

Conectando la Base de la Pirámide

Cerrando brechas para promover la Inclusión Digital y Financiera en México



Gabriela Rojas

Junio 2023

Kata Software

Vito Alessio Robles 166. Col. Florida - 01030 - CDMX

Website: <https://kata-software.com/>

Email: contact@kata-software.com

Tel: +52 (55) 4161 4600

© Kata Software, 2023.

Autora: Gabriela Rojas

Estadística: Carolain Valverde

Revisión de estilo: Pablo Rojas

Diseño Gráfico: Isis Heredia Victoria

Palabras clave: Inclusión financiera, inclusión digital, microfinanzas, México, Fintech, mujeres, género.

Las opiniones expresadas en este documento son de los autores y no reflejan necesariamente el punto de vista de Kata Software o las instituciones microfinancieras participantes.

Derechos y Permisos

Este trabajo está disponible bajo la Licencia Pública Internacional Creative Commons Attribution 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>). Bajo la licencia Creative Commons Attribution, tiene la libertad de copiar, distribuir, transmitir y adaptar este trabajo, incluso con fines comerciales, bajo las siguientes condiciones:

Atribución: Cite el trabajo de la siguiente manera: Gabriela Rojas. 2023. "Conectando la Base de la Pirámide: Cerrando brechas para promover la Inclusión Digital y Financiera en México". México, DF. Kata Software.

Traducciones: Si crea una traducción de este trabajo, agregue el siguiente descargo de responsabilidad junto con la atribución: Esta traducción no fue creada por Kata Software y no debe considerarse una traducción oficial. Kata Software no se hace responsable de ningún contenido o error en esta traducción.

Adaptaciones: Si crea una adaptación de este trabajo, agregue el siguiente descargo de responsabilidad junto con la atribución: Esta es una adaptación de un trabajo original de Kata Software. Las opiniones expresadas en la adaptación son responsabilidad exclusiva del autor o autores de la adaptación y no son respaldadas por Kata Software.

Todas las consultas sobre derechos y licencias deben dirigirse a Kata Software, Vito Alessio Robles 166. Col. Florida - 01030 - CDMX.
Correo electrónico: contact@kata-software.com

Agradecimientos

Nos complace reconocer y agradecer el apoyo invaluable brindado por **Afirme Grupo Financiero, Libertad Soluciones Financieras** y la **institución financiera TeCreemos**, en el desarrollo de esta investigación sobre las capacidades tecnológicas de la base de la pirámide en México. Su colaboración activa y compromiso ha enriquecido significativamente este trabajo y nos ha permitido obtener una visión más completa de la situación actual en el país. Agradecemos su disposición para compartir su experiencia y conocimiento, así como por facilitar el acceso a información relevante.

Un especial agradecimiento al **equipo de AFIRME**, entre ellos a Hector Alexandro Avilés Martínez - Director Producto Microcrédito y Caleb Eliezer Hernández Rojas - Subdirector Crédito Comunal. A todo el **equipo de Libertad Soluciones Financieras**, especialmente a Carlos Fernando Cortes López, Director de Cobranza e Investigación; Avelinda Medina Jara-leño, Subdirectora de Cobranza e Investigación; y a Gregorio Cruz, coordinador de Cobranza. Finalmente, al **equipo de la institución financiera TeCreemos**, entre ellos a Eyllin Guzmán, Directora de Control y Crédito, y a Denise Loza, Coordinadora.

También nos gustaría expresar nuestro más sincero agradecimiento a **todos los agentes** de crédito que participaron en la recolección de información en campo. Su compromiso en la labor de recopilar datos precisos y relevantes fue fundamental para el desarrollo de esta investigación. Reconocemos y valoramos su arduo trabajo, que ha sentado las bases para comprender mejor las brechas digitales y financieras en la base de la pirámide en México.

Índice

Agradecimientos	01
Prólogo	03
Introducción	04
Resumen ejecutivo	05
Inclusión Financiera y Digital en México	08
Metodología	12
Principales hallazgos de la investigación	13
Características demográficas	
Conectividad, Dispositivo y Hábitos	
Inclusión Financiera	
Género	
Oportunidades: 5 jugadas clave para cerrar brechas	30
Contribuciones	39
Acerca de Kata	40
Referencias	41

Prólogo

Nuestro mundo está cambiando. La tecnología modifica de forma constante la manera en la que vivimos, aprendemos, nos comunicamos e, incluso, en la que nos emocionamos a través de medios digitales, intermediados ahora por la inteligencia artificial.

Los servicios financieros han tenido que digitalizar sus procesos para poder cumplir con nuestras necesidades, pues esperamos disponibilidad inmediata en todo. Al mismo tiempo, la industria Fintech ha surgido para aprovechar esta oportunidad y hacer que el acceso a productos financieros sea más fácil que nunca.

Sin embargo, no ha sido así para todos. De acuerdo con el Banco Mundial, casi la mitad de la población mundial vivía por debajo de la línea de la pobreza en 2022. La pobreza, entre otras carencias, se acompaña de un acceso limitado –o incluso nulo– a medios digitales. A medida que los servicios financieros se digitalizan, el acceso para los segmentos más pobres de la población puede verse aún más reducido. Por esta razón, es importante que las instituciones financieras y los proveedores de tecnología que nos desempeñamos como aliados, abordemos y entendamos la situación para diseñar nuestras soluciones.

Quienes estamos involucrados en la misión de la inclusión financiera tenemos una gran responsabilidad ante la transformación digital: **no dejar atrás a las personas que más necesitan de nuestros servicios**, en un afán sólo de eficiencia basada en la tecnología.

Es por esta razón que en Kata Software decidimos realizar el estudio aquí presente, en el cual, atendiendo a esta responsabilidad, iniciamos con un entendimiento profundo de cómo nuestros clientes se relacionan con la tecnología o con la falta de esta y cómo las limitaciones de la pobreza afectan su acceso. Esperamos que sea el primero de muchos estudios que nos permitan entender mejor a nuestros clientes en América Latina y diseñar siempre soluciones tecnológicas que los tomen en cuenta, incluyendo a quienes no sean usuarios actualmente.

Agradecemos la colaboración de nuestros clientes Te Creemos, Banco Afirme y Libertad Servicios Financieros para la realización de este estudio y esperamos que los resultados contribuyan a que, en el mundo de la inclusión financiera, las soluciones tecnológicas que estamos creando no dejen a nadie atrás.

Héctor Obregón
Fundador
Kata Software

Introducción

En la era digital contemporánea, la búsqueda de la inclusión financiera ha tomado un papel central para mejorar la calidad de vida de las personas en la base de la pirámide, especialmente en países en desarrollo, como México.

En este contexto, la proliferación de la tecnología móvil y la digitalización de los servicios financieros ha creado nuevas oportunidades para ampliar el acceso a estos servicios y mejorar la calidad de las interacciones financieras de este segmento de la población.

El objetivo principal de este estudio es explorar en detalle las capacidades tecnológicas de las personas en la base de la pirámide en México, así como examinar de qué manera las microfinancieras del país y otros actores del ecosistema pueden diseñar una experiencia digital para sus clientes que contribuya a la inclusión financiera, sin dejar de lado sus capacidades tecnológicas reales. Para lograrlo, se llevó a cabo un análisis exhaustivo que incluyó el estudio del uso de tecnologías digitales, los hábitos de consumo y el nivel de inclusión financiera de 3 340 clientes de microfinancieras.

Consideramos que los resultados y recomendaciones presentados en este informe tienen el potencial de generar un impacto significativo en la mejora de la inclusión financiera y digital en México. Al comprender mejor las necesidades y capacidades tecnológicas de las personas en la base de la pirámide, se pueden desarrollar productos y servicios más efectivos y adaptados a sus contextos particulares. Este estudio proporciona una visión detallada de la situación actual y ofrece orientación clave para fomentar la inclusión financiera a través de soluciones digitales innovadoras y accesibles.

Resumen ejecutivo

En el contexto de avances tecnológicos y transformación digital, la inclusión financiera y digital son prioridades, tanto en México como en otros países en desarrollo.

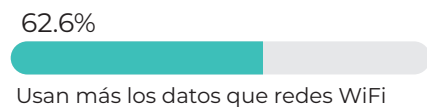
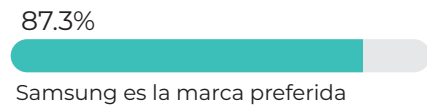
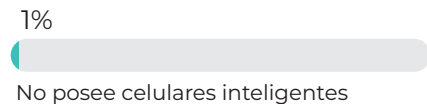
Particularmente en México, se ha implementado medidas para fomentar el acceso a servicios financieros básicos, como cuentas bancarias simplificadas y algunos servicios financieros digitales. Sin embargo, persisten brechas en la inclusión financiera, especialmente en áreas rurales y entre la población de bajos ingresos o poblaciones prioritarias como mujeres.

En inclusión digital, México han experimentado un aumento en la penetración de internet y el uso de teléfonos inteligentes. Aun así, siguen existiendo brechas en términos de acceso a internet y habilidades digitales, especialmente entre zonas urbanas y rurales, y diferentes grupos socioeconómicos. Aunque el acceso a internet ha mejorado, las habilidades digitales básicas aún son limitadas para una parte de la población.

Se ha comprobado que el acceso a servicios financieros digitales puede impulsar la inclusión financiera, es por esta razón que este estudio pretende entender qué tan preparados están los clientes para enfrentar y aprovechar las ventajas de la transformación digital y, principalmente, entender cómo crear productos financieros híbridos que no excluyan a ninguna persona.

El presente estudio se estructuró en tres bloques con el propósito de obtener un mayor entendimiento acerca de las capacidades tecnológicas de las personas de la base de la pirámide en México. El primer bloque abarcó aspectos relacionados con la conectividad, incluyendo características de los dispositivos y los hábitos de uso. El segundo bloque se centró en indagar acerca de la inclusión financiera de los participantes. Por último, se incluyó un bloque destinado a recopilar la información demográfica de los encuestados. A continuación, algunos de los hallazgos más relevantes por bloque.

Conectividad, Dispositivo y Hábitos



El análisis de los datos recopilados en este bloque ofrece información importante sobre el uso de teléfonos celulares y otros dispositivos electrónicos por parte de la población encuestada, así como las formas en que las personas se conectan a internet y sus diferentes hábitos.

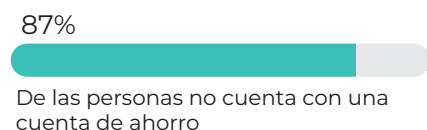
Entre los hallazgos más relevantes encontramos que la mayoría de los encuestados posee un teléfono celular, solo un 1% no posee. Los celulares inteligentes predominaron con un 87.3%, siendo Samsung la marca favorita. Existe una preferencia importante por comprar dispositivos nuevos, los cuales son, en su mayoría, pagados en efectivo o a plazos.

Cuando se indagó sobre otros dispositivos electrónicos, como computadoras de escritorio, computadoras portátiles y tabletas, los porcentajes de posesión fueron relativamente bajos.

Respecto al **acceso a internet y conectividad**, se encontró que un 62.6% de las personas utilizan más los datos móviles que las redes wifi para acceder a internet. La mayoría de las personas encuestadas tienen una línea prepaga. En cuanto al servicio de internet en los hogares, un porcentaje considerable de encuestados cuenta con este servicio, siendo la fibra óptica el tipo de conexión preferido.

La información sobre los hábitos reveló que los entrevistados utilizan principalmente los teléfonos para llamadas, trabajo, redes sociales. Utilizar el dispositivo para juegos o estudio es lo menos común. Además, el uso de monederos electrónicos no está ampliamente adoptado por la población. El uso de **WhatsApp como herramienta de negocio es destacable**, especialmente entre personas con educación universitaria.

Inclusión financiera



Al indagar sobre la **tenencia de créditos en instituciones formales**, el 59% de las personas encuestadas afirmaron poseer créditos en este tipo de instituciones. El nivel educativo secundaria completa y el sexo femenino muestran un mayor porcentaje de personas con crédito formal.

Respecto al **monto inicial del crédito**, la mayoría se encuentra en el rango de "De \$5.000 a menos de \$10.000 pesos mexicanos" (aproximadamente de US\$290 a US\$590 dólares) y "De \$10.000 a menos de 20.000 pesos mexicanos" (aproximadamente de US\$590 a US\$1.180 dólares). Según la información recopilada, las **características del crédito** indican que 82,7% son créditos productivos, y el 72% representan el tipo de crédito grupal. En cuanto a los créditos informales, los obtenidos en comercios representan un 19,5%, superando los créditos de prestamistas.

El 87% de los encuestados no posee una cuenta de ahorro. Dentro de la población con un nivel educativo más alto se muestra un mayor porcentaje de tenencia de cuenta de ahorro.

El 83.5% de las personas encuestadas en el estudio sobre capacidades tecnológicas en la base de la pirámide en México son clientes mujeres. En términos demográficos, se observa que la mayoría se encuentra en los rangos de edad de 35 a 49 años, y el nivel educativo varía, con un porcentaje importante que han completado la educación secundaria. En cuanto a la situación laboral destaca la presencia en el sector informal.

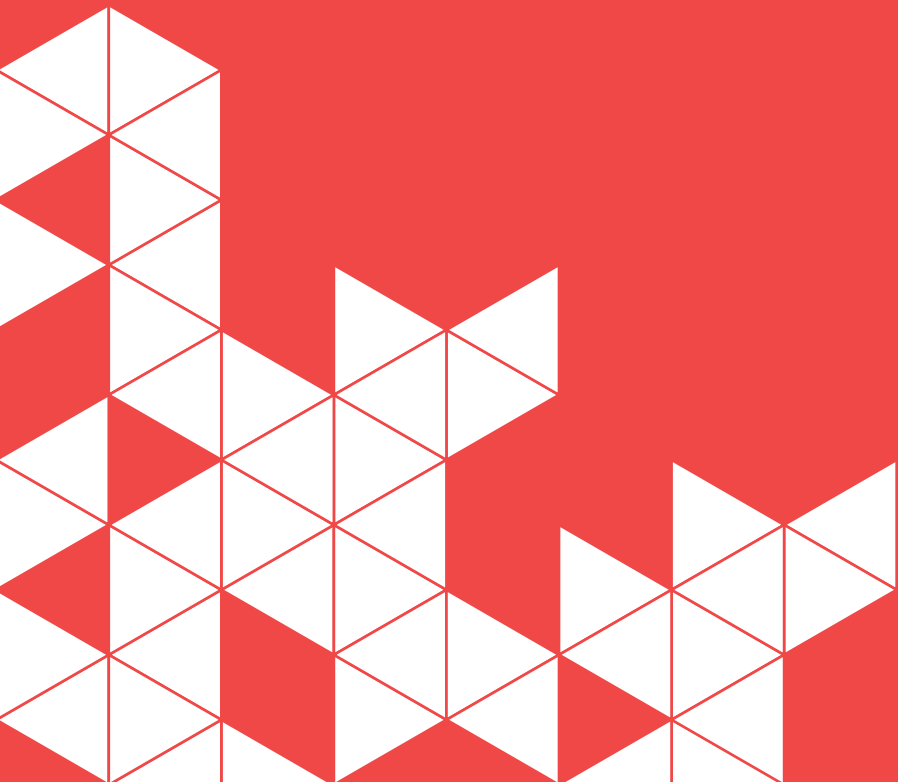
Desde una perspectiva de género, se identifican algunas disparidades en el uso de la tecnología. Las mujeres muestran una mayor frecuencia de uso del celular para actividades como llamadas telefónicas, trabajo y estudio en comparación con los hombres. Sin embargo, los hombres tienden a tener una mayor tenencia de dispositivos electrónicos, mientras que las mujeres tienen un mayor porcentaje de tenencia de deuda, especialmente en crédito formal y crédito en comercios.

A partir de los hallazgos que arrojó esta investigación es necesario priorizar estratégicamente las jugadas que consideramos ayudarán a lograr una mayor inclusión digital y financiera en la base de la pirámide en México, lo cual también deberá contribuir en el cierre de las brechas de género existentes alrededor de ambos temas.

A continuación, enlistamos las **5 jugadas claves** para cerrar brechas y promover la inclusión financiera y digital, las cuales son desarrolladas con profundidad en la sección de oportunidades de este documento:

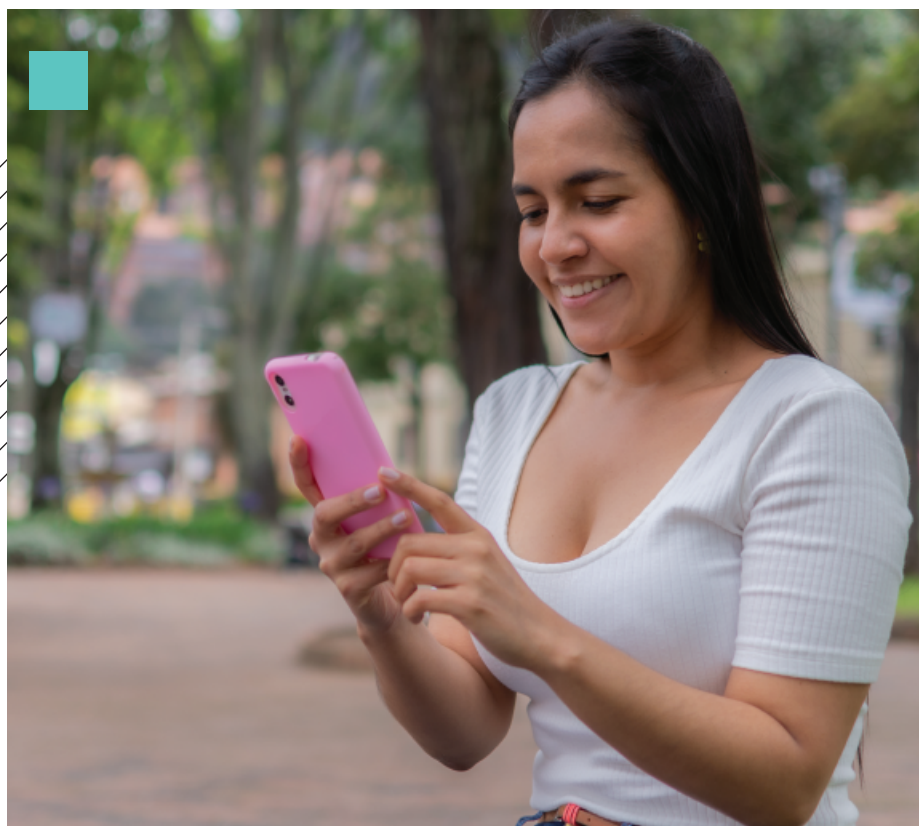


Inclusión Financiera y Digital en México



En el actual contexto de avances tecnológicos y transformación digital, la promoción de la inclusión financiera y digital se ha convertido en una prioridad para los países en desarrollo. A nivel global, se han logrado avances significativos en términos de inclusión financiera y acceso a tecnologías digitales, a pesar de los desafíos económicos y sociales que ha traído consigo la pandemia del COVID-19. Según el informe Global Findex (The World Bank Group, 2022), el acceso a tecnologías digitales ha desempeñado un papel fundamental en impulsar la inclusión financiera.

En los últimos años, México han experimentado avances significativos, tanto en inclusión financiera como en inclusión digital. A continuación, se presentan algunas características relevantes acerca del entorno y los avances clave que se han logrado.



Inclusión Financiera en México

Según el Banco Mundial, la inclusión financiera se refiere al acceso equitativo y la participación activa de todas las personas en los servicios financieros formales, incluyendo la disponibilidad de productos y servicios financieros adecuados, asequibles, seguros y de calidad. Este concepto va más allá de la simple disponibilidad de servicios financieros, abarcando también la capacidad de las personas para utilizarlos de manera efectiva, comprender sus beneficios y riesgos, y tomar decisiones financieras informadas que mejoren su bienestar económico. (The World Bank Group, 2018)

En cuanto a la inclusión financiera, en México, se ha implementado diversas medidas y políticas para fomentar el acceso a servicios financieros básicos, como cuentas bancarias, créditos y seguros. El gobierno ha promovido la apertura de cuentas bancarias simplificadas y ha impulsado la expansión de servicios financieros digitales, como la banca móvil y los monederos electrónicos. Sin embargo, todavía existe una parte significativa de la población que no tiene acceso a servicios financieros formales, especialmente en áreas rurales y entre la población de bajos ingresos.

La última Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF), realizada en 2021, arrojó información y datos estadísticos claves sobre el estado de la inclusión financiera en México. Esta encuesta fue realizada a la luz del impacto económico de la pandemia de COVID-19, con aproximadamente la mitad de la población reportando afectaciones económicas y recurriendo a ahorros y reducción de gastos para enfrentar la crisis.

Entre los principales hallazgos de la encuesta encontramos un crecimiento moderado en la tenencia histórica de productos financieros, aunque retrocesos en la tenencia de seguros y cuentas para el retiro.

Persisten brechas significativas en la tenencia de productos financieros y dificultades de acceso a canales físicos y digitales entre regiones del país y en grupos prioritarios como mujeres, población rural, personas mayores de 60 años, hablantes de lenguas indígenas y beneficiarios de programas sociales.

Existen también retos en la adopción de productos digitales dada la preferencia por el efectivo, además de la preferencia de la población por los canales físicos como cajeros automáticos y sucursales, especialmente para adquirir productos financieros. Sin embargo, se ha visto una expansión en el uso de servicios financieros digitales debido a la adopción generalizada de teléfonos inteligentes e internet y un incremento en el uso de tarjetas de crédito o débito.

El bajo nivel de conocimientos financieros básicos y la adopción limitada de comportamientos y actitudes positivas para el manejo de las finanzas personales, siguen siendo un reto para impulsar la inclusión financiera.

La encuesta también evidencia la necesidad de diseñar políticas efectivas para abordar estos desafíos y lograr una mayor participación en el sistema financiero formal. (Comisión Nacional Bancaria y de Valores, 2021)

Inclusión Digital en México

Inclusión digital se refiere al proceso de brindar acceso igualitario y equitativo a las tecnologías de la información y comunicación (TIC), como internet y dispositivos digitales, a todas las personas, independientemente de su ubicación geográfica, género, edad, nivel socioeconómico o habilidades tecnológicas. Además del acceso físico, implica garantizar la capacitación y el desarrollo de habilidades digitales necesarias para aprovechar plenamente las oportunidades y beneficios que ofrece el mundo digital, como el acceso a la información, la participación en la economía digital, la educación en línea, la comunicación y la participación ciudadana.

En cuanto a la inclusión digital en México, se ha observado un aumento en la penetración de internet y el uso de teléfonos inteligentes. El gobierno ha implementado programas para ampliar la cobertura de internet en áreas rurales y ha promovido la conectividad en escuelas y comunidades. Sin embargo, aún persisten brechas digitales, tanto en términos de acceso a internet como en habilidades digitales. Existe una importante diferencia entre zonas urbanas y rurales, así como entre diferentes grupos socioeconómicos.

Según datos de la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) 2020, el 80.9% de los hogares en México cuentan con acceso a Internet. Esto representa un aumento significativo en comparación con el 27.4% registrado en 2005. Existe una marcada diferencia en la adopción de tecnologías digitales entre áreas urbanas y rurales en México. Mientras que el 86.6% de los hogares urbanos tienen acceso a Internet, solo el 51.6% de los hogares rurales cuentan con esta conexión. (Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), 2021)

Aunque el acceso a Internet ha aumentado en México, persiste una brecha en cuanto a las habilidades digitales. Según esta encuesta, solo el 38.2% de los mexicanos poseen habilidades básicas de uso de tecnologías digitales. (Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), 2022)

La inclusión financiera y la inclusión digital están estrechamente relacionadas, ya que el acceso a servicios financieros digitales a través de dispositivos móviles e internet puede ser un catalizador para la inclusión financiera. Las tecnologías financieras (Fintech) han surgido en México, ofreciendo productos y servicios innovadores que pueden beneficiar a aquellos que tradicionalmente han estado excluidos del sistema financiero.

México ha logrado avances notables en la inclusión financiera y la inclusión digital, pero aún existen desafíos por superar. Es fundamental continuar con los esfuerzos para ampliar el acceso a servicios financieros y tecnologías digitales, especialmente entre los grupos prioritarios, y promover la educación financiera y digital para garantizar una inclusión más equitativa y sostenible. También es importante fortalecer la protección al consumidor y garantizar la seguridad de las transacciones financieras en línea.

Metodología

La metodología utilizada en este estudio se basó en una muestra no probabilística de 3.440 personas, clientes de tres instituciones microfinancieras en 30 estados de México. Para recopilar los datos, se aplicó un cuestionario compuesto por tres bloques de preguntas.

La aplicación del cuestionario se realizó en colaboración con los agentes de crédito de las instituciones microfinancieras, quienes lo administraron durante sus visitas regulares a los clientes. Esta estrategia permitió obtener información directa de los clientes en un entorno familiar y cómodo para ellos.

Es importante tener en cuenta que, debido a que se utilizó una muestra no representativa, los resultados obtenidos solo reflejan las respuestas de las personas entrevistadas y no se pueden generalizar para toda la población. La información recopilada brinda una visión específica de los clientes de las instituciones microfinancieras seleccionadas, pero no se pretende extrapolar conclusiones al conjunto total de la población.

La metodología empleada se centró principalmente en la investigación de fuentes primarias, incluyendo entrevistas a profundidad a los clientes finales, así como entrevistas a los líderes de las instituciones microfinancieras participantes.

El estudio se llevó a cabo con clientes existentes de Kata Software. Las instituciones participantes fueron seleccionadas en función de criterios como tamaño, penetración, alcance y servicios, además de su disposición a participar en la investigación.

La muestra utilizada fue diversa en términos de género, ubicación y edad. Los cuestionarios diseñados abordaron tres temas principales: conectividad, incluyendo dispositivo y hábitos, inclusión financiera e información demográfica.

En colaboración con los líderes de cada institución microfinanciera, se coordinó el entrenamiento de los agentes para la correcta aplicación de los cuestionarios en el campo. Los agentes de crédito de las instituciones fueron responsables de visitar a sus clientes o prospectos y administrar los cuestionarios. A partir de los datos recopilados mediante las encuestas, se realizaron análisis.

También se aplicaron cuestionarios a las instituciones microfinancieras participantes para identificar sus características básicas y su oferta de productos digitales.

El objetivo principal de este estudio fue profundizar en las capacidades tecnológicas de los clientes finales de las instituciones financieras, con el fin de encontrar mejores formas de atender a los clientes y diseñar productos que impulsen la inclusión financiera en América Latina.

Principales hallazgos de la investigación



El instrumento de investigación se estructuró en tres bloques con el propósito de obtener un mayor entendimiento acerca de las capacidades tecnológicas de las personas de la base de la pirámide en México.

El primer bloque abarcó aspectos relacionados con la conectividad, incluyendo características de los dispositivos y los hábitos de uso. El segundo bloque se centró en indagar acerca de la inclusión financiera de los participantes. Por último, se incluyó un bloque destinado a recopilar la información demográfica de los encuestados.

Las encuestas llevadas a cabo han arrojado hallazgos que se expondrán y analizarán a continuación en función de los distintos bloques temáticos con el objetivo de proporcionar una visión más profunda de las características y tendencias identificadas.



Características demográficas

El grupo demográfico que participó en la investigación puede describirse de la siguiente manera:



Edad

35-49

43.6%

El porcentaje más alto de las personas se encuentra en el rango de edad de 35 a 49 años, con un 43.6% de participación.

50-64

20.4%

El segundo grupo más representativo se encuentra en el rango de edad de 50 a 64 años, con un 20.4% de participación.



Género

La mayoría de los entrevistados son mujeres, con un 83.5% de participación. El 16% de los entrevistados son hombres, y hay un pequeño porcentaje de personas que identificaron su género como "otro".



83.5%

83.5%



16%

16%



Nivel Educativo

30%



La mayoría de los entrevistados tienen secundaria completa o educación técnica, representando aproximadamente el 30%.

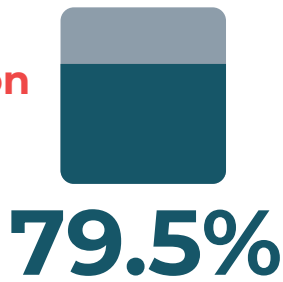
17%



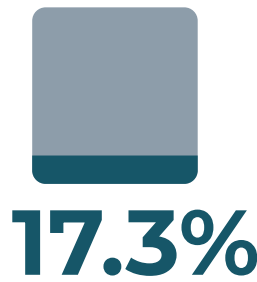
Existe un porcentaje considerable de personas con primaria completa o menos, alrededor del 17%.



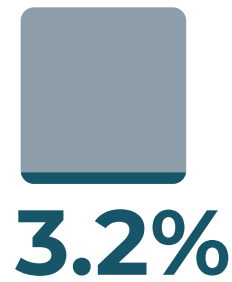
Situación laboral



El grupo más grande se compone de personas que están ocupadas o activas, ya sea trabajando, estudiando y trabajando, representando aproximadamente el 79.5% del total.



Alrededor del 17.3% de los entrevistados se consideran inactivos, lo que incluye a aquellos que sólo se dedican a estudiar, a labores del hogar y a pensionados o rentistas.



Solo un 3.2% de los entrevistados se consideran desempleados.



Sector laboral



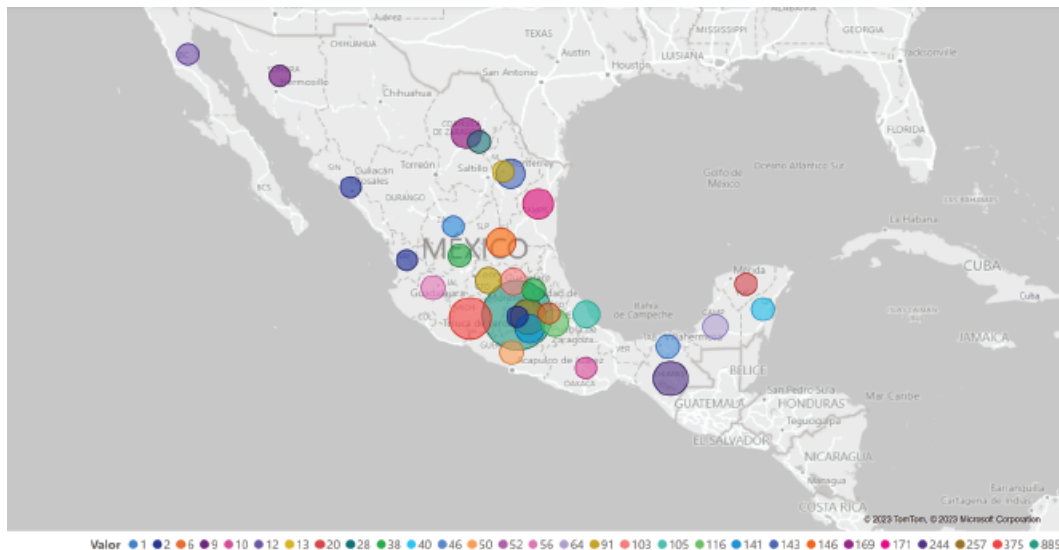
El sector informal es el más común entre los entrevistados con aproximadamente el 30.7%.



El sector servicios también tiene una presencia significativa, con un 28.7% de participación.

Cobertura geográfica de la encuesta

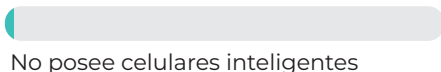
Valor según número de personas que participaron



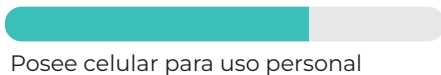
Conectando la Base de la Pirámide
Cerrando brechas para promover la Inclusión Digital y Financiera en México

Conectividad, Dispositivo y Hábitos

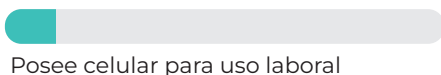
1%



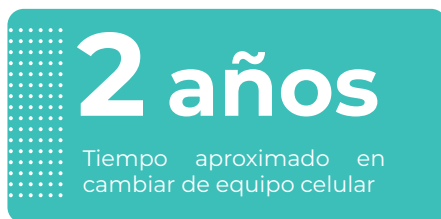
79.8%



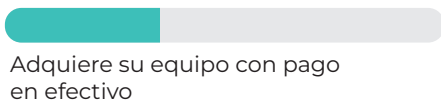
14%



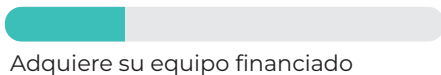
87.3%



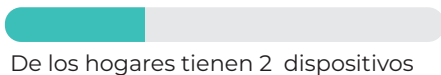
39%



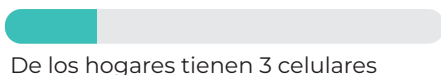
28.2%



31%



22.3%



El análisis de los datos recopilados en este bloque revela información relevante sobre las características del dispositivo, hábitos y conectividad de la población entrevistada.

En primer lugar, se observa que el 79.8% de los encuestados **posee un teléfono celular para uso personal**, mientras que el 14.0% lo utiliza tanto para uso personal como laboral. Solo el 5.2% lo emplea exclusivamente con fines laborales, y solo el 1.0% de los entrevistados indicó no poseer un celular.

En la categoría de "**teléfonos celulares inteligentes**" (**smartphones**), **destaca que el 87.3%** de los encuestados afirmó poseer uno. En términos generales, se puede concluir que los celulares inteligentes predominan entre los encuestados, aunque existe un porcentaje importante de teléfonos no inteligentes. Al considerar la relación entre la tenencia de celulares y si son inteligentes o no, se observa que los teléfonos de uso personal representan la categoría con mayor presencia de smartphones, seguidos por aquellos utilizados tanto para uso personal como laboral, y los de uso exclusivamente laboral.

Las **marcas de teléfonos celulares inteligentes**, se destaca que Samsung es la preferida con un 26.1% de los entrevistados, seguida por Motorola con un 24.9%. También se mencionan marcas como Huawei y Xiaomi, con un 12.4% y 8.6% respectivamente. Es importante mencionar que un 12.7% de los encuestados no proporcionó información sobre la marca de su dispositivo. Además de las marcas mencionadas, se identificaron otras marcas menos representativas como Oneplus, Hisense, Vivo y Zumm, aunque en menor medida.

Respecto al **tiempo aproximado en el que los entrevistados cambian sus teléfonos celulares**, se observa que la mayoría lo hace entre uno y dos años, seguido de aquellos que lo cambian en menos de un año. El porcentaje de personas que no han cambiado su celular es bastante bajo. Al investigar las razones del último cambio de celular, la mayoría de los entrevistados mencionó que se debió a daños o extravío, seguido de aquellos que indicaron un mal funcionamiento del dispositivo.

Al analizar la información mediante cruces de variables también se encontró que aquellas personas con un nivel educativo más bajo (primaria o menos) tienden a cambiar su celular con menos frecuencia en comparación con otros grupos educativos.




Con relación al **estado del celular adquirido, se destaca que la mayoría de las personas eligen dispositivos nuevos** en lugar de usados. Además, al adquirir un celular, el método de pago más utilizado es en efectivo representando un 39%, seguido de un 28.2% los que lo financian a plazos. Un porcentaje importante de los celulares fueron adquiridos como regalos, mientras que el uso de tarjetas de crédito o débito corresponde a una minoría.

En cuanto a la cantidad de **celulares en el hogar**, se observa que un **31% de los hogares poseen dos dispositivos**, seguido por un 22.3% de aquellos que tienen tres celulares.

Respecto a la **tenencia de otros dispositivos electrónicos**, se observa que los porcentajes son relativamente bajos en general. Únicamente el 4% de los entrevistados tienen computadoras de escritorio, el 5% computadoras portátiles y el 3% tabletas. Al considerar únicamente los hogares que tienen estos dispositivos, se encuentra que la mayoría posee solo uno de ellos.

Analizando diversas variables también podemos extraer hallazgos como que los entrevistados con un nivel educativo universitario tiene el mayor porcentaje de personas que poseen computadora de escritorio, computadora portátil y tableta. Además, el sexo masculino tiene un mayor porcentaje de personas que poseen computadora de escritorio y computadora portátil en comparación con el sexo femenino. También se destaca que las personas con situación laboral ocupada tienen un mayor porcentaje de posesión de dispositivos electrónicos en general como se puede observar en la Tabla 1.

Tabla 1 Tenencia de dispositivos electrónicos por tipo, según nivel educativo, sexo y situación laboral, 2022 (porcentajes)

Características	Tenencia de dispositivos		
	 Computadora de escritorio	 Computadora portátil	 Tableta
Total	4,1	4,9	2,9
Nivel educativo			
Primaria o menos	1,5	1,2	1,5
Secundaria incompleta	2,9	0,7	1,5
Secundaria completa	3,5	3,3	2,7
Educación técnica	4,9	7,0	3,4
Universidad	6,9	10,1	4,6
Sexo			
Femenino	3,7	4,8	2,8
Masculino	6,0	5,8	3,3
Otro	5,9	0,0	5,9
Situación Laboral			
Ocupado	4,6	5,5	3,4
Inactivo	2,4	2,5	1,2
Desempleado	0,9	4,9	0,9

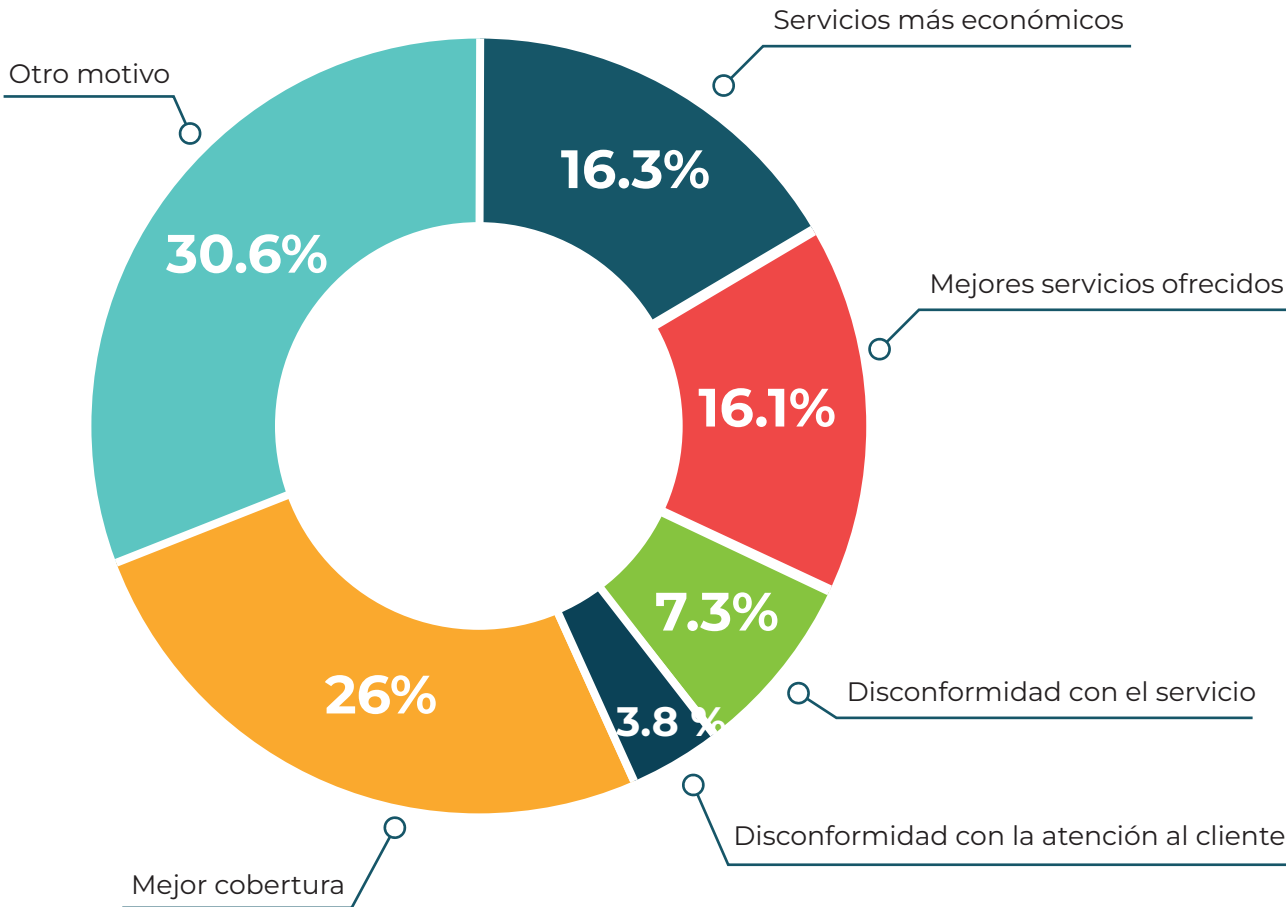
La información sobre la **cantidad de otros dispositivos** revela que la mayoría de los hogares que tienen solo una computadora de escritorio o una computadora portátil. En el caso de las tabletas, la mayoría de los hogares tienen una, seguido de aquellos que tienen dos o más.

Entre las **marcas preferidas**, se destaca la marca HP en computadoras portátiles y de escritorio, con porcentajes mayores al 30% en ambos casos, seguida de la marca Lenovo, tanto para computadoras de escritorio como portátiles. Para las tabletas, la marca Samsung lidera con un 41.8%.

Al analizar el **uso que se les da a estos dispositivos**, se observa una diferencia clara entre las computadoras de escritorio/portátiles y las tabletas. Las computadoras son utilizadas principalmente para trabajo y estudio, con porcentajes elevados en ambos casos. A diferencia de las tabletas que se utilizan mayormente con fines personales, seguidas por el estudio y los juegos.

Cuando se indagó sobre la **frecuencia de cambio de la línea telefónica** se observa que un 55.8% de personas no ha cambiado su línea en los últimos dos años. Sin embargo, existe un 25% de las personas que sí ha cambiado su línea una vez en el mismo período. Entre los principales motivos que llevan a las personas a cambiar su línea telefónica son la búsqueda de una mejor cobertura y servicios más económicos, aunque un mayor porcentaje de personas opinó que se trata de otros motivos como se puede apreciar en el gráfico 1.

Gráfico 1: Motivos de los usuarios para cambiar la línea telefónica, 2022 (distribución porcentual)



77.3%



Tiene línea telefónica prepaga

En cuanto al **tipo de línea telefónica**, el 77.3% de los entrevistados indicó tener línea prepaga. El 45.2% recarga el servicio mensualmente, seguidos por aquellos que lo hacen cada dos semanas los cuales representan un 24.7%. Un 21% afirma recargar su servicio semanalmente.

Por su parte, solamente un 46.7% los usuarios de **líneas pospago** indican que con el plan que poseen, los minutos, mensajes y datos, les alcanza para todo el mes.

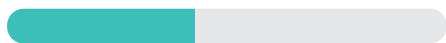
46.7%



Posee acceso ilimitado a redes sociales

La tenencia de una línea telefónica ya sea prepago o pospago, en ocasiones incluye beneficios como el **acceso ilimitado a redes sociales**, incluso cuando se consumen todos los datos. Al consultar a los entrevistados, se obtuvieron resultados que indican que el 46.7% posee este beneficio.

41.1%



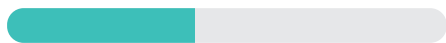
Cuenta con servicio de internet en su hogar

Respecto al **servicio de internet en los hogares**, se observa que un 41.1% de los encuestados cuentan con este servicio. Con relación a las compañías más utilizadas por las personas, se destaca la empresa Izzi con un 31.1%, seguida de Telmex y Megacable con un 29.1% y 12.7%, respectivamente. Otras compañías contratadas incluyen Totalplay, Telcel, Sky, Wizz y otras.

En aquellos hogares con conexión a internet, se indagó sobre el **tipo de conexión utilizada**. La fibra óptica resultó ser el servicio preferido por el 40.2% de los entrevistados. Esto indica una preferencia generalizada por la velocidad y estabilidad que ofrece la fibra óptica como tecnología de conexión.

Respecto al tipo de conexión preferido por los clientes, se encontró que un **62.6% de las personas utilizan más los datos móviles que las redes wifi** para acceder a internet.

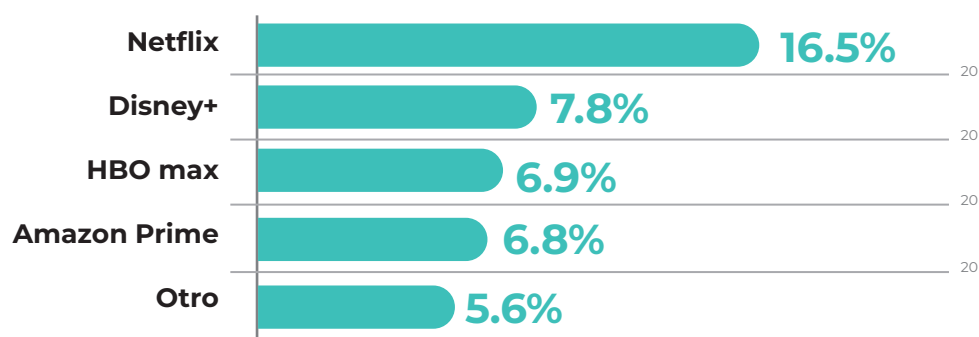
40.2%



Cuenta con servicio de internet con fibra óptica

Con relación a **los servicios de streaming**, se consultó a los entrevistados sobre su preferencia. Los resultados revelaron que el servicio preferido es Netflix, siendo esta la plataforma más popular entre los encuestados. Otros servicios de streaming como Disney+, HBO Max y Amazon Prime también cuentan con una base considerable de usuarios, aunque en menor medida, como se puede observar en el gráfico 2.

Gráfico 2: Servicios de streaming utilizados por los entrevistados, 2022 (porcentajes)



Como se observa en la tabla 2 al analizar la información y tomando en cuenta las variables de **uso de plataformas de streaming y la tenencia del servicio de televisión paga**, se evidenciaron las siguientes tendencias:

- Aquellas personas que no tienen servicio de televisión paga muestran un menor porcentaje de uso de plataformas de streaming en general. Esto puede indicar que estas personas no requieren o no tienen acceso a servicios de entretenimiento a través de la televisión, por lo que recurren menos a las plataformas de streaming.
- Entre los usuarios de televisión paga, se observa que aquellos que utilizan el servicio por cable coaxial y por satélite tienen un mayor porcentaje de uso de plataformas de streaming en comparación con otros tipos de servicio. Esto sugiere que los suscriptores de estos servicios están más familiarizados y abiertos a la incorporación de nuevas formas de entretenimiento, complementando su experiencia con plataformas de streaming.
- Por otro lado, los usuarios de IPTV (televisión a través de protocolo de internet) presentan un alto porcentaje de uso de plataformas de streaming, especialmente Netflix. Esto se debe a que los servicios de IPTV a menudo ofrecen una mayor integración de contenido en línea, lo que incentiva a los usuarios a aprovechar también las plataformas de streaming.
- Aquellos que tienen otro tipo de servicio de televisión paga muestran un comportamiento más variado en cuanto al uso de plataformas de streaming. Los porcentajes varían en función de las preferencias individuales y la disponibilidad de contenido específico en cada plataforma.

Tabla 2: Plataformas de Streaming y Televisión Prepaga




Servicio de TV de paga	Plataformas de Streaming					
	NETFLIX Netflix	DISNEY+ Disney+	HBOmax HBOmax	prime video Amazon Prime	Otro	Ninguno
Total	13,7	6,9	5,5	5,4	5,7	27,6
No tiene	5,5	2,8	2,5	2,4	4,7	19,7
Por cable coaxial	26,8	14,3	10,6	11,5	6,9	39,8
Por satélite	22,4	10	9,0	7,1	8	38
Por IPTV	26,7	6,7	0,0	13,3	0	33,3
Otro	12,1	12,1	4,2	3,7	5,1	24,3

Respecto a los **hábitos de uso de los dispositivos móviles**, se observó que la mayoría de las personas encuestadas utilizan “mucho” sus dispositivos para realizar llamadas, trabajar, utilizar redes sociales, navegar en internet y utilizar WhatsApp. Sin embargo, en áreas como juegos y estudio, destaca un mayor porcentaje de personas que afirman no utilizar sus teléfonos celulares para esos fines.

Como se puede observar en la tabla 3, respecto a llamadas telefónicas se utilizó una escala para medir el uso que le dan las personas al dispositivo para llamadas telefónicas (Nada, poco, algo, mucho). Para aquellas personas que calificaron como “mucho” su uso, se encontró que quienes más utilizan son aquellos con un nivel educativo universitario. Las mujeres tienen un mayor porcentaje de uso del celular para llamadas telefónicas en comparación con los hombres. De igual manera, los ocupados los utilizan más que los inactivos y desempleados.

Tabla 3: Uso del celular para llamadas telefónicas según nivel educativo, sexo y situación laboral, 2022 (porcentajes)

Uso “mucho” para llamadas telefónicas

 Nivel Educativo		 Sexo		 Situación Laboral	
Primaria o menos	32,4	Femenino	44,3	Ocupado	45,2
Secundaria incompleta	37,5	Masculino	33,3	Inactivo	33,3
Secundaria completa	44,5	Otro	33,3	Desempleado	33,3
Educación técnica	44,6				
Universidad	48,1				

Respecto al **uso de monederos electrónicos** el 87.1% de las personas encuestadas indican que no utilizan medios de pago digital. Esto sugiere que el uso de monederos electrónicos aún no es ampliamente adoptado por la población en general.

El cuestionario también indagó el uso de **WhatsApp como herramienta de negocio**. Se observa que el 39.8% de las personas afirma utilizarla. Sin embargo, también se obtiene que un 37.6% personas lo utilizan poco o nada para este fin.

Al analizar el uso de WhatsApp como herramienta de negocio, según ciertas características sociodemográficas, se observa que las personas con un grado universitario son las que lo utilizan en mayor medida. En términos de situación laboral, los usuarios que están ocupados son quienes lo utilizan con más frecuencia.

Al cruzar diversas variables respecto a los hábitos y características demográficas encontramos también que el nivel educativo primaria o menos tiene el mayor porcentaje de personas que no utilizan el celular para estudiar, videojuegos, navegar en internet o utilizar WhatsApp.

El nivel educativo universitario tiene el mayor porcentaje de personas que utilizan el celular “mucho” para estudiar, jugar videojuegos, navegar en internet y utilizar WhatsApp. Las personas con situación laboral desempleada tienen el mayor porcentaje de personas que utilizan el celular mucho para estudiar y utilizar WhatsApp.

En general, el género femenino muestra un mayor porcentaje de personas que utilizan el celular para todas las actividades mencionadas en comparación con el género masculino.

Respecto al **uso del celular para trabajo** varía según el nivel educativo, siendo más común entre aquellos con educación universitaria. No se observan diferencias en el uso del celular para trabajo entre los diferentes géneros.

Los resultados anteriores revelan que la mayoría de las personas encuestadas utilizan sus teléfonos celulares de manera frecuente para realizar llamadas, trabajar, utilizar redes sociales, navegar en internet y utilizar WhatsApp. Sin embargo, el uso de juegos y estudio en los teléfonos celulares es menos común. Además, el uso de monederos electrónicos no está extendido entre la población encuestada. El uso de WhatsApp como herramienta de negocio es destacable, especialmente entre personas con educación universitaria.¹

¹Nota: Es importante tener en cuenta que estos hallazgos se basan en los datos proporcionados y pueden estar sujetos a limitaciones o sesgos de la muestra

Inclusión Financiera




El segundo bloque del cuestionario que fue aplicado a los participantes tenía como objetivo principal analizar la inclusión financiera de las personas y diversos aspectos relacionados como el acceso a créditos formales e informales, el objetivo de dichos créditos y la tenencia de cuentas de ahorro. A continuación, se exponen los hallazgos más relevantes:

La mayoría de las personas encuestadas afirmaron poseer créditos en instituciones formales. Los datos muestran que el porcentaje de personas con créditos es del 59,0%.

Como se observa en la tabla 4 respecto a la tenencia de deuda, encontramos que el nivel educativo secundaria completa tiene el mayor porcentaje de personas con crédito formal y crédito en comercios. El sexo femenino tiene un mayor porcentaje de personas con crédito formal en comparación con el sexo masculino. Las personas con situación laboral ocupada tienen un mayor porcentaje de personas con crédito formal en comparación con las personas inactivas y desempleadas.

Tabla 4: Tenencia de crédito formal, según nivel educativo, sexo y situación laboral, 2022 (porcentajes)

Crédito Formal




 Nivel Educativo	 Sexo	 Situación Laboral
Primaria o menos	Femenino	Ocupado
55,8	61,0	61,0
Secundaria incompleta	Masculino	Inactivo
54,5	48,6	48,6
Secundaria completa	Otro	Desempleado
62,4	50,0	50,0
Educación técnica		
60,0		
Universidad		
56,3		

Al indagar sobre el **monto inicial del crédito**, los resultados revelan que la distribución varía según la institución. En general, la mayoría de los créditos se encuentra en el rango de "De 5 000 a menos de 10 000 pesos mexicanos" (US\$290 a US\$590 dólares aproximadamente) y "De \$10.000 a menos de 20.000 pesos mexicanos" (US\$590 a US\$1.180 dólares aproximadamente).

Se consultó a los encuestados sobre el **tipo y objetivo de sus créditos**. Los resultados muestran diferencias importantes entre las instituciones, asumiendo que es por el tipo de productos que ofrecen. En Afirme y TeCreemos, la mayoría de los clientes poseen créditos de tipo productivo, mientras que en Libertad prevalecen los créditos destinados a consumo.

En general, en cuanto al uso del crédito, el 83% de los entrevistados indican poseer créditos productivos y el 17% créditos de consumo. El 72% indicaron que la modalidad del crédito es grupal y el 28% indicaron tener créditos individuales como se puede observar en la Tabla 5.

Tabla 5: Tenencia de crédito individual o grupal según institución, 2022 (porcentajes)




Institución	Tipo de crédito	
	INDIVIDUAL	GRUPAL
Total	28.0	72.0
 AFIRME	8.8	91.2
 LIBERTAD Servicios Financieros	97.1	2.9
 Te Creemos Financiera Popular	47.3	52.7

Además de los créditos en instituciones formales, se investigó la tenencia de **créditos más informales**, como los obtenidos en tiendas o con prestamistas. Los datos revelan que los créditos en comercios representan un 19,5%, duplicando casi los créditos con prestamistas.

Dentro de los hallazgos más importantes destaca un alto porcentaje de personas que no poseen una **cuenta de ahorro**. En general, el 87,0% de los encuestados declaró no tener una cuenta de este tipo, siendo los porcentajes similares en las tres instituciones evaluadas.

Al analizar la **tenencia de cuenta de ahorro según variables sociodemográficas**, como podemos observar en la Tabla 6, el porcentaje de personas sin cuenta de ahorro disminuye a medida que se incrementa el nivel educativo. Además, no se aprecian diferencias importantes entre los géneros. En cuanto a la situación laboral, los ocupados presentan un porcentaje ligeramente mayor de tenencia de cuenta de ahorro en comparación con los desempleados e inactivos.

Tabla 6: Tenencia de cuenta de ahorro según nivel educativo, sexo y situación laboral 2022 (porcentajes)

 Nivel Educativo	Tenencia de cuenta de ahorro	
	No tiene	Si tiene
Primaria o menos	92,1	7,9
Secundaria incompleta	89,3	10,7
Secundaria completa	89,0	11,0
Educación técnica	85,7	14,3
Universidad	78,4	21,6
 Sexo		
Femenino	86,8	13,2
Masculino	88,1	11,9
Otro	85,7	14,3
 Situación Laboral		
Ocupado	86,0	14,0
Inactivo	90,2	9,8
Desemplead	93,9	6,1

Género

La inclusión financiera de las mujeres se ha convertido en una prioridad global, ya que se ha demostrado que está relacionada con el crecimiento económico de los países al eliminar barreras estructurales en el sistema financiero. Según datos recopilados por la organización México Cómo Vamos, basada en información del ENIF-INEGI, para 2021 la brecha en el acceso a productos financieros formales se agudizó. En 2021, la proporción de hombres con acceso al sistema financiero formal aumentó de 71.8% en 2018 a 74.3%, mientras que para las mujeres esta proporción disminuyó de 65.2% a 61.9%. (Cruz, 2023)

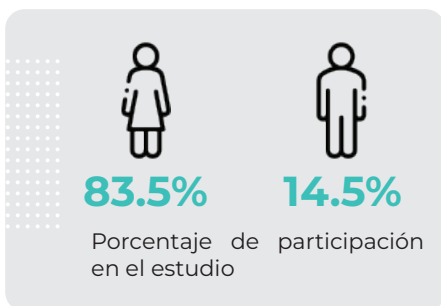
Según datos de una encuesta realizada por la CAF, en algunos países de América Latina, las mujeres representan un segmento potencialmente leal y de menor riesgo para las instituciones financieras. Sin embargo, es importante destacar que las mujeres que utilizan servicios financieros expresan insatisfacción, lo que enfatiza la necesidad de diseñar productos financieros con enfoque de género para cerrar las brechas de inclusión financiera y satisfacer sus necesidades específicas. (Auricchio, Lara , Mejía, Remicio, & Valdez, 2022)

El empoderamiento financiero de las mujeres y la igualdad en capacidades tecnológicas se han vuelto aún más importantes debido a la crisis provocada por la pandemia de COVID-19. Las mujeres han sido especialmente afectadas por esta crisis debido a su mayor participación en el mercado laboral informal como se pudo observar en los datos de esta investigación, y en sectores que han sufrido un impacto significativo, como el de servicios y cuidado. Por lo tanto, la promoción de la inclusión financiera y digital de las mujeres se vuelve fundamental para abordar las desigualdades de género y brindar oportunidades equitativas en el ámbito económico.

La inclusión digital también desempeña un papel crucial en la promoción de la inclusión financiera de las mujeres. La brecha digital de género se refiere a la disparidad en el acceso y uso de la tecnología digital entre hombres y mujeres. Para cerrar esta brecha, es fundamental garantizar el acceso a servicios financieros digitales y educación financiera y digital en entornos accesibles y amigables para las mujeres. Según el informe de CAF, la inclusión digital permite a las mujeres acceder a servicios financieros de manera más conveniente, ahorrar tiempo y dinero, y participar activamente en la economía digital. (Auricchio, Lara , Mejía, Remicio, & Valdez, 2022)

Hallazgos principales del estudio desde una perspectiva de género

El 83.5% de las personas que participaron en la encuesta sobre capacidades tecnológicas en la base de la pirámide fueron mujeres clientes de tres instituciones microfinancieras en México. A continuación, detallamos algunas de las características demográficas relevantes y los principales hallazgos de la investigación desde una perspectiva de género.

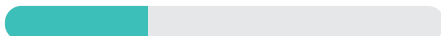


En cuanto a la edad, se observa que 30.9% se encuentra en el rango de 18 a 34 años, el 43.7% está en el rango de 35 a 49 años, el 21.1% pertenece al grupo de 50 a 64 años y un 4.4% tiene más de 65 años.

Respecto al nivel educativo, se destaca que el 18.8% tiene educación primaria o menos, el 8.6% tiene secundaria incompleta, el 31.5% ha completado la educación secundaria, el 28.9% cuenta con educación técnica y un 13.1% tiene estudios universitarios.

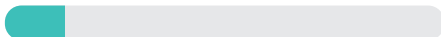
Respecto a la situación laboral, el 77.6% de las mujeres encuestadas están ocupadas, lo que incluye a aquellas que trabajan, trabajan y estudian. El 19.2% se encuentran inactivas, y un 3.2% está desempleadas.

33.2%



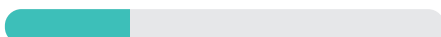
Mujeres son empleadas

18.8%

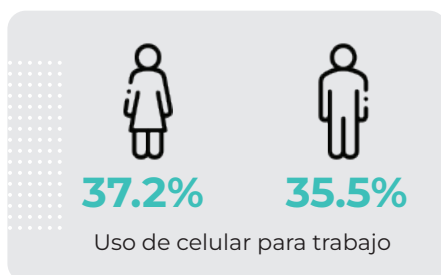


Trabajadoras independientes

27%



Mujeres realizan trabajos informales



Uso de celular para trabajo

En cuanto a la modalidad de empleo, se observa que el 33.2% de las mujeres son empleadas, el 18.8% son trabajadoras independientes, el 27% realiza trabajos informales, y un 21.0% se identifica como emprendedoras o empresarias.

Respecto al sector en el que trabajan, se destaca que el 34.1% de las mujeres labora en el sector informal, seguido por el 27.2% que trabaja en el sector de servicios. Por otro lado, el sector agrícola presenta el porcentaje más bajo, con un 1.8%.

Estos datos brindan una perspectiva sobre la distribución de las mujeres en el ámbito laboral en México, destacando la presencia significativa en el sector informal y la importancia de impulsar el emprendimiento femenino y la participación otros sectores.

Analizando la información recopilada desde una perspectiva de género, se pueden observar algunas tendencias y disparidades en aspectos como el último cambio de celular, uso del celular para diferentes actividades, tenencia de dispositivos electrónicos y tenencia de deuda, considerando variables como el nivel educativo, el género y la situación laboral. A continuación, se destacan algunos puntos relevantes:

Cambio de celular: Las mujeres y los hombres muestran patrones de cambio de celular bastante similares. Un 23,0% de las mujeres y un 24,0% de los hombres han cambiado su celular en los últimos tres años o más.

Uso del celular para llamadas telefónicas: Utilizando una escala de "Nada, Poco, algo, mucho" un 44.3% de las mujeres calificó el uso que le da a su teléfono en llamadas telefónicas como "mucho", en comparación con los hombres (33.3%).

Uso del celular para trabajo: Las mujeres tienen un porcentaje ligeramente mayor de uso del celular para trabajo "mucho" en comparación con los hombres (35,5% vs. 37,2%).

Uso del celular para estudio: Las mujeres tienen un mayor porcentaje de uso del celular para estudio "mucho" en comparación con los hombres (17,8% vs. 11,3%). Las personas de otro género tienen un alto porcentaje (33,3%) de uso del celular para estudio "mucho".

Tenencia de dispositivos electrónicos: En general, los hombres muestran porcentajes más altos de tenencia de dispositivos electrónicos en comparación con las mujeres.

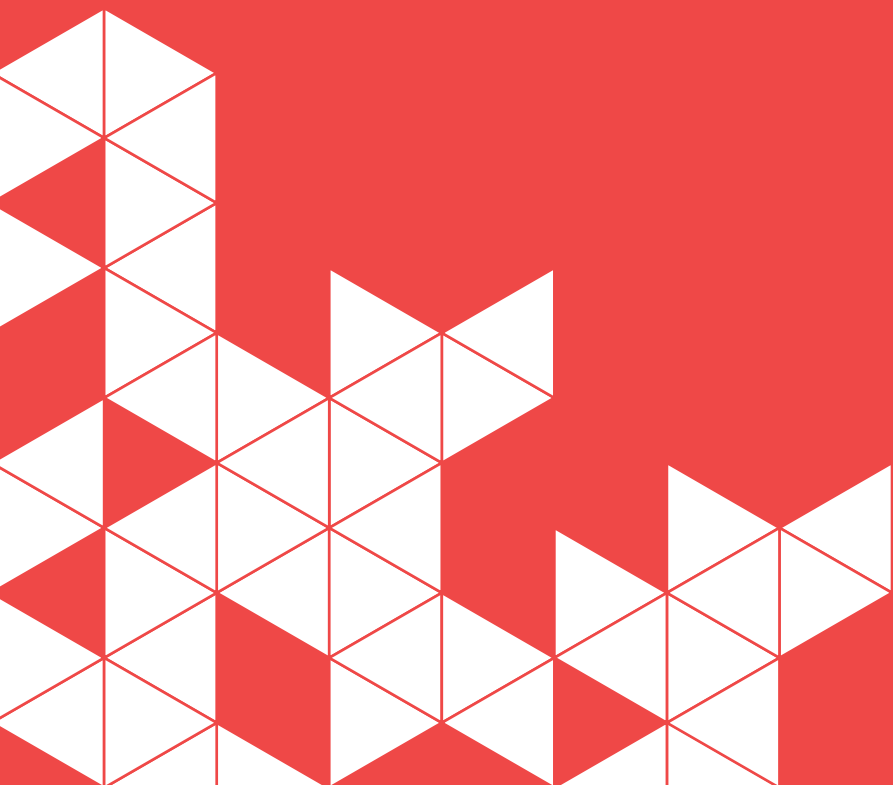
Tenencia de deuda y cuentas de ahorro: Las mujeres presentan porcentajes más altos de tenencia de deuda en comparación con los hombres. En particular, las mujeres tienen porcentajes más altos de tenencia de crédito formal y crédito en comercios. En cuanto a la tenencia de cuentas de ahorro el porcentaje de mujeres que poseen una es ligeramente más bajo.

Estos hallazgos resaltan la importancia seguir abordando las brechas de género en el contexto de inclusión financiera y digital. Los productos, las políticas y los programas deben considerar las necesidades y desafíos específicos de las mujeres, fomentando el acceso equitativo a la tecnología, promoviendo la capacitación en habilidades digitales y financieras. De esta manera, se podrá avanzar hacia una mayor inclusión y equidad en el ámbito financiero y digital en México².



² Es importante tener en cuenta que, debido a que se utilizó una muestra no representativa, los resultados obtenidos solo reflejan las respuestas de las personas entrevistadas y no se pueden generalizar para toda la población.

Oportunidades: 5 jugadas clave para cerrar brechas



A partir de los hallazgos que arrojó esta investigación es necesario priorizar estratégicamente las jugadas que consideramos ayudarán a lograr una mayor inclusión digital y financiera en la base de la pirámide en México, lo cual también deberá contribuir en el cierre de las brechas de género existentes alrededor de ambos temas. A continuación, enlistamos las 5 jugadas claves:

1 Articulación del ecosistema



Una iniciativa clave para el cierre de brechas digitales y financieras en la base de la pirámide es la articulación del ecosistema donde los actores principales trabajen colaborativamente hacia una meta común. Esta iniciativa requiere la participación de instituciones financieras, microfinancieras, proveedores de tecnologías, Fintechs, empresas de telecomunicación, organizaciones de la sociedad civil y entes gubernamentales.

La meta puede ser definida de acuerdo con los Objetivos 8 y 9 de Desarrollo Sostenible de la ONU, que se centran en promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, así como la construcción de infraestructuras resilientes, el fomento de la industrialización inclusiva y sostenible, y el fomento de la innovación.

Es fundamental establecer métricas y compromisos por parte de los actores involucrados para monitorear el avance y el impacto de las iniciativas; esto permitirá evaluar el progreso en el cierre de las brechas digitales y financieras y ajustar las estrategias según sea necesario.

Una de las primeras áreas de enfoque podría ser el desarrollo de infraestructura tecnológica. En muchas regiones remotas, el acceso a Internet confiable y servicios de telefonía móvil es limitado o inexistente. Por lo tanto, es necesario trabajar con gobiernos locales y organizaciones internacionales para mejorar esta infraestructura. Esto implica la construcción de torres de telecomunicaciones, la ampliación de la banda ancha y la mejora de la capacidad y velocidad de Internet. Estas acciones permitirán que más personas tengan acceso a servicios digitales.

La colaboración entre las instituciones microfinancieras, con las Fintech y empresas de tecnología también es fundamental. Estas empresas pueden desarrollar soluciones innovadoras adaptadas a las necesidades

locales, como aplicaciones móviles y plataformas de pago, que faciliten el acceso a servicios financieros. Cabe resaltar que, según la información recopilada en este estudio, **el 87.1% de las personas encuestadas indican que no utilizan medios de pago electrónicos**, siendo esta una gran oportunidad para los actores del ecosistema. El papel de las instituciones microfinancieras es fundamental, dado la penetración de sus servicios y el conocimiento profundo de los clientes a los que sirven.

Para las instituciones financieras existe una oportunidad de proporcionar financiamiento para mejorar la infraestructura tecnológica y colaborar con los gobiernos en la implementación de políticas favorables para la inclusión digital y financiera.

La política gubernamental y la regulación desempeñan un papel crucial. Los gobiernos deben implementar políticas y regulaciones que fomenten la inclusión financiera y digital, iniciativas que promuevan el acceso a productos financieros de calidad, que mejore las condiciones del ecosistema para los diferentes actores como las Fintech, microfinancieras, entre otros.

2 Fomento de una cultura de datos en la industria



La segunda jugada estratégica propuesta para cerrar las brechas digitales y financieras en la base de la pirámide es el fomento de una cultura de datos entre los actores de la industria. En un mundo cada vez más impulsado por los datos, es fundamental que las instituciones financieras, las Fintech, los proveedores de tecnología, las empresas de telecomunicación, las organizaciones de la sociedad civil y los entes gubernamentales reconozcan el valor de los datos y desarrollen competencias en su manejo.

El fomento de una cultura de datos implica promover la recopilación, el análisis y la utilización estratégica de la información para la toma de decisiones informadas. Esta cultura implica la adopción de prácticas que permitan recolectar datos relevantes, asegurar su calidad y privacidad, y utilizar herramientas y técnicas analíticas para extraer conocimientos significativos.

Una cultura de datos sólida puede beneficiar a todos los actores del ecosistema de inclusión financiera y digital. Por ejemplo, las instituciones financieras y las Fintech pueden utilizar los datos para comprender

mejor las necesidades financieras de las personas en la base de la pirámide, y diseñar productos y servicios que se ajusten a sus requerimientos. Esto incluye la identificación de patrones de consumo, la evaluación de la capacidad de pago y la personalización de las ofertas financieras.

Por otro lado, los proveedores de tecnología y las empresas de telecomunicación pueden aprovechar los datos para mejorar la infraestructura tecnológica y optimizar la entrega de servicios digitales en áreas remotas. El análisis de datos puede revelar brechas en la cobertura de servicios, identificar áreas de mejora en la conectividad y ayudar a priorizar las inversiones en infraestructura.

Las organizaciones de la sociedad civil y los entes gubernamentales también pueden beneficiarse de una cultura de datos al utilizar la información para monitorear el progreso de las iniciativas de inclusión financiera y digital, evaluar el impacto de las políticas implementadas y realizar ajustes según sea necesario.

Para fomentar una cultura de datos, es necesario establecer mecanismos de colaboración e intercambio de datos entre los actores del ecosistema. Esto implica establecer estándares y protocolos para el intercambio seguro de información, así como promover la transparencia y la rendición de cuentas en el uso de los datos.

Además, es importante invertir en capacitación y formación en análisis de datos para los actores clave. Esto incluye proporcionar recursos y programas de educación en análisis de datos, estadísticas y visualización de datos, así como fomentar la colaboración y el intercambio de conocimientos entre los profesionales.

Esta cultura permitirá utilizar los datos de manera estratégica para comprender las necesidades y capacidades de las personas, mejorar la infraestructura tecnológica, monitorear el progreso y tomar decisiones informadas que impulsen la inclusión financiera y digital en México.


3 Educación y Capacitación en Alfabetización Digital y Financiera



El acceso a la tecnología y los servicios financieros por sí solos no son suficientes; es igualmente importante capacitar a las personas para que puedan utilizar estas herramientas de manera efectiva y tomar decisiones financieras informadas.

Uno de los hallazgos más relevantes de esta investigación son las diferencias entre los niveles educativos en el uso de los dispositivos, además de las diferencias entre los niveles educativos en los tipos de proveedores financieros al que acceden, como se puede observar en la tabla 7.

Tabla 7: Tenencia de deuda por tipo según nivel educativo, 2022 (porcentajes)

 Nivel Educativo	Tenencia de deuda		
	Crédito formal	Crédito en comercios	Crédito con prestamistas
Primaria o menos	55,8	87,9	11,1
Secundaria incompleta	54,5	85,9	15,9
Secundaria completa	62,4	84,0	9,3
Educación técnica	60,0	76,8	8,8
Universidad	56,3	69,4	9,7

La alfabetización digital implica brindar a las personas los conocimientos y habilidades necesarios para utilizar las tecnologías de la información y comunicación de manera efectiva. Esto incluye aprender a navegar en internet, utilizar aplicaciones y software, proteger la privacidad y la seguridad en línea, y comprender el uso de dispositivos electrónicos. La alfabetización digital es fundamental para que las personas puedan aprovechar al máximo las oportunidades que ofrece el mundo digital.

Por otro lado, la alfabetización financiera implica proporcionar a las personas los conocimientos y habilidades necesarios para comprender los conceptos financieros básicos, como el ahorro, el presupuesto, el manejo del crédito y la inversión. La alfabetización financiera permite a las personas tomar decisiones financieras informadas, evitar el sobreendeudamiento, planificar para el futuro y protegerse contra riesgos financieros.

La educación y capacitación en alfabetización digital y financiera puede implementarse en diferentes formas. Pueden realizarse talleres presenciales, capacitaciones en línea, programas educativos en escuelas y universidades, y campañas de sensibilización en comunidades. Estas iniciativas deben adaptarse a las necesidades y características específicas de la base de la pirámide, utilizando un lenguaje claro y accesible, y teniendo en cuenta la diversidad cultural y lingüística.

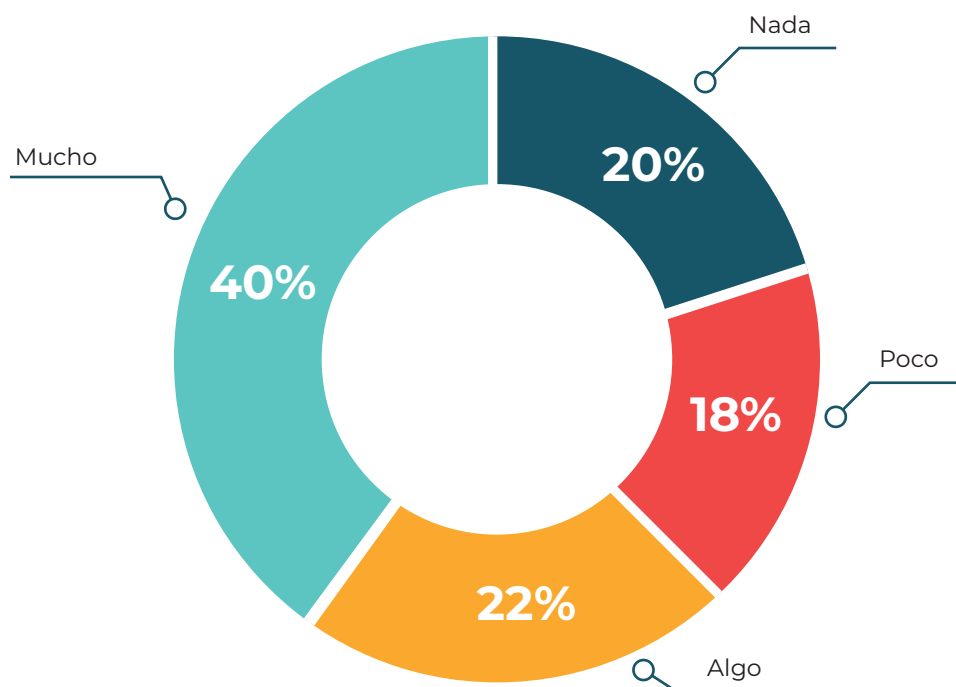
Es importante involucrar a diferentes actores en la implementación de programas de educación y capacitación. Las instituciones financieras, las Fintech, las organizaciones de la sociedad civil, las empresas de tecnología y los gobiernos pueden colaborar para desarrollar materiales educativos, proporcionar recursos y financiamiento, y ofrecer programas de capacitación. Además, es necesario garantizar la participación activa de las comunidades y promover la inclusión de grupos prioritarios, como las mujeres, las personas de bajos ingresos y las comunidades rurales.

La educación y capacitación en alfabetización digital y financiera no solo brinda a las personas las habilidades necesarias para utilizar la tecnología y los servicios financieros, sino que también empodera a las personas al proporcionarles conocimientos y herramientas para tomar decisiones que impacten positivamente en su bienestar económico y social. Además, estas iniciativas contribuyen a reducir la desigualdad y promover una participación más equitativa en la economía digital y el sistema financiero.

Dentro de esta jugada, también es clave tomar en cuenta que una tarea pendiente es promover la transformación digital de los negocios de los clientes de la base de la pirámide. Esta transformación implica adoptar tecnologías digitales y plataformas en los procesos comerciales y financieros de las pequeñas empresas y emprendedores de la base de la pirámide.

Como se puede observar en el gráfico 3, los datos que arrojó el cuestionario aplicado a los clientes muestran un bajo porcentaje de uso de herramientas como WhatsApp para negocio o uso del dispositivo para trabajo.

Gráfico 2: Uso del WhatsApp como herramienta de negocio, 2022 (distribución porcentual)



La transformación digital de los negocios tiene numerosos beneficios y oportunidades. En primer lugar, permite el acceso a nuevas oportunidades comerciales a través de la expansión de los mercados digitales. Esto les brinda la posibilidad de aumentar sus ventas, diversificar sus productos o servicios y crecer de manera sostenible.

Además, facilita el acceso a servicios financieros y el financiamiento. Las plataformas digitales pueden conectar a los emprendedores con instituciones financieras, Fintech y programas de microfinanzas, permitiéndoles acceder a créditos, seguros y otros servicios financieros que antes podrían haber sido inaccesibles.

Otro aspecto clave es el aprovechamiento de los datos generados por las plataformas digitales para evaluar la solvencia crediticia de los clientes de la base de la pirámide. Al recopilar y analizar datos sobre los hábitos de consumo, la reputación comercial y otros indicadores relevantes, las instituciones financieras y las Fintech pueden evaluar de manera más precisa el riesgo crediticio y ofrecer productos financieros adaptados a las necesidades y capacidades de los clientes. También facilita el pago automático y la digitalización de las transacciones financieras. (Moniotte, 2022)

Algunos de los desafíos que presenta esta transformación digital del cliente final incluyen la falta de acceso a internet y dispositivos digitales, la brecha en habilidades digitales y la desigualdad en el acceso a recursos y conocimientos tecnológicos. Es por esta razón que las iniciativas que se enlistaron anteriormente son cruciales para poder avanzar en este ámbito.

4 Inclusión y equidad de género



Aunque la inclusión financiera y digital puede considerarse como un enfoque inclusivo en sí mismo, es fundamental visibilizar y promover específicamente la participación y el empoderamiento de las mujeres, estableciendo objetivos y métricas claras para medir el progreso en este ámbito.

Una de las acciones clave para promover la inclusión digital de las mujeres de la base de la pirámide es a través de la educación digital. Esto implica proporcionar acceso a dispositivos y conectividad asequibles para las mujeres, así como brindar capacitación y programas de alfabetización digital. Es importante reconocer, como pudimos observar en este estudio, que existen brechas de acceso y habilidades digitales entre hombres y mujeres. Abordar estas desigualdades es fundamental para lograr una inclusión y equidad de género efectiva.

Además de la educación digital, es esencial fomentar estrategias de educación financiera específicamente diseñadas para mujeres. Estas estrategias pueden incluir la promoción de una gestión responsable de la deuda, el desarrollo de habilidades financieras y la toma de decisiones informadas en cuanto a la administración de los recursos económicos. La educación financiera empodera a las mujeres al brindarles conocimientos y herramientas necesarias para tomar el control de sus finanzas y promover su autonomía económica.

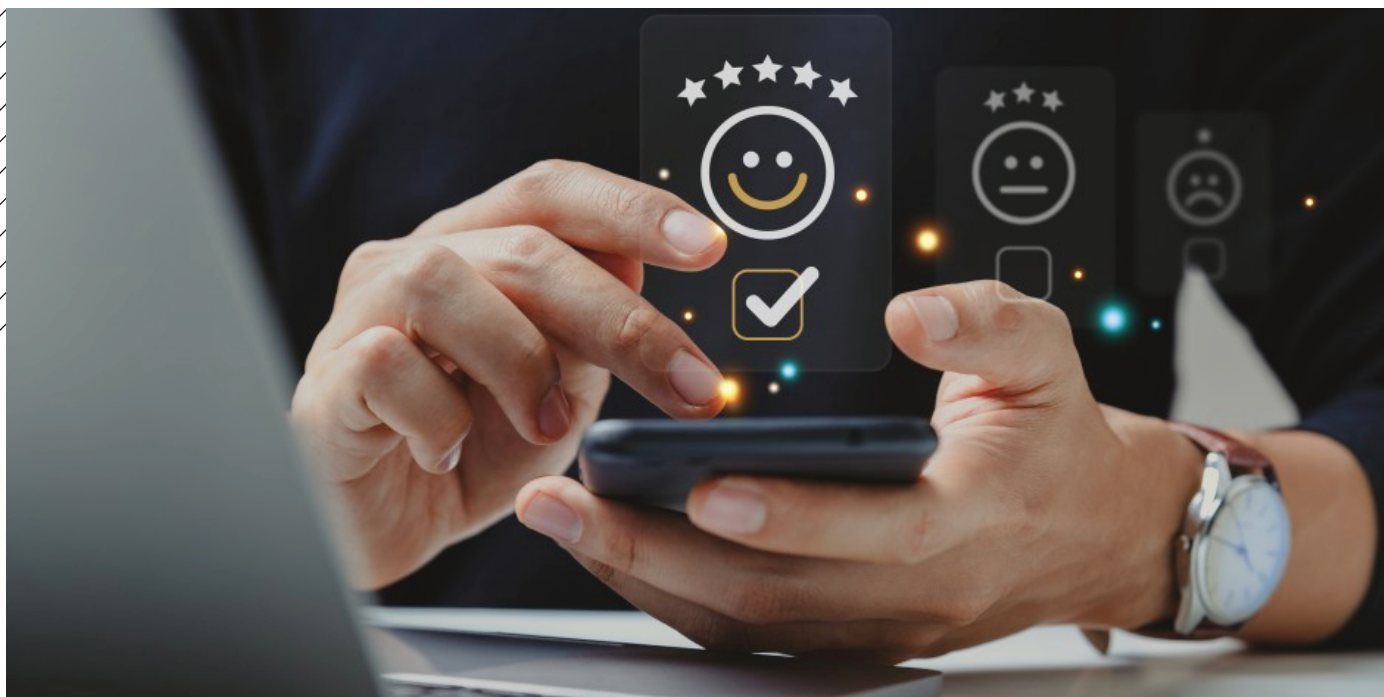
Para impulsar la inclusión y equidad de género, es importante contar con políticas y programas que promuevan la participación activa de las mujeres en el ámbito digital y financiero. Esto implica la colaboración entre diferentes actores, como el gobierno, las instituciones financieras, las organizaciones de la sociedad civil y el sector privado, para establecer políticas inclusivas y programas de apoyo. Estos programas pueden incluir subvenciones o incentivos para la adquisición de dispositivos digitales, capacitaciones específicas para mujeres emprendedoras y el fomento de redes de apoyo y mentoría.

Además, es necesario abordar las barreras culturales y sociales que limitan la participación de las mujeres en el ámbito digital y financiero. Promover la igualdad de oportunidades, eliminar estereotipos de género y fomentar entornos inclusivos que valoren y reconozcan las contribuciones de las mujeres. La sensibili-

zación y la promoción de modelos femeninos en roles de liderazgo en los sectores digital y financiero también son importantes para inspirar y motivar a las mujeres a participar y prosperar en estos campos.

La inclusión y equidad de género deben ser consideradas como una iniciativa clave en el cierre de brechas digitales y financieras en la base de la pirámide. Esto requiere acciones concretas, como las mencionadas anteriormente, las cuales pueden lograr una inclusión financiera y digital más justa y equitativa, permitiendo que las mujeres de la base de la pirámide accedan a oportunidades y mejoren su bienestar económico.

5 Experiencia del cliente



Por último, pero no menos importante, así como sugerimos fomentar una cultura de datos en todos los actores, es fundamental promover una cultura centrada en el cliente que garantice una experiencia fluida, sin fricciones y que tenga un impacto real en la vida de los consumidores y muy importante, sin que ningún cliente se quede atrás.

Para lograr una experiencia de cliente óptima, es necesario comprender y satisfacer las necesidades y expectativas de los usuarios. Esto implica fomentar la cultura de datos, realizar investigaciones y análisis de mercado para identificar las demandas y preferencias de los clientes. Con esta información, las instituciones financieras, las empresas de tecnología y otros actores clave pueden desarrollar productos y servicios adaptados no solo a las necesidades, sino también a las capacidades específicas de estos consumidores.

Además, es importante simplificar y agilizar los procesos de adopción de productos y servicios. Eliminando las barreras y reduciendo la complejidad en los trámites y requisitos necesarios para acceder a servicios financieros y digitales. Por ejemplo, se pueden implementar soluciones tecnológicas intuitivas y de fácil uso, que permitan a los clientes realizar transacciones de manera sencilla y rápida, incluso en áreas con conectividad limitada.

La promoción de una experiencia de cliente óptima también implica brindar un servicio al cliente de calidad. Para esto es importante capacitar a los empleados y proveedores de servicios con el fin de que puedan brindar atención personalizada, resolver dudas y problemas de manera eficiente y generar confianza en los usuarios. La comunicación clara y transparente, así como la disponibilidad de canales de contacto accesibles, también son aspectos clave para asegurar una experiencia satisfactoria.

Asimismo, se pueden aprovechar las tecnologías emergentes, como la inteligencia artificial, para mejorar la experiencia de cliente. Esta herramienta puede ayudar a personalizar los productos y servicios, ofrecer recomendaciones basadas en las necesidades individuales de los clientes y anticipar sus requerimientos.

Lograr una experiencia óptima implica adoptar una cultura centrada en el cliente, comprender sus capacidades, necesidades y expectativas, simplificar los procesos de adopción, brindar un servicio de calidad y utilizar tecnologías para mejorar continuamente la experiencia del cliente con el objetivo de generar un mayor compromiso, confianza y satisfacción entre los consumidores, lo que contribuirá a una inclusión financiera y digital más efectiva y sostenible.

En conclusión, los hallazgos de esta investigación resaltan la importancia de priorizar estratégicamente las cinco jugadas clave para cerrar las brechas digitales y financieras en la base de la pirámide en México. Estas jugadas no solo apuntan a lograr una mayor inclusión digital y financiera, sino que también tienen como objetivo contribuir al cierre de las brechas de género en ambos ámbitos.

La articulación del ecosistema, el fomento de una cultura de datos en la industria, la educación y capacitación en alfabetización digital y financiera, la inclusión y equidad de género, y la experiencia de cliente se posicionan como iniciativas fundamentales para alcanzar una inclusión más amplia y equitativa en el entorno digital y financiero.

Es fundamental también no perder de vista que la aceleración en la transformación digital de las instituciones microfinancieras y financieras podría excluir de alguna manera a las personas que tienen menores o nulas capacidades tecnológicas; es por esta razón que todos los jugadores deben seguir ideando la forma de servir a este tipo de clientes.

Al implementar estas jugadas estratégicas, consideramos, se fortalecerán los cimientos de una sociedad más inclusiva, empoderando a la base de la pirámide y brindándole acceso a oportunidades que les permitan mejorar su calidad de vida y contribuir al desarrollo sostenible del país.

Contribuciones

El presente estudio fue realizado gracias al patrocinio de la empresa Kata Software. Además del apoyo de las instituciones microfinancieras **Afirme Grupo Financiero**, **Libertad Soluciones Financieras** y la institución financiera **TeCreemos**, que se sumaron al esfuerzo de recolectar información para conocer las capacidades tecnológicas reales de las personas de la base de la pirámide en México.



Acercas de Kata Software

Kata Software es la empresa número uno de tecnología financiera en América Latina.

Llevamos más de 11 años acompañando a las entidades financieras más importantes de la región a transformarse digitalmente por medio de nuestras plataformas SaaS.

En Kata Software resolvemos escenarios críticos de negocio en el sector financiero. Tenemos todo para facilitar y acelerar sus procesos con soluciones que generan más clientes en menor tiempo, de forma que su negocio pueda crecer y posicionarse.

Contamos con las plataformas más sólidas y escalables del mercado. Además, estamos presentes en 9 países de América Latina, manejando más de 3 mil operaciones al mes y atendiendo a más de 20 mil usuarios, generando un impacto positivo en la vida de nuestros clientes y usuarios al mejorar su experiencia constantemente.

Asimismo, cumplimos con el marco regulatorio del sector. Nuestras plataformas son auditadas anualmente y somos una de las pocas empresas del sector con certificación ISO 9001 e ISO 27001.



Conectando la Base de la Pirámide
Cerrando brechas para promover la Inclusión Digital y Financiera en México

Kata Software

Referencias

The World Bank Group. (2018). Financial Inclusion Overview. Obtenido de <https://www.worldbank.org/en/topic/financial-inclusion/overview>

The World Bank Group. (2022). Global Findex. Obtenido de <https://www.worldbank.org/en/publication/globalfindex>

Comisión Nacional Bancaria y de Valores. (2021). Encuesta Nacional de Inclusión Financiera. Obtenido de https://www.cnbv.gob.mx/Inclusi%C3%B3n/Anexos%20Inclusin%20Financiera/Reporte_Resultados_ENIF_2021.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2021). Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) 2020. Obtenido de https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/OtrTemEcon/ENDUTIH_2020.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2022). Estadísticas a propósito del Día Mundial del Internet. Obtenido de https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2022/EAP_Internet22.pdf

Cruz, I. J. (7 de Marzo de 2023). México Cómo Vamos . Obtenido de Banca de desarrollo y autonomía financiera de las mujeres en México: <https://mexicocomovamos.mx/animal-politico/2023/03/banca-de-desarrollo-y-autonomia-financiera-de-las-mujeres-en-mexico/>

Auricchio, B., Lara , E., Mejía, D., Remicio, P., & Valdez, M. (2022). Obtenido de https://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1875/Capacidades%20financieras%20de%20las%20mujeres.%20Brechas%20de%20g%E9nero%20en%20las%20encuestas%20de%20capacidades%20financieras%20de%20CAF_Brasil,%20Colombia,%20Ecuador%20y%20Per%FA.pdf?sequence=4

Moniotte, D. (19 de October de 2022). FinDev Gateway. Obtenido de Digital Transformation That Matters: <https://www.findevgateway.org/blog/2022/10/rethinking-msme-financing-its-customers-digital-transformation-matters>



INCLUSIÓN FINANCIERA CONFIABLE

www.kata-software.com



Kata Software

Conectando la Base de la Pirámide

Cerrando brechas para promover la Inclusión Digital y Financiera en México

Gabriela Rojas

Junio 2023

