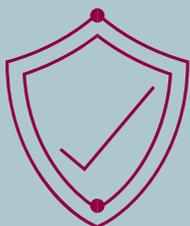


FINANZAS DIGITALES

LA EXPERIENCIA DEL CONSUMIDOR EN 2024

Febrero de 2024



**CONSUMERS
INTERNATIONAL**

COMING TOGETHER
FOR CHANGE

AGRADECIMIENTOS

El informe del índice “Finanzas digitales: la experiencia del consumidor en 2023” se desarrolló a través de un esfuerzo colaborativo liderado por Consumers International con el apoyo del Centro de Regulación Financiera e Inclusión (Centre for Financial Regulation and Inclusion, CENFRI). Estamos enormemente agradecidos a quienes han apoyado este informe.

Financiado del programa

El Acelerador de Finanzas Digitales Justas es financiado por la Fundación Bill y Melinda Gates, con apoyo del Grupo Consultivo de Ayuda a la Población Más Pobre (Consultative Group to Assist the Poor, CGAP).

Socio Fundador

El CGAP proporcionó orientación, información y apoyo durante la confección del informe. Sus conocimientos especializados y experiencia han sido fundamentales para garantizar el éxito del informe. Expresamos nuestro agradecimiento al equipo del Fondo de las Naciones Unidas para el Desarrollo del Capital (FNUDC) sobre políticas y regulación para ecosistemas digitales inclusivos, a la Asociación GSM (GSMA) y a la Autoridad de Conducta del Sector Financiero de Sudáfrica por sus aportes y apoyo. Sus contribuciones garantizaron la exactitud, la pertinencia y dieron forma al informe.

Miembros de la Red del Acelerador de Finanzas Digitales Justas de Consumers International

Nuestro agradecimiento a los miembros de Consumers International: la Red para la Protección al Consumidor (theNetwork), Tec-Check Organización de Consumidores en Línea A.C. (México) y Consumers Lebanon que contribuyeron con su tiempo y experiencia a los casos de estudio de este estudio. Un agradecimiento especial a los miembros de Consumers International que participaron en la encuesta de referencia del Acelerador de Finanzas Digitales Justas y a los miembros de la Red del Acelerador de Finanzas Digitales Justas que proporcionaron información durante el año:

Unión Argelina de Consumidores

“ANNA” Asociación Nacional de Consumidores

ADDC-Wadata

ADECOR - ASSOCIAÇÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

ADELCO -Acción del Consumidor-

Unión Africana de Consumidores

Asociación Peruana de Consumidores y

Usuarios (ASPEC)

Associação para Defesa do Consumidor -

ADECO Association Burundaise des

consommateurs association des

Consommateurs de l'île Maurice-ACIM

Association pour la Défense de l'environnement et des Consommateurs (ADEC)

Benin Santé et Survie. du Consommateur

Grupo de Acción Cívica y Consumidores Ciudadanos (CAG)

Organización de Concientización del Consumidor

Centro del Consumidor (CONSENT)

Consejo de Consumidores de Fiji

Consejo de Consumidores de Zimbabue

Consumer Eye Nepal

Asociación de Protección al Consumidor de Gambia

Consumer Voice

Asociación de Consumidores de Bangladesh (CAB)	Lembaga Konsumen Yogyakarta (Instituto de Consumidores de Yogyakarta)
Asociación de Consumidores de Penang	Liga de Defensa de los Consumidores de Nicaragua LIDECONIC
Asociación de Consumidores de Penang (CAP)	Mumbai Grahak Panchayat (MGP)
Consumers Korea	Unión de Consumidores de Birmania
Consumers Lebanon	REDECOMA (Regroupement pour la Défense des Consommateurs du Mali)
Unión de Consumidores de Tayikistán	Organización de Protección de los Derechos de los Consumidores de Ruanda (ADECOR)
CUTS International	Sociedad Sudanesa de Protección de los Consumidores
Asociación de Protección al Consumidor de Timor Oriental- TANE Konsumidor	Sociedad de Defensa del Consumidor de Tanzania
FAC-CIVAIC	Sociedad de Defensa del Consumidor TheNetwork de Pakistán
Fédération Nationale des Associations du Consommateur-FNAC	Tribuna Ecuatoriana de Consumidores y Usuarios
Federación de Asociaciones de Consumidores de Malasia (FOMCA)	Vía Orgánica
IDEC (Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor)	Asociación de Normas y Calidad de Vietnam - VINASTAQ (VINASTAS)
Organización de Consumidores de Indonesia	Asociación de Yemen para la Protección del Consumidor Red de Educación Juvenil
Confederación Internacional de Sociedades de Consumidores (KONFOP)	
Organización de Consumidores de Kenia Laban Konsyumer Inc.	

Panel Asesor del Acelerador de Finanzas Digitales Justas 2023

Estamos agradecidos con las siguientes personas del Panel Asesor del Acelerador de Finanzas Digitales Justas 2022 por su orientación sobre la dirección estratégica a largo plazo del Acelerador y voces líderes para la defensa de los consumidores y la protección de todos los consumidores, garantizando que la defensa de los consumidores permanezca a la vanguardia del liderazgo intelectual:

Panel asesor del Acelerador 2023

Anna Wallace, Oficial Senior de Programas, Protección al Consumidor y RegTech, Fundación Bill y Melinda Gates

Ashley Onyango, Jefa de Inclusión Financiera y AgriTech, Móvil para el Desarrollo, GSMA

Deon Woods Bell, Asesor Senior, Política Global, Fundación Bill y Melinda Gates

Eric Duflos, Líder de Protección al Consumidor, Especialista Senior en Sector Financiero, CGAP

Juan Carlos Izaguirre, Especialista Senior Sector Financiero, CGAP

Maria Lúcia Leitão, Jefa de Conducta Bancaria
Departamento de Supervisión, Banco Central de
Portugal (Banco de Portugal)

Myra Valenzuela, Especialista del Sector
Financiero, CGAP

Njuguna Ndung'u, Secretario del Gabinete,
Tesoro Nacional y Planificación Económica.

Rosemary Shumirayi Chikarakara Mpofu,
Directora Ejecutiva del Consejo de
Consumidores de Zimbabue

Tamara Cook, Directora Ejecutiva de
Profundización del Sector Financiero, Kenia

Tidhar Wald, Director General Adjunto, Better
Than Cash Alliance

Youkyung Huh, Director de Asuntos Digitales y
Financieros , Consumers Korea

Partes interesadas del Acelerador de Finanzas Digitales Justas 2023

Extendemos un gran agradecimiento a las principales partes interesadas de los Aceleradores de Finanzas Digitales Justas a continuación, quienes aportaron sus conocimientos especializados, aprendizajes, perspectivas, conexiones, tiempo y plataformas para el diálogo entre varias partes interesadas, y colaboraron con el Acelerador para impulsar su visión de las finanzas digitales justas, seguras y sostenibles en el transcurso de 2023:

Partes Interesadas de 2023

Alianza Global para la Asistencia Legal (GALA)

Centro para la Inclusión Financiera - Accion

Centro de Regulación e Inclusión Financiera
(CENFRI)

Deutsche Gesellschaft für Internationale
Zusammenarbeit (GIZ)

Iniciativa de Finanzas Justas

Organización para la Protección del Consumidor
Financiero (FinCoNet)

Autoridad de Conducta del Sector Financiero de
Sudáfrica - Kershia Singh - Jefa del
Departamento de Apoyo a las Políticas

Profundización del Sector Financiero – Kenia

CGAP

GSMA

Banco Nacional de Ruanda - Frank Kajunju-
Gerente de Conducta y Conducta del Sector
Financiero

Organización para la Cooperación y el Desarrollo
Económicos (OCDE)

Superintendencia de Industria y Comercio de
Colombia (SIC)

Fondo de las Naciones Unidas para el Desarrollo
del Capital (UNCDF)

Equipo del Acelerador de Finanzas Digitales Justas

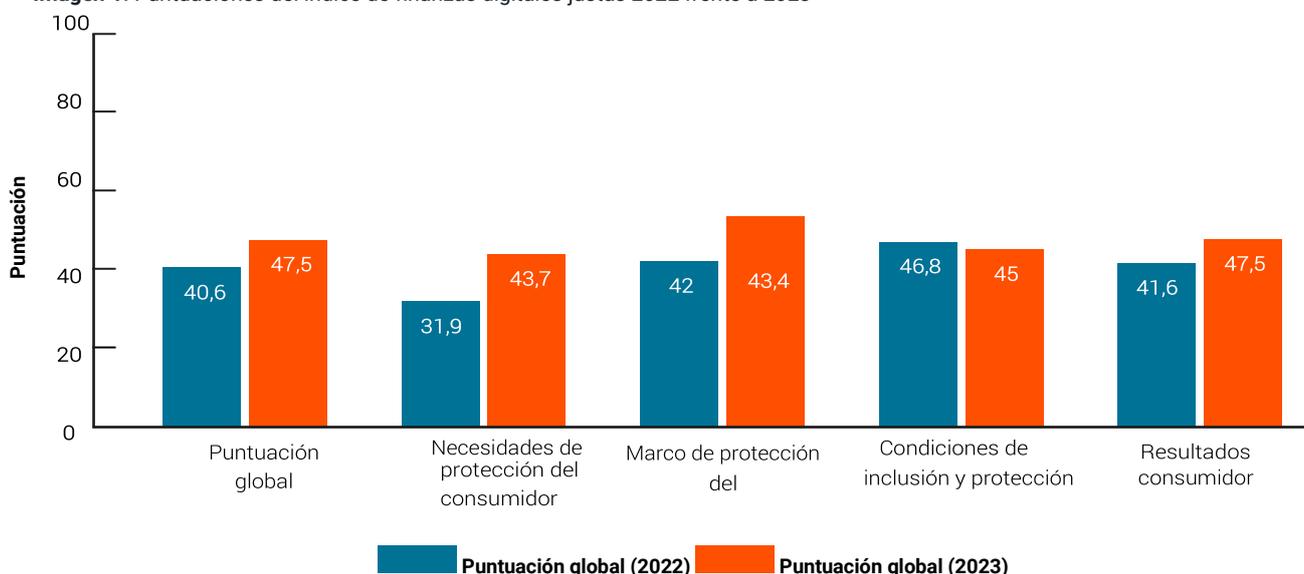
Agradecemos al personal de Consumers International, cuyas contribuciones a este trabajo han sido inmensamente valiosas. Debemos agradecer especialmente a la Directora General de Consumers International, Helena Leurent, quien, a pesar de su apretada agenda, dedicó tiempo a contribuir al desarrollo del proyecto y cuyas ideas finalmente dieron forma al informe. Gracias a Grace Ramsay y Charlotte Broyd, por su minuciosa planificación y gestión de las comunicaciones y los mensajes. Finalmente, un profundo agradecimiento al equipo central de FDFA por su arduo trabajo y perseverancia a lo largo del proyecto. Gracias al Dr. Assad Umar por liderar el proyecto y proporcionar liderazgo intelectual y opiniones expertas, a Sheila Senfuma por proporcionar liderazgo estratégico, a Sonia Charak por el apoyo en el desarrollo de ideas y a Bob Oganga por brindar apoyo general al proyecto.

RESUMEN EJECUTIVO

Capturando la voz del consumidor. El consumidor se sitúa en el centro de la protección de los consumidores, pero en países de ingresos bajos y medios, los consumidores a menudo carecen de representación en las decisiones regulatorias del sector financiero. Este informe presenta un índice de finanzas digitales justas derivado de la perspectiva del consumidor. Se basa en las conclusiones de la segunda encuesta anual de finanzas digitales justas de Consumers International, administrada a los miembros del Acelerador de Finanzas Digitales Justas, complementada con datos secundarios. El informe se distingue en el diálogo sobre la protección e inclusión de los consumidores financieros al medir directamente el punto de vista de los consumidores (representado por los organismos de consumidores) en un marco amplio de indicadores relevantes para los resultados de los consumidores. Los resultados ayudarán a monitorear el progreso en el tiempo y señalar áreas cruciales para la participación. De esta manera, el índice contribuye a la defensa global de Consumers International por finanzas las digitales justas.

Conclusiones generales: ¿el inicio de una tendencia positiva? El índice abarca cuatro pilares, cada uno de los cuales comprende una serie de elementos: i) las necesidades de protección de los consumidores (riesgos asociados a los servicios financieros digitales y la capacidad de los consumidores para mitigar los riesgos), ii) la situación del marco de protección de los consumidores, incluido el nivel de compromiso de las organizaciones de consumidores, iii) las condiciones para la inclusión y protección en términos de infraestructura de apoyo, la inclusividad de los servicios financieros y nivel de uso, satisfacción y confianza de los usuarios, y iv) los resultados finales que se observan en las vidas de los consumidores. Las conclusiones muestran resultados mixtos en todos los pilares, pero un progreso en el índice en conjunto, con una puntuación general creciente del índice, que pasó de 41 en 2022 a 48 en 2023¹:

Imagen 1: Puntuaciones del índice de finanzas digitales justas 2022 frente a 2023



¿Qué explica el cambio? Un examen más minucioso de las variables más detalladas que subyacen a los resultados del índice muestra algunos avances positivos, pero también margen de mejora:

¹ Si bien este aumento debe interpretarse con cautela dados los cambios en la medición del índice (véase el análisis en la sección 2), sugiere una mejora general en el ecosistema de protección del consumidor financiero.

- **Necesidades de protección: Plena conciencia del riesgo, baja capacidad de respuesta.** Hay un aumento marginal en el pilar de necesidades de protección del consumidor. Este pilar abarca dos elementos: la presencia de riesgos financieros digitales y el grado en que los consumidores están alfabetizados financiera y digitalmente para permitirles gestionar la incidencia de estos riesgos. Aunque existe una ligera reducción en la percepción de riesgos relacionados con la falta de transparencia y tiempo de inactividad de la red, se han mantenido estables o han aumentado otros riesgos significativos, tales como el fraude, la ausencia de mecanismos de reparación adecuados y el uso indebido de datos. Es especialmente preocupante el aumento significativo del riesgo de una reparación insuficiente durante el último año, lo que indica la percepción de la ausencia de canales adecuados, accesibles y eficaces para atender los reclamos de los consumidores. Los sitios web falsos de compras en línea y estafas de phishing sobresalen como los dos principales riesgos de fraude más destacados denunciados por las asociaciones de consumidores, lo que contribuye a las puntuaciones consistentemente altas en riesgos relacionados con el fraude. El aumento general de la puntuación del índice es impulsado por el crecimiento del elemento de educación financiera y digital de los consumidores, lo que representa una perspectiva alcista por parte de las asociaciones de consumidores sobre este aspecto crucial.
- **Marco de protección: Hay progreso en los papeles, pero se necesita más compromiso.** El pilar 2, que evalúa el marco de protección del consumidor, su enfoque en el cliente y el grado en que se consulta a los organismos de consumidores en el marco, muestra una mayor puntuación en el índice. Este pilar se basa en gran medida en los datos de la encuesta de Inclusión Financiera y Protección al Consumidor del Banco Mundial para 2023. Desde la última actualización de esta encuesta en 2017, ha habido un incremento en la proporción de países del Acelerador de Finanzas Digitales Justas que cuentan con marcos específicos de protección del consumidor financiero. También ha habido un incremento en la existencia de mecanismos internos y externos de solución de controversias. Sin embargo, todavía hay brechas. Es de destacar que la mitad de la muestra todavía no cuenta con una ley nacional de protección de datos. Se recaban muchos datos sobre las denuncias, pero a menudo no se publican para su acceso público. Pocos países tienen principios explícitos sobre los resultados de los consumidores como base para el marco. Estas brechas también se recogen en la encuesta de finanzas digitales justas, en la que más de la mitad de los organismos de consumidores indican no estar satisfechos con el estado actual del marco regulatorio. Además, los resultados de la encuesta sobre finanzas digitales justas muestran que hay margen para mejorar el compromiso con los organismos de consumidores. Aunque existen algunas instancias positivas de cooperación, hay motivos de preocupación con respecto al alcance de la participación de los organismos de consumidores en general. En el último año, se ha producido un incremento notable en la proporción de organismos de consumidores que nunca se relacionan con los bancos centrales y otros entes reguladores financieros. Otros lo hacen, pero sin la confianza de que se vaya a actuar en consecuencia con sus aportes. Esta falta de involucramiento implica que la voz colectiva de los consumidores de servicios financieros digitales no se refleja en la formulación de políticas y regulación.
- **Campo de juego: Necesidad de mayor inclusión, mejor experiencia vivida.** El pilar 3 comprende tres elementos: el estado de la infraestructura de apoyo a los servicios financieros digitales, la inclusión de grupos vulnerables y la experiencia vivida por los consumidores en el uso de las finanzas digitales, que a su vez comprende el nivel de uso actual (en contraste al

acceso) de los servicios financieros digitales, así como la satisfacción y la confianza de los clientes. En general, las puntuaciones en todos los elementos son preocupantes desde el punto de vista de las finanzas digitales justas:

- El pilar obtiene una buena puntuación en el subelemento relativo a la infraestructura de servicios financieros digitales, debido a la amplia conectividad de red.
- Sin embargo, la puntuación del pilar se ve reducida por bajas puntuaciones en materia de inclusión de grupos vulnerables. Las personas sin hogar, los refugiados y los desempleados enfrentan importantes barreras para acceder a servicios financieros digitales debido a factores como el acceso limitado a los dispositivos, la mala conectividad y los altos costos.
- Además, la puntuación del pilar se ve reducida por una puntuación relativamente baja en el uso actual de servicios financieros digitales para casos de uso cotidianos, tales como realizar pagos de servicios públicos o ahorrar en una institución financiera. Finalmente, los resultados sobre la experiencia vivida con los servicios financieros digitales, medidos a través de los niveles de confianza percibidos, son decepcionantes. Los tres factores más importantes que impulsan el déficit de confianza son la falta de canales de fácil acceso y eficientes para los reclamos de los consumidores, la mala atención al cliente y la falta de transparencia en tarifas y cargos.
- **Resultados finales de los usuarios: El bienestar financiero, la resiliencia y los resultados justos para los clientes siguen siendo objetivos ambiciosos.** El pilar 4 comprende los indicadores de salud y bienestar financiero, los resultados justos para los clientes en las finanzas digitales y la sostenibilidad:
 - La salud financiera, medida mediante los datos de Global Findex, sigue obteniendo baja puntuación. Persisten las preocupaciones sobre la posición financiera de los consumidores y la capacidad para cumplir con diversas obligaciones. Los costos médicos son la principal preocupación. Otros factores que generan ansiedad son la insuficiencia de fondos para la vejez, los gastos y las cuentas mensuales y cuotas escolares o gastos de educación en general. Además, una proporción significativa de consumidores de los países índice no podrían obtener financiamiento de emergencia en un plazo de 30 días en caso de una emergencia. En general, estos resultados ponen de manifiesto el precario bienestar económico y la baja resiliencia de muchos consumidores.
 - El índice de este año también incorpora percepciones de resultados justos para el consumidor, basándose en el marco de resultados del cliente de CGAP de seis puntas: idoneidad, elección, voz, equidad y respeto, seguridad y protección, y cumplimiento del propósito del cliente. Muy pocos países informan resultados positivos para todos los consumidores, incluidos los segmentos vulnerables de la sociedad. Todos estos resultados están dentro del poder de ser abordados por prestadores de servicios financieros y reguladores.
 - Por último, los esfuerzos de sostenibilidad aún no están surtiendo efecto. La encuesta de este año incorporó una pregunta sobre iniciativas de finanzas digitales destinadas a crear resiliencia en respuesta al cambio climático: solo se informaron pocos casos.

El consumidor se preocupa por lo que más importa. En general, entonces, el progreso en la puntuación total del índice puede ser engañoso si se analiza de forma aislada. Los resultados del índice destacan brechas en salud financiera, la resiliencia y los resultados justos de los clientes, junto

con malos resultados relacionados con la experiencia vivida y la inclusividad. Estos resultados presentan una llamada de atención para el sector financiero y los entes reguladores: aunque puede haber logros positivos en el desarrollo de infraestructura de los servicios financieros digitales y los marcos de protección del consumidor financiero, los resultados aún no se plasman de manera uniforme en experiencias y resultados positivos para todos los grupos de consumidores.

Necesidad de un cambio de mentalidad hacia resultados del consumidor. Para revertir esta situación se requiere de un esfuerzo concertado entre entes reguladores, prestadores de servicios financieros y organismos de consumidores. Requiere un cambio de mentalidad que se aleje del cumplimiento con casillas de verificación y se adopte una cultura de resultados de los clientes: en la que las quejas se consideren una señal de áreas problemáticas, pero en la que también haya monitoreo de los resultados de los consumidores más allá de las quejas, y en la que se encueste a los propios consumidores sobre sus sentimientos y percepciones². Para ello, es clave el desarrollo de un ecosistema de finanzas digitales responsable que promueva un enfoque holístico de protección de los consumidores financieros más centrado en el cliente, pero también más colaboraciones entre los diferentes actores clave del ecosistema de las finanzas digitales, incluidas las asociaciones de consumidores, los prestadores y los entes reguladores (CGAP, 2022). Además, exige un esfuerzo concertado para desarrollar alfabetización financiera y digital y empoderar a los consumidores como usuarios de servicios financieros digitales. Por último, requiere presionar a los entes reguladores y a los prestadores de servicios financieros para que aprovechen los beneficios de la inclusión financiera a fin de aumentar la resiliencia frente a perturbaciones relacionadas con el clima.

Asumiendo la tarea. Las asociaciones de consumidores desempeñan un papel vital a la hora de impulsar y apoyar este cambio de mentalidad. El Acelerador de Finanzas Digitales Justas, que reúne a asociaciones de consumidores de países de ingresos bajos y medios, desarrolla su capacidad para representar la voz colectiva de los consumidores en finanzas digitales justas y les ayuda a construir puentes constructivos con los entes reguladores y los prestadores de servicios financieros, ha asumido la tarea de respaldar a las asociaciones de consumidores en este papel. En su primer año de operación, el Acelerador ha dado grandes pasos en la preparación de los miembros para llegar a los consumidores y establecer una colaboración con actores de mercado y entes reguladores. Ahora, el enfoque debe cambiar para garantizar resultados tangibles para los consumidores mismos. El Acelerador de Finanzas Digitales Justas está bien posicionado para marcar la diferencia. Hasta la fecha, ha formado a más de 90 organizaciones de defensa del consumidor y sus esfuerzos han llegado a más de 100.000 consumidores mediante iniciativas de concientización y educación. Ha extendido subsidios a ocho organismos de consumidores en siete países para aumentar su trabajo de comprender y actuar sobre las necesidades de los consumidores. Hacia el futuro, el Acelerador de Finanzas Digitales Justas hará crecer aún más su comunidad, aumentará sus compromisos directos con las empresas y documentará más estudios de casos de impacto sobre el terreno.

² El enfoque actual basado en reglas limita la capacidad de las autoridades para rastrear y verificar resultados positivos de los prestadores de servicios financieros para los clientes. Si bien el índice de este año proporcionó una reflexión de alto nivel sobre estos resultados, se necesita un enfoque de medición más coherente y sólido a nivel de cada país.

TABLA DE CONTENIDO

Agradecimientos	i
Resumen ejecutivo.....	v
Tabla de contenidos	9
1. Introducción.....	1
2. Metodología	4
Resultados.....	6
Instantánea de progreso: Ligero aumento en general, pero no donde más importa.....	7
Necesidades de protección: Conciencia aguda del riesgo, baja capacidad de respuesta	9
Marco de protección: Avances sobre el papel, pero se necesita más compromiso.....	16
Campo de juego de inclusión y protección: necesidad de una mayor inclusividad y una mejor experiencia vivida.....	24
Resultados finales para los usuarios: Seguimos esforzándonos por lograr el bienestar financiero, la resiliencia y resultados justos para los clientes.	30
4. Conclusión.....	335
Lista de referencias.....	38
Apéndice A: Comparación entre los índices de finanzas digitales justas de 2022 y 2023.....	40
Apéndice B: Metodología del índice y estructura de la muestra	42
Apéndice C: Listas de indicadores y variables de datos.....	52
Apéndice D: Puntuación del indicador por elemento	55

Lista de tablas

Tabla 1: Cluster de países miembro del Acelerador de Finanzas Digitales Justas país por región y grupo de resultados de la encuesta	5
Tabla 2: Fuentes de datos y número de variables incluidas en el índice FCP por elemento de índice	36
Tabla 3: Comparación entre las preguntas de la encuesta Acelerador de Finanzas Digitales Justas en 2022 y 2023.....	37
Tabla 4: Resumen de la muestra de países	41
Tabla 5: Número de valores faltantes por país	43
Tabla 6: Desglose de los países por grupos de países	45
Tabla 7: Panorama general de los países de cada grupo	46
Tabla 8: Comparación de países por grupo de países en 2023 y 2022	46
Tabla 9: Lista de indicadores y fuentes en el elemento 1	48
Tabla 10: Lista de indicadores y fuentes del elemento 2	49
Tabla 11: Lista de indicadores y fuentes del elemento 3	49
Tabla 12: Lista de indicadores y fuentes del elemento 4	50
Tabla 13: Lista de indicadores y fuentes del elemento 5	50
Tabla 14: Lista de indicadores y fuentes del elemento 6	51
Tabla 15: Lista de indicadores y fuentes del elemento 7	52
Tabla 16: Lista de indicadores y fuentes del elemento 8	52
Tabla 17: Lista de indicadores y fuentes del elemento 9	53
Tabla 18: Puntuaciones del indicador del elemento 1	55
Tabla 19: Puntuaciones del indicador del elemento 2	55
Tabla 20: Puntuaciones del indicador del elemento 3	56

Tabla 21: Puntuaciones del indicador del elemento 4	56
Tabla 22: Puntuaciones del indicador del elemento 5	57
Tabla 23: Puntuaciones del indicador del elemento 6	57
Tabla 24: Puntuaciones del indicador del elemento 7	58
Tabla 25: Puntuaciones del indicador del elemento 8	58
Tabla 26: Puntuaciones del indicador del elemento 9	59

Lista de figuras

Figura 1: Puntuaciones justas del índice de finanzas digitales 2022 frente a 2023	iv
Figura 2: Marco conceptual: pilares y elementos asociados	2
Figura 3: Puntuaciones del índice de protección al consumidor financiero 2022 frente a 2023	7
Figura 4: Puntuación de los pilares del índice Acelerador de Finanzas Digitales Justas por grupo de países.....	7
Figura 5: Puntuación del pilar del índice de protección del consumidor financiero por región	8
Figura 6: Necesidades de protección de los consumidores por grupo de países.....	9
Figura 7: Necesidades de protección de los consumidores por región.....	10
Figura 8: Marco de riesgo de las finanzas digitales	10
Figura 9: % de organismos de consumidores que perciben estos tipos de riesgo como un reto importante para los consumidores	11
Figura 10: Los principales tipos de riesgo de fraude se consideran un reto importante para los consumidores, como señalan los organismos de consumidores (%).....	13
Figura 11: Confianza de los consumidores en la capacidad de los prestadores de servicios financieros digitales (SFD) para proteger los datos personales de los clientes.....	14
Figura 12: Percepción del cuerpo del consumidor sobre el grado en que la educación digital y financiera es limitada para los consumidores	14
Figura 13: Marco de protección del consumidor financiero (FCP) por grupo de países	16
Figura 14: Marco de protección del consumidor financiero (FCP) por región	17
Figura 15: Situación del marco jurídico de protección del consumidor financiero (FCP) (% de países del índice)	18
Figura 16: Normas para la resolución y tramitación de reclamaciones por parte de los prestadores de servicios financieros (% de países del índice)	18
Figura 17: Satisfacción de los organismos de consumidores con el estado actual de los marcos de protección de consumidores financieros (%)	19
Figura 18: Alcance de las actividades de supervisión del regulador	20
Figura 19: Colaboración con reguladores financieros y prestadores de servicios financieros (PSF)	21
Figura 20: Capacidad para plantear las quejas de los consumidores ante los reguladores financieros y los prestadores de servicios financieros digitales (SFD, por sus siglas en inglés)	22
Figura 21: Campo de juego de inclusión y protección para los servicios financieros digitales (SFD) por grupo de países	24
Figura 22: Ámbito de participación y protección de los servicios financieros digitales (SFD) por región	24
Figura 23: Inclusión de los servicios financieros digitales para los grupos vulnerables según la percepción de los cuerpos de consumidores (%)	25
Figura 24: Uso de los servicios financieros digitales por parte de los consumidores	26
Figura 25: Factores que contribuyen a la falta de confianza según percibida por los organismos de consumidores (%)	27
Figura 26: Resultados finales de los usuarios por grupo de países	28
Figura 27: Resultados finales de los usuarios por región	28
Figura 28: Resultados de los clientes del CGAP	30

Figura 29: Percepción del cuerpo del consumidor sobre los resultados del consumidor 30

Figura 30: Salud financiera y bienestar de los consumidores 31

Lista de cuadros

Cuadro 1: Clasificación de riesgos de las finanzas digitales 11

Cuadro 2: Definición de los resultados del cliente 29

INTRODUCCIÓN

Una visión audaz para el empoderamiento del consumidor. La digitalización de los servicios financieros es un punto de inflexión para la inclusión financiera. Los servicios financieros digitales, tales como las cuentas de dinero móvil, permiten a los usuarios almacenar fondos de forma segura y rentable y transferirlos rápidamente en largas distancias, lo que conduce a un aumento de remesas y consumo nacionales, y a una mayor resiliencia frente a las perturbaciones³ (Jack y Suri, 2014). La tecnología digital también puede aprovechar fuentes de datos alternativas para desbloquear el acceso al crédito y puede hacer que los seguros sean más accesibles para poblaciones remotas. Sin embargo, no basta con que los servicios financieros digitales estén disponibles: para añadir valor de verdad, deben permitir que las personas satisfagan sus necesidades financieras de forma significativa. La visión de Consumers International para las finanzas digitales justas ve un mundo en el que las finanzas habilitadas por la tecnología digital son:

- **Seguras:** Los consumidores obtienen el máximo beneficio de la confianza de que su dinero está seguro. Los consumidores reciben asesoramiento accesible, sencillo y oportuno, y disponen de recursos si algo sale mal.
- **Datos protegidos y privados:** Los consumidores tienen poder real para controlar el acceso y el uso de sus datos, y están protegidos ante el uso indebido y la explotación.
- **Inclusivas:** Los servicios financieros digitales son asequibles y confiables, y de fácil acceso para todos, incluidos los consumidores vulnerables.
- **Sostenibles:** Los servicios financieros digitales impulsan la financiación climática e incorporan consideraciones de impacto ambiental en todas las decisiones.

Comprobación de la realidad. Sin embargo, sigue existiendo una desconexión entre la visión y la realidad sobre el terreno. Como mostró el índice inaugural de finanzas digitales justas de 2022:

- Los servicios financieros digitales conllevan riesgos y vulnerabilidades adicionales, a través de interrupciones del servicio y el riesgo de ciberdelincuencia⁴. Los riesgos y vulnerabilidades se ven acentuados debido a la escasa alfabetización digital y financiera, con un número de países encuestados que carecen de acuerdos institucionales y estructuras de coordinación para promover y coordinar la educación financiera.
- Los marcos regulatorios de protección al consumidor financiero —y la supervisión y el monitoreo de dichos marcos— aún no se centran de manera uniforme en resultados financieros digitales justos para los consumidores, y los organismos de consumidores a menudo no participan directamente ni son consultados en las políticas y la regulación.
- A pesar de los avances en infraestructura de apoyo para los servicios financieros digitales, la inclusividad para grupos vulnerables⁵ y la experiencia vivida con los servicios financieros están rezagadas.

³ Por ejemplo, en Kenia, los usuarios de dinero móvil que experimentaron una perturbación en sus ingresos pudieron recibir dinero de una red social más distribuida geográficamente de familiares y amigos y no tuvieron que reducir el gasto del hogar. En contraste, los no usuarios y usuarios con poco acceso a la red de dinero móvil redujeron sus compras de alimentos y otros artículos entre un 7 % y un 10 %.

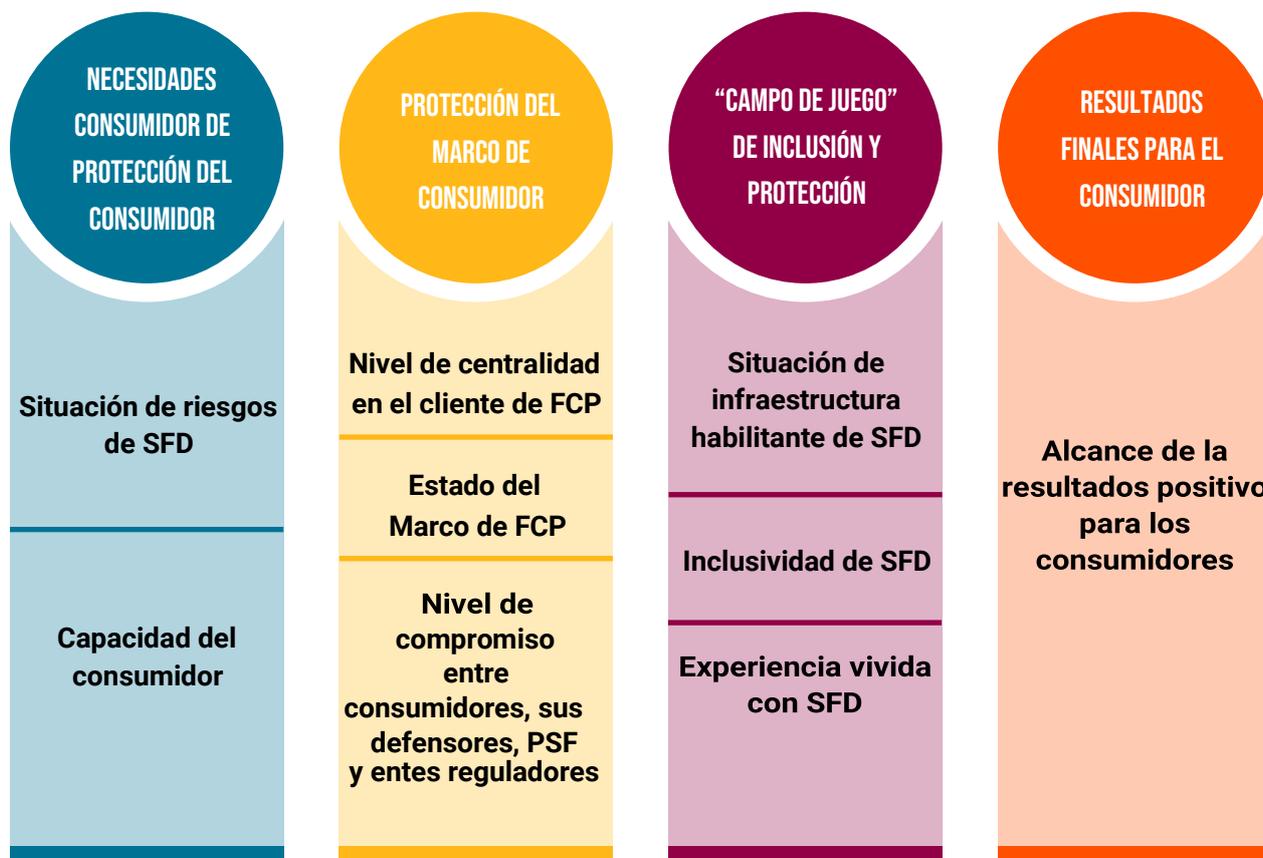
⁴ Por ejemplo, las encuestas nacionales realizadas en Senegal y Costa de Marfil por [el CGAP \(2023\)](#) arrojaron que aproximadamente el 90 % de los consumidores de servicios financieros digitales habían estado expuestos al menos a un riesgo de servicios financieros digitales durante el período de 12 meses anterior y entre el 30 % y el 40 % de consumidores habían perdido dinero debido a fraude en servicios financieros digitales en ambos países.

⁵ Los grupos vulnerables son poblaciones dentro de los países estudiados cuyas características específicas los ponen en mayor riesgo de ser excluidos de los servicios financieros digitales (INEE, 2024). Esta encuesta de finanzas digitales justas de Consumers International destacó a las personas con discapacidad, las personas mayores, las personas sin hogar, las personas desempleadas, las mujeres y las personas LGBTQI+ como grupos vulnerables.

Como resultado, el bienestar financiero se ve afectado y la resiliencia a perturbaciones sigue siendo baja. Esta situación es especialmente preocupante ante el **cambio climático** y el posible impacto de las perturbaciones relacionadas con los ingresos.

Pilares de las finanzas digitales justas desde la perspectiva del consumidor. El Acelerador de Finanzas Digitales Justas es una red de miembros de Consumers International con ideas afines creada para influir de manera eficaz en aquellos que pueden abordar este desafío. Lograr la visión de las finanzas digitales justas requiere que se unan una combinación de factores para, en última instancia, plasmarse en resultados financieros digitales justos para los consumidores. Es este marco, presentado en nueve elementos mediante cuatro pilares, el que rastrea el Índice de Finanzas Digitales Justas⁶:

Figura 2: Marco conceptual: pilares y elementos asociados
Fuente: *Elaboración propia*



Contando la historia de las finanzas digitales desde el punto de vista del consumidor. El marco de cuatro pilares ayuda a responder cuatro preguntas clave, cada una de las cuales comprende una serie de ángulos o elementos, que en conjunto esbozan una visión de las finanzas digitales centrada en el consumidor:

- **Necesidades de protección del consumidor:** *¿Por qué existe una necesidad inherente de protección del consumidor financiero?* El punto de partida son los **riesgos** a los que los consumidores son vulnerables en los servicios financieros digitales, y la medida en que los consumidores están **empoderados** para gestionar o protegerse contra estos riesgos. En un país

⁶ Este marco constituye la base conceptual del Índice de Finanzas Digitales Justas. Se desarrolló para abarcar elementos de interés para el Acelerador de Finanzas Digitales Justas y sus miembros, y para tener en cuenta los elementos y principios de la protección del consumidor financiero en la literatura mundial, en particular los [principios de alto nivel del G20 sobre la protección del consumidor financiero](#). Estos principios incluyen disposiciones sobre el papel de los órganos de supervisión, el trato equitativo y justo de los consumidores, la divulgación y la transparencia, y la protección de los datos y la privacidad de los consumidores.

con altos riesgos y baja educación financiera, existe un claro imperativo de protección del consumidor financiero.

- **Marco de protección del consumidor:** *¿Qué marcos existen para hacer efectiva esta necesidad de protección?* Todos los países tienen alguna forma de protección del consumidor, pero ¿qué tan arraigada está la protección del consumidor financiero en las estructuras institucionales, y hace referencia a los elementos clave de la visión de finanzas digitales justas de Consumers International, como la protección de datos y la sostenibilidad? Además de considerar la **integridad** del marco regulatorio básico de protección del consumidor financiero, es importante considerar específicamente si el marco está configurado de una manera **centrada en el consumidor**. ¿Se basa en principios formulados para obtener resultados financieros digitales justos para los consumidores?⁷ Y lo más importante, ¿existe **compromiso**⁸ entre los consumidores, sus defensores, los prestadores de servicios financieros y los entes reguladores en la definición del contenido de los marcos de protección del consumidor financiero?
- **"Campo de juego" de inclusión y protección:** *¿Cómo se desarrolla el marco de protección en la práctica?* ¿Están los servicios financieros "funcionando" para los consumidores? ¿Existe la **infraestructura necesaria** para permitir un acceso generalizado y asequible para todos? ¿Es **inclusiva** la forma en que se adoptan y utilizan en la práctica los servicios financieros digitales, también para los grupos marginados? Además, algo importante, ¿cuál es la **experiencia vivida** por los consumidores con dichos servicios? ¿Confían en que los prestadores actúen en su mejor interés y en la seguridad de los sistemas, o se sienten frustrados por las interrupciones del servicio o las prácticas opacas?
- **Resultados finales para el consumidor:** *¿Los servicios financieros digitales marcan la diferencia en la vida de los consumidores?* En última instancia, si los consumidores no obtienen beneficios que les ayuden a mejorar su **salud financiera** y su **resiliencia**, no se cumple el propósito de los servicios financieros para los consumidores. Este año, el cuarto pilar también incorpora puntuaciones sobre **los resultados del uso de los servicios financieros** medidos desde la perspectiva del consumidor.

Evolución del índice. El Índice de Finanzas Digitales Justas de 2022 hizo un balance del estado de cada uno de los pilares, según los datos disponibles. En 2023, se actualizó la encuesta a los miembros del Acelerador de Finanzas Digitales Justas para seguir más de cerca los elementos y pilares del marco. Junto con los nuevos datos disponibles del Banco Mundial sobre el estado de la inclusión financiera y la protección del consumidor, el presente informe esboza una imagen más matizada de las finanzas digitales justas desde la perspectiva del consumidor. Se han realizado las siguientes actualizaciones:

- **Necesidad de protección del consumidor:** Este año, la encuesta recoge indicadores detallados sobre la prevalencia del fraude, los tipos de riesgos de fraude, el uso indebido de datos, los problemas de transparencia, los mecanismos de recurso inadecuados y los riesgos transversales. Además, la encuesta abarca variables relacionadas con la alfabetización digital y financiera de los consumidores, proporcionando así medidas matizadas directamente de los consumidores y proporcionando una imagen detallada de las necesidades actuales de las finanzas digitales justas.

⁷ Hay que tener en cuenta que toda regulación está, en última instancia, centrada en el consumidor, en el sentido de que tiene como objetivo proteger a los consumidores. El término se utiliza aquí para referirse a la medida en que se incorporan medidas específicas de protección del consumidor y si los principios de resultados del cliente se incluyen en la regulación. Las variables específicas incluidas en este elemento se enumeran en el Apéndice C.

⁸ Dicha participación puede realizarse a través de foros periódicos, como un panel o un comité, o puede ser ad hoc. Algunos miembros del Acelerador de Finanzas Digitales Justas de Consumers International señalan que se reúnen con los reguladores cada cierto tiempo o cuando surgen problemas; otros están representados en comités que los ven tener una interacción más periódica.

- **Marco de protección al consumidor:** Los datos de inclusión financiera y protección del consumidor del Banco Mundial de 2023 ofrecen una visión actualizada de los avances en los marcos de protección del consumidor financiero y una visión más detallada del estado de los marcos jurídicos, los mecanismos de recurso independientes, los sistemas de denuncia, la ciberseguridad, la protección de datos y la mejora de la orientación al cliente. El índice actualizado también refleja los resultados de los esfuerzos del Acelerador de Finanzas Digitales Justas a la fecha, como lo demuestran los compromisos de las asociaciones miembro con los entes reguladores.
- **"Campo de juego" de inclusión y protección:** El índice de 2023 sigue basándose en datos secundarios sobre conectividad de la red, asequibilidad de los datos y penetración de dispositivos móviles como columna vertebral de la infraestructura de servicios financieros digitales. La encuesta actualizada sobre finanzas digitales justas busca activamente información de las asociaciones de consumidores sobre la inclusión de los servicios financieros digitales para los consumidores desfavorecidos. Además, la encuesta actualizada permite un análisis más detallado de las percepciones de la experiencia vivida.
- **Resultados finales para los consumidores:** El último pilar sigue basándose en los datos del Global Findex del Banco Mundial para medir el bienestar financiero y la resiliencia. Este año, la encuesta actualizada también cubre comentarios detallados de las asociaciones de consumidores sobre su percepción de los resultados de las finanzas digitales justas para los consumidores.

METODOLOGÍA

El índice de finanzas digitales justas capta la amplitud del marco conceptual. Se ha establecido para permitir a los países dar seguimiento de su progreso por pilar y elemento a lo largo del tiempo, como base para un diálogo significativo sobre la protección del consumidor financiero *desde la perspectiva del consumidor*⁹.

Encuesta de finanzas digitales justas como ancla. Como se ha señalado, la encuesta de finanzas digitales justas de Consumers International, encuesta en línea realizada con los miembros del Acelerador de Finanzas Digitales Justas de Consumers International en el tercer trimestre de 2023, es la fuente principal del índice. En todos los elementos, el 55 % de las variables se extraen de la encuesta, en comparación con el 42 % del año pasado. En la Tabla 2 y la Tabla 3 del Apéndice A se incluye un desglose de las fuentes variables por cada uno de los elementos relevantes del índice, así como una comparación entre las preguntas formuladas en la encuesta inaugural y actualizada de Consumers International sobre finanzas digitales justas.

Amplificación mediante fuentes secundarias. Si bien la encuesta de finanzas digitales justas de Consumers International captura las percepciones de los organismos de consumidores y, por delegación, la voz del consumidor, el índice garantiza la objetividad al incorporar además datos a nivel de país de la encuesta Global Findex (Banco Mundial, 2022), la encuesta de Inclusión Financiera y Protección del Consumidor del Banco Mundial (2023) y el índice de conectividad móvil de GSMA

⁹ Medido desde la perspectiva de miembros de Consumers International que representan o hablan en nombre de los consumidores. Téngase en cuenta que el estudio no implicó una investigación directa o primaria del consumidor, ya que se utilizan encuestas del lado de la demanda (por ejemplo, Findex) para medir directamente la voz del consumidor.

(2023). En el apéndice C se ofrece una visión completa de los indicadores y las variables de datos utilizados para cada elemento.

Representación de los países de ingresos bajos y medios. Dada la importancia de la encuesta de finanzas digitales justas de Consumers International para el índice, la muestra de países incluidos en el índice también se limita a los encuestados. Comprende 25 países de ingresos bajos y medios repartidos en diversas regiones geográficas, como se muestra en la Tabla 1 más adelante. De tal modo, los resultados son indicativos de tendencias más amplias de los países de ingresos bajos y medios, pero no son definitivos¹⁰.

Metodología de puntuación de índices. Se sigue la misma metodología para la elaboración de la edición 2023 del Índice de Finanzas Digitales Justas que para 2022. De acuerdo con las metodologías establecidas de cálculo del índice de mejores prácticas, el índice es la suma de puntuaciones de cada uno de los cuatro pilares, cada uno desglosado en sus elementos componentes (nueve en total). Aunque las puntuaciones a nivel de pilar se suman en una única puntuación de índice global, la interpretación de los resultados y la información se extrae y describe a nivel de pilar y elemento. Cada elemento comprende uno o más indicadores, que a su vez se componen de subvariables cuando corresponde. La presentación de los resultados de esta manera permite construir una imagen granular de los procesos implicados en garantizar buenos resultados de protección del consumidor financiero. Permite describir los matices de cada elemento subyacente como relevantes en el contexto de un pilar en particular. El enfoque para la construcción del índice, la normalización de las variables y el tratamiento de los valores faltantes se describe en el Apéndice B.

Conglomerados de países. El informe presenta los resultados de los grupos de países en vez de hacerlo a nivel de puntuación de cada país. Esto permite una comparación significativa entre pares sin emitir un juicio sobre ningún país en particular. Para los propósitos del índice, se definieron tres grupos indicativos¹¹ basados en la puntuación global normalizada:

- **Avanzado: puntuación global normalizada superior a 66,67.** Los países avanzados obtienen buenos resultados en varios pilares y elementos y, por lo general, se caracterizan por marcos de protección del consumidor financiero más desarrollados y mejores resultados para los consumidores.
- **En transición: puntuación general normalizada por encima de 33,33 y por debajo de 66,66.** Los países en transición se caracterizan por un desempeño intermedio en los diversos pilares y elementos, pero aún requieren mejoras en áreas tales como resultados de usuarios y necesidades de protección.
- **Emergente: puntuación global normalizada por debajo de 33,32.** Los países emergentes tienen un importante margen para mejorar en todos los ámbitos.

La Tabla 1 que sigue desglosa la distribución de países de la muestra en tres grupos y por regiones. El 20 % de países encuestados pertenecen al grupo avanzado, el 28 % al grupo en transición y el 52 % al grupo emergente.

Tabla 1: País miembro del Acelerador de Finanzas Digitales Justas por región y grupo de resultados de la encuesta.

Fuente: Índice de Finanzas Digitales Justas, basado en los países incluidos en la encuesta de Consumers International sobre finanzas digitales justas

¹⁰ Según la clasificación de países del Banco Mundial, hay un total de 132 países de ingresos bajos y medios en todo el mundo. Por lo tanto, la muestra representa el 19 % de todos los países de ingresos bajos y medios.

¹¹ Téngase en cuenta que la agrupación de los países en una de estas categorías refleja los puntajes de la encuesta de finanzas digitales justas. Como tal, la clasificación no se pronuncia sobre el estado general de desarrollo o la fortaleza de las políticas o los mercados en los países. Más bien, es indicativa de la situación en la que se encuentra el país en función de las percepciones de las asociaciones de consumidores y otros datos recogidos en el índice.

Grupos	Asia Oriental y Pacífico	Europa y Asia Central	América Latina y el Caribe	Oriente Medio y África del Norte	Asia Meridional	África Subsahariana	Total
Avanzado	Malasia		Ecuador, Santa Lucía		India	Uganda	5
En transición	Fiji Indonesia	Rusia			Bangladesh	Kenia, Nigeria, Costa de Marfil	7
Emergente	Birmania	Tayikistán	Costa Rica, México	Sudán, Líbano	Pakistán, Nepal	Malí, Níger, Ruanda, Zimbabue Tanzania	13
Total	4	2	4	2	3	9	25

Interpretación en contexto. Al interpretar las puntuaciones de los elementos del índice, una puntuación más alta implica mejores resultados. Por ejemplo, una puntuación más alta en el elemento de riesgos de servicios financieros digitales indica que los riesgos de los servicios financieros digitales son menos relevantes, mientras que una puntuación más baja sugiere que los riesgos son más importantes. También es importante interpretar los resultados del conglomerado dentro del contexto de la muestra.

Al referirnos a países "avanzados", es esencial entender que su avance es relativo a los países de ingresos bajos y medios presentes en la muestra, en lugar de ser evaluados en términos absolutos. Además, la interpretación de cada pilar debe considerar los indicadores y variables asociados a ese pilar. En consecuencia, las comparaciones entre pilares pueden no ser tan significativas como las comparaciones dentro de pilares entre grupos o a lo largo del tiempo.

RESULTADOS

PANORAMA DEL PROGRESO: LIGERO AUMENTO EN GENERAL, PERO NO DONDE MÁS IMPORTA

Incremento interanual global. Comparando la puntuación del índice de 2023 con la de 2022¹², la imagen 3 muestra un aumento general del índice de 42 en 2022 a 48 en 2023¹³:

El Pilar 1, necesidades de protección de los consumidores, muestra un aumento marginal. Este aumento está impulsado por el elemento de capacidad del consumidor, que creció a partir de una base baja (este fue el elemento que obtuvo la menor puntuación en la edición anterior). El aumento marginal en la puntuación sobre necesidades de protección del consumidor indica la preocupación constante por los riesgos y subraya el desafío de la capacidad y la alfabetización.

El pilar 2, marco de protección del consumidor, muestra un aumento en la puntuación del índice. Esto se explica en parte por la inclusión de los datos de la encuesta de Inclusión Financiera y Protección al Consumidor (FICP) del Banco Mundial. Los datos de la encuesta de 2023 muestran una mejora en la omnipresencia de los marcos regulatorios de protección del consumidor financiero con respecto a 2017, que es el año anterior de la encuesta FICP en el que se basó el índice de 2022. Esta puntuación más alta es prometedora, ya que constituye la base para el progreso en otros pilares.

El pilar 3, el campo de juego de inclusión y protección, experimentó una ligera caída en comparación con el año pasado. Las puntuaciones más bajas en la edición de este año se deben a las bajas puntuaciones de inclusión de los servicios financieros digitales para los segmentos de consumidores vulnerables. *Esta baja es particularmente preocupante, ya que la inclusión y la experiencia vivida son indicadores de la calidad de la inclusión y la protección del consumidor.*

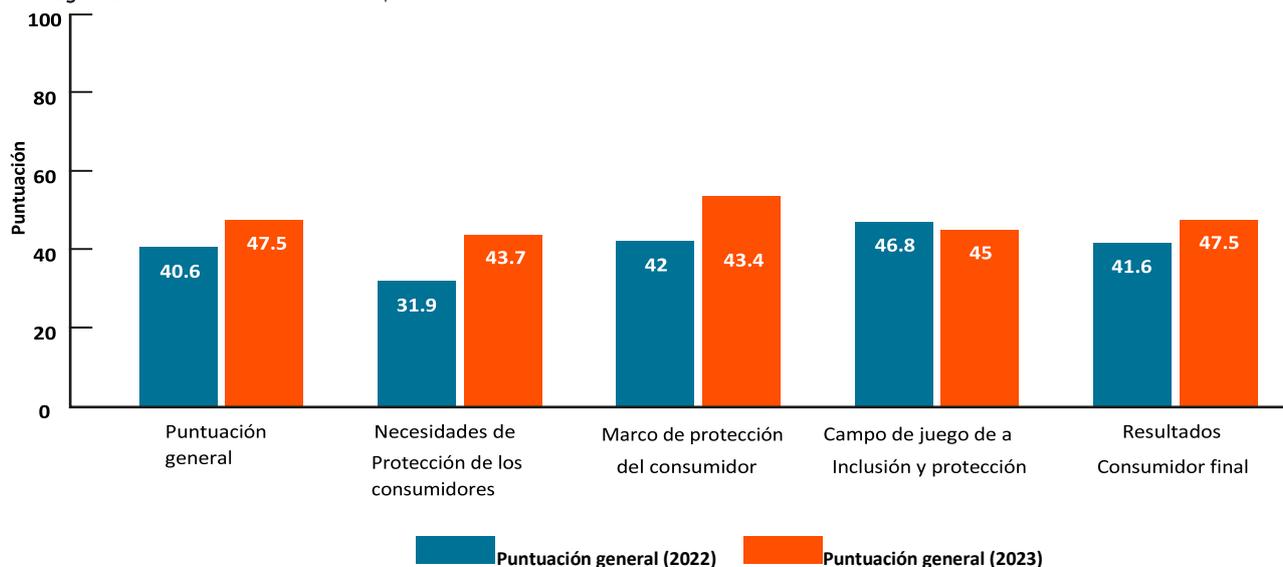
¹² Obsérvese que los cambios en la encuesta subyacente en la que se basa la mayor parte de la encuesta implican que la comparación interanual es indicativa y no definitiva. El índice de 2023 representa una visión más matizada.

¹³ **Nota sobre la interpretación de las puntuaciones del índice:** Las puntuaciones de los pilares indican la puntuación del índice normalizada (sobre cien) agregada entre los subelementos e indicadores de cada pilar. Por lo tanto, una puntuación global de 48 significa que los países incluidos en la muestra alcanzan una media de 48 sobre cien en todos los aspectos medidos en el índice.

Una puntuación más alta indica una mejora general en el pilar correspondiente y sus indicadores. Por el contrario, una disminución en el promedio de un pilar indica una disminución en los resultados. Por ejemplo, el aumento de once puntos en el pilar del Marco de Protección de los Consumidores implica una mejora en los marcos de protección de los consumidores en los Estados miembros encuestados.

Las comparaciones entre pilares deben abordarse con cautela debido a las diversas variables que se miden a diferentes niveles dentro de cada pilar y sus elementos. Esta complejidad hace que las comparaciones matizadas sean un desafío. Por lo tanto, no es aconsejable interpretar puntuaciones más altas en el pilar de protección de los consumidores en comparación con el pilar de necesidades de protección de los consumidores como una indicación de que los entornos normativos son menos problemáticos que los retos que enfrentan los consumidores. Es fundamental evaluar las puntuaciones por pilar y elemento de forma independiente, considerando los indicadores relevantes que los constituyen. Para obtener información sobre las fluctuaciones en las puntuaciones de los elementos, es crucial comprender qué pilares clave y variables subyacentes están impulsando estos cambios.

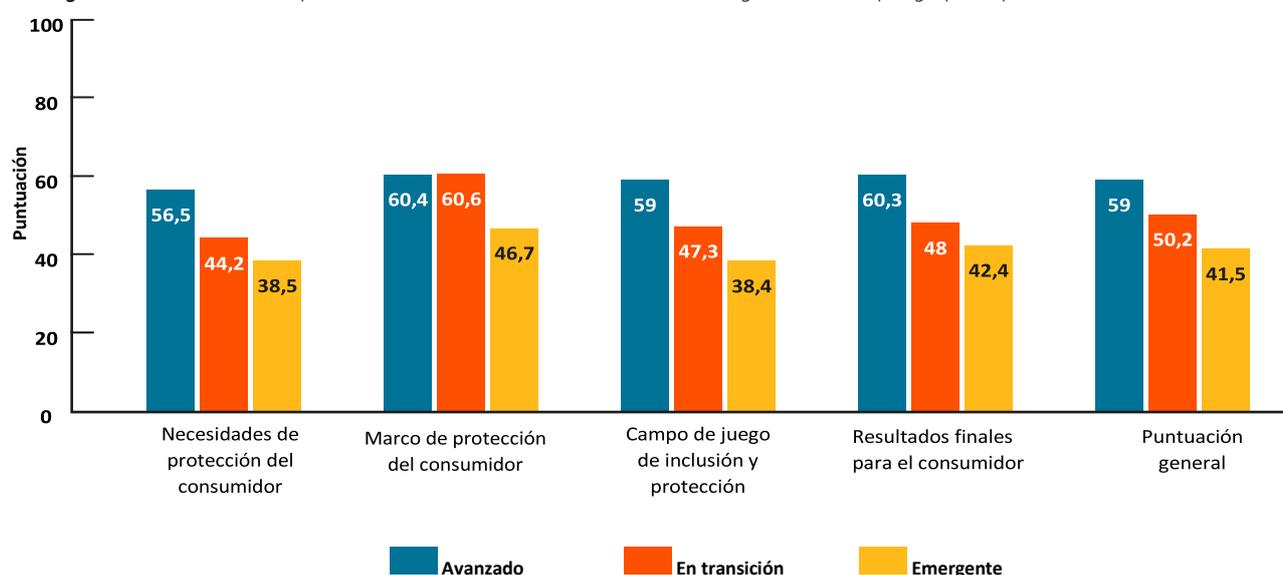
Imagen 3: Puntuaciones del índice de protección del consumidor financiero 2022 frente a 2023



El pilar 4, resultados finales para el consumidor, muestra un aumento marginal. El pilar de este año tiene más matices que en 2022, con la adición de percepciones sobre resultados justos para los consumidores incluidos, lo que dificulta una comparación uno a uno con 2022. El elemento de salud financiera se mantiene estable a pesar de las variaciones de la muestra, y las percepciones de resiliencia han aumentado ligeramente.

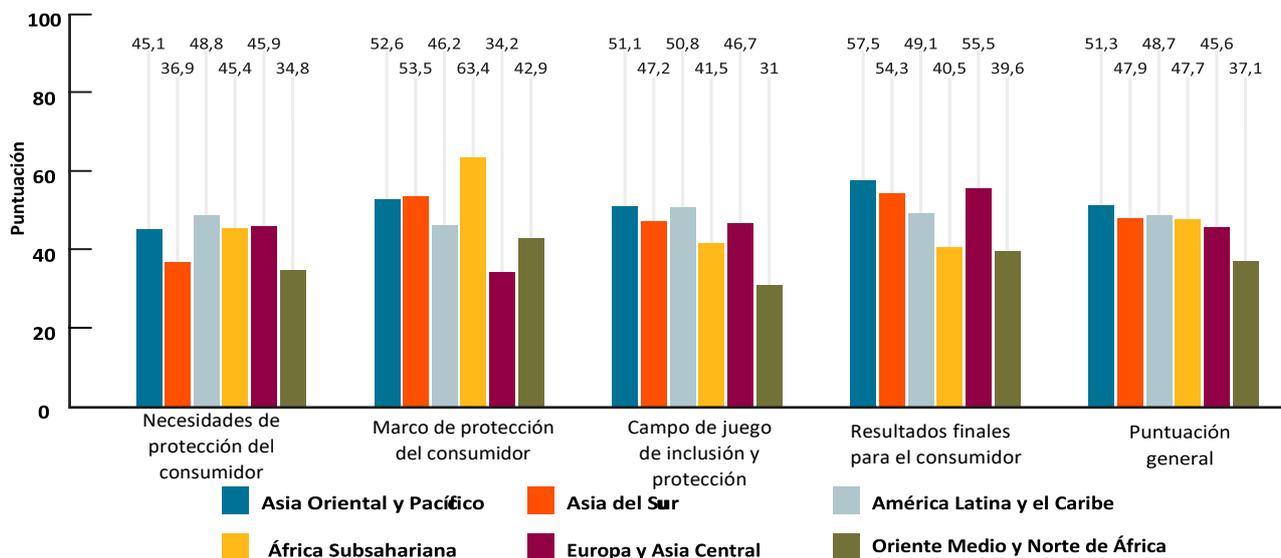
Distribución normal entre los grupos en general, pero algunas sorpresas a nivel de los pilares individuales. La Figura 4 muestra que los países avanzados lideran el campo en cuanto a necesidades de protección del consumidor, el campo de juego de la protección del consumidor y los resultados finales del consumidor, pero se les unen los países en transición en lo que respecta a marco de protección del consumidor. Como se espera, los países del grupo emergente van a la zaga. La puntuación notablemente más baja para el grupo de países emergentes en el pilar de necesidades de protección del consumidor subraya las diferencias significativas en los riesgos a los que están expuestos los consumidores en el contexto de los servicios financieros digitales.

Imagen 4: Puntuación de los pilares del índice del Acelerador de Finanzas Digitales Justas por grupo de países



No hay diferencias regionales significativas. Como se indica en la Imagen 5, en general, Asia Oriental y el Pacífico, Asia del Sur y América Latina alcanzan las puntuaciones más altas, seguidas de África Subsahariana, Europa y Asia Central, y Oriente Medio y Norte de África (MENA), pero con la excepción de esta última la variación es leve¹⁴. Ninguna región logra la puntuación más alta en más de una categoría. La mayor brecha regional radica en los resultados de los consumidores: Asia Oriental y el Pacífico, Asia del Sur y Europa y Asia central obtienen buenos resultados en comparación con el África Subsahariana y la región de Oriente Medio y el Norte de África.

Figura 5: Puntuación del pilar del índice de protección al consumidor financiero por región



Necesidad de una perspectiva más matizada por elemento. Cada pilar es una función de los elementos e indicadores que lo componen. Por lo tanto, se debe tener precaución al comparar las puntuaciones totales entre los pilares. En cambio, es significativo profundizar en los elementos e indicadores subyacentes de cada pilar para descubrir los factores que influyen en las puntuaciones y cómo difieren entre los grupos. En las subsecciones siguientes se analizan las conclusiones detalladas de cada pilar.

NECESIDADES DE PROTECCIÓN: CONCIENCIA CLARA DEL RIESGO, BAJA HABILIDAD PARA RESPONDER

Enfoque en la experiencia del consumidor: el caso de México

Con el comercio electrónico y los servicios financieros digitales vienen nuevos riesgos. El auge del comercio electrónico durante la pandemia de COVID-19 demostró lo vulnerables que son los clientes a la prestación de servicios digitales. Cada vez son más los influencers en redes sociales que promocionan bienes y servicios, con una transparencia limitada de que realizan esta promoción de forma remunerada. Los consumidores corren entonces el riesgo de suscribirse a servicios financieros digitales que no tienen intención de utilizar o que no pueden mantener.

Estos riesgos se ven exacerbados por un marco regulatorio de protección al consumidor fragmentado entre diferentes autoridades y un sector financiero que carece de una cultura de protección al consumidor.

¹⁴ Advertencia: Oriente Medio y Norte de África y Europa y Asia Central son muestras pequeñas, compuestas por dos países cada una. Esto hace que los resultados sean difíciles de interpretar

Para cerrar la brecha, los procesos de quejas de los consumidores deben ser más conocidos y accesibles digitalmente de manera más fluida. Tec-Check, miembro del Acelerador de Finanzas Digitales Justas, quiere hacer eso una realidad. Están trabajando para diseñar un sistema digital de quejas, abogan por un marco regulatorio para el marketing de influencers de medios sociales y se relacionan con una amplia gama de interesados para mejorar la cultura de protección al consumidor en general en México.

Fuente: Entrevista con Tec-Check, Solicitud de Subvención de Tec-Check A.C. Consumers International (2023); [Tec-Check \(2023\)](#)

Existe vulnerabilidad en el fraude, uso indebido de datos y riesgos de los agentes, así como una menor capacidad de los consumidores en la mayoría de los países de la muestra.

En la Figura 6 se describen los resultados del pilar de necesidades de protección de los consumidores y sus dos elementos constitutivos: los **riesgos** que enfrentan los consumidores (véase el Recuadro 1 para obtener una visión general) y el nivel de **conocimientos**¹⁵ financieros de los consumidores. La puntuación del índice significa que una puntuación más alta en riesgo significa un mejor resultado. Los resultados muestran que la diferencia en las puntuaciones de riesgo de los servicios financieros digitales puede atribuirse, en primer lugar, a los riesgos institucionales y relacionados con agentes (donde hay una puntuación de 57 para los avanzados frente a 52 para países en transición y 46 para los emergentes) y, en segundo lugar, al riesgo de tiempo de inactividad de la red al utilizar los servicios financieros digitales (55 frente a 38 frente a 25). Los riesgos de fraude (53 frente a 44 frente a 56) y los riesgos asociados con el uso indebido de datos (33 frente a 33 frente a 30) muestran poca variación entre los grupos, lo que indica su prevalencia independientemente de la etapa de desarrollo de un país. Las puntuaciones relativamente más altas para el pilar avanzado en el elemento de capacidades del consumidor se deben a mejores puntuaciones relacionadas con la presencia de programas de alfabetización digital y financiera (79 frente a 54 frente a 53).

Asia del Sur, Oriente Medio y África del Norte son los países con mayor vulnerabilidad de los consumidores.

La baja puntuación del indicador de riesgos de los servicios financieros digitales para Asia del Sur, Oriente Medio y África y Asia Oriental y el Pacífico en la Figura 7 se debe principalmente a la vulnerabilidad de los consumidores en relación con el uso indebido de datos personales, así como a la falta de transparencia en relación con los términos, condiciones, comisiones y características de un servicio financiero. En cuanto al elemento de capacidad del consumidor, Asia Oriental y el Pacífico obtienen puntuaciones significativamente más altas que otras regiones, en gran parte debido a su sólido desempeño en el indicador que mide la presencia de programas de alfabetización digital y financiera.

¹⁵ La encuesta de finanzas digitales justas no define explícitamente la educación financiera, pero en el cuestionario se pregunta "¿hasta qué punto la limitada educación digital y financiera ha sido un desafío para los consumidores en su país?". En términos más generales, la AFI define la educación financiera como "... la capacidad de tomar decisiones financieras acertadas, adquirir los conocimientos, las habilidades, la confianza y la competencia necesarias para utilizar productos y servicios financieros y actuar en el mejor interés financiero de cada uno, en función de las circunstancias económicas y sociales individuales" (AFI, 2021).

Imagen 6: Necesidades de protección de los consumidores por grupos de países

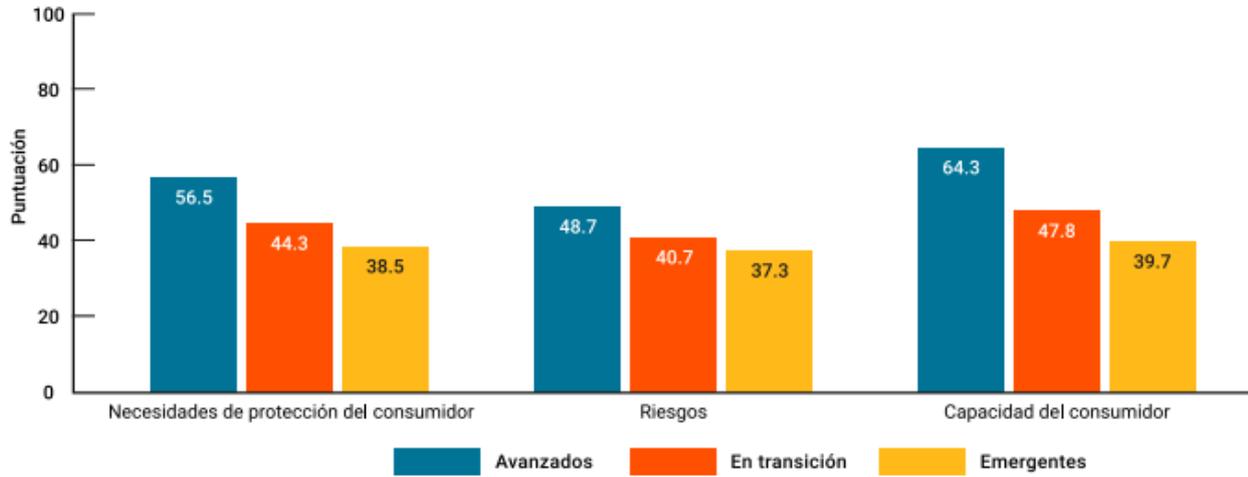
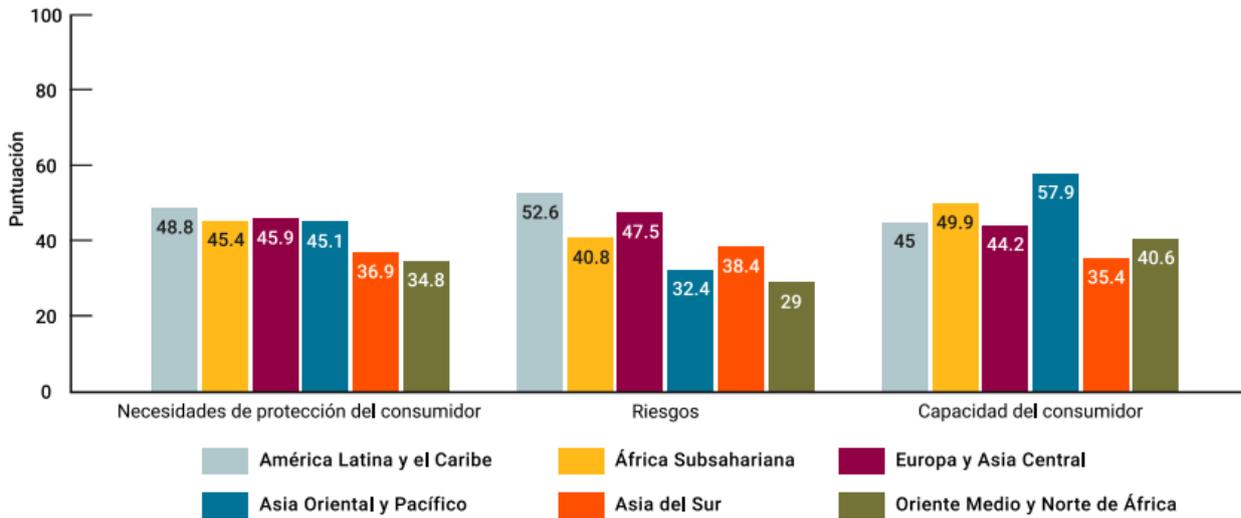


Imagen 7: Necesidades de protección de los consumidores por región



Un aumento de los riesgos notificados relacionados con una reparación inadecuada. Las entidades de consumidores observan un aumento significativo del riesgo de una reparación insuficiente durante el año pasado (véase Imagen 9). Esto pone de relieve la ausencia de canales adecuados, accesibles y eficaces para atender quejas de los consumidores. El establecimiento de mecanismos de recurso independientes es un paso crucial para garantizar que la voz del consumidor no solo sea reconocida, sino también atendida. Sigue siendo importante que los consumidores accedan a mecanismos de resolución de disputas tanto internos (dentro de los prestadores) como externos (extrajudiciales) para buscar reparación¹⁶. Estos mecanismos deben caracterizarse por su eficacia, adecuación, accesibilidad y profesionalismo. El aumento de la vulnerabilidad puesto de manifiesto por las asociaciones de consumidores indica una deficiencia en el ciclo actual de retroalimentación de los consumidores a los prestadores. En consecuencia, los consumidores se ven incapaces de responsabilizar a los prestadores por sus acciones. También es motivo de preocupación la persistencia de riesgos relacionados con el fraude y el uso indebido de datos para los consumidores, que siguen planteando un reto importante. Es un paso en la dirección correcta la reducción de la

¹⁶ Esto incluye cuando las quejas pueden resolverse con la asistencia de un tercero que sea imparcial a la queja, siempre conservando la opción de emprender acciones legales formales a través del sistema judicial

vulnerabilidad que perciben los consumidores a los riesgos relacionados con la falta de transparencia y el tiempo de inactividad de la red.

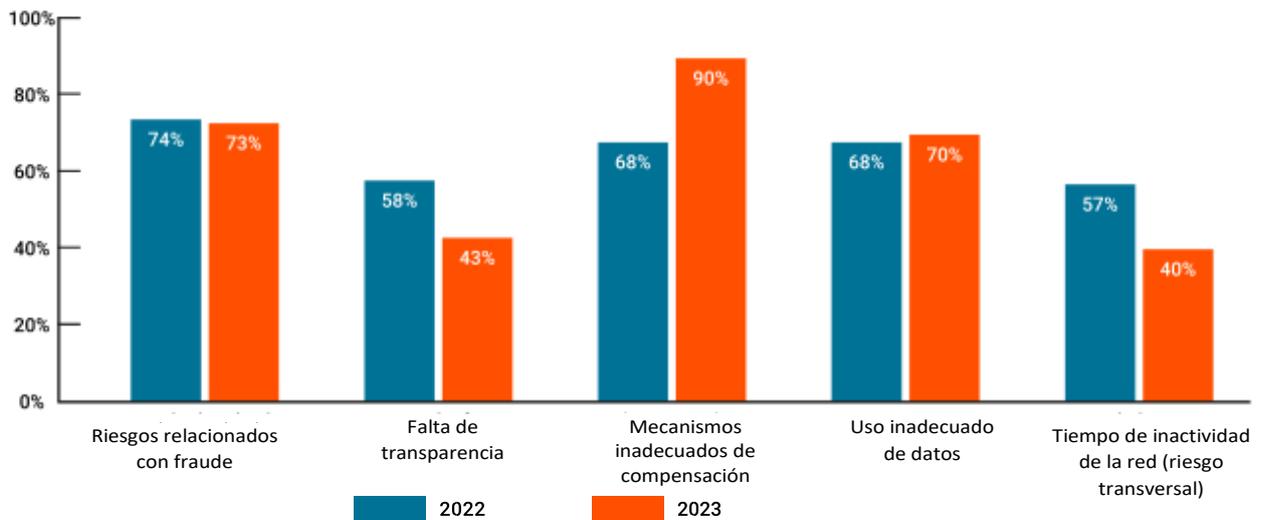
Recuadro 1: Clasificación del riesgo de las finanzas digitales

Los riesgos rastreados en el índice se compilaron a partir de la clasificación de riesgo de finanzas digitales CGAP (2022). Este marco, que se basa en una amplia revisión de la bibliografía mundial, señala distintos tipos de riesgo, así como dos elementos de riesgo transversales, como se indica en el siguiente diagrama:

Imagen 8. Marco de riesgo de las finanzas digitales
Fuente: CGAP, 2022



Imagen 9: % de organismos de consumidores que perciben estos tipos de riesgo como un reto importante para los consumidores.



Enfoque en la experiencia del consumidor: los riesgos emergentes de las criptomonedas

Como se muestra en la Imagen 10, las asociaciones de consumidores de todos los grupos de países perciben que existe un riesgo limitado vinculado con el fraude relacionado con criptomonedas y activos digitales. Aunque la percepción de estos riesgos aún no está en la mente de las asociaciones de consumidores, vale la pena destacar el aumento de la prevalencia de las estafas criptográficas y su uso para actividades delictivas.

La ausencia de marcos regulatorios adecuados para proteger criptoactivos de los consumidores significa que, a menudo, el dinero corre un alto riesgo si estas empresas enfrentan desafíos de financiación o amenaza de quiebra. Por ejemplo, tras su muy difundido fracaso, se supo que FTX debía más de 3.000 millones de dólares a sus acreedores no garantizados, principalmente a usuarios del mercado bursátil que habían transferido sus fondos allí.

Las criptomonedas también están ganando cada vez más reputación como medio para llevar a cabo actividades ilícitas tales como blanqueo de capitales, financiación del terrorismo y evasión fiscal. Por ejemplo, una publicación reciente de la ONU destaca el uso de criptomonedas en actividades delictivas en todo el sudeste asiático.

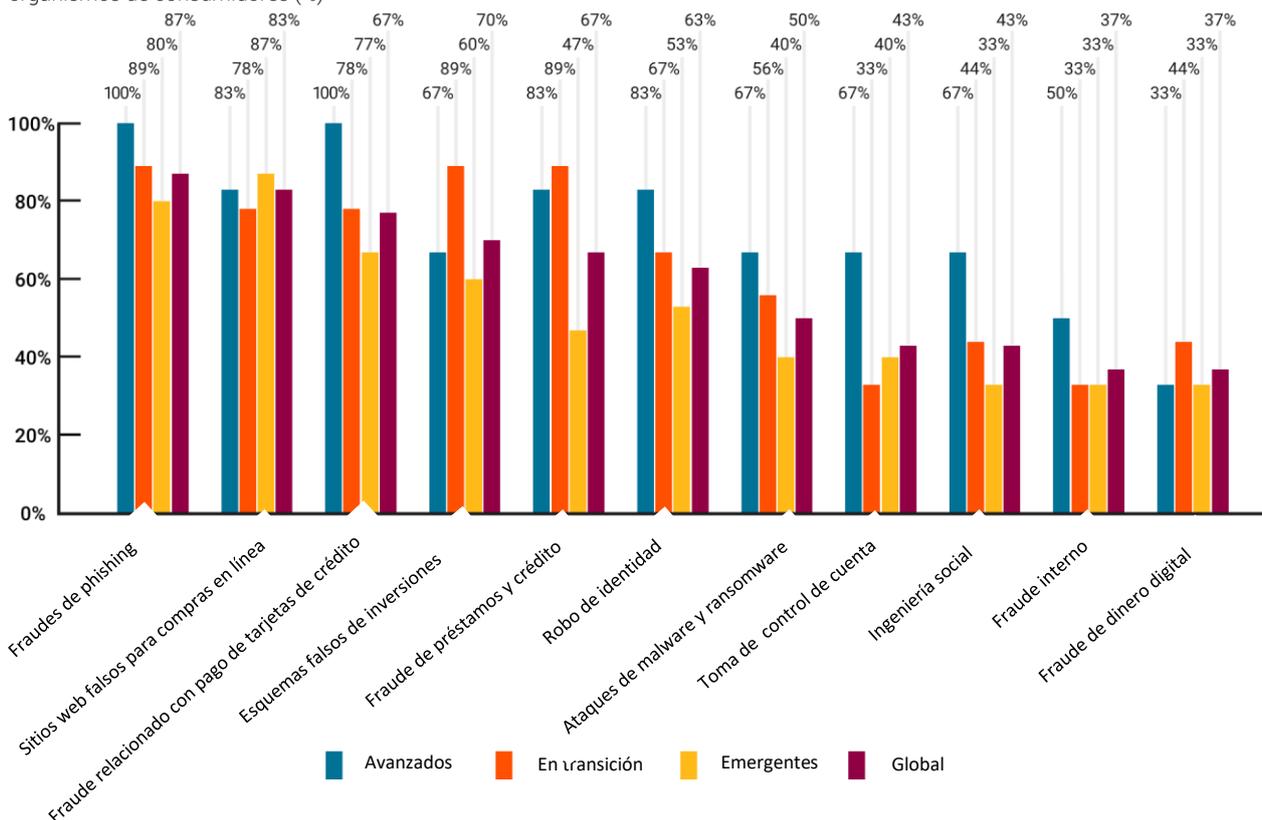
El pseudoanonimato y la falta de supervisión contribuyen a estos riesgos, ya que a los entes reguladores y organismos de control se les hace difícil monitorear y rastrear las operaciones en criptomonedas.

BPI (2023); UNODC (2023); Forbes (2022)

Los organismos de consumidores destacan los sitios web falsos de compras en línea y las estafas de phishing como los dos principales riesgos de fraude más destacados.

Los riesgos de fraude se relacionan con actividades maliciosas engañosas, como delitos cibernéticos, fraude de identidad, ingeniería social, fraude de intercambio de SIM, engaños y estafas, que implican pérdidas económicas para los consumidores. Estos riesgos suelen poner en peligro la salud financiera de los consumidores y deterioran la confianza en los servicios financieros. La mayoría de nuevos riesgos surgidos en los últimos años han estado relacionados con fraude (CGAP, 2022). La imagen 10 a continuación ofrece una visión general de los principales tipos de riesgo de fraude que se consideran un desafío importante para los consumidores, tal como se señala en la encuesta de finanzas digitales justas de Consumers International. La prevalencia de estafas de phishing y los vendedores falsos de compras en línea son los riesgos más importantes que preocupan a los organismos de consumidores, independientemente de los grupos de países. Varios riesgos relacionados con fraude dependen del estado del grupo. En los grupos de países avanzados y en transición, estos riesgos suelen surgir cuando el ecosistema de servicios financieros digitales está relativamente maduro. Algunos de estos riesgos abarcan el fraude relacionado con pagos con tarjeta, fraude de préstamos y créditos, ataques de malware y apropiación de cuentas. Si bien los consumidores de estos países tienen acceso a una amplia gama de casos de uso dentro del ecosistema de servicios financieros digitales, también aumenta el potencial de actividades relacionadas con el fraude en una amplia gama de productos financieros. Los países emergentes, que están preparados para un rápido aumento en el uso de servicios financieros digitales, deben prestar atención a esta advertencia y garantizar la implementación de disposiciones adecuadas para mitigar estos riesgos.

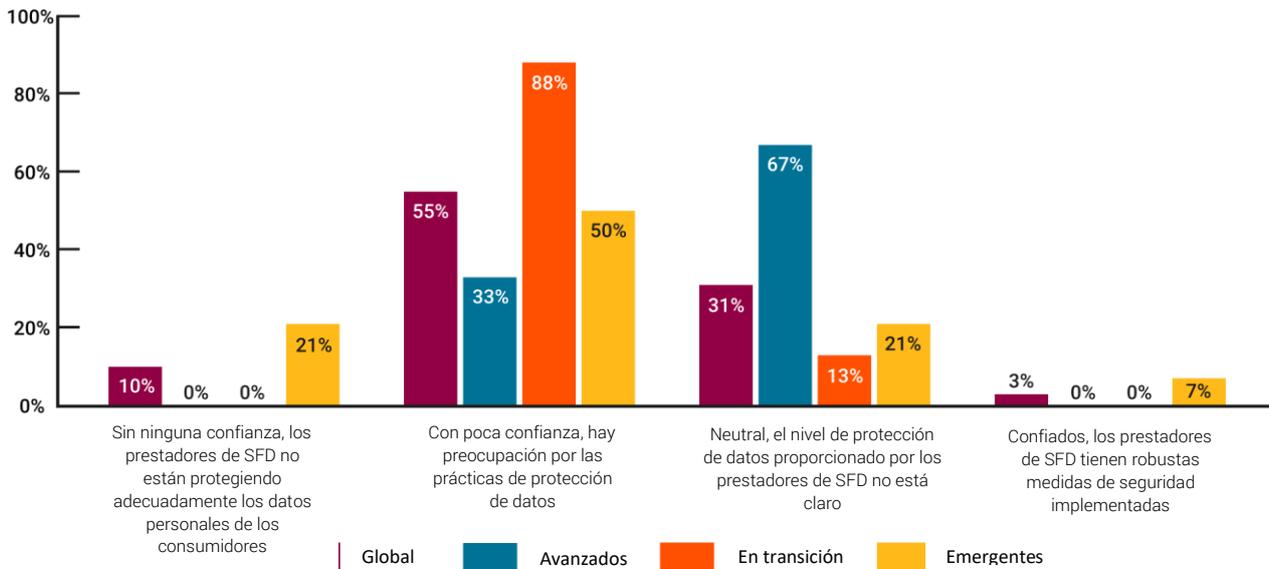
Imagen 10: Principales tipos de riesgo de fraude que se consideran un reto importante para los consumidores, según señalan los organismos de consumidores (%)



Independientemente del grupo de países, las organizaciones de consumidores generalmente no confían en el enfoque actual de las prácticas de protección de datos por las instituciones financieras.

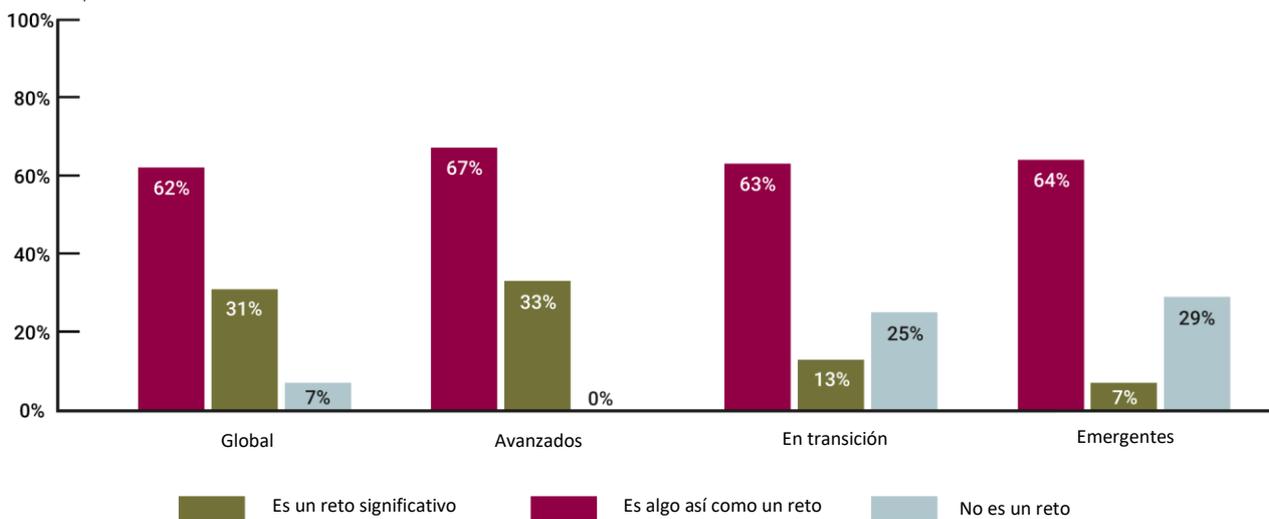
Los riesgos de uso indebido de datos surgen del uso no autorizado de los datos e información de los clientes para fines distintos de aquellos para los que están destinados. Esto puede manifestarse de varias maneras (incluido el sesgo algorítmico, las prácticas desleales de ventas y marketing, las intrusiones en la privacidad y las vulneraciones de datos personales, todo lo cual lleva a los consumidores a tener miedo de compartir información incluso en entornos seguros), lo que a su vez puede impedir la prestación eficiente y adecuada de servicios financieros (CGAP, 2022). Según se muestra en la Imagen 11 a continuación, los riesgos de uso indebido de datos prevalecen en todos los países de la muestra, con una concentración notable entre los grupos de países emergentes y en transición. Dentro del grupo de países en transición, un sorprendente 88 % expresa poca confianza en las prácticas actuales de protección de datos en sus respectivos países. En el grupo de países emergentes, esta cifra es del 50 %, mientras que el 21 % no confía en absoluto en la capacidad de los prestadores de servicios financieros digitales para salvaguardar sus datos. La tendencia de riesgos de uso indebido de datos en los grupos de países emergentes y en transición puede estar impulsada por factores como marcos regulatorios limitados, rápida adopción de tecnología sin medidas de salvaguardia, insuficiente alfabetización digital y financiera, y los desafíos que presenta la interconexión mundial de datos.

Imagen 11: Confianza de los consumidores en la capacidad de los prestadores de servicios financieros digitales (SFD) para salvaguardar los datos personales de los clientes



Los consumidores no están preparados para soportar los riesgos. En el contexto de la rápida proliferación de productos financieros digitales complejos y de los riesgos emergentes para los consumidores, no se puede exagerar la importancia de la educación financiera de los consumidores. Las personas con mejores conocimientos financieros y digitales, que toman decisiones financieras más informadas y se relacionan eficazmente con los prestadores de servicios financieros, están mejor posicionadas para alcanzar sus objetivos financieros y mejorar el bienestar general de sus hogares. La Imagen 12 muestra que el 62 % de las asociaciones de consumidores encuestadas identifican la alfabetización digital y financiera como un desafío importante para los consumidores en sus países, con un 31 % adicional que la considera un tanto desafiante. Estas observaciones son válidas en varios grupos de países. Esto sugiere que muchos consumidores no son capaces de utilizar eficazmente una amplia gama de soluciones de servicios financieros digitales.

Imagen 12: Percepción de los organismos de consumidores sobre la medida en que la alfabetización digital y financiera limitada es un desafío para los consumidores.



MARCO DE PROTECCIÓN: AVANCES EN LOS PAPELES, PERO SE NECESITA MÁS COMPROMISO

Enfoque en la experiencia del consumidor: un esfuerzo concertado para construir un marco de protección del consumidor financiero centrado en el cliente en Pakistán

En Pakistán, es más necesario que nunca un marco centrado en el cliente para la protección del consumidor financiero, dado el incremento de préstamos digitales y recientes informes de prensa sobre fraudes a gran escala, así como suicidios debido a prácticas de cobro de deudas sin escrúpulos. El organismo de consumidores Red para la Protección del Consumidor (abreviado TheNetwork) involucra al Banco Estatal de Pakistán (SPB) como ente regulador del sector bancario, a la Comisión de Bolsa de Valores (SEC), que es responsable del registro y regulación de empresas de préstamos, así como a la Agencia Federal de Investigación (FIA) en la búsqueda para abordar estas cuestiones. La respuesta ha sido alentadora. Los tres organismos comenzaron a investigar a las empresas de préstamos digitales en respuesta a la agitación:

- El SPB prohibió ciertas aplicaciones.
- La SEC comenzó a advertir a los consumidores sobre los riesgos de los préstamos mediante mensajes de texto.
- La FIA allanó algunas organizaciones fraudulentas.

De cara al futuro, TheNetwork quisiera ver mayor coordinación para lograr la máxima eficacia. La apertura de los entes reguladores a la hora de colaborar con organismos de consumidores es un primer paso positivo. A continuación, se necesita una comprensión más detallada de la experiencia del consumidor.

Fuente: Entrevista con TheNetwork (2023); Solicitud de subvención de TheNetwork Consumers International (2023); [Banco Estatal de Pakistán \(2016\)](#).

Si bien los marcos regulatorios y los arreglos institucionales de protección del consumidor han mejorado, aún persiste una serie de brechas, y el compromiso entre entes reguladores y organismos de consumidores recibe puntuaciones bajas en todos los grupos. Como se indicó en la sección 1, este pilar consiste de tres elementos clave: el **estado** del marco de protección del consumidor financiero (medido por los diversos aspectos de protección del consumidor cubiertos en marcos globales como los Principios de Alto Nivel del G20 sobre Protección del Consumidor Financiero), el nivel de **centralidad del cliente** en el mismo, así como el grado de **compromiso** entre consumidores, sus defensores y los entes reguladores financieros y prestadores de servicios. En la Imagen 13 se indican las puntuaciones de cada uno de estos elementos¹⁷:

- La brecha entre el grupo avanzado y en transición y el grupo emergente en el desarrollo del **marco de protección del consumidor financiero**, como se muestra en la Imagen 12, puede atribuirse a la

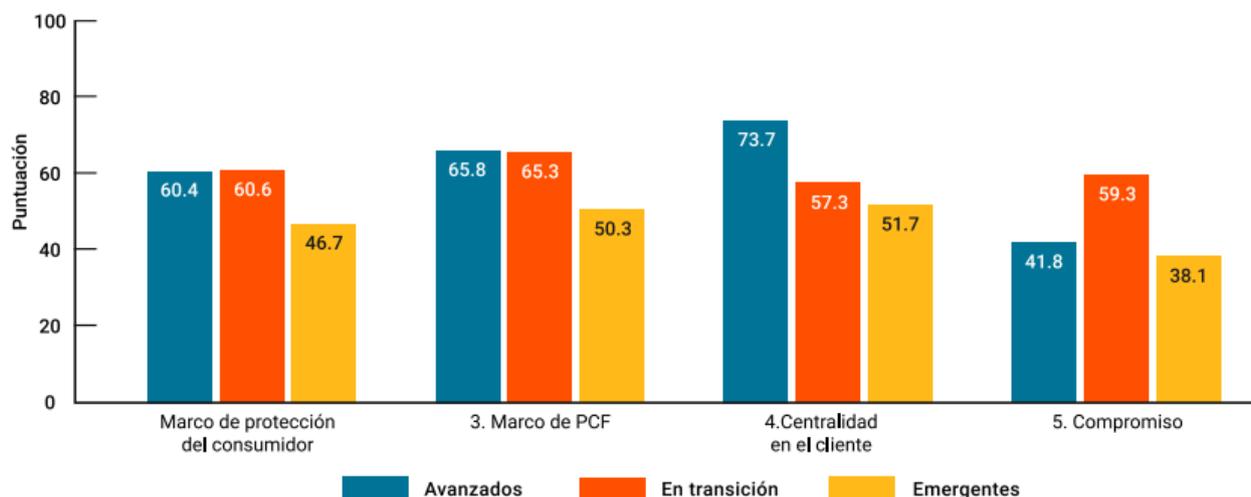
¹⁷ Nota: La protección del consumidor financiero se abrevia como FCP en los gráficos de esta sección.

presencia de mecanismos de recurso independientes y sistemas de reclamo arraigados (100 en el grupo avanzado contra 68 en el grupo en transición y 60 en el grupo emergente), leyes específicas de protección del consumidor financiero (89 frente a 78 frente a 71) y a la prevalencia de marcos de protección de datos (67 frente a 50 frente a 43).

- El grupo de países avanzados obtiene una puntuación desproporcionadamente mejor en el elemento de **centralidad del cliente**, en parte debido a la presencia de disposiciones que restringen préstamos excesivos por personas particulares, prácticas desleales y cláusulas que limitan la movilidad de los clientes¹⁸.
- El elemento de participación obtiene una puntuación relativamente baja en todos los grupos. Esto sugiere que sigue habiendo margen de mejora en la interacción entre organismos de consumidores y los entes reguladores, así como para que los consumidores adquieran conocimientos especializados sobre el mercado digital de servicios financieros.

MENA y Europa y Asia Central obtienen puntuaciones más bajas en el pilar marco que el resto¹⁹. La Imagen 13 muestra una variabilidad significativa en la centralidad del cliente de los marcos, lo que indica que los marcos integrales y justos centrados en el consumidor no existen de forma consistente en todas las regiones. África Subsahariana lidera el compromiso más proactivo entre organismos de consumidores, prestadores de servicios financieros y entes reguladores. A pesar de obtener la puntuación más baja en general para el pilar, Europa y Asia Central (56) logran las puntuaciones más altas en el indicador “conocimiento especializado de los organismos de consumidores del mercado de servicios financieros digitales”, seguidas de África Subsahariana (49) y Asia Oriental y el Pacífico (44).

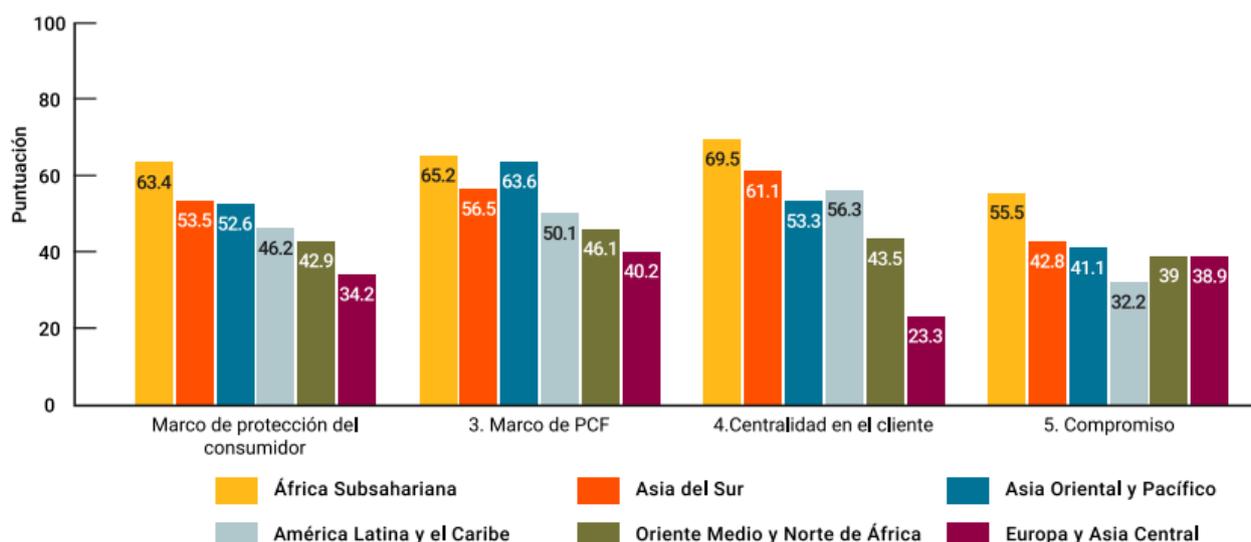
Imagen 13: Marco de protección del consumidor financiero (FCP) por grupo de países



¹⁸ La movilidad de los clientes se refiere al grado en que los clientes tienen la capacidad y la facilidad para tomar decisiones financieras, como cerrar cuentas o pagar préstamos, sin encontrar tarifas excesivas, procedimientos onerosos o sanciones.

¹⁹ Téngase en cuenta de nuevo que la muestra pequeña por región puede sesgar los resultados.

Imagen 14: Marco de protección del consumidor financiero (FCP) por región



Cada vez son más los países que cuentan con leyes específicas de protección del consumidor, mecanismos de recurso externos e internos y deberes de divulgación y transparencia. Al profundizar en los resultados por elemento, vemos una mejora significativa en el estado del marco de protección del consumidor financiero en los últimos años. La protección del consumidor financiero se compone de un marco de leyes, reglamentos y orientaciones subordinados, así como de acuerdos institucionales. El objetivo fundamental de los marcos de protección del consumidor financiero es garantizar el trato justo y responsable de los consumidores financieros en su adopción y uso de productos y servicios financieros y asegurar que la mayor accesibilidad a los servicios financieros se plasme en beneficios tangibles para los consumidores (Banco Mundial, 2023). La encuesta sobre Inclusión Financiera y Protección del Consumidor (abreviada FICP en inglés) del Banco Mundial, publicada recientemente, proporciona información actualizada sobre el estado actual del desarrollo de diversos aspectos de los marcos de protección del consumidor financiero a nivel mundial. Los datos actualizados muestran una amplia mejora en los marcos de protección del consumidor financiero para los países de la muestra desde que se realizó la encuesta en 2017, como se describe en la Figura 15 (Banco Mundial, 2023):

- **Leyes más específicas:** Lo más impresionante es que ha habido un gran aumento en la proporción de países de la muestra que cuentan con leyes dedicadas para la protección del consumidor financiero, pasando del 11 % en 2017 al 56 % en 2023 (Banco Mundial, 2023). Esto apunta a una tendencia fuerte y positiva de las jurisdicciones que adoptan leyes y regulaciones para proteger a los consumidores financieros.
- **Más mecanismos de resolución de disputas:** Ha aumentado la existencia de mecanismos internos y externos de resolución de disputas. La prevalencia de leyes y reglamentos que establecen normas para la resolución y gestión de reclamos internos por parte de los prestadores de servicios financieros entre los países de la muestra aumentó del 79 % en 2017 al 91 % en 2023. Durante el mismo período, también aumentó la prevalencia de leyes y reglamentos que establecen normas para la resolución alternativa de disputas, pasando del 65 % al 78 %. Este es un paso positivo para garantizar que los consumidores tengan acceso a mecanismos de resolución de disputas tanto internos (dentro de los prestadores) como externos (extrajudiciales) para solicitar una reparación,

que deben ser eficaces, adecuados, de fácil acceso y profesionales. Además, los marcos de protección de los consumidores financieros se han visto reforzados por un aumento de la disponibilidad de normas de apoyo para la resolución de reclamos por parte de los prestadores de servicios financieros (Figura 16).

- **Brechas en la protección de datos:** Aunque ha habido grandes mejoras en la solidez y el alcance de los marcos de protección de los consumidores financieros, siguen existiendo una serie de brechas, en particular relacionadas con la presencia de marcos relacionados con protección de datos y ciberseguridad. Solo el 50 % de los países incluidos en el índice cuentan con una ley nacional de protección de datos.

Imagen 15: Situación del marco jurídico de protección del consumidor financiero (% de países del índice)

Fuente: Encuesta FICP del Banco Mundial (2023)

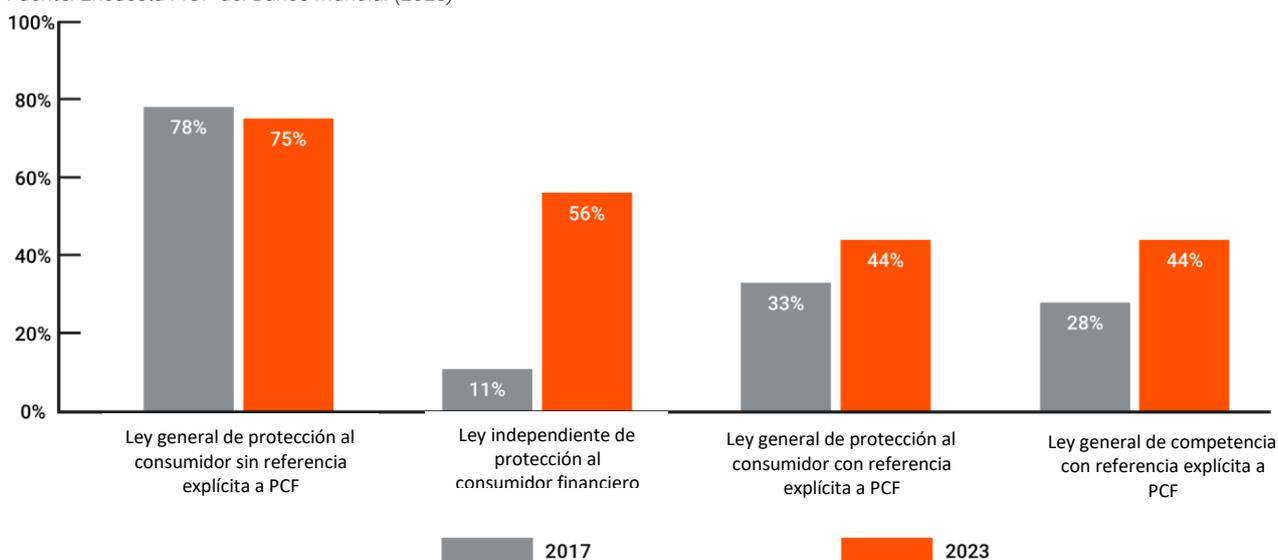
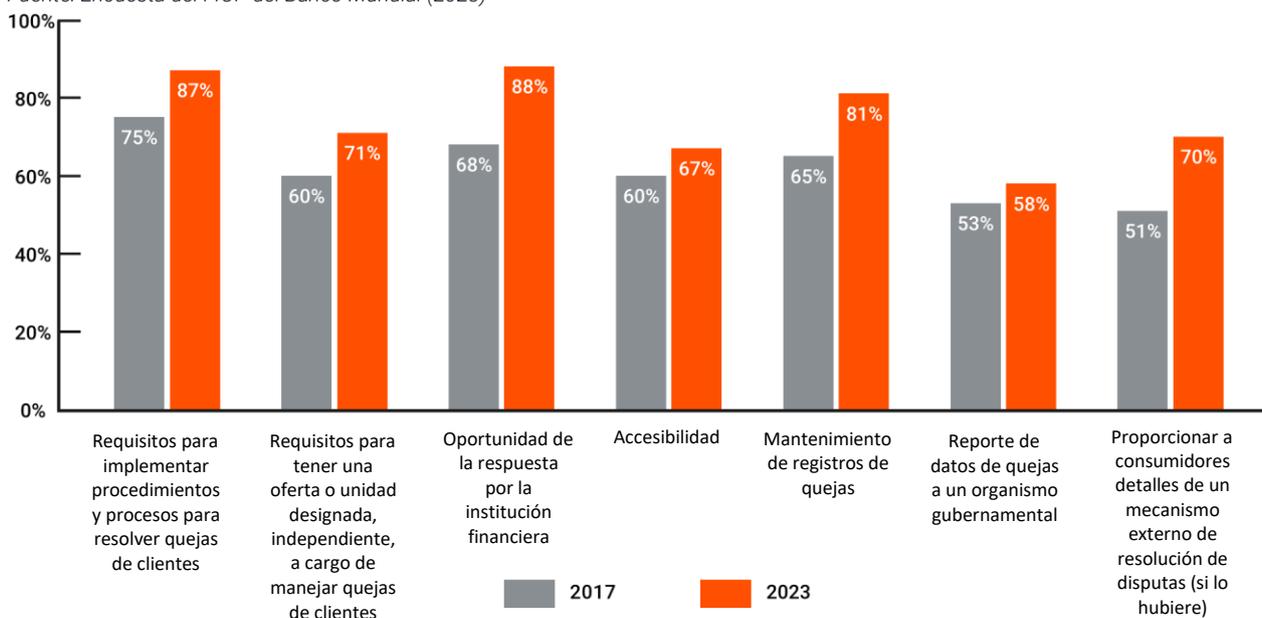


Imagen 16: Normas para la resolución y tramitación de reclamos por parte de los prestadores de servicios financieros (% de los países del índice)

Fuente: Encuesta del FICP del Banco Mundial (2023)



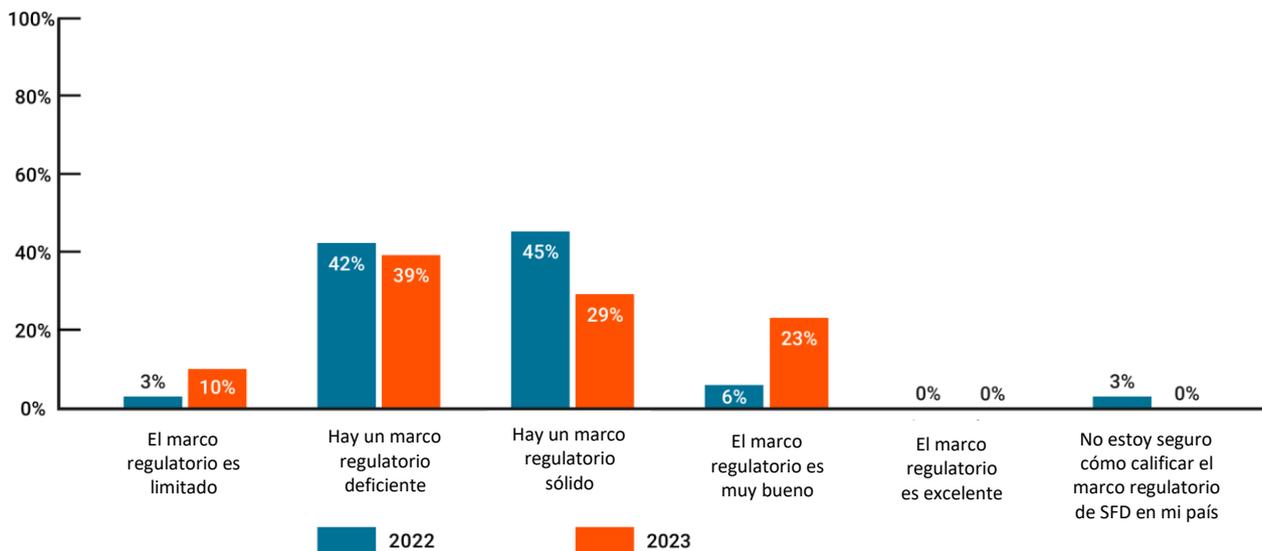
Los organismos de consumidores tienen opiniones encontradas sobre el progreso del marco. El avance en los marcos de protección del consumidor financiero, como se mencionó anteriormente,

pinta un panorama positivo. Sin embargo, cuando la encuesta de Consumers International sobre finanzas digitales justas preguntó si los organismos de consumidores están satisfechos con el marco actual de protección del consumidor financiero en su país (Figura 17), surge una imagen más matizada. El 49 % de los encuestados consideró que el marco normativo es limitado o deficiente, levemente mayor con respecto al 45 % de 2022. En contraste, el 52 % de las asociaciones describen los marcos actuales como "sólidos" con algunas brechas o "muy buenos". Esta puntuación es más o menos la misma que el 51 % de 2022, pero el porcentaje de los que optaron por "sólidos" disminuyó y los que optaron por "muy buenos" aumentó significativamente desde 2022. Sin embargo, ningún organismo de consumidores califica de excelente el marco de protección de los consumidores financieros.

La frustración se expresó en tres frentes. Las respuestas cualitativas individuales obtenidas en la encuesta de finanzas digitales justas de Consumers International arrojan luz sobre tres preocupaciones temáticas:

- **Disposiciones obsoletas o excesivamente complejas:** Un encuestado afirmó que algunas regulaciones en su jurisdicción son obsoletas, mientras que otro encuestado declaró: "Consiste de muchos cuellos de botella por un lado y varias lagunas por el otro, lo que hace que sea fácil que se abuse o se ignore".
- **Aplicación inadecuada:** Los encuestados señalan que los consumidores, especialmente en zonas pobres y rurales, no están informados sobre sus derechos, no pueden entender el lenguaje técnico, son impacientes con los largos tiempos de resolución de disputas o simplemente no se quejan de ninguna mala conducta. Las regulaciones de servicios financieros digitales son relativamente nuevas y, por lo tanto, no se aplican plenamente, o simplemente no se aplican por ineficiencia. En un caso bastante preocupante, un representante de los consumidores dijo: "24 años para tenerla y 7 años después de la aprobación de la legislación, todavía no hay un Tribunal o Consejo de Consumidores activo, ni una reparación efectiva para el consumidor. Los Tribunales son ineficaces". Algunos encuestados también están preocupados por la prevalencia de la captura regulatoria, ya que los prestadores de servicios financieros poseen la capacidad de influir en los entes reguladores en detrimento de los consumidores.
- **Falta de coordinación:** Algunos encuestados informan que existen traslapes normativos entre varias entidades en cuanto a elementos de protección del consumidor. En una jurisdicción, se observó que existen diferentes entidades para la protección general del consumidor, recurso del consumidor financiero y regulación de protección del consumidor financiero, y que la coordinación entre órganos es insuficiente. En consecuencia, un representante de otra jurisdicción declaró: "El marco está disperso y en pedazos, con demasiados departamentos federales y provinciales que se ocupan de esto".

Imagen 17: Satisfacción de los organismos de consumidores con el estado actual de los marcos de protección de los consumidores financieros (%)



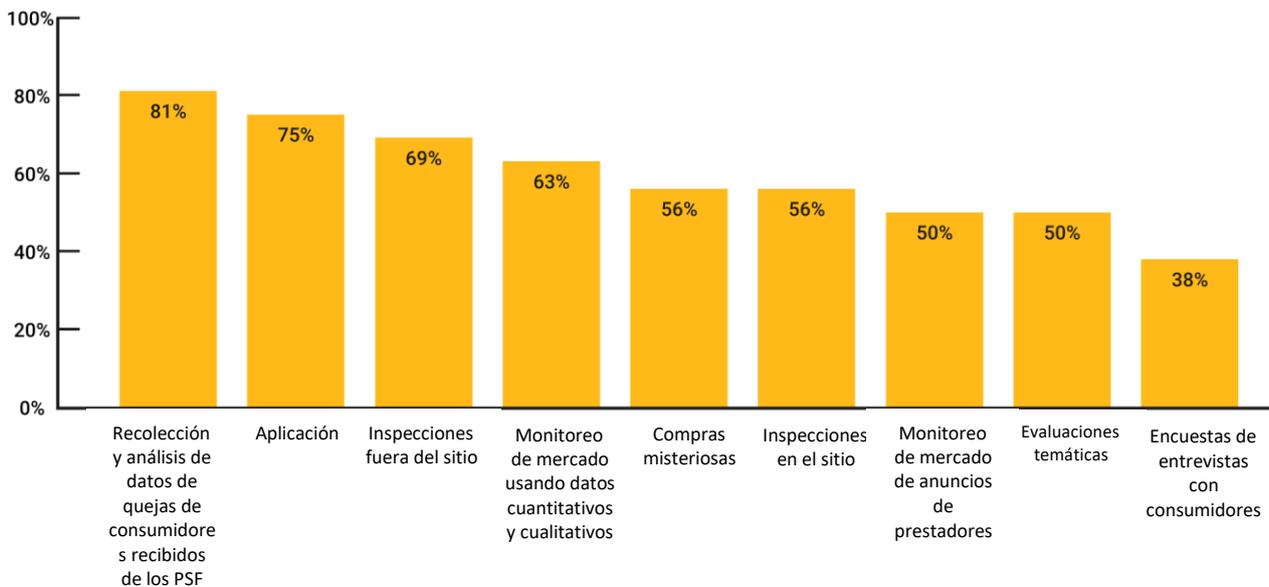
El papel de la aplicación. Los marcos de protección del consumidor financiero son tan sólidos como su supervisión y aplicación. La supervisión, la aplicación y el seguimiento eficaces son esenciales para garantizar que los marcos de protección de los consumidores financieros tengan el impacto positivo previsto:

Diversas medidas coercitivas, con un enfoque en la persuasión moral. La encuesta del FICP señala una variedad de actividades de supervisión de la conducta de mercado. La forma más común de actividad de aplicación, emprendida por el 75 % de los países del índice, es el uso de la persuasión moral para influir y presionar a los prestadores para que se adhieran a las normas de protección del consumidor financiero (Banco Mundial, 2023). En el 63 % de los países de la muestra se utilizan medidas de aplicación más directas, tales como exigir a los prestadores que suspendan o retiren productos y servicios, exigir a los prestadores que modifiquen los productos y servicios o imponer multas y sanciones a los prestadores. El uso de medidas punitivas, como la revocación de la licencia de un proveedor para operar o la emisión de sanciones contra la alta gerencia de un prestador, solo es empleado por el 50 % y el 44 % de los supervisores de la muestra del índice, respectivamente (Banco Mundial, 2023).

Los datos de las quejas se recolectan, pero a menudo no se divulgan públicamente. La recopilación y el uso de reclamos en un formato normalizado es una herramienta clave utilizada por los entes reguladores para informar dónde hay tendencias en insatisfacción de los consumidores y dónde puede ser necesario tomar medidas contra los prestadores de servicios financieros. Actualmente, el 88 % de los supervisores de los países del índice recopilan datos agregados sobre las quejas de los consumidores de los prestadores. El caso de uso más común de estos datos es para informar los enfoques de supervisión de la protección del consumidor (77 %), con fines regulatorios (63 %) y para obtener información de respaldo para acciones de aplicación (56 %). Actualmente, solo el 44 % de los países del índice publican estadísticas periódicas de denuncias que se ponen a disposición del público en general. La disponibilidad de información relacionada con reclamos, ya sea en forma granular o consolidada, es una fuente clave de información a la que los organismos de consumidores deben tener acceso para comprender las tendencias de los reclamos relacionados con los consumidores. En última instancia, esta información debe informar e influir en el enfoque con el que se relacionan con el regulador y apoyan a los consumidores. El fortalecimiento de la transparencia al informar estas estadísticas puede contribuir a un panorama de defensa del consumidor más informado y empoderado.

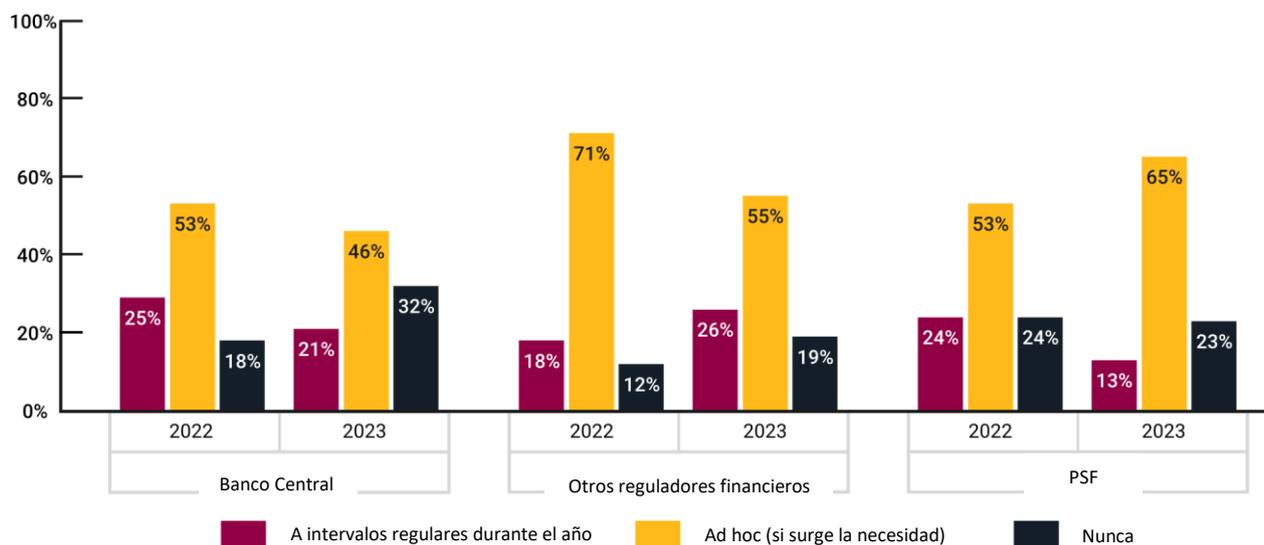
La mayoría de supervisores no se basan directamente en los conocimientos de los consumidores. La Imagen 18 describe las tasas de respuesta entre los encuestados sobre la presencia de diversas actividades de supervisión en su jurisdicción. La principal actividad de supervisión emprendida por las autoridades es la recolección y análisis de datos sobre reclamos de los consumidores, realizada por 81 % de los países del índice. Le siguen actividades de aplicación de la ley (75 %) e inspecciones externas (69 %). Sin embargo, el uso de evaluaciones temáticas, compras misteriosas e investigación de consumidores primarios está menos extendido.

Imagen 18: Alcance de las actividades de supervisión del regulador
Source: World Bank FICP Survey (2023)



Las asociaciones de consumidores desempeñan un papel importante para expresar la perspectiva del consumidor. Para garantizar que la normativa en materia de protección de los consumidores sea adecuada para su finalidad y que los productos estén diseñados para satisfacer las necesidades de los consumidores, es necesario que exista suficiente colaboración e interacción entre los entes reguladores, la industria y los organismos o asociaciones de representantes de consumidores como parte de un ecosistema de finanzas digitales responsables. La encuesta muestra que las asociaciones de consumidores pueden desempeñar, y efectivamente desempeñan, un papel en la incorporación de la perspectiva del consumidor, que a menudo falta en la formulación de políticas. Como se muestra en la Imagen 19, las tendencias en el compromiso entre los organismos de consumidores y los reguladores generalmente se alinean con los niveles del año anterior.

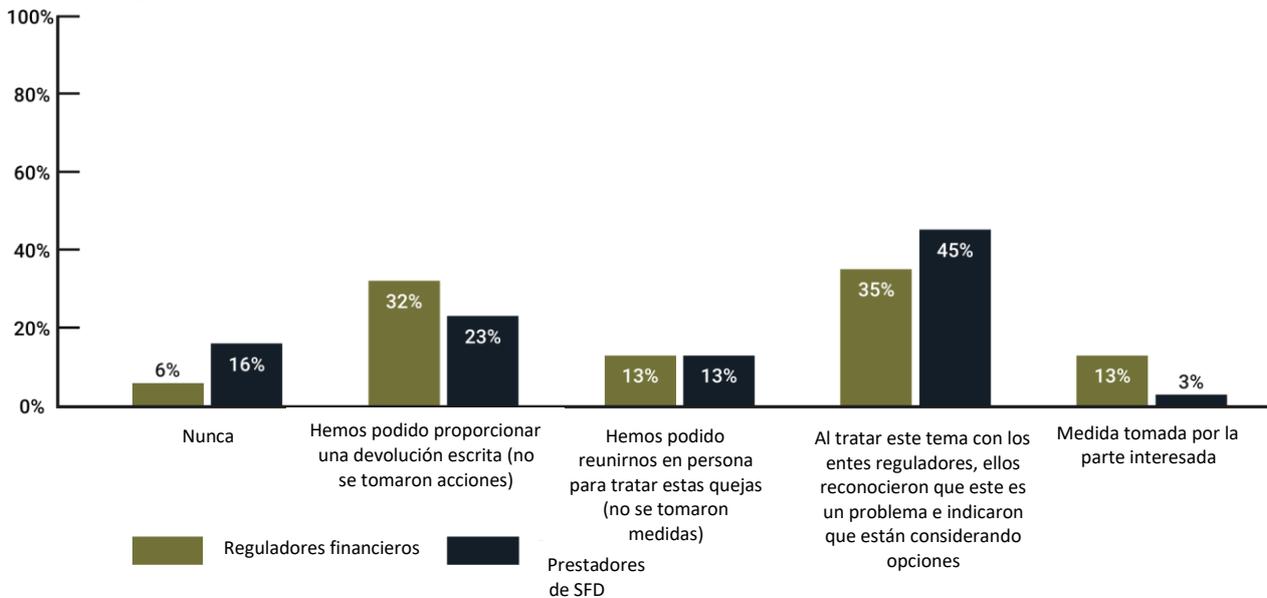
Imagen 19: Colaboración con los entes reguladores financieros y los prestadores de servicios financieros Fuente : *Encuesta del FICP del Banco Mundial (2023)*



Además, la Imagen 20 muestra que muchas organizaciones de consumidores se relacionan con los entes reguladores financieros mediante aportes escritos (32 %) o en debates en los que los entes reguladores reconocen activamente la relevancia de los temas planteados (35 %). Un patrón similar se observa en las interacciones de los organismos de consumidores con los prestadores de servicios financieros digitales, ya que el 23 % utiliza la comunicación escrita y el 45 % participa en intercambios directos. Las respuestas cualitativas de la encuesta muestran que los organismos de consumidores tienden a colaborar con los bancos centrales y otros entes reguladores del sector financiero por varias razones:

- **Para tratar asuntos regulatorios** que hayan surgido, tales como el seguimiento de procedimientos bancarios o la puesta en marcha de nuevas políticas.
- **Como insumo para las Estrategias Nacionales de Inclusión Financiera u organismos de coordinación:** En dos países encuestados, el Consejo Nacional de Inclusión Financiera o los Comités de Estrategia del gobierno abarcan a los organismos de consumidores. Esto les da un sitio oficial alrededor en la mesa.
- **Para facilitar la educación digital sobre los servicios financieros:** Un encuestado afirmó que su equipo está constantemente en contacto con los entes reguladores y participa en varios seminarios y talleres organizados conjuntamente con el ente regulador. También afirmó que se relacionan con los prestadores de servicios financieros digitales para difundir la conciencia pública sobre finanzas digitales. Otro encuestado dijo que "colaboramos regularmente con los entes reguladores, y durante la redacción de leyes y reglamentos, trabajamos juntos para crear campañas de concientización mediante programas de televisión y radio".

Imagen 20: Capacidad para presentar quejas de consumidores ante entes reguladores financieros y prestadores de servicios financieros digitales (SFD)



En general, todavía no hay suficiente participación de los consumidores. A pesar de estos ejemplos positivos de cooperación, hay motivo de preocupación por el alcance de la participación de los organismos de consumidores (véase la Imagen 19). En el último año, ha habido un aumento en la proporción de organismos de consumidores que nunca se relacionan con los bancos centrales (pasando del 18 % en 2022 al 32 % en 2023) y otros entes reguladores financieros (pasando del 12 % en 2022 al 19 % en 2023). Esta falta de compromiso significa que no existe un ciclo de retroalimentación directa para captar la voz colectiva de los consumidores de servicios financieros digitales.

Expresado, pero no escuchado. De manera más preocupante, la Imagen 20 muestra que, si bien los organismos de consumidores plantean activamente las quejas de los consumidores ante los entes reguladores y prestadores de servicios, estos esfuerzos a menudo no se plasman en la adopción de medidas directas. Por lo tanto, a pesar de la capacidad de estas asociaciones para expresar activamente sus preocupaciones y mantener conversaciones con los prestadores, el impacto en términos de medidas adoptadas por los entes reguladores financieros y los prestadores de servicios financieros digitales parece ser limitado. Solamente 13 % de las asociaciones de consumidores informaron sobre medidas activas por parte de los reguladores financieros, y apenas un 3 % de las asociaciones de consumidores han logrado garantizar que los prestadores adopten medidas concretas. Esto pone de manifiesto la necesidad de contar con canales más eficaces²⁰ para abordar las quejas de los consumidores dentro del ecosistema de los servicios financieros digitales.

CAMPO DE JUEGO DE INCLUSIÓN Y PROTECCIÓN: NECESIDAD DE MAYOR INCLUSIVIDAD Y UNA MEJOR EXPERIENCIA VIVIDA

²⁰ Los canales potenciales podrían incluir: 1.) Composición amistosa, que permite a las partes designar amigables componedores para la resolución de disputas vinculantes 2.) Mediación, que implica que las partes resuelvan las diferencias con la ayuda de un tercero imparcial, mientras que la conciliación permite la resolución autónoma y jurídicamente vinculante de los reclamos con un conciliador neutral. 3.) Arbitraje, que permite a las partes diferir a los árbitros, cuyos laudos tienen el mismo peso jurídico que las sentencias judiciales y son vinculantes, aunque sujetos a control judicial especial por posible invalidación (AFI, 2017).

Enfoque en la experiencia del consumidor: los servicios financieros digitales en crisis en el Líbano

El Líbano ha estado lidiando con una crisis de liquidez del sector financiero desde 2019. La crisis está afectando negativamente a los consumidores que antes disfrutaban de acceso a una amplia gama de servicios financieros, tanto tradicionales como digitales. La banca en línea, los pagos virtuales y el dinero móvil alguna vez fueron comunes. Sin embargo, la crisis ha alterado drásticamente este panorama. Los consumidores no pueden retirar ni realizar operaciones de fondos de sus cuentas bancarias, y los bancos ocasionalmente cierran por períodos prolongados. Además, la dependencia de las operaciones en efectivo, a menudo en euros o dólares debido a la hiperinflación de la moneda local, se ha convertido en la norma. Para enfrentar la situación, los consumidores también dependen cada vez más de las remesas de familiares y amigos que trabajan en el extranjero.

El cambio hacia operaciones predominantemente en efectivo presenta riesgos significativos para los consumidores. El mayor uso de efectivo eleva el riesgo de robo. En respuesta, se ha innovado para hacer frente a la falta de servicios financieros, tales como la emisión de tarjetas para compras en línea o la importación de servicios de países vecinos. Sin embargo, estas innovaciones a menudo no son bien comprendidas por los consumidores. La falta de comprensión expone a los consumidores a estafas y fraudes. Además, la introducción de nuevas innovaciones en servicios financieros digitales no está exenta de desafíos, ya que son susceptibles a interrupciones de la red.

Consumers Lebanon, miembro del Acelerador de Finanzas Digitales Justas, participa activamente en la solución de estos desafíos. Su enfoque implica una comprensión integral de las experiencias de los consumidores y colaboración con los reguladores para establecer un sistema de pago en línea resiliente que pueda navegar por las complejidades de la crisis de liquidez. Mientras tanto, sin embargo, la difícil situación de los consumidores persiste, con su bienestar financiero pendiendo de un hilo.

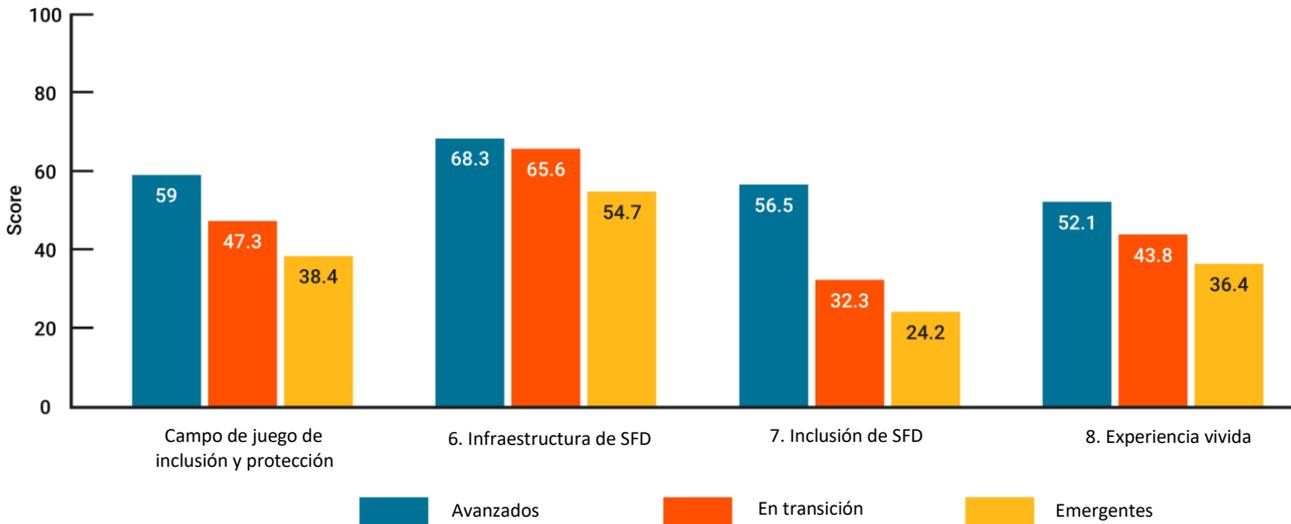
Fuente: Entrevista con Consumers Lebanon (2023); Solicitud de Subvención Internacional para Consumers Lebanon (2023); [One Trust \(2023\)](#)

Puntuaciones relativamente altas en el elemento de infraestructura de servicios financieros digitales, pero los elementos de inclusividad y experiencia vivida presentan puntuaciones bajas. El pilar de inclusión y protección del campo de juego comprende tres elementos fundamentales: el estado de la **infraestructura** de los servicios financieros digitales, la **inclusividad** de los servicios financieros digitales para los grupos vulnerables y la **experiencia vivida** por los consumidores con dichos servicios, ya sea que utilicen activamente sus servicios financieros digitales, su grado de satisfacción y el grado de confianza. La Imagen 21 describe las puntuaciones de cada uno de estos componentes:

- Las puntuaciones más altas en la infraestructura de servicios financieros digitales se deben a la sólida conectividad de la red (96 frente a 93 frente a 88 para los tres grupos respectivos), con una variabilidad entre los grupos influenciada por la presencia de los prestadores de servicios financieros (80 frente a 56 frente a 50) y la asequibilidad de los datos (58 frente a 56 frente a 40).
- A pesar de tener una infraestructura de servicios financieros digitales relativamente bien desarrollada, el sector financiero no la ha traducido de manera eficaz en una capacidad para atender las necesidades de los grupos vulnerables, como es evidente en los países de grupos en transición y emergentes.

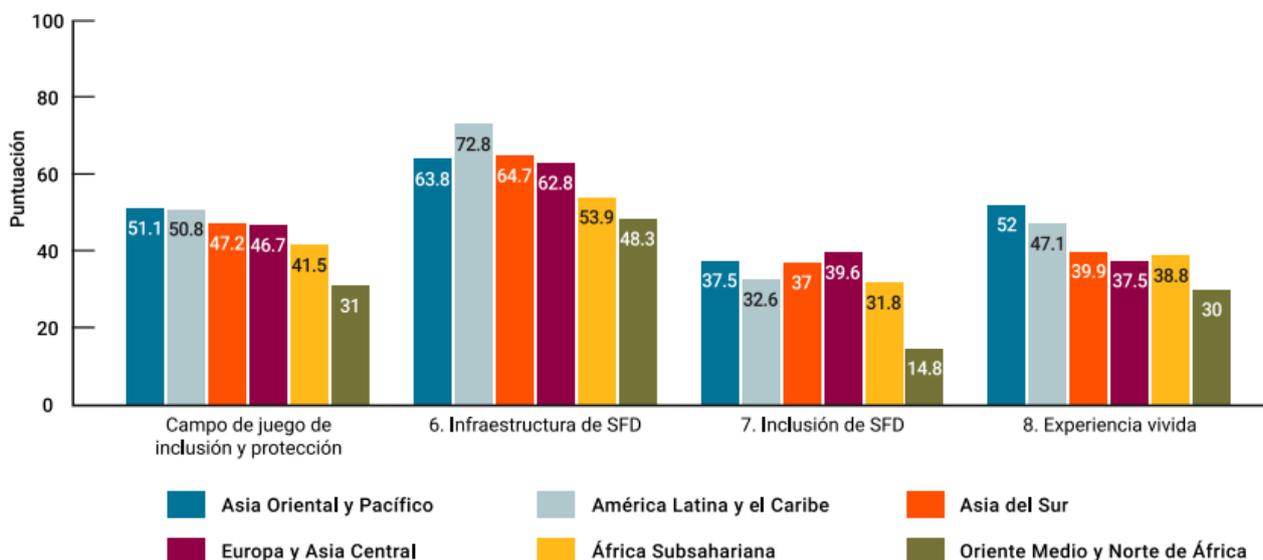
- En todos los grupos, la experiencia vivida se ve obstaculizada por el uso activo limitado de los servicios financieros digitales (46 frente a 38 frente a 20) y el bajo compromiso con los canales digitales (37 frente a 31 frente a 18), con el grupo emergente con un rendimiento notablemente inferior en ambos aspectos.

Imagen 21: Campo de juego de condiciones de inclusión y protección para los servicios financieros digitales (SFD) por grupo de países



Se ve una imagen similar cuando se ve mediante una lente regional. América Latina y el Caribe superan a otras regiones en el pilar de infraestructura de los servicios financieros digitales, impulsada por puntajes notablemente altos en indicadores basados en percepción, tales como accesibilidad de los sistemas de pago digitales y la huella de los prestadores de servicios financieros (como se muestra en la Imagen 22). Sin embargo, en todas las regiones, existe una puntuación baja consistente en el pilar de inclusión de los servicios financieros digitales, lo que indica un acceso y un uso limitados para los principales grupos vulnerables, mientras que África Subsahariana y Oriente Medio y el Norte de África (MENA) obtienen una puntuación notablemente menor. Asia Oriental y el Pacífico lideran la experiencia vivida con el pilar de servicios financieros digitales, impulsada por puntuaciones relativamente más altas en el uso de servicios financieros digitales, el grado de compromiso con los canales digitales y la eficacia percibida de los recursos de los consumidores.

Imagen 22: Campo de juego de inclusión y protección de los servicios financieros digitales (SFD) por región



Profundización. La encuesta también permite un análisis más detallado de lo que hay detrás de las puntuaciones de cada elemento individual, como se ha comentado anteriormente:

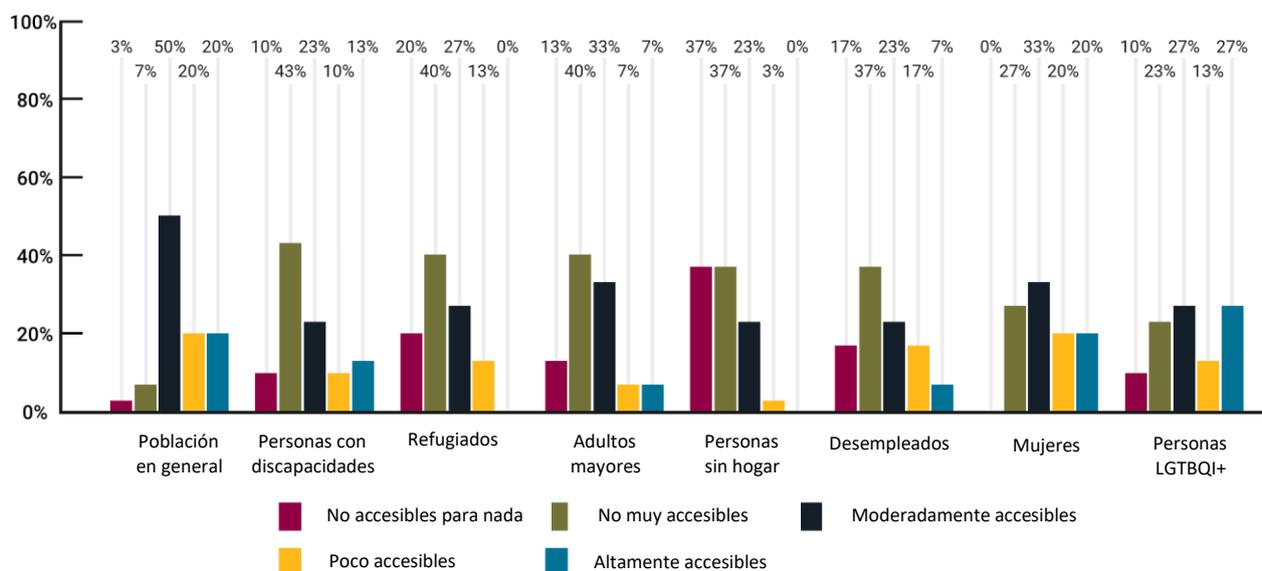
La mejora continua de la infraestructura de los servicios financieros digitales es fundamental para proporcionar a los consumidores los medios para aprovechar los servicios financieros digitales en su vida cotidiana.

La infraestructura de servicios financieros digitales comprende varios componentes cruciales, incluido el acceso generalizado a Internet asequible, disponibilidad de teléfonos habilitados para Internet y un sistema de pago sólido con amplias opciones de entrada y salida de efectivo. Sirve como un requisito previo fundamental, lo que permite a los consumidores integrar los servicios financieros digitales en su vida diaria. Un factor clave detrás de las altas puntuaciones en infraestructura es la amplia conectividad de red, ya que el 96,3 %, el 92,3 % y el 84,6 % de los países del Acelerador de Finanzas Digitales Justas tienen acceso a 2G, 3G y 4G, respectivamente (GSMA, 2023). Las diferencias entre los grupos avanzados y en transición y el grupo emergente pueden atribuirse principalmente a variaciones en asequibilidad de los datos y penetración de los teléfonos móviles, ambos requisitos previos críticos para garantizar que los consumidores puedan acceder y aprovechar los servicios financieros digitales de manera eficaz. En promedio, en todos los países del índice, el 57,7 % de las personas tienen acceso a un teléfono con acceso a Internet. En los grupos avanzado y en transición, esta cifra es del 63 % y 62 %, respectivamente, mientras que en el grupo de países emergentes desciende al 53 % (GSMA, 2023). En particular, en algunos países, la propiedad de dispositivos móviles es tan baja como el 26,2 %, lo que actúa como una barrera significativa para proporcionar a los consumidores el acceso necesario a servicios financieros digitales. Es importante abordar estas disparidades para crear un panorama más inclusivo y accesible para los servicios financieros digitales en diversos contextos.

Las personas sin hogar, así como los refugiados y los desempleados, se enfrentan a importantes barreras para acceder a los servicios financieros digitales.

Los resultados muestran que las barreras de acceso son mayores para grupos específicos dentro de la sociedad. La Imagen 23 ilustra las percepciones de las asociaciones de consumidores sobre la inclusividad de los servicios financieros digitales para diversos grupos. Indica que se percibe que las personas sin hogar encuentran las barreras más importantes para acceder a servicios financieros digitales, y el 74 % de las asociaciones de consumidores señalan que estos servicios son "nada accesibles" o "poco accesibles". Les siguen de cerca los refugiados (60 %) y los desempleados (54 %). Abordar estos desafíos es crucial para garantizar que los servicios financieros digitales sean accesibles y beneficiosos para todos los miembros de la sociedad.

Imagen 23: Inclusividad de los servicios financieros digitales para los grupos vulnerables según la percepción de los organismos de consumidores (%)



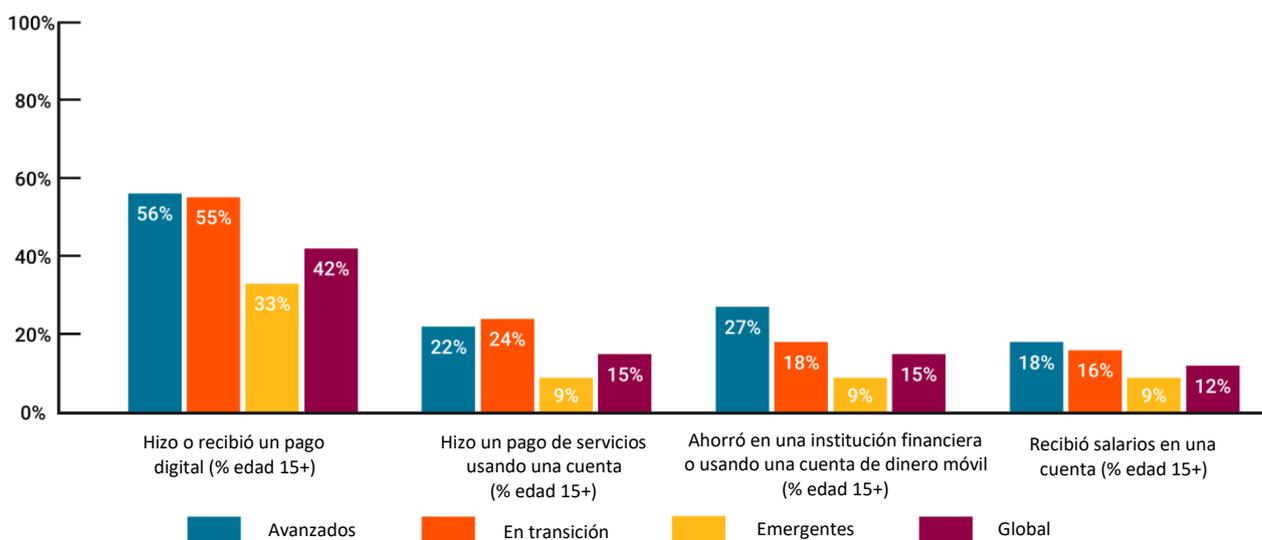
La mayoría de los consumidores aún no utilizan activamente los servicios financieros digitales para satisfacer sus necesidades diarias. Si bien el acceso a las cuentas está muy extendido en toda la muestra, no implica que estas cuentas se estén utilizando activamente²¹ para promover los beneficios de la inclusión financiera para los consumidores. En la mayoría de países del índice, solo una minoría de los consumidores utiliza los servicios financieros digitales en sus rutinas diarias, lo que cubre una amplia gama de casos de uso que respaldan sus necesidades cotidianas. Como se destaca en la Imagen 24, el 42 % de los consumidores de los países del índice han realizado o recibido un pago digital. Al observar casos de uso específicos que puedan indicar una comprensión más profunda de los servicios financieros digitales

- tales como hacer pagos de servicios públicos, ahorrar en una institución financiera o recibir salarios en una cuenta
- estas cifras se reducen al 15 %, 15 % y 12 %, respectivamente. El uso es menor en estos indicadores en los países emergentes del conglomerado en relación con los países avanzados y en transición. Esto sugiere que todavía existen obstáculos significativos que dificultan la adopción y utilización de los servicios financieros digitales dentro de este grupo particular de países. Abordar estos obstáculos es esencial para fomentar una adopción más amplia y eficaz de los servicios financieros digitales entre las diversas bases de consumidores.

Imagen 24: Uso de los servicios financieros digitales por parte de los consumidores

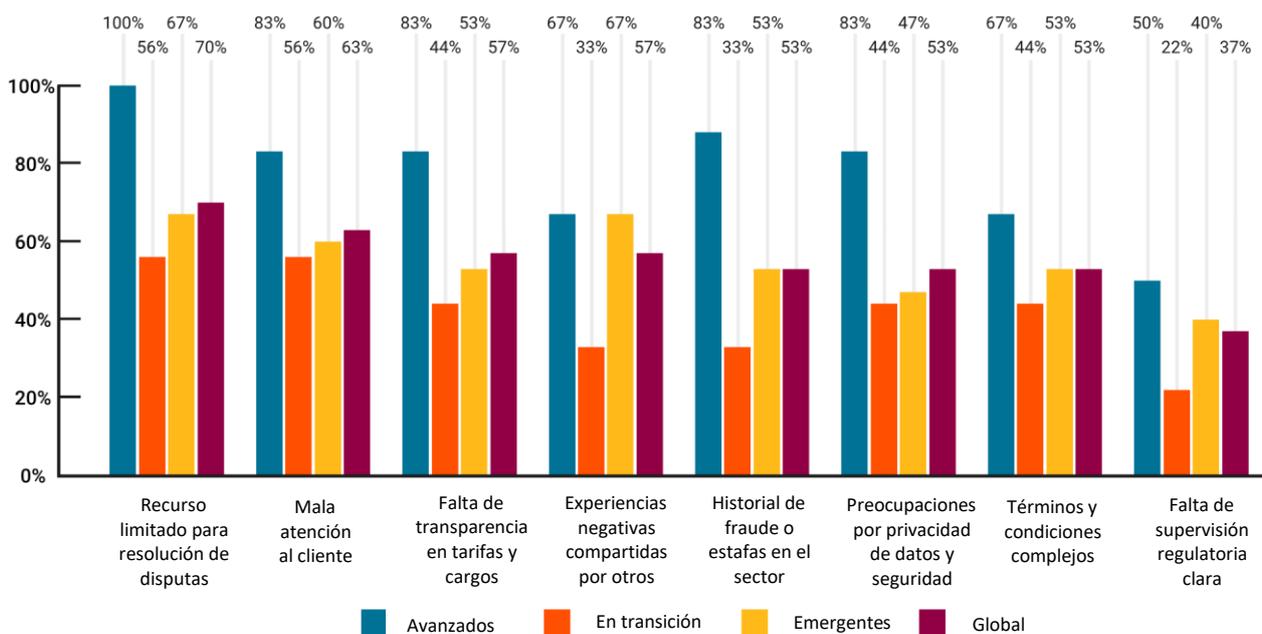
²¹ Una cuenta activa es aquella que ha tenido depósitos o retiros y pagos digitales entrantes o salientes en el último año (Banco Mundial, 2022).

Source: World Bank (2022)



Falta de confianza. Los resultados también muestran que la confianza sigue siendo un desafío. En la Imagen 25 se recogen algunos de los principales factores que contribuyen a esta falta de confianza, según la percepción de los organismos de consumidores. Los tres factores más importantes son la falta de canales de fácil acceso y eficientes para las quejas de los consumidores (reportados por el 70 % de los encuestados), mala atención del cliente (63 %) y falta de transparencia en las tarifas y cargos (57 %). Curiosamente, estos factores son considerablemente más pronunciados en los países del grupo avanzado. El hecho de que el sentimiento sea que muchos consumidores no confían en los servicios financieros o han tenido malas experiencias al usarlos requiere atención urgente para garantizar el progreso en el fomento de una inclusión financiera significativa mediante la mejora de la experiencia vivida por los consumidores.

Imagen 25: Factores que contribuyen a la falta de confianza percibida por los organismos de consumidores (%)

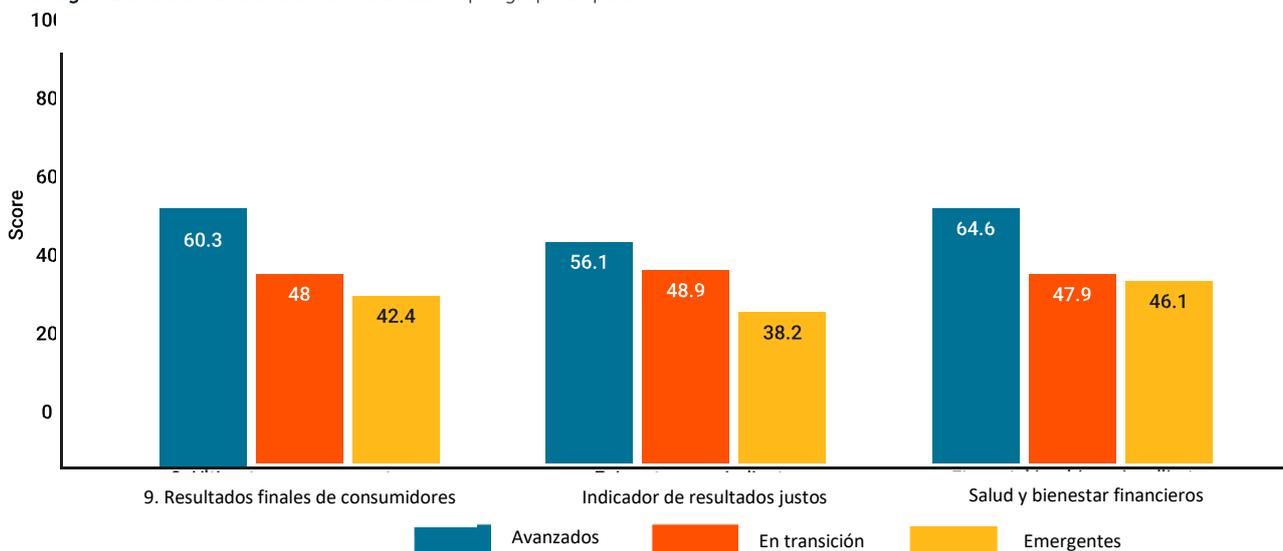


RESULTADOS FINALES PARA LOS USUARIOS: SEGUIMOS ESFORZÁNDONOS POR LOGRAR BIENESTAR FINANCIERO, RESILIENCIA Y RESULTADOS JUSTOS DE LOS CLIENTES

Incluso en los países avanzados, lograr salud financiera, resiliencia y resultados justos de los clientes sigue siendo un desafío. El pilar final de resultados del consumidor está representado por un elemento: los resultados del usuario, que abarcan dos indicadores clave: i) resultados justos para el cliente, ii) salud y bienestar financieros; y iii) servicios financieros digitales que apoyan la sostenibilidad²². Como se muestra en la Imagen 26, los resultados subrayan que resultados positivos de los consumidores siguen eludiendo a todos los grupos, con puntuaciones consistentemente bajas en todos los ámbitos:

- Los organismos de consumidores afirman que los prestadores de servicios financieros han fracasado predominantemente en la aplicación de los principios de resultados del consumidor, y que los consumidores aún no han sido testigos de resultados relacionados con la idoneidad, elección, equidad y respeto, voz, seguridad y cumplimiento de su propósito previsto.
- Los consumidores, especialmente en el grupo emergente, también siguen siendo vulnerables desde el punto de vista financiero. Los resultados relacionados con la salud financiera y el bienestar indican que muchos consumidores todavía batallan con preocupaciones sobre cómo satisfacer sus necesidades financieras diarias y ahorrar para objetivos financieros a largo plazo.
- La utilización de servicios financieros digitales para apoyar la resiliencia climática está en sus inicios, con solo cuatro organismos de consumidores que informan que conocen las iniciativas destinadas a reducir la vulnerabilidad al cambio climático.

Imagen 26: Resultados finales de los usuarios por grupo de países

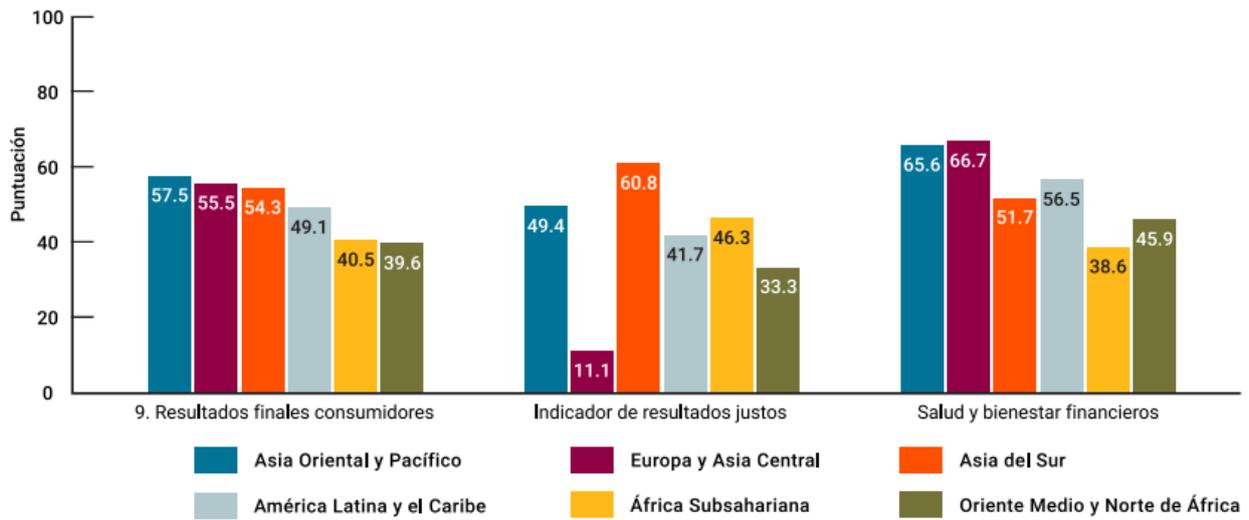


Disparidades regionales evidentes en los resultados de los consumidores. A pesar de que los resultados generales de los consumidores son generalmente deficientes en todos los ámbitos, algunas regiones obtienen mejores resultados que otras (Imagen 27). Surgen dos grupos regionales

²² A falta de datos objetivos fiables para medir el progreso, la encuesta del Acelerador de Finanzas Digitales Justas de Consumers International incluye preguntas abiertas sobre el conocimiento de las iniciativas de finanzas digitales diseñadas para ayudar a los consumidores vulnerables al cambio climático. Por lo tanto, este indicador no contribuye cuantitativamente a la puntuación del índice.

distintos: i) Asia Oriental, Europa, Asia Central y Asia del Sur; y ii) Oriente Medio y África del Norte, América Latina y el Caribe y África Subsahariana. A la cabeza se encuentra Asia Oriental y el Pacífico, impulsada por puntuaciones relativamente altas en el indicador de salud financiera y bienestar. En secciones anteriores del informe, África Subsahariana se destacó con altas puntuaciones en el desarrollo de su marco de protección del consumidor financiero y el nivel de compromiso entre los reguladores y los organismos de consumo. Sin embargo, a pesar de estos avances, existe una brecha en la traducción de estos esfuerzos positivos en mejores resultados a nivel de los consumidores en África Subsahariana.

Imagen 27: Resultados finales de los usuarios por región



Recuadro 2: Definición de los resultados de los clientes

Sobre la base de la investigación en múltiples contextos nacionales, la revisión de normas y directrices emitidas por los organismos normativos y la amplia participación de las partes interesadas, el CGAP (2022) definió seis resultados para los clientes, como se describe en el siguiente diagrama. Los primeros cinco resultados se producen a lo largo del proceso de uso de los servicios financieros y, en conjunto, contribuyen a un sexto resultado transversal de cumplimiento del propósito del cliente:

Imagen 28: Resultados de los clientes de CGAP

Fuente: CGAP, 2022

RESULTADOS DE CLIENTES	IDONEIDAD	ELECCIÓN	JUSTICIA Y RESPETO	VOZ	SEGURIDAD
Declaraciones de resultados de clientes	<i>"Tengo acceso a servicios de calidad asequibles y apropiados para mis preferencias y situación y recibo asesoría y guía apropiados para mi situación financiera"</i>	<i>"Puedo comunicarme con el PSF por un canal de fácil acceso y mis problemas son resueltos rápidamente a un costo mínimo para mí"</i>	<i>"Puedo tomar elecciones informadas entre una gama de productos, servicios y PSF basado en información apropiada y suficiente proporcionada de forma transparente, económica y fácil de entender"</i>	<i>"Soy tratado con respeto en mis interacciones con el PSF, aun si mi situación cambia y puedo contar con que el PSF considerará mis intereses"</i>	<i>"Mi dinero e información están seguros. El PSF respeta mi privacidad y me da control sobre mis datos"</i>
CUMPLIR CON EL PROPÓSITO DEL CLIENTE:					
<i>"La elección correcta de los servicios me ayuda a minimizar los riesgos y a sentirme más en control de mi situación financiera. Me ayuda a equilibrar la flexibilidad y la disciplina en el manejo de mis finanzas, incluso cuando mis circunstancias cambian, y estoy en una mejor posición para satisfacer mis necesidades financieras a corto plazo y respaldar mis metas financieras a largo plazo".</i>					

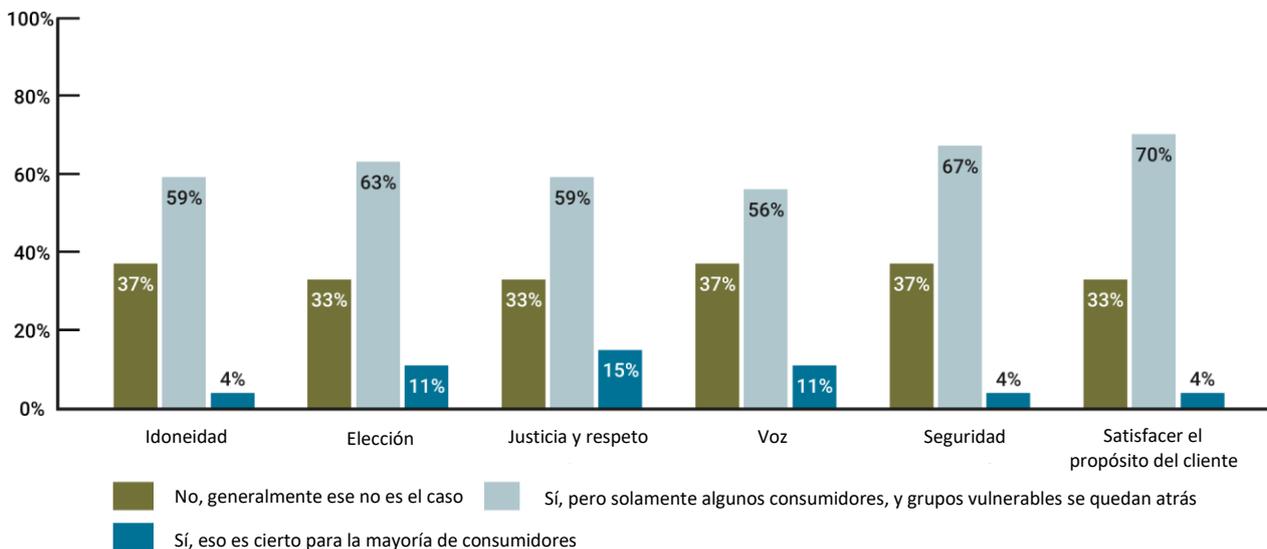
Profundización. Al igual que con los otros pilares, es útil buscar debajo de la superficie para considerar los resultados de cada uno de los indicadores básicos con más detalle:

Existe una necesidad apremiante de que los enfoques de protección del consumidor evolucionen para fomentar acciones regulatorias, de supervisión y de prestadores de servicios financieros que prioricen los resultados de los clientes. Los resultados justos para los consumidores se refieren a los resultados para los consumidores en el acceso y la utilización de los servicios financieros. Estos resultados están directamente influidos por los productos, la entrega, la conducta y las prácticas de los prestadores de servicios financieros. Centrarse en los resultados de los clientes puede considerarse necesario, pero no suficiente, para situar al cliente en una posición de mayor control sobre su situación financiera y en una posición en la que pueda gestionar mejor las perturbaciones financieras, mejorando así su salud financiera (CGAP, 2022). El siguiente recuadro describe los resultados del cliente desde la perspectiva del cliente.

Los organismos de consumidores consideran que los resultados no se han cumplido adecuadamente para los consumidores. La encuesta sobre finanzas digitales justas preguntó a las asociaciones miembro sobre sus percepciones sobre el grado en que los consumidores de su país de origen experimentan los resultados deseados. En promedio, solo el 8 % de las organizaciones de consumidores encuestadas creen que todos los resultados se cumplen y son aplicables a la mayoría de los consumidores (como se muestra en la Figura 29). Por el contrario, lo que es preocupante es

que al menos un tercio de las asociaciones de consumidores creen que estos resultados para los consumidores no se cumplen en gran medida. La mayoría de las asociaciones de consumidores creen que estos resultados se logran para algunos consumidores; sin embargo, los grupos vulnerables se quedan atrás.

Imagen 29: Percepción de los organismos de consumidores sobre los resultados del consumidor



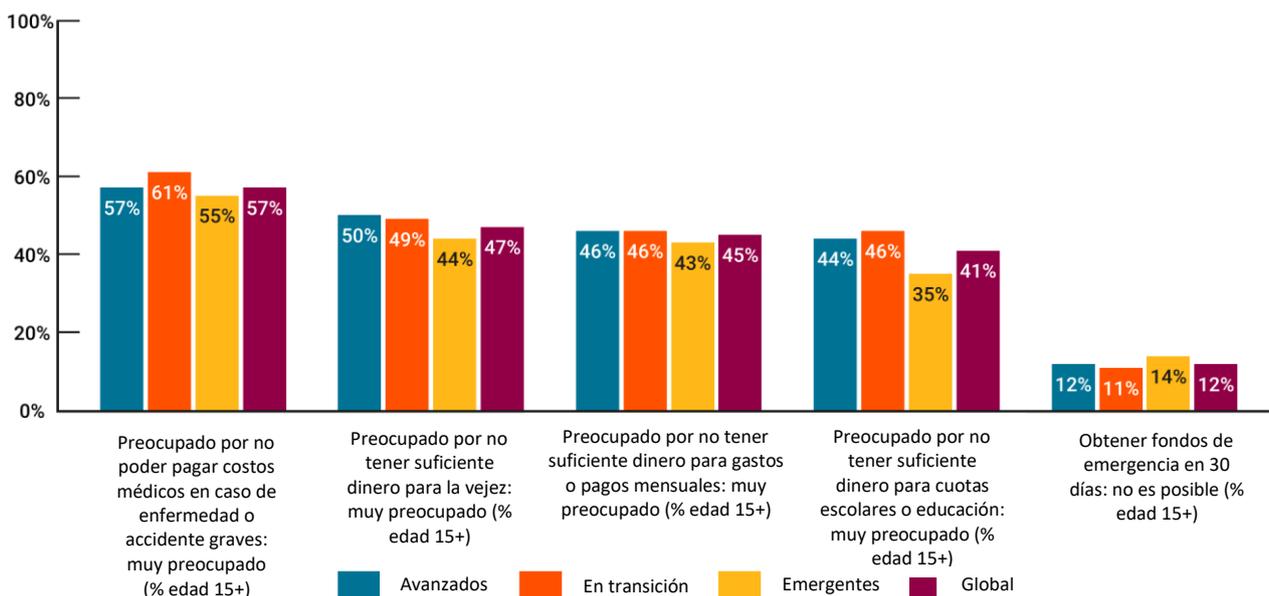
Varios factores impulsan la salud financiera. Varios factores, incluidos los de los entornos sociales, económicos y tecnológicos, pueden influir en el bienestar financiero de un cliente. Sin embargo, si los servicios financieros no se alinean con los objetivos del cliente, se plantean desafíos para mantener la salud financiera (Banco Mundial, 2022). Un aspecto crítico del bienestar financiero tiene que ver con la ansiedad de las personas sobre su situación financiera. La falta de protección ante eventos imprevistos y las dificultades para satisfacer las necesidades básicas de la familia pueden afectar significativamente la sensación de seguridad financiera propia. Las circunstancias de la vida real, especialmente para aquellos que solo cubren los gastos de manutención, juegan un papel importante en la configuración del estrés financiero, lo que destaca la importancia de tener un colchón financiero. Si bien la protección del consumidor financiero desempeña un papel importante en la configuración de los resultados de salud financiera, su influencia tiene límites. La salud financiera va mucho más allá de los servicios financieros y está influida por varios factores, como los niveles de ingresos, las perturbaciones externas y los comportamientos individuales. Incluso con una fuerte protección del consumidor, es posible que las personas no estén financieramente sanas debido a esos otros factores (Duflos e Izaguirre, 2021).

Los consumidores siguen preocupados por su bienestar financiero, incluso entre los países avanzados. Los resultados relativamente pobres de los consumidores, tal como se muestra en la Imagen 29, implican que las necesidades financieras digitales de los consumidores siguen estando en gran medida insatisfechas. Esto luego se filtra fuertemente en la salud financiera y bienestar de los consumidores sobre el terreno. Los consumidores de todos los países están seriamente preocupados por su situación financiera actual y la capacidad de tener fondos suficientes para cumplir con diversas obligaciones. Los costos médicos son la preocupación financiera más común: en general, la mayor parte de los adultos entre los países del índice (57 %) dicen que están muy preocupados por no poder pagar las facturas médicas en caso de una enfermedad grave o un accidente (como se muestra en la Figura 30). A esto le siguen las preocupaciones relacionadas con no tener suficiente dinero para la vejez (47 %), no tener suficiente dinero para los gastos mensuales y las facturas (45 %) y no poder

pagar las tasas escolares o las tasas de educación (41 %). Además, es muy preocupante que el 12 % de los consumidores de los países índice no podrían obtener ningún tipo de financiación de emergencia en un plazo de 30 días en caso de emergencia. En general, estos datos indican que el bienestar financiero de muchos consumidores en todos los grupos de países sigue siendo precario, ya que casi la mitad de los consumidores tienen dificultades para satisfacer sus necesidades financieras diarias.

Los consumidores siguen siendo vulnerables a los efectos del cambio climático, y las iniciativas de finanzas digitales para ayudar a desarrollar su resiliencia son limitadas. La inclusión financiera puede desempeñar un papel crucial para permitir que las comunidades se adapten y resistan los impactos del cambio climático. Sin acceso a servicios esenciales como ahorros, préstamos, pagos y seguros, los hogares y las empresas se enfrentan a dificultades para prepararse, gestionar y recuperarse de los desafíos cada vez más graves e impredecibles relacionados con el clima (CGAP, 2023). Los gobiernos pueden contribuir significativamente a fomentar el acceso a servicios financieros en respuesta a las perturbaciones relacionadas con el clima. Por ejemplo, el Banco Central de Filipinas reelaboró el Sistema Nacional de Pagos Minoristas para mejorar los flujos de pagos digitales entre las instituciones financieras y las transacciones de gobierno a persona y de persona a persona, lo que facilita la transferencia de asistencia financiera durante una emergencia climática (Smith, Scott, Luna y Lone, 2017). La encuesta de finanzas digitales justas de Consumers International incluyó preguntas abiertas sobre el conocimiento de las iniciativas de finanzas digitales diseñadas para ayudar a los consumidores vulnerables al cambio climático. Con solo un puñado de excepciones, los encuestados no tenían conocimiento de ninguna iniciativa de este tipo.

Imagen 30: Salud y bienestar financiero de los consumidores
Source: World Bank (2022)



CONCLUSIÓN

Una mirada a la perspectiva del consumidor sobre finanzas digitales justas muestra que el trabajo aún no ha terminado. La encuesta actualizada de finanzas digitales justas de Consumers International para 2023 incluye información sobre los organismos de consumidores para todos los elementos del índice, lo que ofrece una comprensión más matizada que en el caso del índice de 2022. Al comparar los resultados de los dos años de la encuesta, es alentador ver un ligero aumento general en la puntuación del índice para 2023²³. Sin embargo, hay poco movimiento en el campo de juego para la protección del consumidor financiero (inclusión para grupos vulnerables, además de cómo las personas usan y experimentan sus servicios financieros) y en los resultados generales para los consumidores. Son estos dos ámbitos los que constituyen la verdadera prueba de la eficacia de la protección del consumidor para los consumidores.

En general: los puntos débiles destacan áreas para acción. Los resultados sobre salud financiera, resiliencia y resultados justos de los consumidores, junto con los resultados sobre experiencia vivida e inclusión, presentan una llamada de atención tanto para el sector financiero como para los entes reguladores: aunque puede haber buenos logros en infraestructura y marcos, los resultados aún no se traducen de forma uniforme en experiencias y resultados positivos para todos los grupos de consumidores. Esto supone una llamada urgente a un enfoque evolucionado de protección del consumidor que enfatice la construcción de un ecosistema financiero digital responsable, una perspectiva holística, prácticas centradas en el cliente y más colaboración entre actores clave para priorizar los resultados de los clientes y mejorar el bienestar financiero general:

- **Para los entes reguladores**, esto implica consultar de forma proactiva a los organismos de consumidores al elaborar políticas y regulaciones de protección del consumidor financiero, revisar la accesibilidad y la idoneidad de los canales de recursos de los consumidores y trabajar con todas las partes interesadas para fomentar la alfabetización financiera y digital. También significa una reorientación de la regulación, alejándola de normas centradas en la conducta de mercado como insumo y centrada hacia los resultados de los consumidores. Este cambio de orientación requiere un nuevo enfoque de monitoreo de supervisión, alejándose de un monitoreo de cuales casillas son las que marcan los prestadores de servicios financieros, a una comprensión de los resultados a medida que se producen para los consumidores sobre el terreno. Los resultados de la encuesta de finanzas digitales justas de Consumers International, tal como se presentan en este informe, ofrecen una visión de todos los países. A nivel de cada país, los conocimientos deben complementarse ahora con un enfoque más riguroso por parte de los supervisores para medir los resultados de los clientes. Como punto de partida, se pueden hacer más esfuerzos para monitorear y publicar estadísticas de quejas²⁴. Sin embargo, en última instancia, se necesita una reorientación hacia la medición de los resultados de los clientes, basándose en datos existentes, recopilando

²³ Se trata de un resultado indicativo, ya que no es posible realizar una comparación entre iguales debido a los cambios en la encuesta y la muestra.

²⁴ Si bien el 88 % de los supervisores recopilan datos agregados de quejas de los consumidores de los prestadores, solo el 44 % publica esta información al público en general. La disponibilidad de información relacionada con los reclamos, ya sea en forma granular o agregada, es una fuente clave de información a la que los organismos de consumidores deben tener acceso para comprender las tendencias de los reclamos relacionados con los consumidores. En última instancia, esta información debe informar e influir en el enfoque con el que se relacionan con el regulador y apoyan a los consumidores en función de las necesidades de los consumidores dentro de su mercado. El fortalecimiento de la transparencia en la presentación de estas estadísticas puede contribuir a un panorama de defensa del consumidor más informado y empoderado.

nuevos datos de los clientes y examinando el rendimiento y las métricas financieras a través de la lente del cliente²⁵.

- **Para los prestadores de servicios financieros**, el camino hacia mejores resultados para los clientes comienza absorbiendo una cultura de trato justo al cliente y consolidando un lenguaje sobre resultados de los clientes, en lugar de resultados de la conducta de mercado. También requiere que se revisen los procesos de quejas y ver las quejas de los clientes como una fuente clave de inteligencia sobre las áreas para mejoras, en lugar de algo que deba refutarse en la medida de lo posible. Además de lo que deben informar al ente regulador, los prestadores de servicios financieros también pueden utilizar sus propios datos para rastrear y medir cómo los buenos resultados de los clientes contribuyen a un mejor rendimiento empresarial y a una mejor gestión de riesgos, al tiempo que evalúan los objetivos centrados en el cliente²⁶ (CGAP, 2022).
- **Para los organismos de consumo**, los resultados muestran la importancia de seguir abogando por un cambio normativo y de mercado que tome en cuenta la perspectiva del consumidor. Las asociaciones de consumidores son actores clave en el ecosistema que puede impulsar y apoyar a los entes reguladores y a los prestadores de servicios financieros para que se den cuenta de los beneficios de cambiar hacia un enfoque orientado a resultados. Es poco probable que la adopción de este enfoque se produzca de la noche a la mañana; sin embargo, las asociaciones de consumidores tienen un papel clave que desempeñar en el cambio de mentalidad de los entes reguladores y los prestadores de servicios financieros a lo largo del tiempo. Los resultados también muestran la importancia de que los organismos de consumidores estén cercanos a las realidades de los consumidores, estén al tanto de los riesgos y tendencias clave de las finanzas digitales y colaboren con otras partes interesadas para ayudar a desarrollar la capacidad financiera digital y la resiliencia de los consumidores. Finalmente, los resultados ponen de manifiesto una brecha en la participación en asuntos relacionados con la resiliencia climática y las finanzas sostenibles.

El Acelerador de Finanzas Digitales Justas ha asumido la tarea. El llamado a la acción presentado por estos resultados se alinea con la visión del Acelerador de Finanzas Digitales Justas para las finanzas digitales justas. El Acelerador continúa involucrando a los miembros en estos temas y ha implementado con éxito un curso de capacitación personalizado sobre finanzas digitales, protección del consumidor y empoderamiento. A la fecha, se ha llegado a más de 100.000 consumidores mediante programas de sensibilización y educación y se ha capacitado a 90 defensores de los consumidores.

Como resultado, varios miembros han podido influir en las políticas y mecanismos de reclamos, y varios más han iniciado interacciones con los entes reguladores. El propio Acelerador de Finanzas Digitales Justas se ha convertido en una voz respetada en el ámbito regulatorio y de finanzas digitales a nivel mundial.

El papel del Acelerador de Finanzas Digitales Justas. El acelerador ocupa una posición distintiva a la hora de encabezar el cambio necesario. Su principal objetivo mundial es establecer una red de

²⁵ El CGAP ha publicado un conjunto de herramientas de seguimiento del mercado que proporciona orientación a este respecto. Para obtener más información, consulte <https://www.cgap.org/topics/collections/herramientas-de-monitoreo-de-mercado>.

²⁶ El CGAP seleccionó a Sudáfrica para poner a prueba un marco de indicadores de resultados. La Autoridad de Conducta del Sector Financiero (FSCA, por sus siglas en inglés) (la autoridad de conducta de mercado de Sudáfrica) y cinco prestadores de servicios financieros seleccionados probaron los resultados de los clientes aprovechando 156 indicadores, incluidos 77 indicadores cualitativos y 79 cuantitativos. Los comentarios recibidos en el ejercicio indicaron que los indicadores sobre los resultados de los clientes pueden recopilarse a partir de los datos existentes de los prestadores de servicios financieros, pero requiere la adopción de procesos y la aceptación de la organización en todos los niveles.

asociaciones de consumidores e integrar a los consumidores en la conversación mundial sobre protección del consumidor financiero. A escala nacional, empodera a las asociaciones de consumidores proporcionándoles experiencia en servicios financieros digitales y conciencia de riesgos. Esta asistencia les permite establecer conexiones con los actores del mercado y los entes reguladores, lo que facilita un enfoque de base para impulsar la agenda de cambio.

LISTA DE REFERENCIAS

AFI. (2017). *Alternative Dispute Resolutions*. Obtenido de https://www.afi-global.org/wp-content/uploads/publications/2017-08/AFI_CEMC_adr%20survey_AW_digital.pdf

AFI. (2021). *Digital Financial Literacy*. Obtenido de <https://www.afi-global.org/publications/digital-financial-literacy/>

Andrianaivo, M., & Kpodar, K. (2011). ICT, Financial Inclusion, and Growth: Evidence from African Countries. *Documento de trabajo del FMI*.

BIS. (2023). *The crypto ecosystem: key elements and risks*. BIS. Obtenido de <https://www.bis.org/publ/othp72.pdf>

CGAP. (2022). *Customer Outcomes-Based Approach to Consumer Protection: A Guide to Measuring Outcomes*. Obtenido de <https://www.cgap.org/research/reading-deck/customer-outcomes-based-approach-to-consumer-protection-guide-to-measuring>

CGAP. (2022). *Rethinking Consumer Protection: A Responsible Digital Finance Ecosystem*. Obtenido de [Cgap.org: https://www.cgap.org/blog/rethinking-consumer-protection-responsible-digital-finance-ecosystem](https://www.cgap.org/blog/rethinking-consumer-protection-responsible-digital-finance-ecosystem)

CGAP. (2022). *The Evolution of the Nature and Scale of DFS Consumer Risks: A Review of Evidence*.

CGAP. (2023). *Climate Adaptation, Resilience, and Financial Inclusion: A New Agenda*. Obtenido de [www.cgap.org: https://www.cgap.org/research/publication/climate-adaptation-resilience-and-financial-inclusion-new-agenda](https://www.cgap.org/research/publication/climate-adaptation-resilience-and-financial-inclusion-new-agenda)

CGAP. (2023). *Digital Finance Consumer Risks: Senegal National Study*. CGAP. Obtenido de https://www.findevgateway.org/sites/default/files/publications/2023/Senegal_DFS%20Risks%20Survey%20Report.pdf

Chadha, S., Kipkemboi, K., & Muthiora, B. (2021). *The Mobile Money Regulatory Index 2021*. Londres: GSMA.

Consumers International. (2022). *Building Fair Digital Finance*. Obtenido el 21 de noviembre de 2022, de https://www.consumersinternational.org/media/419259/final_vision-for-fair-digital-finance.pdf

Consumers International. (2022). *The Global Consumer Protection and Empowerment Index 2022*. Inglaterra y Gales: Consumers International.

Duflos, E., & Izaguirre, J. (2021). *Financial Health and Consumer Protection: Two Frameworks Converging*. Retrieved from Findevgateway. Obtenido de Findevgateway: <https://www.findevgateway.org/blog/2021/12/financial-health-and-consumer-protection-two-frameworks-converging>

Forbes. (24 de abril de 2022). *7 Risks Investors Need To Know Before Jumping Headfirst Into The NFT Bandwagon*. Obtenido de Forbes: <https://www.forbes.com/sites/naveenjoshi/2022/04/24/7-risks-investors-need-to-know-before-jumping-headfirst-into-the-nft-bandwagon/?sh=63edad97489d>

GSMA. (2023). *GSMA Connectivity Index*. Obtenido de GSMA: <https://www.mobileconnectivityindex.com/index.html#year=2022>

INEE. (2024). *Vulnerable Groups*. Obtenido de Red Interinstitucional para la Educación en Situaciones de Emergencia: <https://inee.org/eie-glossary/vulnerable-groups>

Jack, W., & Suri, T. (2014). Risk Sharing and Transactions Costs: Evidence from Kenya's Mobile Money Revolution. *American Economic Review*.

Ozili, P. (2017). Impact of Digital Finance on Financial Inclusion and Stability. *Reseña de Borsa Istanbul*.

Smith, G., Scott, Z., Luna, E., & Lone, T. (2017). *Shock-Responsive Social Protection Systems Research: Case Study - Post-Haiyan Cash Transfers in the Philippines*. Oxford, Reino Unido: Oxford Policy Management.

Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito (2023). *Casinos, cyber fraud, and trafficking in persons forced criminality in Southeast Asia*.

Bangkok: UNODC. Obtenido de https://www.unodc.org/roseap/uploads/documents/Publications/2023/TiP_for_FC_Policy_Report.pdf

Banco Mundial. (2022). *The Global Findex Database 2021: Financial Inclusion, Digital Payments, and Resilience in the Age of COVID-19*. Obtenido de The World Bank: <https://www.worldbank.org/en/publication/globalfindex>

Banco Mundial. (2023). *Global Financial Inclusion and Consumer Protection (FICP) Survey*. Obtenido del Banco Mundial: <https://responsiblefinance.worldbank.org/en/responsible-finance/financial-consumer-protection>

APÉNDICE A:

COMPARACIÓN ENTRE LOS ÍNDICES DE FINANZAS DIGITALES JUSTAS DE 2022 Y 2023

Tabla 2: Fuentes de datos y cantidad de variables incluidas en el índice FCP por elemento índice

Elemento	Fuentes	Cantidad de variables (2023)	Cantidad de variables (2022)
1. Riesgos	Encuesta de Finanzas Digitales Justas de Consumers International	11	14
2. Capacidad del consumidor	Encuesta de Finanzas Digitales Justas de Consumers International	7	1
	Findex	1	1
	FICP del Banco Mundial	0	4
3. Situación del marco de protección de consumidores financieros	Encuesta de Finanzas Digitales Justas de Consumers International	1	6
	FICP del Banco Mundial	8	5
	Índice de conectividad de la GSMA	1	1
4. Nivel de orientación al cliente	Encuesta de Finanzas Digitales Justas de Consumers International	2	0
	FICP del Banco Mundial	4	4
5. Alcance del compromiso	Encuesta de Finanzas Digitales Justas de Consumers International	10	6
6. Situación de la infraestructura de servicios financieros digitales	Encuesta de Finanzas Digitales Justas de Consumers International	2	1
	Conectividad de la GSMA	12	12
	Índice de conectividad de la GSMA		
	Encuestas sobre acceso financiero del FMI	0	4
7. Inclusión de los servicios financieros digitales	Encuesta de Finanzas Digitales Justas de Consumers International	6	3
	Findex	0	3
8. Experiencia vivida con los servicios financieros digitales	Encuesta de Finanzas Digitales Justas de Consumers International	8	3
	Conectividad de la GSMA	1	1
	Índice de conectividad de la GSMA		
9. Alcance de los resultados positivos	Encuesta de Finanzas Digitales Justas de Consumers International	6	1
	Findex	5	5
Total	Encuesta de Finanzas Digitales Justas de Consumers International	53 (55 %)	35 (42 %)
	Findex	15 (15 %)	18 (21 %)
	Índice de conectividad de la GSMA	14 (14 %)	14 (17 %)

	FICP del Banco Mundial	15 (15 %)	13 (16 %)
	Encuestas sobre acceso financiero del FMI	0 (0 %)	4 (5 %)

En la Tabla 3 se comparan las preguntas formuladas en la encuesta de finanzas digitales justas de Consumers International de 2023 con las formuladas en 2022. En general, la encuesta se ha actualizado para abarcar todos los pilares del marco y también se ha enmarcado para incluir la percepción y la comprensión de estos elementos por las organizaciones de consumidores. Nótese que la siguiente tabla utiliza la abreviatura PSF para denotar "prestador de servicios financieros" y SFD para "servicios financieros digitales".

Tabla 3: Comparación entre las preguntas de la encuesta del Acelerador de Finanzas Digitales Justas en 2022 y 2023

Fuente: Encuesta de referencia del Acelerador de Finanzas Digitales Justas

	2023	2022
Elemento 1 Estatus de los riesgos de los servicios financieros digitales	Alcance de los riesgos relacionados con el fraude para los consumidores de SFD	Principales retos enfrentan los consumidores de servicios financieros digitales: Seguridad
	Tipos de riesgo de fraude que son prioritarios para los consumidores	Principales retos que enfrentan los prestadores de servicios financieros para avanzar en productos centrados en el consumidor: Fraude/robo y estafas
	Confianza de los consumidores en la capacidad de los prestadores de SFD para salvaguardar los datos personales de los clientes y no hacer un uso indebido de los datos	Principales retos que enfrentan los prestadores de servicios financieros para promover productos centrados en el consumidor: Percepción de falta de transparencia debido a una comercialización agresiva pero no regulada
	El grado de falta de transparencia por parte de los prestadores de SFD sobre sus términos, condiciones y procesos de tratamiento de datos supone un riesgo para los consumidores	Principales retos que enfrentan los consumidores de servicios financieros digitales: protección de datos y privacidad
	Desafíos en torno a mecanismos de recurso inadecuados cuando los clientes se relacionan con los servicios financieros	Principales retos que enfrentan los reguladores para avanzar en una regulación centrada en el consumidor: Riesgo de captura de datos sensibles por parte de los prestadores y ética asociada
	Principales riesgos para los consumidores al tratar con prestadores de SFD	Principales retos que enfrentan los consumidores de servicios financieros digitales: Filtraciones de datos
	Nivel de confianza del consumidor en las prácticas y la integridad de los agentes que representan a los prestadores de SFD	
	Tipos de problemas de agentes que son de gran preocupación para los consumidores	
	Prevalencia del sobreendeudamiento entre los consumidores de SFD	
	Factores que más contribuyen al sobreendeudamiento entre los usuarios de SFD	

	Frecuencia con la que los consumidores experimentan tiempo de inactividad de la red mientras usan SFD	
Elemento 2 Capacidad del Consumidor	Hasta qué punto la alfabetización digital y financiera limitada ha sido un reto para los consumidores	Principales retos que enfrentan los consumidores de servicios financieros digitales: Educación
	Magnitud de la brecha entre zonas urbanas y rurales que afecta la capacidad de utilizar SFD	
	Importancia de la brecha de género que afecta la capacidad de utilizar SFD	
	Presencia de un mandato gubernamental para proporcionar educación financiera a los consumidores	
	Existencia de iniciativas de educación financiera por los PSF u organizaciones de la sociedad civil	
	Alcance de las campañas de alfabetización digital y financiera para apoyar a los consumidores por los organismos de protección del consumidor	

	2023	2022
Elemento 3 Estatus del marco de protección al consumidor financiero	Satisfacción con el marco regulatorio de los SFD, desde la perspectiva del consumidor	Presencia de mecanismos de denuncia establecidos ante los reguladores y prestadores de servicios financieros digitales
		Percepción de la fortaleza del marco regulatorio de los servicios financieros digitales en materia de protección de los consumidores
		Principales retos que enfrentan los prestadores de servicios financieros para avanzar en los productos centrados en el consumidor: Marco regulatorio no adaptado al sector financiero digital
		Principales retos que enfrentan los prestadores de servicios financieros para avanzar en productos centrados en el consumidor: los servicios financieros digitales están regulados por las telecomunicaciones y los reguladores tradicionales del sector financiero
		Principales retos que enfrentan los consumidores de servicios financieros digitales: Marco regulatorio deficiente
		Principales retos que enfrentan los prestadores de servicios financieros para avanzar en productos centrados en el consumidor: Aplicación deficiente de la ley
Elemento 4 Centralidad del cliente	Inclusión de principios explícitos para un trato justo de los clientes en el marco regulatorio del sector financiero	
	Aplicabilidad o alcance de los principios	

Elemento 5 Alcance del Compromiso	Principales retos que enfrentan los prestadores de servicios financieros para promover productos centrados en el consumidor: Falta de aporte directo desde la perspectiva del consumidor a la hora de diseñar productos y servicios para los consumidores)	Principales retos que enfrentan los prestadores de servicios financieros para avanzar en los productos centrados en el consumidor: Falta de aportaciones directas desde la perspectiva del consumidor a la hora de diseñar productos y servicios para los consumidores
	Frecuencia de interacción con el Banco Central	Compromiso con las partes interesadas de los servicios financieros digitales
	Frecuencia de interacción con otros reguladores financieros	Número de mecanismos de formulación/revisión de políticas centradas en el consumidor en los que participó el regulador
	Capacidad para presentar quejas de los consumidores ante los reguladores	Número de interacciones con los prestadores para discutir temas de servicios financieros digitales
	Grado de consulta con el regulador al formular nuevas políticas	Cantidad de partes interesadas en servicios financieros digitales que ha demostrado su apoyo a la protección y el empoderamiento de los consumidores
	Frecuencia de interacción con los PSF	Organización de mesas redondas políticas o reuniones bilaterales sobre cuestiones relacionadas con servicios financieros digitales con reguladores y/o prestadores
	Posibilidad de plantear las quejas de los consumidores a los prestadores de servicios financieros	Principales retos que enfrentan los consumidores de servicios financieros digitales: Representación: falta de participación de las asociaciones de consumidores en el desarrollo de políticas
	Grado de comprensión de las cuestiones técnicas y normativas relacionadas con SFD	Calificación de la comprensión de las cuestiones técnicas y políticas relacionadas con los servicios financieros digitales
	Alcance de los programas de desarrollo de capacidades centrados en SFD	Razón para no participar en campañas políticas en el espacio regulatorio de los servicios financieros digitales: falta de conocimiento
Elemento 6 Situación de infraestructura habilitante de servicios financieros digitales	Frecuencia de interacción con los prestadores de SFD para mantenerse actualizado sobre las tendencias de la industria	
	Disponibilidad percibida de la infraestructura SFD para CICO	Principales retos que enfrentan los consumidores de servicios financieros digitales: Disponibilidad de servicios financieros digitales
	Disponibilidad de métodos de pago digitales	Principales retos que enfrentan los consumidores de servicios financieros digitales: Acceso a los servicios financieros digitales

	2023	2022
Elemento 7 Inclusividad de los servicios financieros digitales	Percepción de la prevalencia de brechas en el acceso y uso de SFD para los consumidores desfavorecidos	Percepción de la prevalencia de una brecha en el acceso y el uso de los servicios financieros digitales Consumidores desfavorecidos
	Principales retos que enfrentan los consumidores de SFD: Inclusión y protección de los consumidores desfavorecidos	Percepción de la prevalencia de la brecha de género en el acceso y uso de los servicios financieros digitales

	Percepción del impacto de la brecha urbano/rural en el acceso y uso de servicios financieros digitales	Percepción del impacto de la brecha urbano/rural en el acceso y uso de servicios financieros digitales
	Iniciativas de los PSF y del sector público para mejorar la inclusividad de los SFD	Principales retos que enfrentan los consumidores de servicios financieros digitales: Inclusión y protección de los consumidores desfavorecidos
	Calidad del uso de SFD para grupos vulnerables	
	Iniciativas lideradas por el Gobierno destinadas a: Mejorar la resiliencia climática de los grupos vulnerables	
	Percepción de la prevalencia de las brechas en el acceso y el uso de SFD para los consumidores desfavorecidos	
	Principales retos que enfrentan los consumidores de SFD: Inclusión y protección de los consumidores desfavorecidos	
	Percepción del impacto de la brecha urbano/rural en el acceso y uso de servicios financieros digitales	
	Iniciativas del PSF y del sector público para mejorar la inclusividad de los SFD	
	Calidad del uso de SFD para grupos vulnerables	
	Iniciativas lideradas por el Gobierno destinadas a: Mejorar la resiliencia climática de los grupos vulnerables	
Elemento 8 Experiencia vivida con los servicios financieros digitales	Percepción de la aceptación de SFD	
	Nivel de confianza percibido entre los consumidores de SFD	Principales retos que enfrentan los consumidores de servicios financieros digitales: Disponibilidad de resolución efectiva de disputas de consumidores y su reparación
	Factores que contribuyen a la falta de confianza	Principales retos que enfrentan los prestadores de servicios financieros para promover productos centrados en el consumidor: Falta o ineficacia de mecanismos de recurso y compensación
	Esfuerzos de los prestadores de SFD para aumentar los niveles de confianza con los consumidores	Principales retos que enfrentan los prestadores de servicios financieros para promover productos centrados en el consumidor: mecanismos inadecuados para los comentarios de los consumidores
	Conocimiento por parte de los consumidores de los mecanismos de recurso disponibles	
	Accesibilidad a mecanismos de recurso por los consumidores	
	Equidad del proceso de toma de decisiones en el marco de los mecanismos de recurso	
Eficacia de los mecanismos de recurso en la resolución de reclamos de los consumidores		

	2023	2022
Elemento 9 Resultados finales de los usuarios	Familiaridad con el concepto de Tratar a los Clientes de Manera Justa (TCF)	Principales retos que enfrentan los consumidores de servicios financieros digitales: Sostenibilidad: promoción de patrones de consumo sostenibles, es decir, prácticas ambientales, sociales y de gobernanza en la banca.
	Percepción de la aplicación del TCF por parte de los PSF	
	Percepción de los resultados del TCF: idoneidad, elección, equidad y respeto, voz, seguridad y protección, cumplimiento del propósito de los clientes	
	Familiaridad con el concepto de Tratar a los Clientes de Manera Justa (TCF)	
	Acceso de los consumidores a ahorros de emergencia	
	Capacidad del consumidor para ahorrar para sus metas financieras a largo plazo	
	Resiliencia climática de los consumidores	

La siguiente tabla ofrece una visión general de la muestra de países para 2023 y su representatividad en 2022 frente a 2023:

Tabla 4: Panorama general de la muestra de países

Fuente: Encuesta de referencia del Acelerador de Finanzas Digitales Justas, más [Banco Mundial](#), sin fecha para la clasificación regional y el total

Región	Países del Acelerador de Finanzas Digitales Justas	Países de ingresos bajos y medianos	% de representación (2023)	% de representación (2022)
Asia Oriental y el Pacífico	4	23	17,4 %	21,7 %
Europa y Asia Central	2	20	10 %	5,0 %
América Latina y el Caribe	4	25	16 %	20,0 %
Oriente Medio y África del Norte	2	13	15,4 %	23,1 %
Asia del Sur	4	8	40 %	25,0 %
África Subsahariana	9	47	19,2 %	25,5 %
Total	25	136	18,4 %	19,8 % (29)

APÉNDICE B:

METODOLOGÍA DEL ÍNDICE Y ESTRUCTURA DE LA MUESTRA

La metodología seguida para compilar el Índice de Finanzas Digitales Justas sigue las mejores prácticas para el cálculo de índices. Los índices estudiados para las mejores prácticas en metodologías incluyen los índices regulatorios y de conectividad de la GSMA, el Índice de Resultados de Protección al Consumidor Financiero para Kenia publicado por FSDK, así como el Índice de Protección y Empoderamiento del Consumidor de Consumers International, que se basó en el Manual para la Construcción de Indicadores Compuestos de la OCDE.

Nota sobre disponibilidad de datos. Algunas de las variables solo se actualizan cada pocos años (o a veces más tiempo), especialmente si no se espera que la variable varíe significativamente de un año a otro y si la recopilación de datos es particularmente compleja. Esto se aplica a todas las variables utilizadas por Findex, que está vigente para 2022, pero no se renovará en los próximos tres años, y la encuesta de Inclusión Financiera y Protección al Consumidor del Banco Mundial. Para esta última, se publicó una nueva encuesta durante 2023 y, por lo tanto, el marco de protección del consumidor financiero debería reflejar el estado actual de los marcos de protección del consumidor financiero en el índice.

Metodología para el tratamiento de datos faltantes. Para asegurarse de que las variables incluidas sean lo más completas posible, el índice aprovecha datos representativos cuando están disponibles. En el caso de las variables extraídas de fuentes de datos relacionadas con series temporales, en las que pueden faltar datos de un país en su adición más reciente, se utilizan los datos más recientes disponibles como representación. Esto se hizo principalmente para las variables extraídas de Findex, donde varios países de ingresos bajos y medianos fueron excluidos de la edición de 2022²⁷. Si faltan datos para un país determinado a nivel de variable, el indicador se calcula sin este valor, de modo que la ponderación de esta variable sea igual a cero²⁸. Sin embargo, si no pudiera calcularse un indicador determinado debido a falta de datos para todas las variables que componen ese indicador, la puntuación se imputaría y se reemplazaría por el valor mínimo para ese indicador.

Corte de exclusión variable. Para garantizar la integridad del índice después de dar cuenta de los datos faltantes mediante indicadores sustitutos o ponderación, se aplicó un umbral en virtud del cual cada variable incluida en el índice tiene datos sobre al menos dos tercios de los países en general. Dado que el índice se compone de 95 indicadores individuales, que países con valores faltantes por encima del umbral de 32 quedarían excluidos del índice. Esto garantiza que una proporción significativa de los datos de cada variable se base en datos reales y que el indicador comprenda en gran medida datos y no valores faltantes. El resultado es que no todos los países que completaron la encuesta pertinente fueron incluidos en el índice calculado final. Como se muestra en la Tabla 5, solo se descartó Yemen debido a la presencia de indicadores faltantes en 43 ocasiones.

²⁷ Se utilizaron datos de Findex de 2017 para México y datos de 2014 para Sudán.

²⁸ La salvedad de este enfoque es que, cuando los indicadores hacen uso de un número limitado de variables y falta una o más variables, la(s) puntuación(es) obtenida(s) puede(n) no ser un fiel reflejo del indicador general, sino más bien de una sola variable.

Tabla 5: Cantidad de valores faltantes por país

Fuente: Encuesta de Finanzas Digitales Justas de Consumers International

País	Valores faltantes	Estado
Bangladesh	19	Incluido
Birmania	14	Incluido
Costa Rica	4	Incluido
Ecuador	0	Incluido
Fiji	30	Incluido
India	0	Incluido
Indonesia	0	Incluido
Costa de Marfil	14	Incluido
Kenia	1	Incluido
Líbano	1	Incluido
Malasia	7	Incluido
Malí	30	Incluido
México	9	Incluido
Myanmar	14	Incluido
Nepal	15	Incluido
Níger	31	Incluido
Nigeria	0	Incluido
Pakistán	2	Incluido
Rusia	5	Incluido
Ruanda	8	Incluido
Santa Lucía	26	Incluido
Sudán	11	Incluido
Tayikistán	31	Incluido
Tanzania	1	Incluido
Uganda	17	Incluido
Yemen	43	Excluido
Zimbabue	15	Incluido

Ponderación de elementos, pilares e indicadores. Para agrupar los indicadores en puntuaciones de elementos (y puntuaciones de elementos en puntuaciones de pilares y puntuaciones de pilares en una puntuación de índice general), es necesario asignar una ponderación a cada componente del índice. Al construir las ponderaciones a nivel de elemento, pilar e índice general, estas se calculan de manera uniforme. A nivel de indicador, en circunstancias en las que un solo indicador combina fuentes de datos que están completamente compuestas por variables basadas en percepción (de la encuesta de referencia del acelerador), se asignan ponderaciones medias para cada uno de los indicadores relevantes al agregar las puntuaciones a nivel de elemento.

Normalización. Para agregar de manera significativa diferentes tipos de datos, es necesario aplicar un sistema de puntuación estándar a todas las fuentes de datos. Para ajustar las diferentes unidades de medida y los diferentes rangos de variación entre los indicadores, se aprovecha el enfoque mínimo-máximo, que transforma todos los indicadores para que se encuentren dentro de un rango entre 0 y 100 utilizando la siguiente fórmula:

$$I_{q,c} = \frac{x_{q,c} - \min_c(x_q)}{\max_c(x_q) - \min_c(x_q)}$$

Donde 'I' es el valor normalizado min-max, 'x' representa el valor real y los subíndices 'q' y 'c' representan la variable y el país respectivamente.

El enfoque mínimo-máximo se selecciona en lugar de enfoques alternativos, como clasificaciones y escalas categóricas, ya que mantiene la información a nivel de intervalo. Por ejemplo, en el caso de clasificar el uso de cuentas financieras, el país A podría tener una tasa de uso del 75 %, el país B podría tener una tasa de uso del 70 % y el país C podría tener una tasa de uso del 60 %. Por lo tanto, estos países se clasificarían en orden como 1, 2 y 3 respectivamente (o todos ellos podrían clasificarse como los que tienen la puntuación más alta en una escala ordinal). Sin embargo, esta clasificación no tiene en cuenta diferencias entre países, específicamente el hecho de que B está mucho más cerca de A que de C.

Cuando los datos utilizados adoptan la forma de una medida categórica, estas variables se clasifican y se les asigna un valor numérico entre 0 y 100 en función de su clasificación relativa. Por ejemplo, en la encuesta de referencia del acelerador, en la que se pide a los organismos de consumidores que clasifiquen la gravedad de un problema determinado en función de si es "un reto", "algo difícil" o "no es un reto", dependiendo de la elección del encuestado, se les asignarían puntuaciones de 0, 50 y 100, respectivamente. Este es el caso exclusivo de las variables extraídas de la encuesta de referencia del acelerador. Para variables que ya están normalizadas antes de la agregación, no se aplica ninguna transformación adicional. Por ejemplo, el acceso a cuentas financieras (% de adultos) ya está normalizado: el valor mínimo posible es el 0 %, y el valor máximo, el 100 %.

Agregación. Una vez que se han asignado ponderaciones a los indicadores, elementos y pilares, es necesario agregarlos para producir las puntuaciones globales pertinentes. Esta agregación se lleva a cabo a través de la media aritmética basada en el enfoque de ponderación descrito anteriormente.

Conversión de las puntuaciones para medir resultados positivos. Para garantizar que todas las puntuaciones puedan interpretarse de manera uniforme, todas las variables se convierten en valores positivos antes de normalizarlas y agregarlas. Esto significa que, cuando las variables miden un evento negativo, como en el caso de una brecha de género o la prevalencia de un riesgo, se invierten para medir la ausencia del evento negativo. Cuando se mide un evento positivo, las puntuaciones se dejan como están. De este modo, se garantiza que, en todas las variables, las puntuaciones más altas sean mejores.

Grupos de países. El informe presenta los resultados de conjuntos de grupos de países en lugar de hacerlo a nivel de puntuación de cada país. Esta presentación permite una comparación significativa entre pares sin emitir juicio sobre ningún país en particular, dada la necesidad de interpretar los resultados del índice en el contexto del país. A efectos del índice, se definieron tres grupos en función de la puntuación global normalizada:

Avanzado: puntuación normalizada de 66,67 o superior. Los países avanzados obtienen buenos resultados en varios pilares y elementos y, por lo general, se caracterizan por marcos de protección del consumidor financiero más desarrollados y mejores resultados para los consumidores.

En transición: puntuación normalizada de 33,33 a 66,66. Los países en transición se caracterizan por un desempeño intermedio en los diversos pilares y elementos, pero aún requieren mejoras en esferas como los resultados de los usuarios y las necesidades de protección.

Emergente: puntuación normalizada de 33,32 o menos. Los países emergentes tienen un importante margen de mejora en todos los ámbitos.

De acuerdo con la metodología descrita anteriormente, la Tabla 6 ofrece un desglose de la puntuación global normalizada por país, junto con el grupo de países en el que se clasifican en la Tabla 7.

Tabla 6: Desglose de los países por grupos de países

Fuente: Encuesta de Finanzas Digitales Justas de Consumers International

País	Rango	Puntuación general	Puntuación general (normalizada)	Grupo de países
Malasia	1	63,7	100,0	Avanzado (66,66 – 100)
India	2	62,1	94,2	
Uganda	3	59,6	85,3	
Santa Lucía	4	54,9	68,6	
Ecuador	5	54,9	68,3	
Indonesia	6	53,5	63,4	En transición (33,33 – 66,65)
Nigeria	7	53,1	62,1	
Fiji	8	52,0	58,2	
Costa de Marfil	9	50,7	53,3	
Kenia	10	50,3	52,0	
Rusia	11	46,4	38,2	
Bangladesh	12	45,3	34,0	
Tayikistán	13	44,7	31,9	Emergentes (0 – 33,32)
Malí	14	44,6	31,5	
Costa Rica	15	43,9	29,1	
Zimbabue	16	43,9	29,1	
Tanzania	17	43,9	29,1	
Pakistán	18	43,1	26,3	
Ruanda	19	42,1	22,7	
Nepal	20	41,3	19,9	
México	21	41,3	19,8	

Níger	22	40,9	18,6
Líbano	23	38,4	9,4
Birmania	24	35,8	0,0
Sudán	25	35,8	0,0

Tabla 7: Sinopsis de los países en cada grupo

Fuente: Encuesta de Finanzas Digitales Justas de Consumers International

Grupos	Asia Oriental y Pacífico	Europa & Asia central	América Latina y el Caribe	Oriente Medio y África del Norte	Asia del Sur	África Subsahariana	Total
Avanzado	Malasia		Ecuador, Santa Lucía		India	Uganda	5
Transicionistas	Fiji Indonesia	Rusia			Bangladesh	Kenia, Nigeria, Costa de Marfil	7
Emergente	Birmania	Tayikistán	Costa Rica, México	Sudán, Líbano	Pakistán, Nepal	Malí, Níger, Ruanda, Zimbabue Tanzania	13
Total	4	2	4	2	3	9	25

Los grupos de países son en gran medida uniformes. La Tabla 8 que sigue compara los países de cada grupo en los análisis de 2022 y 2023. En la región de Asia Oriental y el Pacífico, Malasia e Indonesia mantuvieron sus posiciones como naciones avanzadas y en transición, respectivamente.

Desalentadoramente, Fiji y Birmania ocuparon los puestos más bajos en el estudio de 2023. De manera similar, Rusia también se ubicó en un lugar más bajo. En América Latina, Ecuador mantuvo su posición en el grupo de avanzados, pero México y Costa Rica tuvieron puntajes más bajos en 2023, y Costa Rica pasó notablemente del grupo de avanzados en 2022 al grupo emergente en 2023. Del mismo modo, en África del Norte, Sudán experimentó una rebaja en su puntuación. En Asia del Sur, India mantuvo su calificación como nación avanzada, mientras que Bangladesh retrocedió. Por último, en África Subsahariana, Kenia y Zimbabue experimentaron una reducción en sus clasificaciones, mientras que países como Nigeria, Malí, Níger y Costa de Marfil mantuvieron sus posiciones. Como nota positiva, Uganda pasó al grupo avanzado en 2023. En general, la comparación por grupos de países revela una tendencia al empeoramiento de las puntuaciones del índice en varios países.

Tabla 8: Comparación de países por grupo de países en 2023 y 2022:

Fuente: Encuesta de Finanzas Digitales Justas de Consumers International

Grupos	Avanzados		En transición		Emergentes		Total	
	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022
Asia Oriental y el Pacífico	Malasia	Malasia Fiji	Fiji Indonesia	Indonesia Birmania Filipinas	Birmania		4	5
Europa y Asia Central		Rusia	Rusia		Tayikistán		2	1

América Latina y el Caribe	Ecuador, Santa Lucía	Brasil Costa Rica, Ecuador,		México, Nicaragua	Costa Rica, México		4	5
Oriente Medio y África del Norte		Marruecos, Argelia		Sudán Yemen	Sudán, Líbano		2	4
Asia del Sur	India	Bangladesh, India	Bangladesh		Pakistán, Nepal		3	2
África Subsahariana	Uganda	Kenia	Kenia Nigeria Costa de Marfil	Ruanda Senegal Zimbabue Nigeria Costa de Marfil, Chad, Cabo Verde	Malí, Níger, Ruanda, Zimbabue Tanzania	Malí, Níger, Gambia, Benín	9	12
Total	5	11	7	14	13	4	25	29

APÉNDICE C:

LISTAS DE INDICADORES Y VARIABLES DE DATOS

NECESIDADES DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR FINANCIERO

ELEMENTO 1 - Estado de los riesgos de los servicios financieros digitales: Este elemento consta de seis indicadores que se muestran en la Tabla 9 que representan los principales riesgos de los servicios financieros digitales que afectan a los consumidores de países de ingresos bajos y medios. Los riesgos capturados se adaptaron de la tipología de riesgos de servicios financieros digitales del CGAP (2022). Todos los indicadores de este elemento se derivan de la encuesta de finanzas digitales justas de Consumers International.

Tabla 9: Lista de indicadores y fuentes del elemento 1

Indicadores	Variable	Fuente
1. Fraude	Alcance de riesgos relacionados con fraude para los consumidores de SFD	Encuesta FDFA
	Tipos de riesgo de fraude que son prioritarios para los consumidores	
2. Uso indebido de datos	Confianza de los consumidores en la capacidad de los prestadores de SFD para salvaguardar los datos personales de los clientes y no hacer un uso indebido de los datos	
3. Falta de transparencia	El grado de falta de transparencia por los prestadores de SFD sobre sus términos, condiciones y procesos de manejo de datos supone un riesgo para los consumidores	
4. Mecanismos de recurso inadecuados	Desafíos en torno a mecanismos de recurso inadecuados cuando los clientes se involucran con servicios financieros	
5. Riesgos institucionales y relacionados con los agentes (riesgo transversal)	Principales riesgos para los consumidores al tratar con prestadores de SFD	
	Nivel de confianza del consumidor en las prácticas e integridad de los agentes que representan a los prestadores de SFD	
	Tipos de problemas de agentes que son de gran preocupación para los consumidores	
	Prevalencia de sobreendeudamiento entre consumidores de SFD	
	Factores que más contribuyen al sobreendeudamiento de los usuarios de SFD	
6. Tiempo de inactividad de la red (riesgo transversal)	Frecuencia con la que los consumidores experimentan tiempo de inactividad de la red mientras usan SFD	

ELEMENTO 2 – Capacidad del consumidor de servicios financieros digitales: Este elemento se compone de dos indicadores, como se ve en la siguiente tabla. El primero son los resultados de la educación digital y financiera y el segundo es la presencia de programas de educación digital y financiera. Estos indicadores se recopilaban de la encuesta global de Findex y de la encuesta de finanzas digitales justas de Consumers International.

Tabla 10: Lista de indicadores y fuentes del elemento 2

Indicadores	Variable	Fuente
1. Resultados de la educación digital y financiera	Hasta qué punto la alfabetización digital y financiera limitada ha sido un reto para los consumidores	Encuesta sobre finanzas digitales justas
	Magnitud de la brecha entre zonas urbanas y rurales que afecta la capacidad de utilizar SFD	
	Importancia de la brecha de género que afecta la capacidad de utilizar SFD	
	Puede usar la cuenta en un banco o institución financiera sin ayuda si se abre	Findex
2. Presencia de programas de educación digital y financiera	Presencia de un mandato gubernamental para proporcionar educación financiera a los consumidores	Encuesta sobre finanzas digitales justas
	Existencia de iniciativas de educación financiera por los prestadores de servicios financieros u organizaciones de la sociedad civil	
	Alcance de las campañas de alfabetización digital y financiera para apoyar a los consumidores por las agencias de protección del consumidor	

SITUACIÓN DEL MARCO DE PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR FINANCIERO

ELEMENTO 3 – Estado del marco de protección del consumidor financiero: Este elemento consiste de 8 indicadores que investigan la presencia y solidez de diversos componentes que componen un marco de protección del consumidor financiero, como se muestra en la Tabla 11.

Tabla 11: Lista de indicadores y fuentes del elemento 3

Indicadores	Variable	Fuente
1. Ley de protección al consumidor financiero	Marco jurídico de protección del consumidor financiero	Encuesta FICP del Banco Mundial
2. Mecanismo de recurso independiente y sistemas de denuncia consolidados	Existencia de mecanismos de Resoluciones Internas de Disputas (IDR)	
	Existencia de mecanismos de Resoluciones Alternativas de Disputas (ADR)	
3. Requisitos de divulgación y transparencia	Requisitos de divulgación por tipo de PSF	
	Requisitos de divulgación por etapa de relaciones con los clientes	

4. Marco de ciberseguridad	Índice Mundial de Ciberseguridad de la UIT	
5. Marco de protección de datos	Ley de Protección de Datos	
6. Solidez percibida del marco de protección de los consumidores financieros	Satisfacción con el marco regulatorio de los SFD, desde la perspectiva del consumidor	Encuesta sobre finanzas digitales justas
7. Fortalecimiento de la supervisión y el cumplimiento	Actividades de supervisión	Encuesta FICP del Banco Mundial
	Facultades de aplicación	
8. Reclamos de los consumidores	Recopilación de datos agregados de quejas de los consumidores	
	Uso de los datos de reclamos	

ELEMENTO 4 – Centralidad en el cliente de la protección del consumidor financiero: Las prácticas justas de consumo promulgadas son el único indicador de este elemento, tal como se refleja en la Tabla 12.

Tabla 12: Lista de indicadores y fuentes del elemento 4

Indicadores	Variable	Fuente
1. Promulgación de prácticas justas de consumo	Inclusión de principios explícitos para un trato justo de los clientes en el marco regulador del sector financiero	Encuesta de Finanzas Digitales Justas
	Aplicabilidad o alcance de los principios	
	Disposiciones para restringir el endeudamiento excesivo de particulares	Encuesta FICP del Banco Mundial
	Disposiciones para prohibir o restringir las prácticas desleales	
	Disposiciones para prohibir/restringir términos o prácticas que limiten la movilidad de los clientes	
	Normas mínimas para las prácticas de cobro de deudas	

ELEMENTO 5 – Participación de los consumidores, sus defensores, los prestadores de servicios financieros y los reguladores en la protección de los consumidores financieros: Este elemento consiste de tres indicadores, que se especifican en la Tabla 13, para analizar en qué medida el mercado de servicios financieros y el diálogo sobre políticas incorporan la representación de los consumidores.

Tabla 13: Lista de indicadores y fuentes del elemento 5

Indicadores	Variable	Fuente
1. Alcance y calidad de la participación de los consumidores en el marco de los SFD	Frecuencia de la interacción con el Banco Central	Encuesta de Finanzas Digitales Justas de Consumers International
	Frecuencia de interacción con otros reguladores financieros	
	Capacidad para presentar quejas de los consumidores ante los reguladores	
	Grado de consulta con el regulador a la hora de formular nuevas políticas	
	Frecuencia de interacción con los prestadores de servicios financieros	
	Posibilidad de presentar quejas de los consumidores a los prestadores de servicios financieros	
2. Conocimiento especializado del mercado de servicios financieros digitales por los organismos de consumidores	Grado de comprensión de cuestiones técnicas y normativas relacionadas con SFD	
	Alcance de los programas de desarrollo de capacidades centrados en SFD	
	Frecuencia de interacción con los prestadores de SFD para mantenerse actualizados sobre las tendencias de la industria	

CAMPO DE JUEGO JUSTO PARA LAS FINANZAS DIGITALES

El tercer pilar consiste de tres elementos, cada uno de los cuales consiste de varios indicadores:

ELEMENTO 6 - Servicios financieros digitales que habilitan infraestructura: La adopción y uso de servicios financieros digitales requieren de una infraestructura necesaria y apropiada. El elemento consiste de seis indicadores que se muestran en la Tabla 14 que sigue. Las principales fuentes de datos son Findex, el Índice de Conectividad de la GSMA y la encuesta de finanzas digitales justas de Consumers International.

Tabla 14: Lista de indicadores y fuentes del elemento 6

Indicadores	Variable	Fuente
1. Nivel de conectividad: alcance de la red	Porcentaje de la población cubierta por redes 2G	Índice de conectividad de la GSMA
	Porcentaje de población cubierta por redes 3G	
	Porcentaje de población cubierta por redes 4G	
2. Accesibilidad de los sistemas de pago digitales	Disponibilidad percibida de infraestructura de SFD para CICO	Encuesta de Finanzas Digitales Justas de Consumers International
3. Huella del proveedor de servicios financieros	Disponibilidad de métodos de pago digitales	Encuesta de Finanzas Digitales Justas de Consumers International
4. Penetración de la telefonía móvil	Cubre la propiedad de dispositivos móviles como porcentaje de la población	Índice de conectividad de la GSMA
5. Asequibilidad de los datos	Costo de 100 MB de datos (%PIB mensual per cápita)	
	Costo de 500 MB de datos (%PIB mensual per cápita)	

	Costo de 1 GB de datos (%PIB mensual per cápita)	
	Costo de 5 GB de datos (%PIB mensual per cápita)	
	Costo del dispositivo con acceso a Internet más barato (% PIB mensual per cápita)	
6. Conectividad de red: confiabilidad	Velocidades promedio de descarga de banda ancha móvil	
	Velocidades promedio de carga de banda ancha móvil	
	Latencias medias de banda ancha móvil	

ELEMENTO 7 – Inclusión de los servicios financieros digitales: La inclusión es un componente clave de la visión de Consumers International para las finanzas digitales justas. Los indicadores se recogen en la Tabla 15 a continuación, todos ellos procedentes de la encuesta de finanzas digitales justas de Consumers International.

Tabla 15: Lista de indicadores y fuentes del elemento 7

Indicadores	Variable	Fuente
1. Carácter inclusivo de los SFD para los grupos vulnerables	Percepción de la prevalencia de las brechas en el acceso y uso de SFD para los consumidores desfavorecidos	Encuesta de Finanzas Digitales Justas de Consumers International
	Principales retos que enfrentan los consumidores de SFD: Inclusión y protección de los consumidores desfavorecidos	
	Percepción del impacto de la brecha entre zonas urbanas y rurales en el acceso a SFD y su uso	
	Iniciativas de PSF y del sector público para mejorar la inclusividad de los SFD	
	Calidad del uso de SFD para grupos vulnerables	
	Iniciativas lideradas por los gobiernos enfocadas a mejorar la resiliencia climática de los grupos vulnerables	

ELEMENTO 8 – Experiencia vivida de los servicios financieros digitales: La Tabla 16 resume las principales fuentes e indicadores de los que consiste este elemento.

Tabla 16: Lista de indicadores y fuentes del elemento 8

Indicadores	Variable	Fuente
1. Uso de SFD	Salarios recibidos: en una cuenta (% de edad 15+)	Findex
	Ahorrado en una institución financiera o usando una cuenta de dinero móvil (% de edad 15+)	
	Realizó o recibió un pago digital (% de edad 15+)	
	Realizó un pago de servicios públicos: usando una cuenta (% de edad 15+)	
	Percepción de la aceptación de SFD	Encuesta de Finanzas Digitales Justas de Consumers International

2. Alcance del compromiso con canales digitales	Penetración de las redes sociales móviles	Índice de conectividad de la GSMA
	Uso de un teléfono móvil o Internet para hacer pagos, comprar cosas o enviar o recibir dinero usando una cuenta de una institución financiera (% edad 15+)	Findex
	Uso de un teléfono móvil o Internet para verificar el saldo de una cuenta (%)	
	Uso de un teléfono móvil o Internet para pagar facturas (% de edad 15+)	
3. Nivel de confianza reportado en los prestadores de servicios financieros	Razón para no usar su cuenta inactiva: no confía en bancos o instituciones financieras (% de edad 15+)	Findex
	No tiene cuenta debido a falta de confianza en las instituciones financieras (% de edad 15+)	
	Nivel de confianza percibido entre consumidores de SFD	Encuesta de Finanzas Digitales Justas de Consumers International
	Factores que contribuyen a la falta de confianza	
	Esfuerzos de los prestadores de SFD para aumentar los niveles de confianza con los consumidores	
4. Eficacia de los recursos de los consumidores	Conocimiento por los consumidores de los mecanismos de recurso disponibles	Encuesta de Finanzas Digitales Justas de Consumers International
	Accesibilidad de los mecanismos de recurso por los consumidores	
	Equidad del proceso de toma de decisiones dentro de los mecanismos de recurso	
	Eficacia de los mecanismos de recurso en la resolución de reclamos de los consumidores	

RESULTADOS PARA LOS USUARIOS DE FINANZAS DIGITALES JUSTAS

ELEMENTO 9 - Resultados de los servicios financieros digitales: Este elemento consiste de tres indicadores, como se muestra en la tabla siguiente. Los indicadores buscan evaluar si los servicios financieros digitales aportan valor y equidad a los consumidores y si estos contribuyen a la sostenibilidad y la resiliencia de los consumidores.

Tabla 17: Lista de indicadores y fuentes del elemento 9

Indicadores	Variable	Fuente
1. Indicador de resultados justos para el consumidor	Familiaridad con el concepto de resultados justos para el consumidor	Encuesta de Finanzas Digitales Justas de Consumers International
	Percepción de la aplicación de resultados justos para el consumidor por los prestadores de servicios financieros	
	Percepción de resultados justos para el consumidor: idoneidad, elección, equidad y respeto, voz, seguridad y protección, satisfacción del propósito del cliente	
2. Salud financiera y bienestar	Acceso de los consumidores a ahorros de emergencia	Encuesta de Finanzas Digitales Justas de Consumers International
	Capacidad del consumidor para ahorrar para sus metas financieras a largo plazo	
	Preocupado por no poder pagar los gastos médicos en caso de una enfermedad grave o accidente: muy preocupado (% edad 15+)	Findex

	Preocupado por no tener suficiente dinero para los gastos mensuales o las facturas: muy preocupado (% edad 15+)	
	Preocupado por no tener suficiente dinero para la vejez: muy preocupado (% edad 15+)	
	Preocupado por no poder pagar las tasas escolares o las tasas de educación: muy preocupado (% edad 15+)	
	Experimenta o continúa experimentando dificultades financieras graves debido a la interrupción causada por COVID-19: muy preocupado (% edad 15+)	
3. El apoyo de los SFD a la sostenibilidad	Resiliencia climática de los consumidores	Encuesta de Finanzas Digitales Justas de Consumers International

APÉNDICE D:

PUNTUACIÓN DEL INDICADOR POR ELEMENTO

ELEMENTO 1: Situación de los riesgos de los servicios financieros digitales

Tabla 18: Puntuaciones del indicador del elemento 1

	Fraude	Riesgos institucionales y relacionados con agentes (riesgo transversal)	Uso indebido de datos	Falta de transparencia	Frecuencia con la que los consumidores experimentan tiempo de inactividad de la red mientras usan SFD
Avanzado	52,5	56,7	33,3	75,0	55,0
En transición	44,1	52,2	33,3	62,5	37,5
Emergente	56,2	46,1	30,0	43,1	25,0
Asia Oriental y el Pacífico	29,7	50,0	22,2	25,0	37,5
Europa y Asia Central	62,5	57,5	33,3	100,0	25,0
América Latina y el Caribe	72,7	60,0	33,3	87,5	37,5
Oriente Medio y África del Norte	59,4	47,5	16,7	0,0	25,0
Asia del Sur	49,1	45,4	25,0	41,7	43,8
África Subsahariana	49,0	46,9	46,7	62,5	33,3
En general	51,6	50,2	31,7	54,9	35,0

ELEMENTO 2: Capacidad del consumidor

Tabla 19: Puntuaciones del indicador del elemento 2

	Resultados de la educación digital y financiera	Presencia de programas de educación digital y financiera
Avanzado	45,2	79,2
En transición	36,6	54,2
Emergente	23,3	52,6
Asia Oriental y el Pacífico	32,4	83,3
Europa y Asia Central	38,5	50,0
América Latina y el Caribe	31,8	58,3
Oriente Medio y África del Norte	31,2	50,0
Asia del Sur	24,9	45,8
África Subsahariana	35,0	64,8

En general	32,4	61,3
------------	------	------

ELEMENTO 3: Situación del marco de protección del consumidor financiero

Tabla 20: Puntuaciones del indicador del elemento 3

	Mecanismo de recurso independiente y sistemas de denuncias implantado	Requisitos de divulgación y transparencia	Solidez de la supervisión y aplicación	Quejas de consumidores	Ley de protección al consumidor para consumidor financiero	Marco de ciberseguridad	Fortaleza percibida del marco de protección al consumidor financiero	Marco de protección de datos
Avanzado	100,0	63,9	69,6	96,7	88,9	58,2	54,2	66,7
En transición	68,3	55,6	64,1	80,0	77,8	69,3	56,3	50,0
Emergente	60,0	66,7	47,8	58,6	71,4	49,1	58,3	42,9
Asia Oriental y el Pacífico	98,3	55,6	71,9	90,0	88,9	64,6	50,0	66,7
Europa y Asia Central	60,0	58,3	56,7	80,0	66,7	57,6	33,3	0,0
América Latina y el Caribe	65,0	55,6	56,3	66,7	77,8	46,6	54,2	66,7
Oriente Medio y África del Norte	50,0	70,8	25,6	60,0	50,0	32,7	33,3	50,0
Asia del Sur	66,7	66,7	73,0	93,3	55,6	72,2	50,0	0,0
África Subsahariana	70,0	64,6	54,2	57,5	100,0	59,2	79,6	75,0
En general	70,6	62,0	58,0	73,8	77,1	57,9	58,7	50,0

ELEMENTO 4: Nivel de orientación al cliente de la protección del consumidor financiero

Tabla 21: Puntuaciones del indicador del elemento 4

	Nivel de orientación al cliente
Avanzado	73,7
En transición	50,1
Emergente	56,0
Asia Oriental y el Pacífico	53,3
Europa y Asia Central	23,3
América Latina y el Caribe	56,4
Oriente Medio y África del Norte	43,5
Asia del Sur	61,1
África Subsahariana	69,5
En general	57,7

ELEMENTO 5: Alcance del compromiso

Tabla 22: Puntuaciones del indicador del elemento 5

	Alcance y calidad de la participación de los consumidores en el marco de los SFD	Conocimiento especializado del mercado de SFD por parte del organismo de consumidores
Avanzado	40,5	42,2
En transición	48,8	61,5
Emergente	40,3	35,3
Asia Oriental y el Pacífico	36,3	44,4
Europa y Asia Central	19,2	55,8
América Latina y el Caribe	18,8	43,6
Oriente Medio y África del Norte	39,2	36,7
Asia del Sur	43,7	40,9
África Subsahariana	62,7	47,3
En general	43,0	45,1

ELEMENTO 6: Situación de la infraestructura habilitante de los servicios financieros digitales

Tabla 23: Puntuaciones del indicador del elemento 6

	Nivel de Conectividad: alcance de la red	Accesibilidad de los sistemas de pago digital	Huella del proveedor de servicios financieros	Penetración de la telefonía móvil	Asequibilidad de los datos	Conectividad de red: fiabilidad
Avanzado	95,5	62,5	80,0	62,5	58,3	47,2
En transición	93,4	66,7	56,3	61,8	55,5	44,1
Emergente	87,7	61,1	50,0	53,0	40,9	40,9
Asia Oriental y el Pacífico	96,4	55,6	41,7	68,5	56,2	58,0
Europa y Asia Central	92,3	50,0	66,7	71,7	53,5	42,7
América Latina y el Caribe	95,4	75,0	91,7	69,0	61,2	44,8
Oriente Medio y África del Norte	87,0	16,7	50,0	56,5	36,3	43,4
Asia del Sur	92,2	70,8	58,3	57,2	62,2	47,4
África Subsahariana	86,9	70,4	50,0	45,3	36,4	34,2
En general	91,1	63,2	58,0	57,7	49,0	43,2

ELEMENTO 7: Inclusión de los servicios financieros digitales

Tabla 24: Puntuaciones del indicador del elemento 7

	Inclusión de los SFD
Avanzado	56,5
En transición	32,7
Emergente	23,3
Asia Oriental y el Pacífico	37,5
Europa y Asia Central	39,6
América Latina y el Caribe	32,6
Oriente Medio y África del Norte	14,8
Asia del Sur	37,0
África Subsahariana	31,8
En general	32,9

ELEMENTO 8: Experiencia vivida con los servicios financieros digitales

Tabla 25: Puntuaciones del indicador del elemento 8

	Uso de SFD	Grado de compromiso con los canales digitales	Nivel de confianza reportado en los prestadores de servicios financieros	Eficacia de los recursos de los consumidores
Avanzado	45,7	37,1	64,5	61,0
En transición	38,6	30,6	56,4	44,8
Emergente	19,8	19,6	51,9	61,3
Asia Oriental y el Pacífico	43,5	41,7	55,4	70,0
Europa y Asia Central	38,2	36,6	59,2	0,0
América Latina y el Caribe	39,8	42,3	62,5	44,0
Oriente Medio y África del Norte	7,3	11,6	45,9	55,0
Asia del Sur	22,8	15,8	68,9	57,5
África Subsahariana	29,9	18,9	48,3	67,7
En general	31,4	26,9	56,0	57,1

ELEMENTO 9: Resultados finales para el usuario

Tabla 26: Puntuaciones del indicador del elemento 9

	Indicador de resultados de TCF	Salud financiera y bienestar
Avanzado	56,1	64,6
En transición	50,2	52,1
Emergente	39,4	43,2
Asia Oriental y el Pacífico	50,9	65,6
Europa y Asia Central	11,1	66,7

América Latina y el Caribe	42,3	56,5
Oriente Medio y África del Norte	34,3	45,9
Asia del Sur	61,4	51,7
África Subsahariana	46,2	38,6
En general	45,0	50,6



Consumers International reúne a más de 200 organizaciones miembros en más de 100 países para empoderar y defender los derechos de los consumidores en todas partes. Somos su voz en foros internacionales de formulación de políticas y en el mercado global para garantizar que sean tratados de manera segura, justa y honesta.

Consumers International es una organización benéfica (No. 1122155) y una compañía sin fines de lucro limitada por garantía (No. 04337865) registrada en Inglaterra y Gales.