



Kueski lanza “Dicho y Hecho”, la campaña que convierte los dichos populares en soluciones financieras reales

- En México, un dicho nunca falla: enseña, acompaña y conecta. Bajo esa premisa cultural, Kueski lanzó “Dicho y Hecho”, una campaña que convierte la sabiduría popular en soluciones financieras reales.

Ciudad de México, octubre de 2025. – Con más de 30 millones de préstamos otorgados y 12 años en el mercado mexicano, Kueski presenta “Dicho y Hecho”, una campaña que convierte los dichos populares mexicanos en herramientas financieras. Porque si “al que madruga Dios lo ayuda”, Kueski lo hace todavía más rápido.

Durante años, pedir un préstamo significaba papeles interminables, colas en ventanillas y respuestas que nunca llegaban. Mientras el mundo se volvía digital, el crédito en México se quedó atrapado en el pasado. Pero los mexicanos siempre encuentran la manera de resolver, y ese ingenio es lo que inspira a Kueski a romper con el sistema tradicional: ofreciendo una alternativa rápida, segura y completamente transparente, que hace que cada decisión financiera se sienta más ligera.

Con esa visión nace “Dicho y Hecho”, una campaña que celebra el ingenio mexicano y lo convierte en experiencia financiera. Inspirada en los refranes que forman parte del lenguaje cotidiano, la campaña transforma dichos populares mexicanos en mensajes de acción inmediata. Frases como “El dinero no cae del cielo... pero sí cae en segundos”, “Caras vemos... trabas no ponemos” o “El que ríe con 0% de interés... ríe mejor” encapsulan la propuesta: acceso simple, directo y sin letras chiquitas.

“Queríamos hacer una campaña sin tecnicismos ni promesas vacías. En México, los dichos nos acompañan todos los días, y con “Dicho y Hecho”, estos refranes se vuelven reales: soluciones rápidas para quienes necesitan resolver hoy mismo. Siendo una empresa 100% mexicana que entiende las realidades del país, en Kueski buscamos impulsar la inclusión financiera con productos accesibles, claros y diseñados para quienes históricamente han quedado fuera del sistema”, menciona Lourdes Abarca, Directora de mercadotecnia de Kueski.

En un contexto donde más del 55% de los adultos en México no cuenta con un producto financiero formal, y 4 de cada 10 personas enfrentaron una emergencia sin poder cubrirla, de acuerdo con la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera 2022, Kueski se presenta como una alternativa viable frente a soluciones informales como las tandas o préstamos entre conocidos.

Con la certificación de Hecho en México y más de una década construyendo marca en el sector financiero, Kueski ha consolidado una estrategia cercana, digital y centrada en el usuario. Ese compromiso con la inclusión y la transparencia ha sido reconocido por la Asociación AMITAI, que reconoció a Kueski como la empresa financiera más ética en el país.

“Porque en México, los dichos son más que palabras: son sabiduría popular. Con *Dicho y Hecho*, esa sabiduría se vuelve acción, y Kueski reafirma su compromiso de seguir construyendo un

sistema financiero hecho en México, para los mexicanos”, comentó Lourdes Abarca, directora de mercadotecnia de Kueski.

Acerca de Kueski

Kueski es la plataforma líder de compra ahora, paga después (BNPL) y crédito al consumidor en línea en América Latina, conocida por sus servicios financieros innovadores. Su producto estrella, Kueski Pay, permite a los clientes realizar compras y pagar después, tanto en línea como en tiendas físicas. Además, la empresa ofrece préstamos en línea mediante su producto Kueski Préstamos Personales. Aplicando inteligencia artificial, Kueski mejora el acceso a servicios financieros a gran escala. Hasta la fecha, ha emitido más de 30 millones de préstamos en México, beneficiando a individuos y emprendedores. Actualmente, 33% de los principales comercios electrónicos en México ofrecen Kueski Pay como método de pago. Además, Kueski se destaca por su excelencia en producto con una calificación de 10 y una valoración de 5 estrellas en la CONDUSEF. Para más información, visita: <https://www.kueski.com>