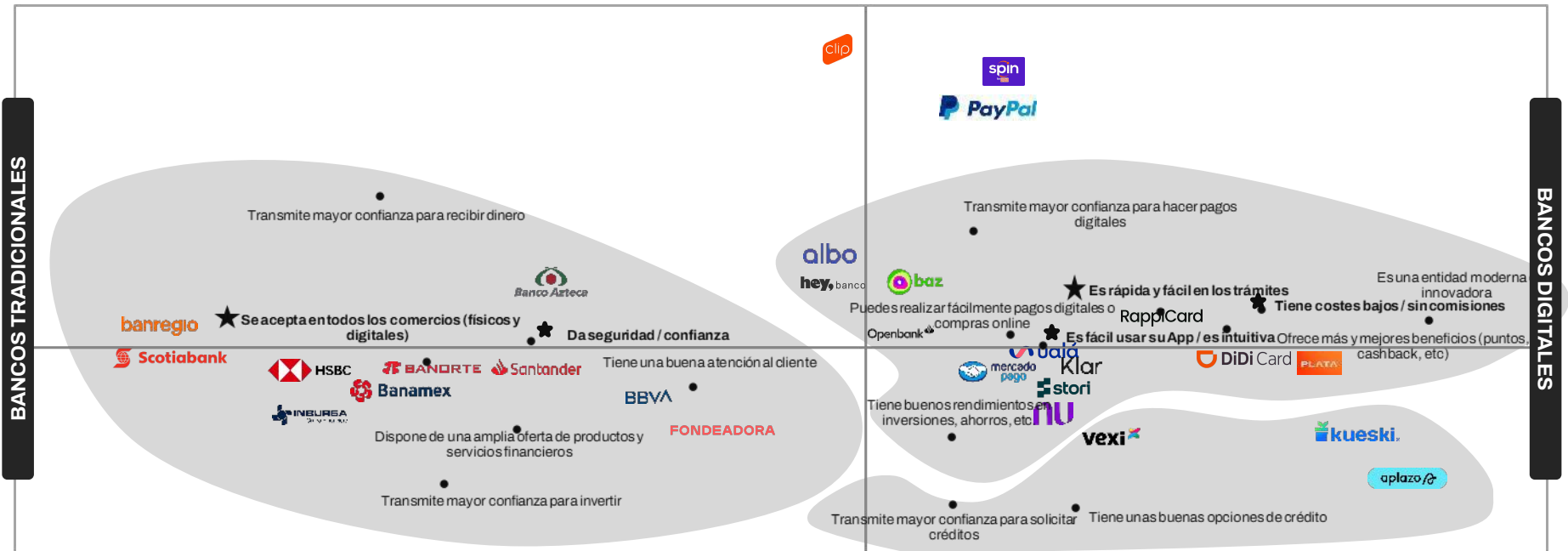
Han sido excluidas del análisis por base muestral <50 las siguientes entidades: Kapital, Bineo y Revolut

| De las siguientes entidades financieras, cuál o cuáles consideras que... (Respuesta sugerida y múltiple)

Atributo en el que capitaliza
 Atributo en el que destaca

MAPA DE POSICIONAMIENTO | ENTIDADES

A nivel general, los **bancos** son percibidos como entidades que transmiten seguridad / confianza, se aceptan en todo tipo de comercios y tienen variedad de productos. Por su parte, los **neobancos&fintechs** y **paytechs** son mayormente asociados con facilidad de uso, bajos costos, rendimientos y beneficios.



★ **Top drivers de elección - Global**

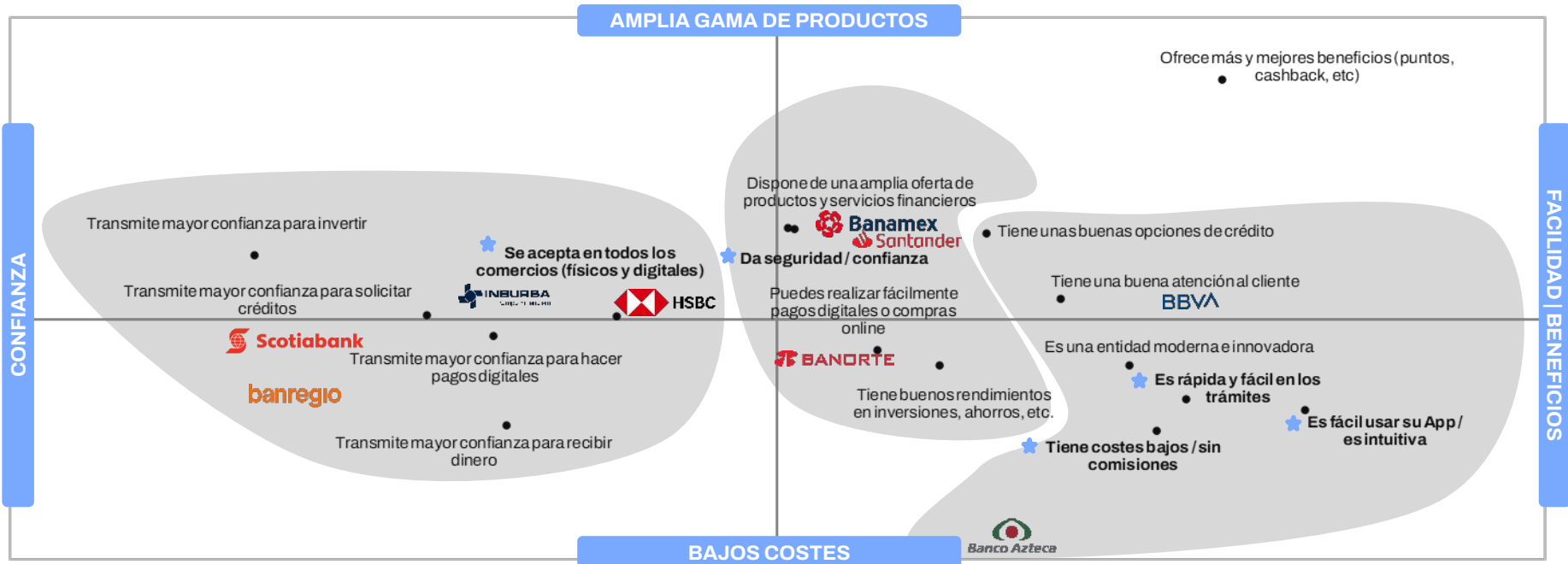
Han sido excluidas del análisis por base muestral <50 las siguientes entidades: Kapital, Bineo, Revolut, Kushki, Evo Payments

Varianza total explicada: 59%
 Eje horizontal: 40%
 Eje vertical: 19%

| De las siguientes entidades financieras, cuál o cuáles consideras que... (Respuesta sugerida y múltiple)

MAPA DE POSICIONAMIENTO | Bancos

Profundizando en **bancos**, existen tres grupos principales: los que son asociados con ser aceptados en todos los comercios y generan confianza para invertir, hacer pagos e invertir. Por otro lado, los relacionados con tener buenos rendimientos y amplia oferta de servicios. Finalmente, están aquellos asociados con costos bajos, buenas opciones de crédito, costos bajos y facilidad de uso.



★ Top drivers de elección - Bancos

Varianza total explicada: 85%
 Eje horizontal: 72%
 Eje vertical: 13%

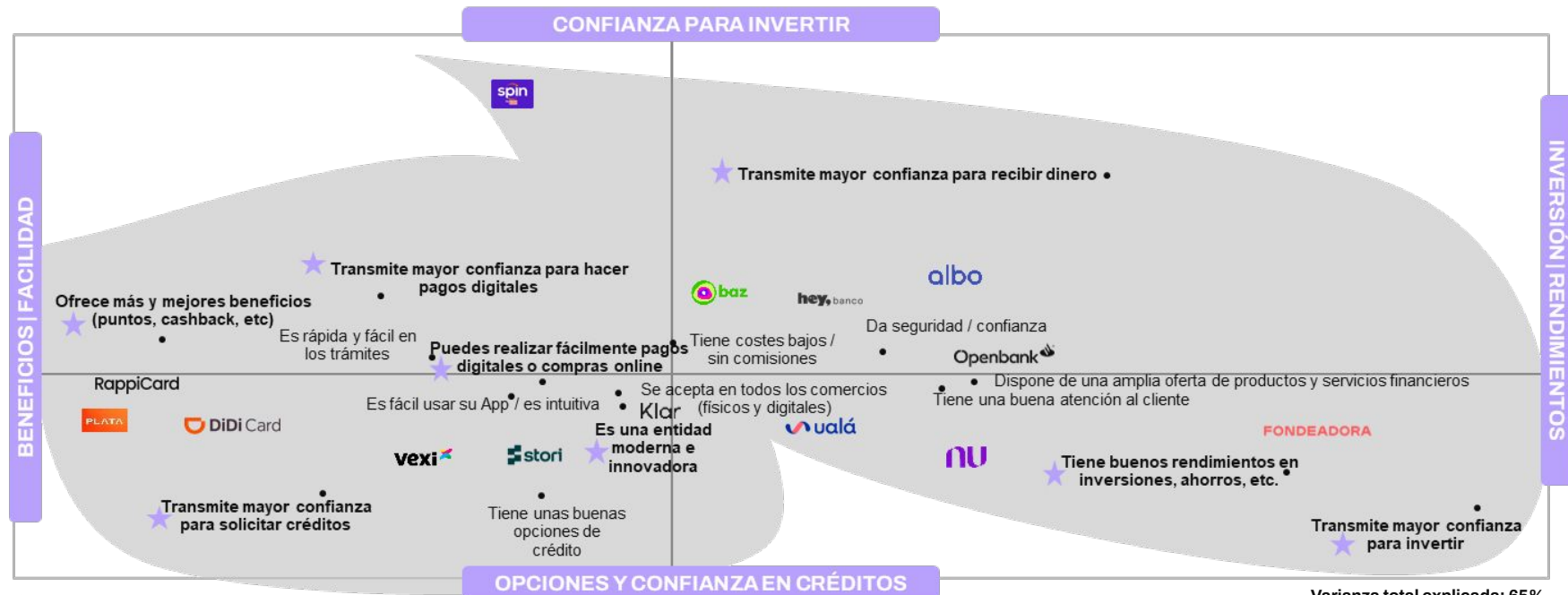
| De las siguientes entidades financieras, cuál o cuáles consideras que... (Respuesta sugerida y múltiple)

MAPA DE POSICIONAMIENTO |

Neobancos & Fintechs



En el caso de los **neobancos & fintechs**, la mayoría de ellos son asociados con aceptación en todos los comercios, beneficios, facilidad, confianza y bajos costos. Por otro lado, están aquellos asociados con buenos rendimientos, confianza para invertir, amplia oferta de productos y buena atención al cliente.



★ Top drivers de elección - Neobancos & Fintechs

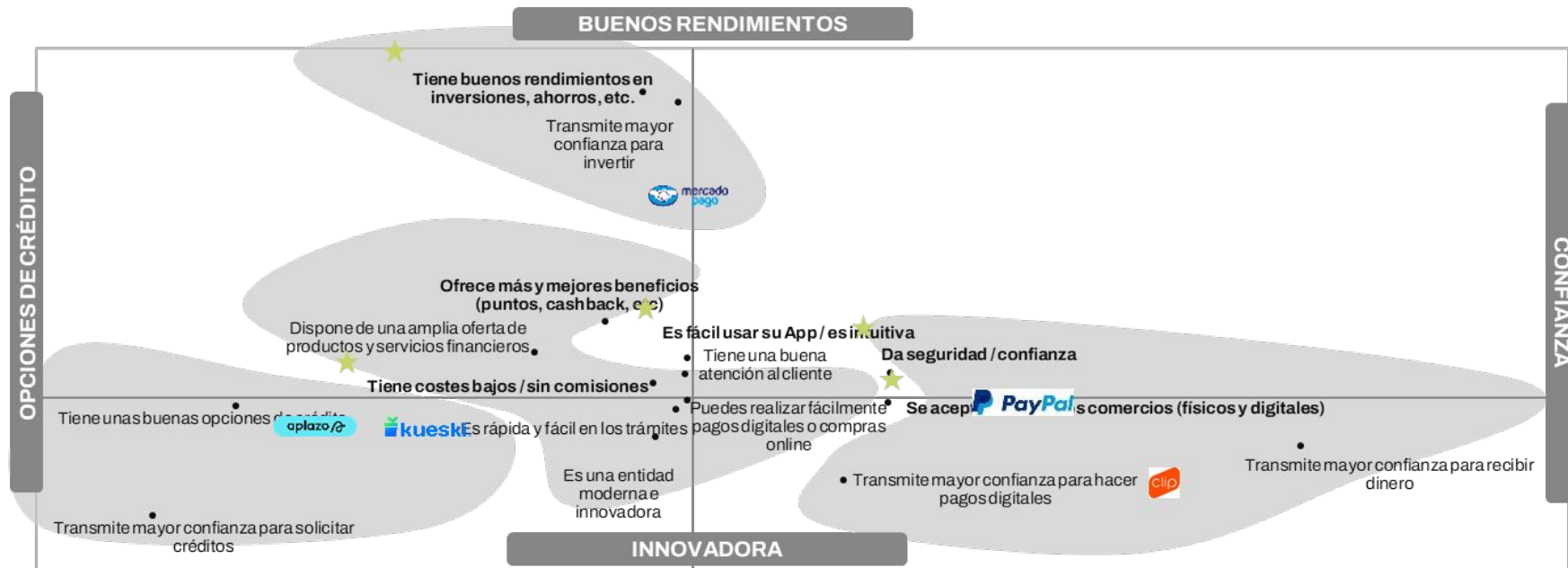
Han sido excluidas del análisis por base muestral <50 las siguientes entidades: Kapital, Bineo, Revolut

| De las siguientes entidades financieras, cuál o cuáles consideras que... (Respuesta sugerida y múltiple)

Varianza total explicada: 65%
Eje horizontal: 39%
Eje vertical: 26%

MAPA DE POSICIONAMIENTO | Paytechs

Las asociaciones a las **paytechs** se dividen en aquellas relacionadas con rendimientos en inversiones y ahorros, luego aquellas que tienen buenas opciones de crédito, y las que generan confianza para recibir y hacer pagos; además de ser aceptadas en cualquier comercio.



★ Top drivers de elección – Paytechs

Han sido excluidas del análisis por base muestral <50 las siguientes entidades: Kushki, Evo Payments

Varianza total explicada: 83%
Eje horizontal: 58%
Eje vertical: 25%

| De las siguientes entidades financieras, cuál o cuáles consideras que... (Respuesta sugerida y múltiple)

INSIGHTS SALUD E IMAGEN DE LAS ENTIDADES



Notoriedad y recuerdo de marca

- La **banca tradicional** domina el top of mind: **BBVA (34%)** lidera con gran distancia.
- Entre digitales, **NU**, **Mercado Pago** y **PayPal** empiezan a consolidarse en la mente del consumidor.

Contratación y relación actual

- El **50% de los mexicanos** tiene contratado algún servicio con **BBVA**, consolidándolo como líder del ecosistema.
- **Mercado Pago (36%)**, **PayPal (29%)** y **NU (24%)** destacan en la esfera digital, compitiendo al nivel de los grandes bancos.
- Cada persona tiene en promedio **3,1 entidades contratadas**, confirmando un **ecosistema híbrido**.

#Entidad favorita y drivers de elección

- **8 de cada 10** domicilian su nómina en un banco, lo que refuerza la preferencia por la banca tradicional.
- Los **costes bajos** y con el mismo porcentaje, **seguridad y confianza (ambos 50%)** son el principal driver de elección de una entidad financiera.
- Los **bancos** lideran en cuanto a **confianza**, mientras que **neobancos y fintechs** destacan en **pagos digitales, beneficios, innovación y costos bajos**

Valoración y recomendación

- La satisfacción general es alta (**8,8/10** de media).
- El **NPS alcanza 65%**, con paytechs y neobancos a la cabeza en recomendación (70%+), por encima de bancos tradicionales.
- Solo **5% planea cambiar de entidad** en los próximos 12 meses

#Imagen comparada de entidades

Tipo de entidad	Atributos principales percibidos	Rol en el ecosistema
Bancos	Seguridad, confianza, respaldo institucional, amplitud de servicios	Lidera en confianza y concentran nómina y productos básicos
Neobancos + Fintechs	Bajos costos, facilidad de uso, innovación, rapidez en trámites y beneficios/cashback	Se consolidan como alternativas digitales complementarias . Atraen sobre todo a usuarios jóvenes que buscan flexibilidad, inmediatez y experiencias 100% digitales.
Paytechs	Confianza en pagos digitales, facilidad de transacción, inmediatez	Actúan como motor del consumo digital , simplificando el pago en línea y físico. Refuerzan la transición hacia una economía sin efectivo.



4

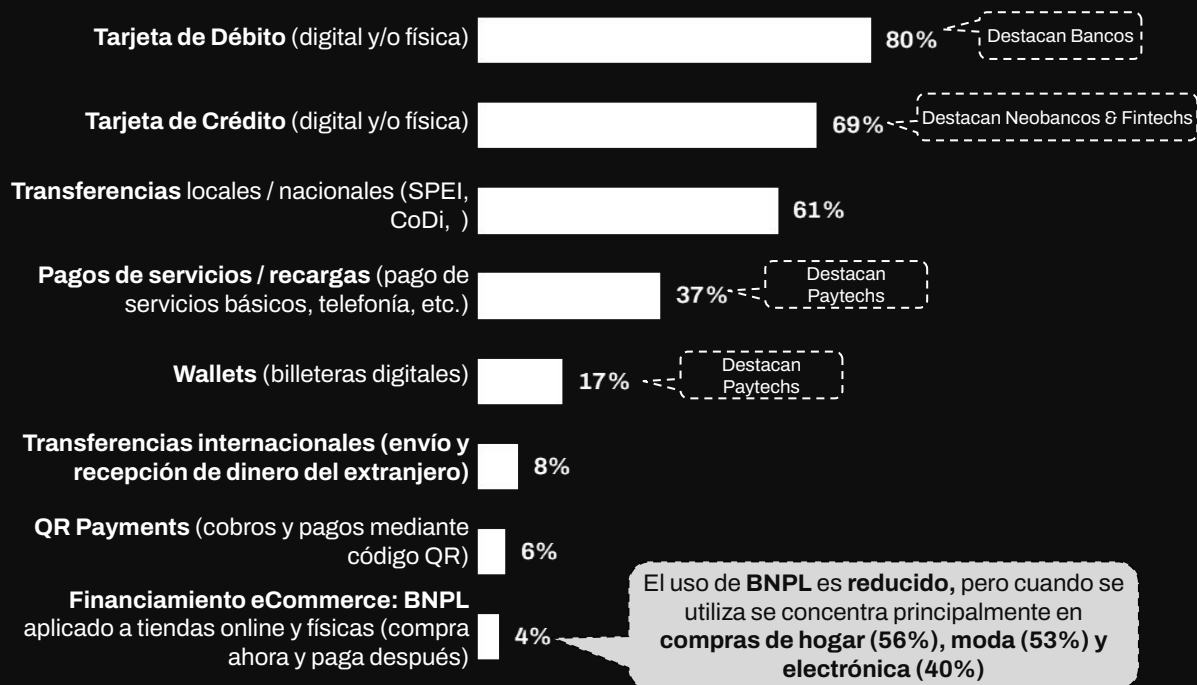


Modelos de Pago Digital en el Consumo y Oportunidades de Crecimiento



USO DE PLATAFORMAS DE PAGO EN EL DÍA A DÍA

Las **tarjetas de débito** y **de crédito** son las más usadas por los usuarios mexicanos.



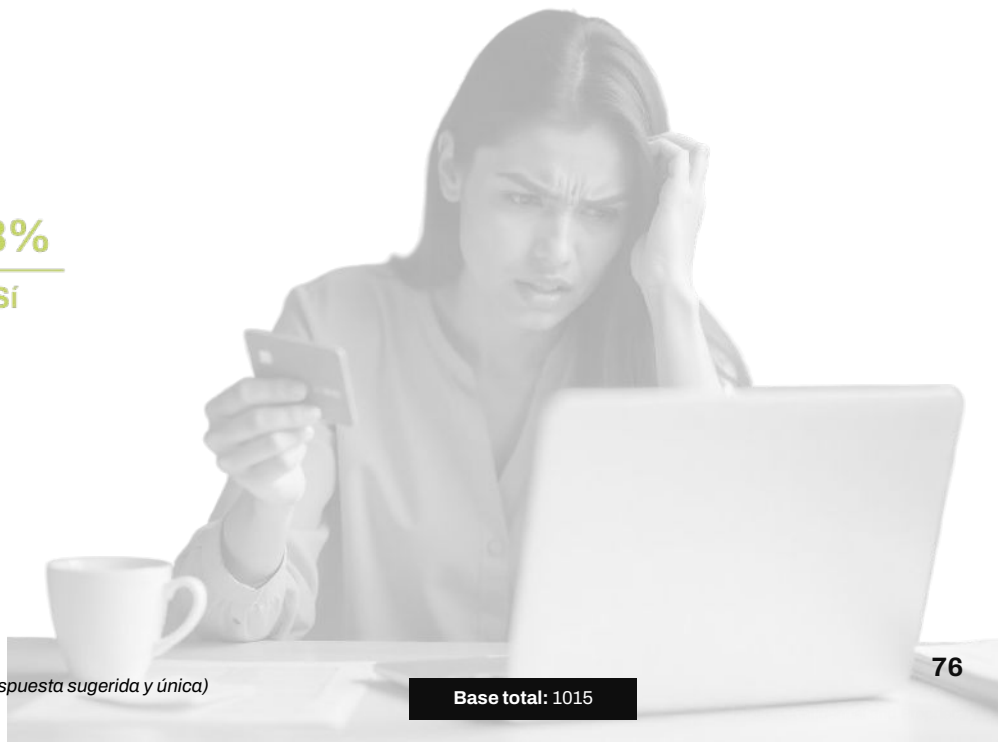
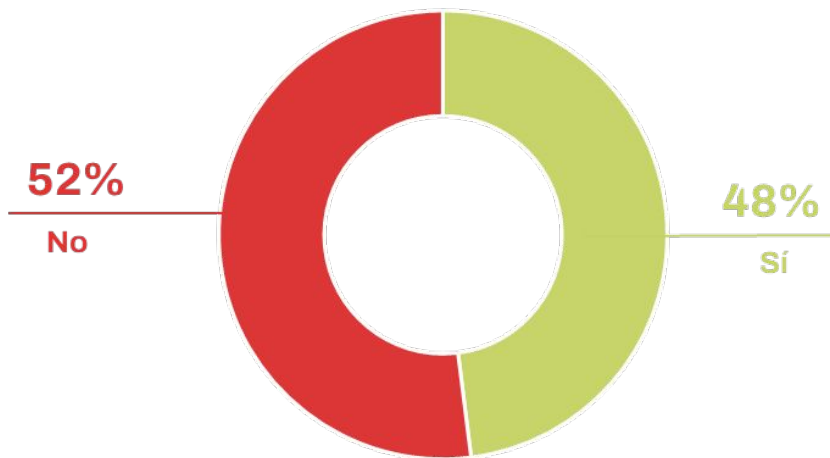
Además, **6 de cada 10 hacen transferencias.**

Las **Wallets** son usadas por un **17% de usuarios, destacando en Paytechs** (Kueski, Kushki, Aplazo, PayPal, Clip, Mercado Pago, Evo Payments).

Y, solo un **4% declaran realizar BNPL aplicado a tiendas online y físicas.**

ABANDONO EN COMPRAS ONLINE POR MÉTODOS DE PAGO

No obstante, 1 de cada 2 usuarios mexicanos ha abandonado una compra online por no encontrar su método de pago deseado, lo que evidencia la importancia de ofrecer **opciones de pago diversas y flexibles** para evitar la pérdida de ventas.

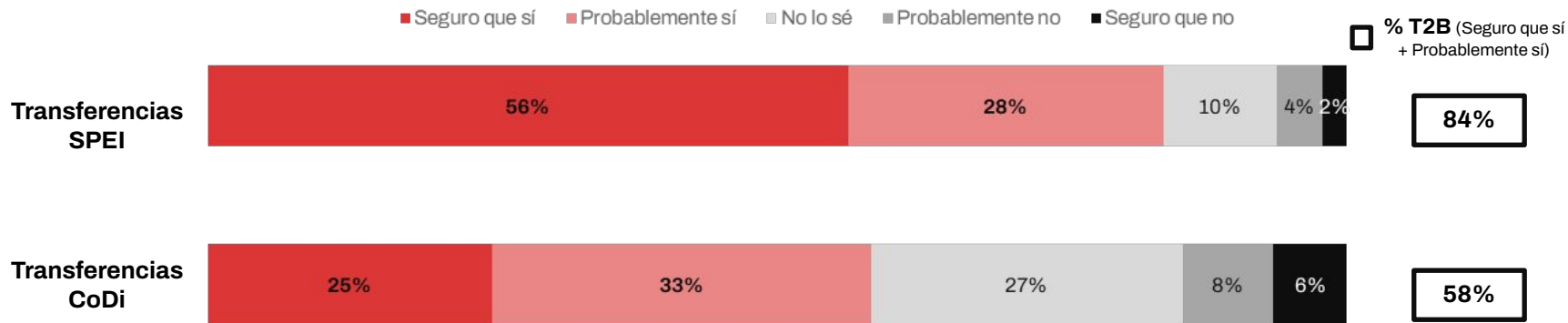


OPORTUNIDAD DEL OPEN BANKING Y PAGOS DIRECTOS

Asimismo, hay predisposición a que el consumidor utilice métodos alternativos a la tarjeta: SPEI o CoDi.

La mayoría de los usuarios (84%) declara que utilizaría con seguridad o probabilidad las transferencias SPEI en lugar de tarjeta.

A su vez, un 58% muestra la misma disposición hacia CoDi.



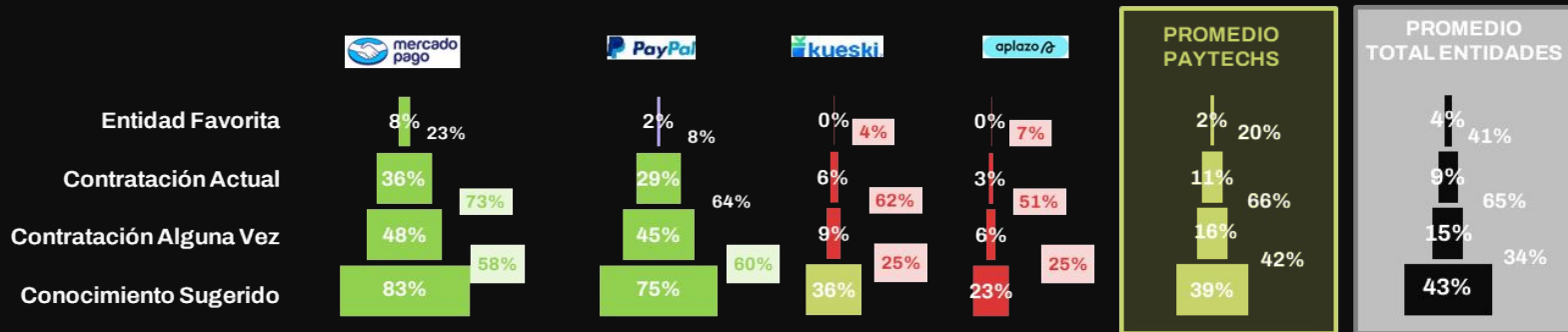
32% Gen Z

- ★ **SPEI** (Sistema de Pagos Electrónicos Interbancarios) permite transferir dinero de una cuenta bancaria a otra, de manera rápida y segura, a través de internet o una app bancaria. **Ejemplo:** Transferir desde tu app bancaria \$500 a la cuenta de otra persona que usa otro banco.
- ★ **CoDi** (Cobro Digital) permite hacer pagos o cobros usando el celular, de forma rápida y sin usar efectivo. Funciona a través de códigos QR o mensajes NFC. **Ejemplo:** Escaneas un código QR con tu app bancaria para pagar un café sin sacar dinero en efectivo ni usar tarjeta.

ADOPCIÓN DE BNPL (Buy Now Pay Later)

Si hacemos zoom en **entidades especializadas en BNPL**, aún es bajo el uso consciente para pedir financiamiento tipo **Kueski Pay o Aplazo**, por debajo del 10% reconocen haberlo usado alguna vez (inferior al total mercado de entidades y de **Paytechs**).

PAYTECHS



Mercado Pago y Paypal son las líderes en Paytechs.

| Y de las siguientes empresas del ecosistema financiero, ¿cuáles **conoces**? (Respuesta sugerida y múltiple) | ¿Y en cuáles de estas entidades has **contratado alguna vez**, es decir, has tenido alguna cuenta corriente, depósito, fondo de inversión, crédito, nómina, método de pago, etc.? (Respuesta sugerida y múltiple) | ¿Con qué empresa/s **tienes algún servicio financiero contratado actualmente**? (Respuesta sugerida y múltiple) | Y de todas estas, ¿cuál dirías que es tu entidad financiera **principal / favorita**? (Respuesta sugerida y única)

■ Por debajo/encima del promedio de la categoría

Base total: 1015

Sin embargo, casi el 40% de los **usuarios mexicanos solicitan créditos y financiamiento**, especialmente crédito bancario y crédito 100% digital, este último destacan las entidades Paytechs y las generaciones más jóvenes (Gen Z).

CRÉDITOS Y FINANCIAMIENTO 37%

Crédito bancario 23%

Crédito 100% digital 15%

Financiamiento eCommerce (BNPL) 4%

Financiamiento a neocios 2%

Crédito educativo 2%

Destacan Paytechs y más jóvenes, especialmente Gen Z

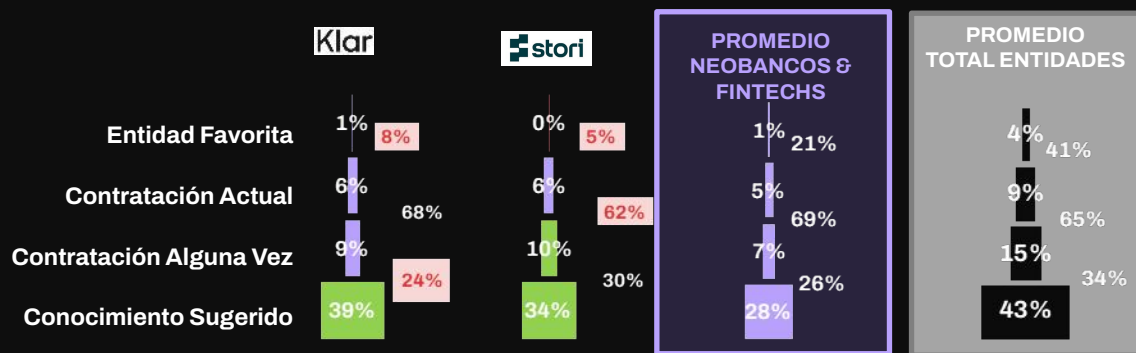


CRÉDITO AL CONSUMO EN PLATAFORMAS DIGITALES

De hecho, la **Brand recognition de plataformas digitales para solicitar préstamos personales a través de apps como Klar o Stori está por encima del promedio neobancos & fintechs.**



NEOBANCOS & FINTECHS



Casi el 30% de los que la conocen lo han utilizado alguna vez, conversión que puede ir incrementado con el tiempo.

| Y de las siguientes empresas del ecosistema financiero, ¿cuáles **conoces**? (Respuesta sugerida y múltiple) | ¿Y en cuáles de estas entidades has **contratado alguna vez**, es decir, has tenido alguna cuenta corriente, depósito, fondo de inversión, crédito, nómina, método de pago, etc.? (Respuesta sugerida y múltiple) | ¿Con qué empresa/s **tienes algún servicio financiero contratado actualmente**? (Respuesta sugerida y múltiple) | Y de todas estas, ¿cuál dirías que es tu entidad financiera **principal / favorita**? (Respuesta sugerida y única)

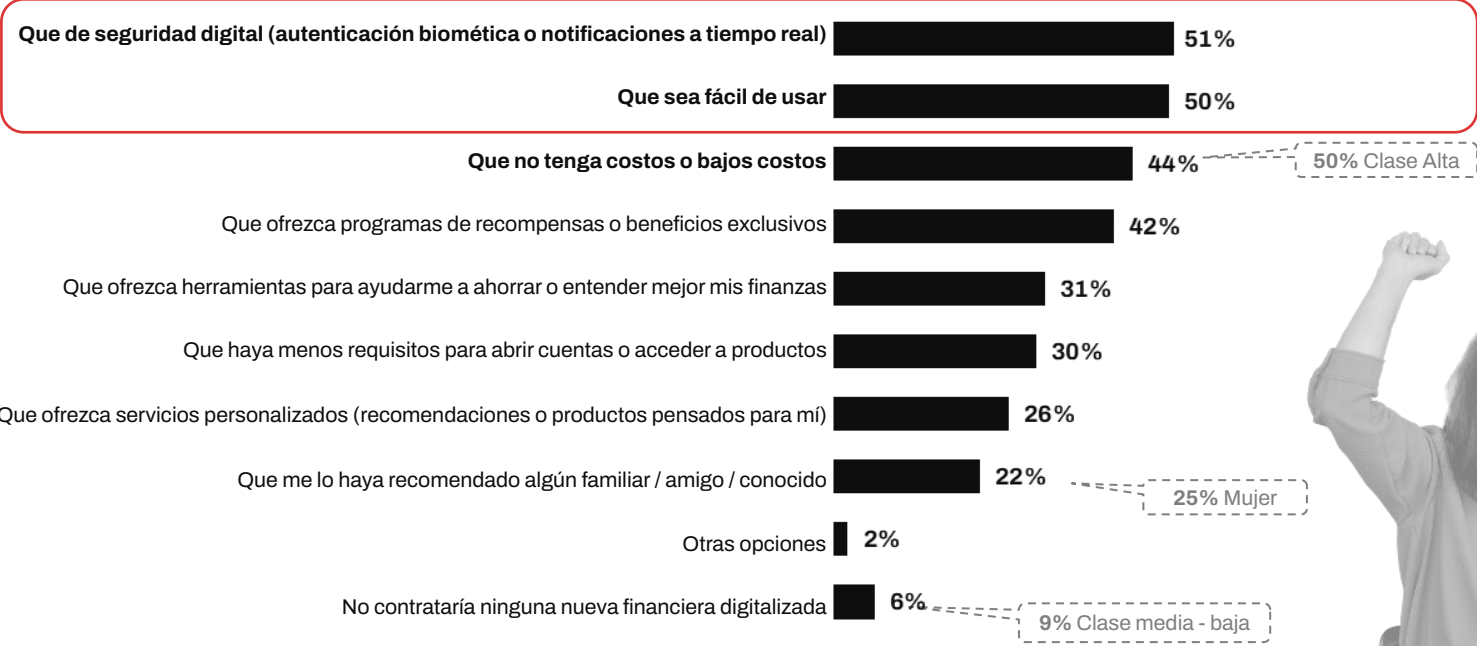
■ ■ Por debajo/encima del promedio de la categoría

Base total: 1015

MOTIVADORES PARA UNA NUEVA FINANCIERA DIGITAL



Al hablar de **una nueva financiera digitalizada**, los principales motivadores para utilizarlas se enfocan en la **seguridad digital** y la **facilidad de uso**. Las personas de **clase media - baja** tienen **menor motivación** a probar este tipo de entidad.






























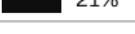


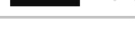













¿Qué es lo que te motivaría probar una **nueva entidad financiera digitalizada** (Fintechs) que utilice apps para transferencias, inversiones, préstamos o ahorro digital o pagos con QR, como una app que te deja pedir un préstamo sin ir al banco? (Respuesta sugerida y múltiple)

Base total: 1015

MOTIVADORES PARA NUEVA FINANCIERA |

Los motivadores para probar **fintechs** varían según la generación: los **Boomers** y la **Gen X** valoran la **facilidad de uso**, mientras que los **Millennials** y la **GenZ** destacan en **buscar recompensas**. La **generación más senior (boomer)** son los **que menos contratarían financieras digitalizadas**.

	 GEN Z 18 - 29 años <i>Base: 287</i>	 MILLENNIAL 30 - 44 años <i>Base: 296</i>	 GEN X 45 - 55 años <i>Base: 214</i>	 BOOMER 56 - 70 años <i>Base: 218</i>
Que de seguridad digital (autenticación biométrica o notificaciones a tiempo real)	 47% 1°	 53% 1°	 52% 2°	 50% 2°
Que sea fácil de usar	 41% 3°	 48% 2°	 56% 1°	 57% 1°
Que no tenga costos o bajos costos	 41% 4°	 46% 4°	 51% 3°	 41% 3°
Que ofrezca programas de recompensas o beneficios exclusivos	 42% 2°	 47% 3°	 44% 4°	 33% 4°
Que ofrezca herramientas para ayudar a ahorrar o entender mejor las fianzas	 33% 5°	 30% 5°	 33% 6°	 29% 7°
Que haya menos requisitos para abrir cuentas o acceder a productos	 29% 7°	 27% 6°	 34% 5°	 31% 5°
Que ofrezca servicios personalizados (recomendaciones o productos pensados para mí)	 31% 6°	 21% 8°	 22% 7°	 30% 6°
Que me lo hayan recomendado algún familiar/amigo/conocido	 25% 8°	 22% 7°	 21% 8°	 19% 8°
Otras opciones	 2% 9°	 2% 9°	 1% 9°	 2% 9°
No contrataría ninguna nueva financiera digitalizada	 4%	 5%	 6%	 12%

INSIGHTS MODELOS DE PAGO DIGITAL & OPORTUNIDADES DE CRECIMIENTO

LOS PAGOS DIGITALES SE CONSOLIDAN EN EL CONSUMO, PERO AÚN SE ENFRENTAN CON RETOS DE MEJORA Y EXPANSIÓN

#Pagos digitales, eje central del consumo

- Las **tarjetas** y las **transferencias** dominan el día a día.
- Las **tarjetas de débito y crédito** son los métodos más usados; **6 de cada 10** realizan **transferencias** de forma habitual.
- Las **wallets** alcanzan un **17%** de uso y se concentran en usuarios de **paytechs**.

#Fricciones en el ecommerce

- Un **40%** de los usuarios reconocen haber abandonado compras online por no encontrar su método de pago preferido.
- Hay una clara urgencia en **ampliar la oferta** y **flexibilizar la pasarela**.

BNPL: nicho con potencial

- **Solo el 4%** declara usar “Buy Now, Pay Later”; cuando se usa, se concentra en: **hogar** (56%), **moda** (53%) y **electrónica** (40%) mostrando un espacio de crecimiento en las generaciones más jóvenes.

Activadores para probar una nueva financiera digital

- Los principales **motivadores** para probar **una nueva entidad digitalizada** son la **seguridad digital** y la **facilidad de uso**.
- Las generaciones más jóvenes también les motiva **obtener recompensas**.

Inclinación hacia SPEI/CoDi como alternativa a la tarjeta

- El **84%** de los usuarios declaran que **utilizarían con seguridad o probabilidad transferencias SPEI**.
- Mientras que CoDi todavía se encuentra con barreras de conocimiento y confianza por parte de los usuarios.





5



Innovación y futuro del consumo banca digital







INNOVACIONES DESEADAS

En cuanto a tecnologías e innovaciones, a los mexicanos les gustaría ver la implementación de soluciones como **pagos mediante reconocimiento facial o dactilar, la gestión integrada de finanzas personales a través de superapps, y plataformas de inversión automatizada.**



INNOVACIONES DESEADAS | Generaciones

Las generaciones más jóvenes muestran una **mayor apertura** hacia la implementación de **nuevas tecnologías e innovaciones**, en contraste con los **Gen X y los Boomers**, quienes muestran **menor interés** en ellas.

	GEN Z 18 - 29 años Base: 267 	MILLENNIAL 30 - 44 años Base: 296 	GEN X 45 - 55 años Base: 214 	BOOMER 56 - 70 años Base: 218 
Pagos con reconocimiento facial o dactilar	46% 1º	45% 1º	44% 1º	43% 1º
Gestión integrada de finanzas personales ("superapp")	36% 2º	35% 2º	29% 2º	28% 2º
Plataformas de inversión automatizada (robo-advisor)	29% 4º	29% 3º	27% 3º	19% 4º
Integraciones directas con e-commerce ("compra con 1 clic")	28% 5º	23% 5º	23% 4º	18% 5º
Chatbots avanzados de asesoría financiera	30% 3º	22% 6º	20% 6º	14% 8º
Criptomonedas o activos digitales integrados en servicios financieros tradicionales	27% 6º	24% 4º	15% 8º	16% 6º
Asistentes de voz e IA conversacional para transacciones	23% 7º	21% 7º	17% 7º	15% 7º
Ninguna de estas	10% 8º	16% 8º	22% 5º	25% 3º

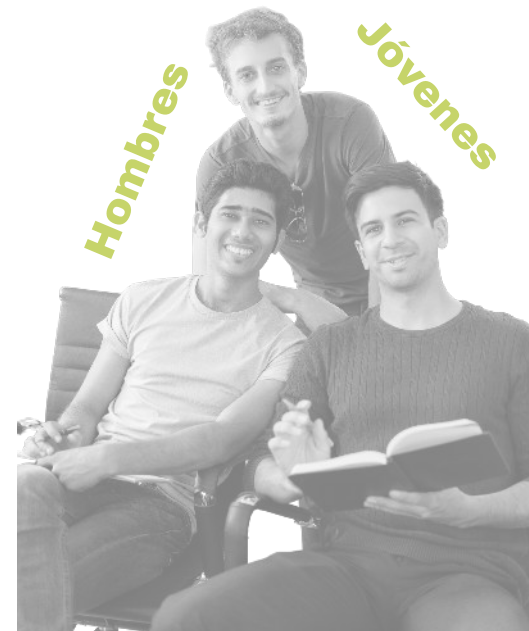
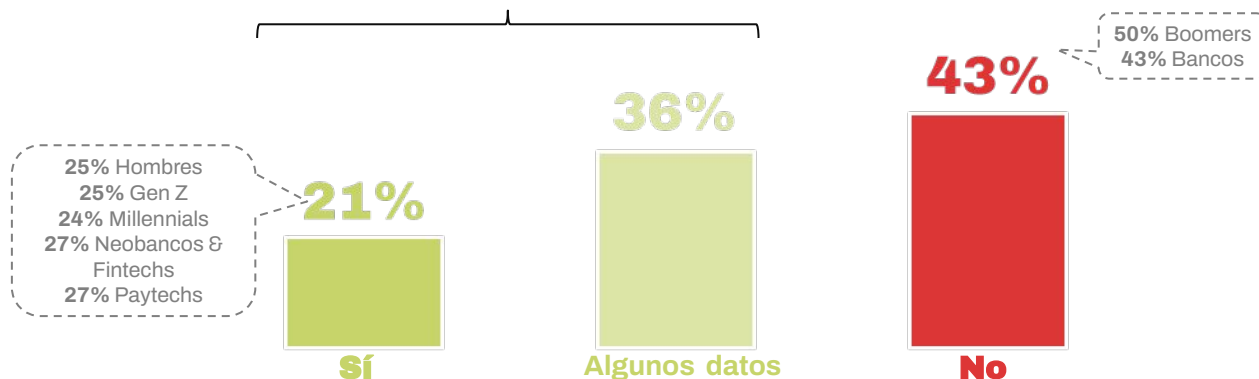
¿Qué tecnologías o innovaciones te gustaría ver implementadas en los servicios financieros digitales en México durante los próximos 12 meses? (Respuesta sugerida y múltiple)

Diferencias significativas entre generaciones

DISPOSICIÓN A COMPARTIR DATOS

Solo 6 de cada 10 usuarios están dispuestos a compartir sus datos (algunos o todos), más los jóvenes y los hombres. El resto los rechaza, siendo los Boomers el grupo más reticente: 1 de cada 2 se muestra negativo.

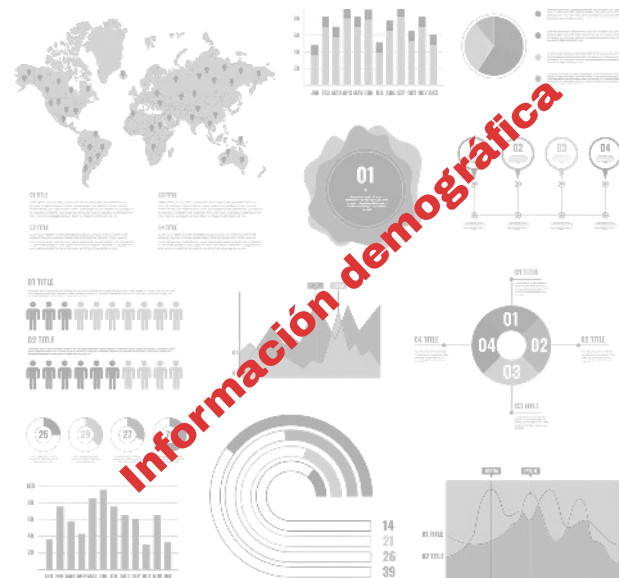
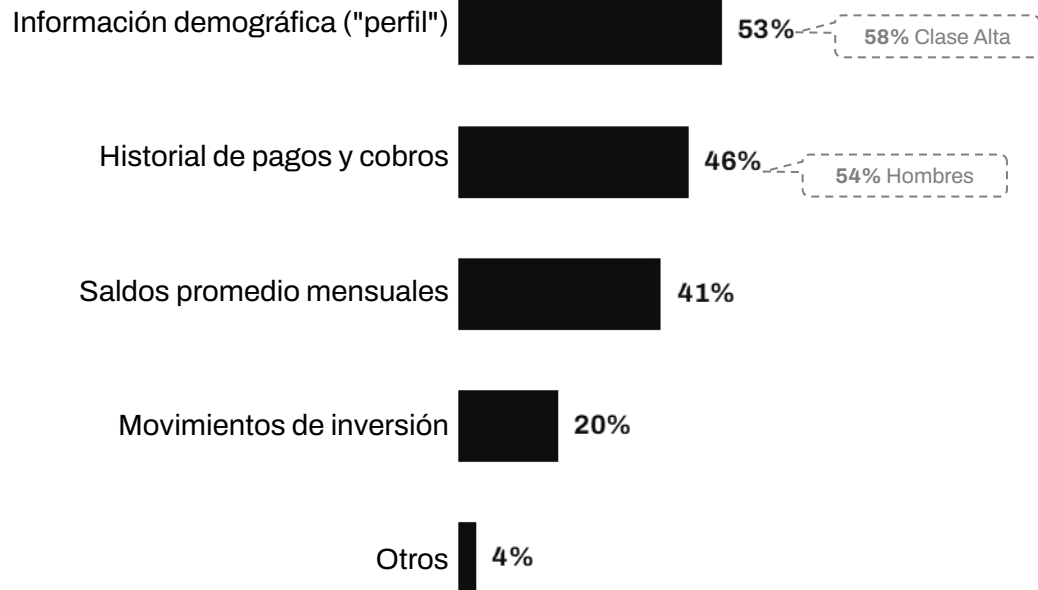
57% están dispuestos a compartir todos o algunos datos



TIPOS DE DATOS ACEPTABLES PARA COMPARTIR

La **información demográfica** es el tipo de dato que las personas están **más dispuestas a compartir**.
En cuanto a datos más sensibles como los **movimientos de inversión**, hay una menor disposición a compartirlos.

El 57% de usuarios que están dispuestos a compartir todos o algunos datos aceptarían:

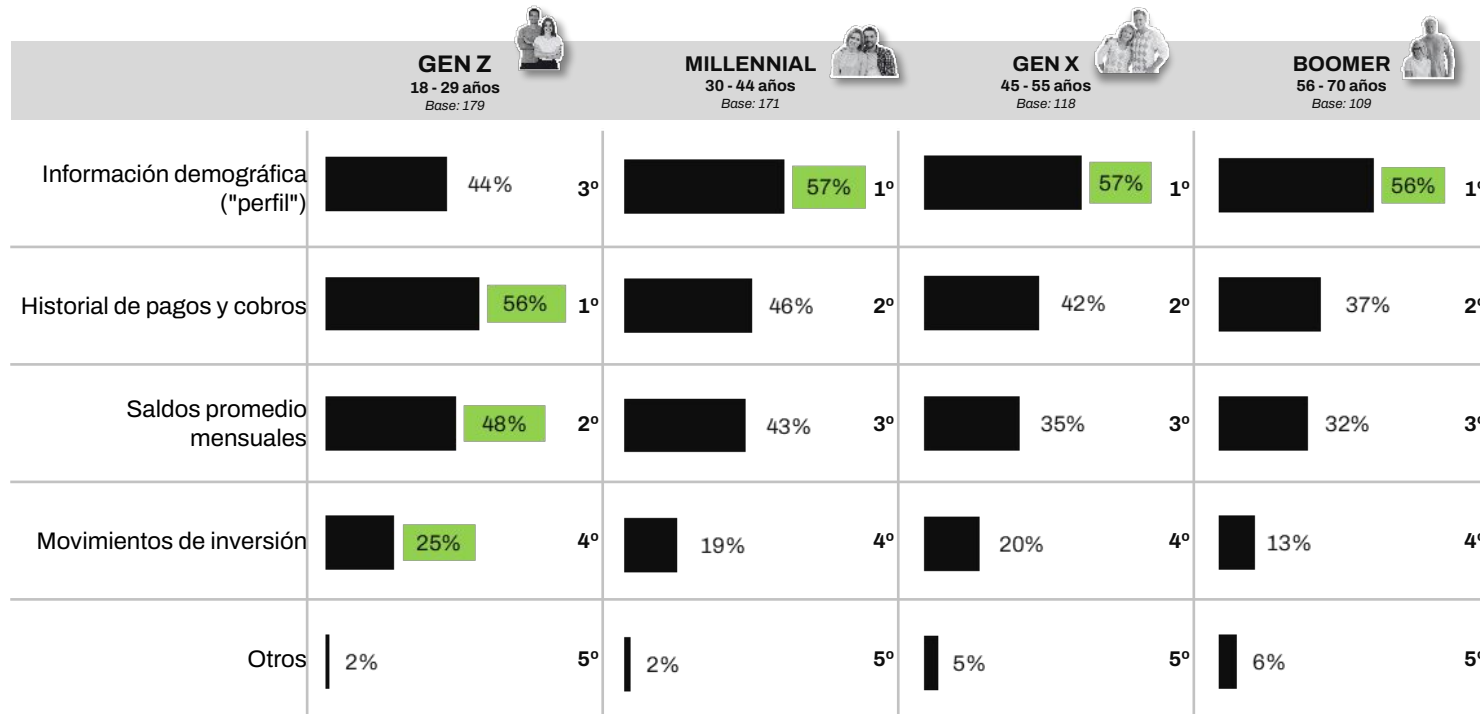


TIPOS DE DATOS PARA COMPARTIR |

Generaciones

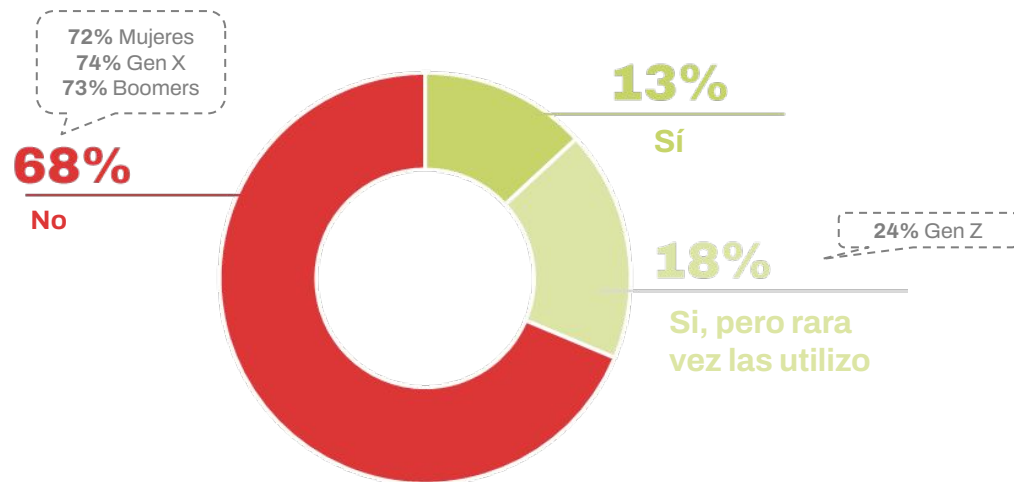


Los **Millennials**, **Gen X** y **Boomers** están dispuestos a compartir **información demográfica**, aunque muestran **menor disposición** a proporcionar datos más sensibles, como **historial de pagos, saldos y movimientos de inversión**. En cambio, la **Gen Z** tienen **mayor apertura a compartir este tipo de información**.



USO DE SUPERAPPS

Solo un 13% de los usuarios mexicanos utilizan superapps para centralizar en un solo lugar sus cuentas de diferentes bancos o fintechs. Aunque la Gen Z son quienes más las poseen, no las usan con frecuencia.

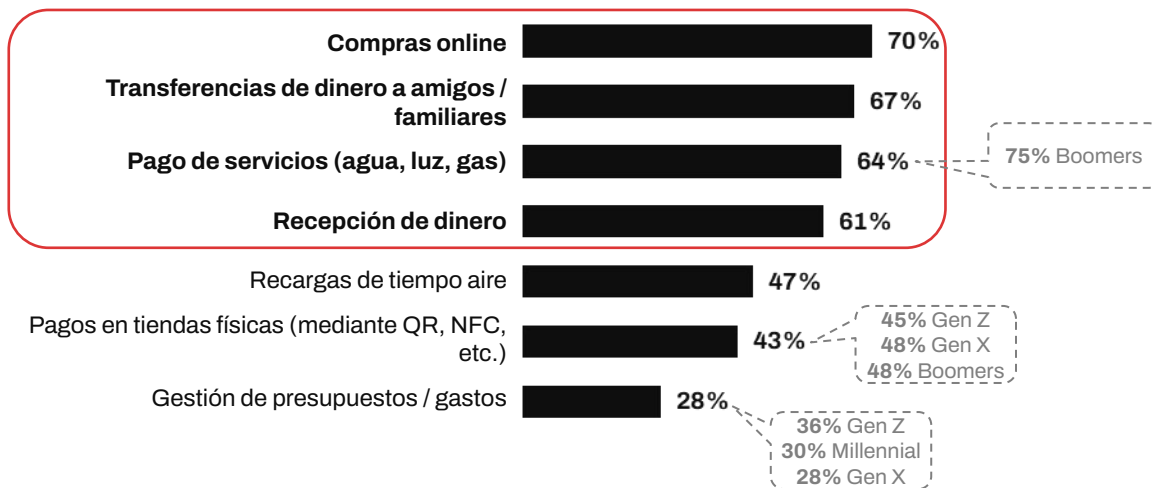


¿Conoces o utilizas apps que agregan en un solo lugar tus cuentas de diferentes bancos / Fintechs (ejemplo: superapps)?
(Respuesta sugerida y única)

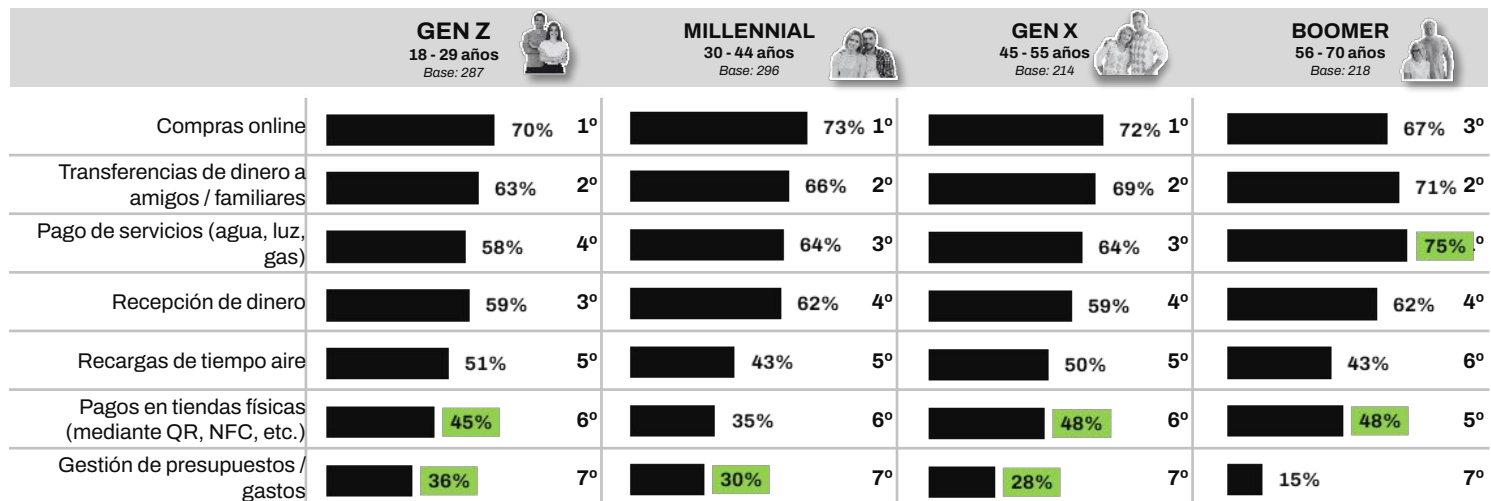
Base total: 1015

SERVICIOS QUE INTEGRARÍAN EN UNA SUPERAPP

Dentro de las transacciones que utilizarían en una superapp destacan las compras online y transferencias de dinero a amigos / familiares, seguido del pago de servicios (agua, luz, gas), principalmente mujeres.



Las compras online lideran todas las generaciones, a excepción de los **Boomers** donde en primer lugar se encuentra el **pago de servicios**. Gen Z, Millenials y Gen X destacan sobre los Boomers en cuanto a **gestión de presupuesto / gastos**, y los Millenials se encuentran por debajo de las demás generaciones en lo relacionado con **pagos en tiendas físicas mediante QR, NFC, etc.**



INSIGHTS INNOVACIÓN Y FUTURO DEL CONSUMO

BANCA DIGITAL

INNOVACIÓN LISTA, USUARIOS AÚN CAUTELOSOS

La banca del futuro

- Los usuarios esperan que las entidades integren innovaciones como **pagos biométricos** (45%), **gestión financiera en apps** (33%) e **inversión automatizada** (27%).
- Con una **fuerte demanda por parte de las generaciones más jóvenes** que están marcando el rumbo digital.

Confianza, la moneda más difícil de ceder

- **6 de cada 10** usuarios están dispuestos a compartir todos o algunos de sus datos a cambio de ofertas o productos personalizados (principalmente información sociodemográfica).
- La resistencia es clara entre los **Boomers**, mientras que los jóvenes muestran más apertura a compartir todo tipo de información, no solo sociodemográfica.

Superapps: uso limitado, expectativas claras

- El uso de las superapps es muy reducido (**solo el 13% las utiliza**).
- Entre quienes las utilizan o las consideran, destacan los servicios que esperan centralizar: **pagos en comercios, transferencias de dinero, gestión de gastos y compras online**.



A woman with blonde hair in a bun, wearing a white lace-collared blouse, is shown in profile from the back. She is holding a yellow pencil with a red eraser to her chin, appearing to be in deep thought. The background is a light gray wall covered with numerous small, rectangular, cream-colored sticky notes scattered across it.

CONCLUSIONES

10 INSIGHTS DE LA BANCA & PAGOS DIGITALES

01. EL ECOSISTEMA FINANCIERO MEXICANO YA ES HÍBRIDO

El **92%** de los mexicanos sigue vinculado a la banca tradicional, pero un **67%** **combina sus servicios con fintechs, neobancos o paytechs**. Este comportamiento refleja **una convivencia natural entre lo tradicional y lo digital, más que una sustitución**.

02. LOS JÓVENES IMPULSAN LA DIGITALIZACIÓN DEL DINERO

La Generación Z y los Millennials son el motor del cambio: 9 de cada 10 usuarios son más de una entidad, transfieren fondos entre bancos y plataformas digitales buscando mejores rendimientos y control financiero.

03. LOS BANCOS SIGUEN SIENDO EL ANCLA DEL SISTEMA

Las **cuentas de débito**, las **tarjetas** y las **transferencias locales** siguen concentradas en la banca, que mantiene su ventaja por confianza y seguridad. Su dominio se refuerza al ser el canal principal de nómina para el 80% de los usuarios.

04. NEOBANCOS Y PAYTECHS CONQUISTAN EL DÍA A DÍA

Mientras los **bancos dominan lo estructural**, los **neobancos ganan espacio con experiencias simples y sin comisiones**; y las **paytechs se consolidan como el motor del consumo digital con pagos instantáneos, recargas y wallets**.

05. LAS FINTECHS SE ESPECIALIZAN Y DIVERSIFICAN EL ECOSISTEMA

Las **fintechs amplían la oferta con créditos digitales, cashback, seguros embebidos e inversión automatizada**, atrayendo a usuarios más sofisticados y jóvenes. Representan la cara más innovadora del sistema financiero mexicano.

06. LA CONFIANZA SIGUE SIENDO LA MONEDA MÁS VALIOSA

El principal driver de elección es la seguridad: **5 de cada 10 usuarios eligen su entidad por confianza y bajos costos.** BBVA mantiene liderazgo por percepción de solidez, mientras que NU y Mercado Pago destacan por innovación y cercanía.

07. LOS PAGOS DIGITALES SE CONSOLIDAN, PERO AÚN HAY FRICCIONES

Las tarjetas y las transferencias dominan, pero 1 de cada 2 mexicanos ha abandonado una compra online por falta de su método de pago preferido. El reto está en ampliar opciones y ganar confianza con SPEI y CoDi

08. EL BNPL AÚN ES UN NICHU POR EXPLOTAR

Solo el **4% declara usar BNPL**, concentrado en compras de hogar, moda y electrónica. Sin embargo, su potencial de crecimiento es alto entre los más jóvenes y usuarios fintech

09. LA INNOVACIÓN AVANZA, PERO EL USUARIO SIGUE CAUTO

Los mexicanos desean ver avances en **biometría, gestión integral desde apps y automatización de inversiones**, pero aún muestran reservas a compartir datos o adoptar nuevas tecnologías financieras

10. EL FUTURO SERÁ COLABORATIVO Y PERSONALIZADO

El **57% de los usuarios aceptaría compartir datos para obtener servicios más personalizados.** La oportunidad para el ecosistema está en convertir esa apertura en confianza real, integrando experiencias seguras, simples y centradas en el usuario.

