



ABRIL 2025 - NÚMERO 5

LA NUEVA ERA DE LA INCLUSIÓN FINANCIERA EN AMÉRICA LATINA

CÓMO LAS FINTECH ESTÁN IMPULSANDO EL ACCESO A SERVICIOS FINANCIEROS

Según el Banco Mundial, la **inclusión financiera** se define como el acceso de “personas y empresas a productos y servicios financieros útiles y asequibles que satisfagan sus necesidades”. En América Latina, avanzar en este objetivo no solo mejora el bienestar de millones de hogares, sino que también impulsa el crecimiento económico y reduce la pobreza.

Avances en la cobertura de cuentas financieras

En 2017, únicamente el 55 % de la población latinoamericana contaba con una cuenta en una institución financiera o a través de un proveedor de servicios móviles de dinero; para 2021, esta cifra se había elevado al 74 % según la base de datos **Global Findex del Banco Mundial**. Hoy, datos de PCMI indican que en varios países de la región la tasa supera el **80 %**. Este progreso se ha logrado, en buena medida, gracias al surgimiento y expansión de más de 3 000 fintechs distribuidas en 26 países, frente a las 703 empresas registradas en 2017.

El predominio persistente del dinero en efectivo

No obstante, el efectivo sigue siendo el medio favorito, sobre todo entre los sectores de menores ingresos: cuatro de cada diez personas de este grupo destinan más de la mitad de sus gastos mensuales a pagos en efectivo, comparado con el 25 % de quienes perciben ingresos altos. Además, considerando todos los estratos, el 63 % de los encuestados indica que realiza pagos en efectivo a diario o semanalmente. Las tarjetas de débito y crédito ocupan el segundo y tercer lugar, respectivamente, gracias a su seguridad, conveniencia para compras en línea y fuera de línea, y atractivos programas de recompensas.

¿QUIÉNES SOMOS?

ESZ SMART SOLUTIONS

Somos una empresa mexicana líder en la creación de soluciones inteligentes para ciudades y organizaciones, utilizando tecnologías avanzadas y metodologías innovadoras. Nuestra misión es mejorar la calidad de vida de las personas y fomentar el desarrollo de ciudades conectadas e inteligentes, siempre alineándonos con los principios de responsabilidad social, transparencia y eficiencia.

A través de nuestras tres líneas de negocio —**Smart Governance, Smart Development y Smart Living**— ofrecemos soluciones que abordan retos urbanos como la eficiencia gubernamental, la cohesión social y la conectividad comunitaria.

En Smart Governance, nos enfocamos en mejorar la transparencia y el desempeño de los gobiernos mediante herramientas tecnológicas innovadoras. Smart Development abarca estrategias para combatir la pobreza multidimensional y las carencias sociales, mientras que Smart Living fomenta comunidades integradas y conectadas, aprovechando tecnologías disruptivas.

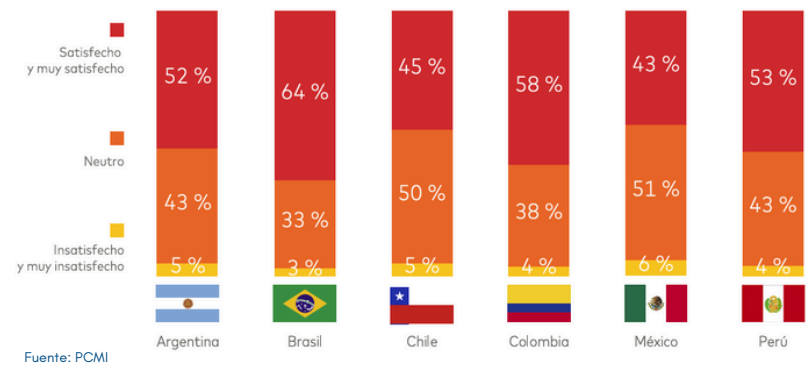
EL PAPEL DE LAS FINTECH EN LA INCLUSIÓN FINANCIERA

El término **fintech** procede de las palabras en inglés **Finance** and **Technology**, hace referencia a todas aquellas actividades que impliquen el empleo de la innovación y los desarrollos tecnológicos para el diseño, oferta y prestación de productos y servicios financieros.

Las **fintech** han sido un motor clave para llevar servicios financieros a poblaciones antes desatendidas. Casi la mitad de los usuarios encuestados reconoce que, gracias a estas empresas, accede hoy a productos que antes no estaban a su alcance.

Antes de la llegada de las soluciones fintech, los principales obstáculos señalados eran las comisiones elevadas y la falta de confianza en la banca tradicional. Hoy, **la satisfacción con las fintech es notable**: solo el 5% de los usuarios se declara insatisfecho, mientras que **el 52% se muestra satisfecho o muy satisfecho con el valor que reciben**.

Nivel de satisfacción con el valor que brindan los servicios de *fintechs* actualmente utilizados



En **2017**, únicamente el **55%** de la población latinoamericana contaba con una cuenta en una institución financiera o a través de un proveedor de servicios móviles de dinero.

ACTUALMENTE

80%

de la población de América Latina tiene una cuenta en una institución financiera.

EXISTEN MÁS DE

3000

FINTECHS

distribuidas en 26 países, frente a las 703 empresas registradas en 2017.

Entre los sectores de menores ingresos

4 DE CADA 10

destinan más de la mitad de sus gastos mensuales a pagos en efectivo.

¿Qué ruta deben tomar las Fintech para lograr una rentabilidad sostenible?

Las fintech latinoamericanas están adoptando al menos cinco estrategias:

1. Diversificación de las fuentes de ingresos: Innovar en productos y servicios.
2. Afinación de la propuesta de valor.
3. Búsqueda de alianzas estratégicas e integración de ecosistemas.
4. Implementación de estrategias de administración de datos:
 - o Big Data y analítica
 - o IA y aprendizaje automático
 - o Encriptación y tokenización
 - o Seguridad mediante API de grado financiero (FAPI)
 - o Biometría y automatización robótica de procesos (RPA)
 - o Cumplimiento de leyes de privacidad: consentimiento informado, minimización de datos y auditorías periódicas
5. Aprovechamiento de las tecnologías de Inteligencia Artificial.

En la última década, las fintech han sido uno de los principales motores de inclusión financiera en América Latina, integrando a millones de personas al sistema bancario y digital, y elevando la competitividad del sector. Sin embargo, el próximo gran reto no es solo crecer, sino asegurar una rentabilidad sostenible. En un mercado cada vez más maduro, la agilidad, la innovación, la eficiencia en costos, la seguridad y la excelencia en la experiencia del cliente serán las claves para que las fintech sigan navegando con éxito hacia el futuro.

Bibliografía:

Mastercard y Payments and Commerce Market Intelligence (2024). *La nueva era de inclusión financiera en América Latina. Cómo las fintechs están impulsando el acceso a servicios financieros y logrando la rentabilidad sostenible*. Sitio: <https://www.mastercardservices.com/es/resources/expertise/la-nueva-era-de-inclusi-n-financiera-en-am-rica-latina>

*Esta es una adaptación de una obra original de Mastercard y Payments and Commerce Market Intelligence. Las opiniones y puntos de vista expresados en la adaptación son responsabilidad exclusiva del autor o autores de la misma y no cuentan con el respaldo del Mastercard y Payments and Commerce Market Intelligence.

