

2026

MAYO

# Inclusión Tecnológica, la verdadera Inclusión Financiera

Presentado por Roberto Hidalgo C.

# Índice

1. Inclusión financiera no equivale a la apertura de cuentas.
2. México, un cuello de botella tecnológico, los retos de accesibilidad y de adopción.
3. Tendencias que están reordenando la agenda fintech en América Latina y el Caribe.
4. Cambios que las Fintech podrían acoplar a sus modelos cuanto antes, para asegurarse de la comprensión de su entorno.
5. Hacia la inclusión tecnológica que realmente necesitamos.



Con más de catorce años liderando proyectos y estrategias de marketing, he impulsado estrategias digitales y offline para marcas del ecosistema fintech, banca y real estate, consumo, entretenimiento, tecnologías de la información y salud.

Participo como editor de dos columnas sobre tecnología y fintech.

Me apasiona el entorno económico y las tendencias cimentadas en el desarrollo tecnológico, siempre en un enfoque humano.

**Inclusión  
Tecnológica, la  
verdadera  
Inclusión  
Financiera**

# 1

## Inclusión financiera no equivale a la apertura de cuentas

**D**urante mucho tiempo, se ha hablado de la inclusión financiera como sinónimo de apertura de cuentas, disponibilidad de aplicaciones o aceptación de pagos digitales. Acudimos a un momento en México en que esta equivalencia, ya no es suficiente para establecer un marco de referencia de los verdaderos retos que hoy rodean a las fintech en cualquiera de sus modalidades.

La propia “política nacional de inclusión financiera” extiende este concepto de inclusión financiera como acceso y uso de productos y servicios formales, pero desafortunadamente cuando este uso depende de conectividad, navegación móvil, autenticaciones, seguridad digital e incluso la barrera generacional o cultural la barrera deja de ser sólo financiera y se transforma en una tecnológica. En este mismo sentido, al inclusión financiera efectiva para la banca digital y las fintecchs, es hoy justo esa: la inclusión tecnológica.

Este mismo desplazamiento es evidente a través de las cifras que el INEGI y la CNBV arrojan: en 2024 el 76.5% de las personas de 18 a 70 años tenía al menos un producto financiero formal. En contraste la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y uso de Tecnologías de la Información en los Hogares realizada en 2024 señaló que el 83.1% de la población de mayores de 6 años usó internet. Pero, entre quienes no lo usaron la principal razón fue no saber utilizarlo. Es decir: el acceso financiero está avanzando pero la apropiación digital todavía no es un asunto homogéneo ni universal.



*83.1% de los mayores de 6 años usó internet en México durante 2024.*



**40% de los adultos que compraron bienes o servicios en línea no alcanzó el puntaje mínimo de alfabetización financiera digital entre 2021 y 2024.**

Mientras tanto, la brecha que existe entre la disponibilidad y el uso de las herramientas aparece dentro del ecosistema financiero. Entre 2021 y 2024, el uso de la aplicación de celular para consultar o hacer movimientos en cuentas aumentó considerablemente al pasar de 54.3% a 69.1% entre la población con una cuenta de ahorro formal.

Aún con ello, el efectivo siguió siendo el medio de pago frecuente o más dominante en 2024: que fue preferido en 85.2% en compras de \$500.00 pesos o menos y 73.5% en casos de compras que superaron \$501.00 pesos.

Un ejemplo más lo aporta CoDi, ya que si bien 38% de la población conocía la aplicación en ese mismo año sólo 12.8% de los que SI conocían la solución la habían utilizado. DiMo también padeció de un efecto semejante ya que 18.5% de la población lo conocía sin embargo de aquellos que lo conocían sólo el 6.8% lo usó.

Es evidente que la disponibilidad no equivale a adopción y que la adopción no equivale a un uso recurrente o confiado. La agenda del sector Fintech en México debería enfocarse no únicamente en ampliar la cobertura o funciones sino en traducir el sistema financiero a experiencias didácticas simples y seguras, acompañadas por un enfoque humano centrado en el usuario. La OCDE tiene un indicador muy interesante donde advierte que: 40% de los adultos que compraron bienes o servicios en línea no alcanzó el puntaje mínimo de alfabetización financiera digital lo que eleva en esa población, el riesgo de exclusión y fraude cuando no va acompañada de esta necesaria educación y protección.

**Acceso a la tecnología,  
el verdadero reto**

**¿Cuántos no hemos ayudado a padres  
o abuelos a realizar una compra?**

# Una verdad ya conocida, poco mencionada

Cómo grupo poblacional, siempre hemos sabido que los adultos mayores, las generaciones que van algunos años delante de nosotros y las poblaciones rurales, son más susceptibles a vivir este rezago tecnológico. Además de los elementos básicos mostrados por la ENIF en 2024, podríamos incluir también:

- Aspectos culturales.
- Barreras de idioma.
- Tradiciones familiares.
- Pena o vergüenza.
- Poco acceso a un círculo de apoyo.
- Desconocimiento o inexistencia de cursos.

## La inclusión financiera también depende de la **inclusión digital**.

Indicadores seleccionados de la ENIF 2024 (México)



Fuente: Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF) 2024, CNBV - INEGI.

4 de cada 10 adultos que compraron bienes o servicios en línea **no alcanzó el puntaje mínimo** de alfabetización financiera digital.



Fuente: OECD (2022). Supporting informed and safe use of digital payments through digital financial literacy. OECD Publishing.

# 2

## México, un cuello de botella tecnológico, los retos de accesibilidad y de adopción


Existe un sólido avance financiero, pero está llegando con brechas que siguen marcándose a través de toda la ecuación. Si bien la ENIF de 2024 nos mostraba que al menos 76.5% de la población entre 18 y 70 años tenía al menos un producto financiero formal. Por otro lado el indicador fue de 72.8% para mujeres y 80.9% para hombres. También fue menor la adopción entre grupos históricamente rezagados: 65.5% de las localidades de menos de 15 mil habitantes y 58.2% para usuarios de lengua indígena.

Esto último retrata como el sector crece de forma desigual en los segmentos donde la fricción tecnológica en términos de adopción y acompañamiento está fallando. Cuando se considera el ecosistema digital queda exhibido el verdadero cuello de botella.

En México el acceso digital continúa creciendo

- 73.6% de los hogares cuenta con acceso a internet.
- 83.1% de la población utiliza internet.
- 81.7% usa teléfono celular.

**El cuello de botella: la adopción tecnológica**



**La verdadera inclusión financiera no comienza cuando una persona abre una cuenta, sino cuando entiende, confía y puede utilizar la tecnología que le permite acceder al sistema financiero como tal.**

**Digitalizar una población que tiene una percepción de inseguridad, poca confianza y fragilidad financiera, sin acompañamiento, aumenta la probabilidad de errores, abandono y dependencia de terceros.**



Del otro lado, la brecha digital entre zonas urbanas y rurales sigue siendo significativa:

- 86.9% de penetración de internet en zonas urbanas.
- 68.5% en zonas rurales (no olvidemos de la necesidad de internet para la gran vastedad de los productos fintech).

El principal obstáculo no es económico o de infraestructura: Una de las principales razones para no usar internet es no saber cómo utilizarlo. Incluso entre las personas conectadas, el aprovechamiento económico y financiero del entorno digital sigue siendo limitado:

- Solo 35.8% realiza compras en línea.
- Entre quienes no compran por internet:
  - 12.0% señala que no sabe cómo hacerlo.
  - 7.2% manifiesta desconfianza respecto a la seguridad digital.

La verdadera inclusión financiera va más allá de cuando una persona abre una cuenta. Depende de que entienda, confíe y pueda utilizar la tecnología que le permite acceder al sistema como tal.

Por concluir, podemos complementar con unformación de la ENSAFI 2023 donde se encontró que solo 39.6% de la población dijo tener mucha confianza para administrar su dinero, 24.2% para planificar su futuro financiero y 19.9% para tomar decisiones sobre productos financieros; adicionalmente, 34.6% reportó poca o ninguna capacidad para enfrentar un gasto imprevisto importante y 50.8% se ubicó en un nivel de bienestar financiero medio bajo o bajo.

Digitalizar una población que tiene una percepción de inseguridad, poca confianza y vulnerabilidad financiera sin acompañarlos aumenta la probabilidad de errores, abandono y dependencia de terceros.

# 3 Tendencias que están re ordenando la agenda fintech en América Latina y el Caribe



## América Latina, un referente en fintech

En América latina el problema no es que no existan opciones en el mercado sino la asimetría que está presente en la adopción de estas tecnologías. El BID reportó que entre 2021 y 2024 la cantidad de personas que usaban wallets digitales pasó únicamente de 2% a 10% para recibir salarios y de 7% a 18% para la realización de compras.

Por otro lado se encontró que la adopción avanza más rápido entre personas de mayor nivel socioeconómico para sorpresa de nadie ya que a mayor educación, edad y residencia en zonas urbanas las personas acceden a estas tecnologías de forma más sencilla. El despliegue de soluciones fintech ofrece nuevas posibilidades al usuario pero no tira por completo la desigualdad de uso existente.

Por otro lado conviene revisar el crecimiento de la industria fintech a nivel regional, estos son algunos indicadores relevantes que acompañan los datos del BID y Finnovista:

- En 2023 se identificaron 3,099 fintechs activas en la región.
- El crecimiento fue de 240% vs 2017 (en cuánto a la cantidad de fintechs).
- Brasil, México y Colombia concentraron 57% de la oferta.
- Los principales segmentos son: pagos y remesas con 21% y préstamos 19%.
- Más de la mitad de las fintechs tiene un enfoque hacia la inclusión.

El reto ahora, ya no es esencialmente competitivo o ampliar la cobertura o captar usuarios ya que el mercado que podría adoptar sin barreras a la entrada ya lo está haciendo. Ahora mismo estamos ante un nuevo dilema...

El Banco Mundial señala que en América Latina y el Caribe alrededor de 70% de las personas adultas tiene cuenta y más de la mitad usa su cuenta digitalmente mediante tarjeta o teléfono.

Complementando, la OCDE recuerda que la digitalización de pagos puede poner sobre la mesa riesgos de exclusión, fraude y decisiones de consumo poco informadas.



## Los nuevos retos

Actualmente estamos enfrentando nuevas necesidades en una población que tiene un volumen de negocio jugosísimo pero que todos como industria hemos dejado de ver, los que no “saben” como ni cuál opción puede apegarse a sus necesidades.

Identifico al menos tres puntos fuertes en esta nueva ecuación:

- **Generación de confianza:** Es una realidad que los usuarios estarán más susceptibles de realizar la adopción de una solución si esta les transmite la confianza de uso, de seguridad, estabilidad y escalabilidad necesarias.
- **Facilitar la adopción tecnológica:** Hoy más que nunca ofrecer espacios, recursos y materiales didácticos / pedagógicos es necesario para cimentar las bases de una audiencia o grupo de usuarios que nos prefiere por ofrecer justo eso: un entorno de adopción existente.
- **Mantener usuarios activos en segmentos de baja alfabetización financiera:** Existen usuarios que dejan de usar las plataformas por su complejidad de uso, por que no les ofrecen un valor agregado o porque simplemente estas no fueron acordes con sus propios valores y principio. Debemos observar ser coherentes y estar “cerca” de los usuarios para asegurar su permanencia en el ecosistema, este es un reto ahora más complejo con la entrada de la inteligencia artificial, sin embargo no es uno imposible.

Finalmente, el crecimiento del ecosistema fintech debe acompañarse de estrategias de educación y usabilidad para lograr esta inclusión sostenible que resultará finalmente en la generación de valor en ambos lados.

# 4

## Cambios que las Fintech podrían acoplar a sus modelos cuánto antes, para asegurarse de la comprensión de su entorno



Es necesario, un diseño centrado en la adopción tecnológica

### Tirando la idea de “no saber cómo”

Considero sumamente relevante la necesidad de sumar al diseño del producto la infraestructura de inclusión. Este es un esfuerzo hoy poco observado y que supone la creación de verdadero valor en una industria que aún tiene mucho que dar.

La OCDE advierte justamente que la divulgación de las soluciones no protege por sí sola a personas consumidoras en mercados complejos y con poca simetría como los que se encuentran disponibles justamente en la región de latinoamérica.

Retomamos aquí el dato mexicano de que una parte importante de las personas que no usa internet o no compra en línea tiene como razón algo tan simple como “no saber cómo”. Las fintechs están ante la necesidad de sustituir la experiencia básica de uso con una didáctica que complemente la aproximación hacia los usuarios. De pronto ideas como flujos guiados, tutoriales paso a paso, simulaciones de transacciones y soportes visuales o por audio son ahora más necesarios que nunca.

### Acompañar en el Onboarding, clave

Esta inclusión tecnológica no puede tampoco descansar en un modelo “solo app”. Volviendo a indicadores y recomendaciones de la OCDE: una buena parte del éxito del dinero móvil en distintos mercados se explica por puntos de contacto humano que ayudan a adoptar y usar los servicios.

En México donde la brecha urbano- rural de acceso a internet sigue siendo elevada, un modelo híbrido puede venir al rescate: alta digitalización en back end pero un acompañamiento humano en el onboarding de usuarios, resolución de errores e incluso soporte en las primeras operaciones. Este es un nuevo modelo y mecanismo de retención al que habría que ponerle atención.

## Protección como estandarte para la permanencia

Una fintech inclusiva deberá también brindar recursos que ayuden a los usuarios a defenderse en un entorno financiero cada vez más complicado. La OCDE igualmente, reporta que las estafas y fraudes financieros son el principal riesgo para los consumidores, y que su sofisticación está aumentando a medida que la digitalización y el uso de IA generativa están al alcance de los delincuentes.

Para las fintechs eso puede resolverse con la inclusión de educación de seguridad dentro del producto. Es evidente que no podremos resolver como producto los problemas generales en la sociedad, sin embargo siempre es posible brindar rutas de trabajo que permitan la adopción de prácticas de seguridad fáciles de comprender con rutas claras en el manejo de crisis.



Una fintech inclusiva deja de ser aquella que suma más usuarios, para centrarse en la que vuelve más competentes a sus usuarios y los mantiene en ella.

## La autonomía como un indicador

A continuación un planteamiento nada novedoso pero que me parece se sigue perdiendo de vista dentro de la industria. ¿Que pasaría si comenzáramos a incluir dentro de la medición de éxito la realización de los primeros movimientos exitosos sin ayuda?, indicadores como repetición de uso en 30 y 90 días. Algo como lo que ya considera la industria de telefonía móvil como parte de sus iparámetros para medir la adopción - permanencia de los usuarios.

Sumemos a la conversación el comenzar a ver indicadores más complejos como aquellos que tienen que ver con el abandono por fricción, miedo, la brecha de conversión en zonas urbanas vs rurales, e incluso el contexto generacional.



5

**Hacia la inclusión  
tecnológica que  
realmente necesitamos.**

2026



# 5

## Hacia la inclusión tecnológica que realmente necesitamos

### Tenemos mucho por conquistar, si educamos al usuario...

La discusión se quedó mucho tiempo en una lógica de oferta en un mercado donde ya existen bastantes opciones si tomamos como referencia el contexto de este mismo 2026. Abrir cuentas, y obtener usuarios sigue siendo importante pero ya no explica por sí sólo por qué una parte de los usuarios adopta o abandona las soluciones o incluso jamás cruza el umbral de uso.

Hoy más que nunca la evidencia demuestra que existe una ausencia de comprensión, confianza, acompañamiento y percepción de seguridad en el uso de los productos. Hoy invito a una formulación provocadora evidenciada en datos: la adopción por parte de los usuarios sigue requiriendo de alfabetización digital, financiera y tecnológica. Dependeremos de experiencias de usuario simples, pero cimentadas en una mejor comprensión por parte de los usuarios.



Finalmente...

La educación ya no debe verse como una campaña periférica o como un contenido de responsabilidad social sino como parte del core del producto.

Hoy más que nunca el diseño didáctico, un acompañamiento en la adopción y la comprensión de la seguridad por los usuarios nos abrirá la puerta a los usuarios y hará sostenible nuestra permanencia dentro del ecosistema fintech.

# Gracias



## Bibliografía

- [Banco Interamericano de Desarrollo \(BID\) & Finnovista. Fintech en América Latina y el Caribe: un ecosistema consolidado con potencial para aportar a la inclusión financiera regional. 2024.](#)
- [Banco Interamericano de Desarrollo \(BID\) – How Can Digital Payments Drive Financial Inclusion in Latin America and the Caribbean](#)
- [Banco Mundial – Global Findex Database 2025](#)
- [Banco Mundial – Mobile phone technology powers saving surge in developing economies](#)
- [Banco de México \(Banxico\).](#)
- [Comisión Nacional Bancaria y de Valores \(CNBV\) – Política Nacional de Inclusión Financiera 2025-2030](#)
- [CNBV – Panorama Anual de Inclusión Financiera 2024](#)
- [Instituto Nacional de Estadística y Geografía \(INEGI\) – Encuesta Nacional de Inclusión Financiera \(ENIF\) 2024](#)
- [INEGI – Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares \(ENDUTIH\) 2024](#)
- [INEGI – Encuesta Nacional sobre Salud Financiera \(ENSAFI\) 2023](#)
- [Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos \(OCDE\) – OECD/INFE Survey Instrument to Measure Digital Financial Literacy](#)
- [OCDE – Supporting informed and safe use of digital payments through digital financial literacy](#)
- [OCDE – Consumer Finance Risk Monitor 2026](#)
- [Unión Internacional de Telecomunicaciones \(UIT\) – Facts and Figures 2025](#)

A glowing, futuristic graphic of a microchip or processor. The word "FINTECH" is written in large, white, block letters across the center of the chip. The background is dark with glowing circuit lines and data points.

# FINTECH



### Dirección

Diagonal Patriotismo 6, Hipódromo  
Condesa, Cuauhtémoc, Ciudad de  
México.

### Teléfonos:

Oficina: +52 55 6454 1621  
Soporte: +52 56 5508 1869

### Website:

[betheagency.com](http://betheagency.com)