



**CONSUMERS
INTERNATIONAL**

AUNANDO ESFUERZOS
PARA EL CAMBIO



**DESARROLLANDO
LA RESILIENCIA DEL
CONSUMIDOR EN LAS
FINANZAS DIGITALES**

INTRODUCCIÓN

Alrededor del mundo, las finanzas digitales están transformando la forma cómo los consumidores gastan, ahorran, envían y piden prestado dinero. A medida que el acceso crece, esto ha permitido la innovación y ha remodelado los mercados. Sin embargo, para muchas personas, este progreso ocurre sin protección suficiente. Los consumidores se enfrentan a una exposición cada vez mayor a fraude, a lagunas en el resarcimiento y a servicios que no satisfacen sus necesidades. La inclusión sin protección no puede generar resiliencia.

En este momento para los consumidores, que se enfrentan a desafíos tecnológicos y ambientales agravados, debemos asegurarnos que las finanzas digitales funcionen para todos. Eso significa diseñar sistemas teniendo en cuenta a los consumidores desde el principio, incorporando medidas de protección y seguridad en el producto y en las políticas, y haciendo que los resultados sean el indicador del éxito.

Este informe ofrece una visión para ese futuro. Se basa en investigaciones de consumidores únicas y de primera mano, análisis regulatorios en diversos contextos de países, entrevistas y análisis de expertos, y perspectivas de defensores de los consumidores y sus redes. El informe aprovecha las perspectivas de múltiples organizaciones de consumidores. Las organizaciones de consumidores sirven como infraestructura crítica para resiliencia. Revelan los riesgos, dan forma a soluciones y conectan a las personas con el poder al cerrar brechas de información, abrir puertas a tomadores de decisiones y representar las voces de los consumidores. Los defensores de los consumidores están ayudando a construir un sistema financiero que sea más inclusivo, transparente y responsable.

Este análisis ofrece tanto una advertencia como una ruta a seguir. La brecha entre la protección en el papel y los resultados en la práctica es real, pero esa brecha puede cerrarse si empoderamos a las organizaciones de consumidores para que evolucionen y se conviertan en socios en sistemas ágiles y responsables; reconozcan e integren la resiliencia real del consumidor como base para la inclusión y el crecimiento financieros; integren proactivamente la voz del consumidor en la innovación de productos y políticas; y refuercen y modernicen la supervisión y el cumplimiento financieros, compartiendo a la vez estrategias sobre desafíos normativos y de los consumidores a través de las fronteras.

Al proporcionar una estrella de guía para la resiliencia por diseño, esperamos apoyar a gobiernos, empresas y defensores de los consumidores en la construcción de una verdadera voz del consumidor en las finanzas digitales.

Helena Leurent

Directora General, Consumers International

RESUMEN EJECUTIVO

Las finanzas digitales han ampliado el acceso a los servicios financieros. Sin embargo, para millones de consumidores, especialmente en países de ingresos bajos y medianos, el acceso no ha brindado resiliencia. Los consumidores se enfrentan a una creciente exposición a fraude, un resarcimiento inadecuado, una débil protección de datos y un riesgo creciente de las tecnologías emergentes. Las protecciones que existen en papel a menudo no logran resultados significativos.

Este informe se propone cerrar esa brecha. Basándose en el análisis regulatorio de trece jurisdicciones, investigación de la experiencia del consumidor en ocho países, perspectivas a través de entrevistas y talleres de defensores y líderes de los consumidores de todo el mundo, revela una brecha cada vez mayor entre la implementación de marcos de protección del consumidor y las experiencias vividas por los consumidores de finanzas digitales. En algunos mercados, hasta el 75% de los consumidores están muy expuestos a crisis financieras. Muchos informan una incapacidad para comparar proveedores o resolver problemas cuando surgen.

Describimos cómo la mayoría de los países están midiendo el progreso en términos de leyes aprobadas o estructuras creadas, pero no de resultados de los consumidores. Pocos reguladores monitorean los riesgos de los consumidores en tiempo real o miden la resiliencia financiera. Mientras tanto, muchas empresas están innovando más rápido de lo que las reglas pueden responder, y los defensores de los consumidores, aunque muestran cómo pueden evolucionar y adaptarse a un mercado cambiante, siguen sin tener suficiente poder, con un potencial sin explotar para dar forma a los mercados, fortalecer las protecciones e incluir la perspectiva del consumidor en las decisiones sobre políticas y prácticas.

Pero están surgiendo enfoques prometedores, y este informe muestra ejemplos de resiliencia por diseño, donde la protección, inclusión y confianza están integradas en la arquitectura de las finanzas digitales.

Para guiar la acción futura, el informe presenta un marco de “estrella guía” basado en la voz y resultados de los consumidores. Destaca cuatro rutas nacionales hacia sistemas financieros más resilientes y pide a todos los actores (gobiernos, proveedores de servicios financieros y organizaciones de consumidores) que se alineen en torno a una visión compartida de finanzas digitales inclusivas y centradas en las personas.

“Las finanzas digitales brindan nuevas oportunidades, pero también nuevos riesgos que pueden conducir a resultados injustos para los consumidores. Las finanzas digitales pueden aumentar la probabilidad de que los más vulnerables sean excluidos”.

– Ashim Sanyal, director de operaciones, Consumer VOICE India

CONTENIDO

Introducción	ii
Resumen ejecutivo	iii
1. Por qué la voz del consumidor es importante ahora	1
2. La brecha de protección	5
3. Una estrella guía para el progreso	11
4. Lo que se necesita	13
5. Rutas para la acción	19
6. Agradecimientos	20
Lista de referencias	21
Glosario de conceptos clave	24

Lista de figuras

<i>Figura 1.</i> Porcentaje de personas de 15+ años que informan que es algo difícil o no es difícil acceder a fondos de emergencia en un plazo de 30 días, por grupo de ingresos de los países ...	2
<i>Figura 2.</i> Estado de aplicación de los Principios de Alto Nivel de 2011 según lo informado por autoridades públicas en 55 jurisdicciones	6
<i>Figura 3.</i> Éxito de la implementación versus confianza financiera del consumidor	8

Lista de recuadros

<i>Recuadro 1.</i> ¿Qué es el bienestar financiero?	9
<i>Recuadro 2.</i> Ejemplos de buenas prácticas: una perspectiva regulatoria y de mercado sobre el principio de calidad	10
<i>Recuadro 3.</i> Ejemplos de buenas prácticas: reguladores	14
<i>Recuadro 4.</i> Ejemplos de buenas prácticas: agentes del mercado	16
<i>Recuadro 5.</i> Ejemplos de buenas prácticas: organizaciones de consumidores	17

1. POR QUÉ LA VOZ DEL CONSUMIDOR ES IMPORTANTE AHORA

Las finanzas digitales se están expandiendo, pero también lo están haciendo los riesgos, lo que deja a los consumidores menos resilientes

El acceso, medido en términos de incremento de cuentas, ha sido durante mucho tiempo una medida central de éxito en inclusión financiera. Los avances en esta área han sido notables. Según la encuesta Global Findex 2025, el 79% de adultos ahora tienen una cuenta financiera, frente al 74% en 2021 y el 51% en 2011¹. Gran parte de este crecimiento se debe a los pagos digitales, que se han convertido en una vía de acceso clave para la inclusión financiera: en economías en desarrollo, 61% de adultos, u 82% de titulares de cuentas, realizaron o recibieron un pago digital en 2024, un aumento del 27 por ciento con respecto a 2014, convirtiendo a los pagos digitales en el servicio financiero formal más utilizado.

Con el auge de las finanzas digitales, el sector financiero también ha experimentado una inyección de competencia e innovación. El número de proveedores de tecnología financiera se duplicó entre 2017 y 2021 y los volúmenes de transacciones digitales hicieron lo mismo². Los modelos de finanzas abiertas, los servicios integrados y la infraestructura pública digital (DPI) están remodelando el panorama financiero. Países como Brasil e India son mostrados como ejemplos de cómo los sistemas de pago instantáneo pueden implementarse rápidamente para acelerar la inclusión de las personas en sistemas formales, incluso si persisten las preguntas sobre la experiencia de los consumidores vulnerables dentro de la DPI³.

Vale la pena celebrar este progreso. Pero solamente considerar el acceso a finanzas digitales esconde una vulnerabilidad subyacente entre muchos consumidores.

La primera señal de esto es cuántos consumidores pueden considerarse frágiles en el entorno digital actual. La investigación de Consumers International ha descubierto que muchos más consumidores califican como financieramente vulnerables de lo que podrían sugerir las definiciones tradicionales. De hecho, hasta el 75% de los consumidores pueden considerarse vulnerables en cierta medida.

Utilizando datos recopilados en una encuesta a más de 3,000 personas en ocho países⁴ de todo el mundo, se muestra que la exposición de los consumidores a impactos temporales (por ejemplo, un gasto de salud o una pérdida inesperada de ingresos), condiciones recurrentes (por ejemplo, discapacidades físicas) y factores contextuales (por ejemplo, responsabilidades de cuidado, empleo informal o baja capacidad digital) influyen materialmente en los resultados financieros enfrentados por los consumidores, incluyendo su vulnerabilidad a estafas y su capacidad para obtener compensación. Por ejemplo:

1 Banco Mundial. (2025). *Base de datos Global Findex 2025: conectividad e inclusión financiera en la economía digital*.

2 CGAP (2022). *Repensando la protección del consumidor: un ecosistema de finanzas digitales responsables*.
<https://www.cgap.org/blog/rethinking-consumer-protection-responsible-digital-finance-ecosystem>

3 Ver, por ejemplo: <https://dvararesearch.com/building-an-effective-upi-in-app-grm-for-indias-consumers/>

4 La investigación encuestó a consumidores urbanos en Brasil, India, Kenia, México, Nigeria, Pakistán, Reino Unido y Estados Unidos sobre sus actitudes, percepciones, comportamientos y uso de los servicios financieros digitales.

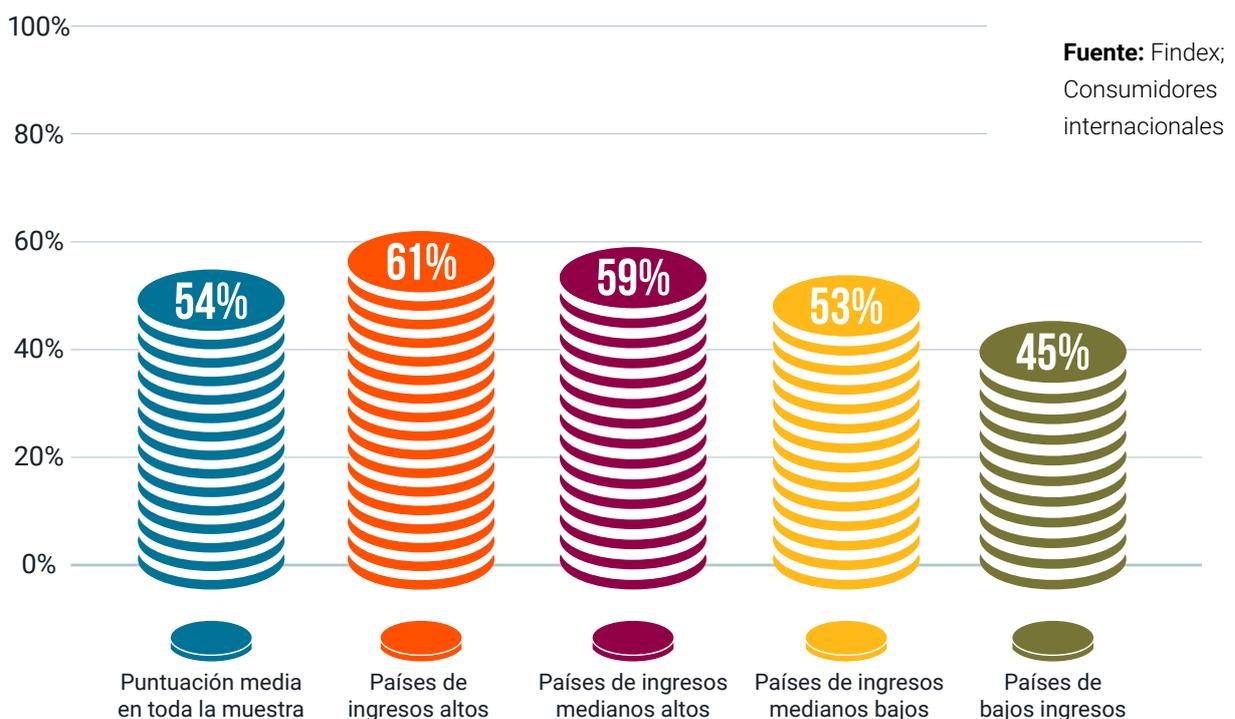
- 52% de los consumidores con mayor vulnerabilidad informan haber sido víctimas de estafas, en comparación con el 19% de los consumidores con menor vulnerabilidad
- 61% de los consumidores con mayor vulnerabilidad tienen dificultades para buscar resarcimiento en finanzas digitales, en comparación con el 38% de consumidores con menor vulnerabilidad.

“Es crucial que todas las partes interesadas trabajen juntas para crear un entorno en el que las finanzas digitales sean verdaderamente inclusivas y accesibles para todos, en particular para aquellos que tradicionalmente han sido excluidos del sector financiero”.

– **Jorum Odiemo, Jefe de Programa, Organización de Consumidores de Kenia**

La resiliencia de los consumidores sigue siendo una preocupación clave. Findex define a las personas resilientes como aquellas que dicen que podrían obtener fondos de emergencia en treinta días sin mucha dificultad. Los resultados de 2025 muestran que una gran parte de los consumidores ni siquiera supera esta prueba básica. En los países de bajos ingresos, menos del 50% de las personas encuestadas informan que podrían alcanzar el umbral de treinta días, como se ilustra en la Figura 1.

Figure 1. Porcentaje de personas mayores de 15 años que informan que es algo difícil o nada difícil acceder a fondos de emergencia en un plazo de 30 días, por grupo de ingresos del país⁵.



⁵ 98 países están incluidos en la muestra aquí presentada, de los cuales 6 son países de ingresos altos (HIC), 36 son países de ingresos medianos altos (UMI), 40 son países de ingresos medianos bajos (PIBM) y 16 son países de ingresos bajos (LIC).

Es preocupante que los riesgos financieros se intensifiquen más rápido de lo que los consumidores pueden percibirlo, ya que las tecnologías que han expandido el acceso financiero están introduciendo problemas de rápida evolución. Por ejemplo, entre 2015 y 2020, las violaciones de datos aumentaron en más del 4,500%, superando con creces el crecimiento en generación de datos (314%), la penetración de teléfonos inteligentes (4.6%) y la propiedad de cuentas de dinero móvil (17%) durante el mismo período⁶.

Estos desafíos reflejan la realidad reportada por los defensores de los consumidores en el terreno. En una encuesta en 2023 a organismos de consumidores⁷ en países de ingresos medianos bajos (PIBM):

- El 75% identificó el fraude y estafas como una de las principales amenazas que enfrentan los consumidores;
- el 70% señaló el uso indebido de datos como un desafío importante; y
- El 90% informó que los consumidores carecen de acceso a una compensación justa y efectiva.
- La transparencia también se está quedando corta: el 57% mencionó las tarifas y cargos oscuros como una barrera importante para la confianza.

“La privacidad financiera es el mayor desafío, particularmente en cuanto a protección de información confidencial como el nombre de la madre, la fecha de nacimiento y el número de teléfono móvil”.

– Nadeem Iqbal, director ejecutivo, Red para la Protección del Consumidor en Pakistán

El resultado es un sistema donde los servicios financieros existen, pero no satisfacen las necesidades diarias de los consumidores. Esto se evidencia en la persistente proporción de cuentas que están totalmente inactivas, que llega al 8% en 2025. Estas se utilizan para recibir ingresos, solo para ser retirados en efectivo⁸; en muchos países en desarrollo, el efectivo sigue dominando las transacciones diarias incluso entre aquellos incluidos digitalmente⁹. Esta brecha de uso sigue siendo notable entre las mujeres: la brecha de género en la propiedad de cuentas se ha estancado en el 4% y las mujeres siguen siendo menos propensas que los hombres a usar pagos digitales. La mayor brecha se encuentra en el sur de Asia, donde entre los titulares de cuentas, las mujeres tienen 15 puntos porcentuales menos de probabilidades de usar pagos digitales que los hombres¹⁰.

6 CGAP (2021). *La naturaleza evolutiva y la escala de los riesgos para el consumidor en las finanzas digitales*. <https://www.cgap.org/blog/evolving-nature-and-scale-of-consumer-risks-in-digital-finance>

7 Consumers International. (2024). *El índice de finanzas digitales muestra avances en servicios, pero no donde los consumidores más lo necesitan*. <https://www.consumersinternational.org/news-resources/news/releases/digital-finance-index-shows-progress-in-services-but-no-where-the-consumers-most-need-it/>

8 Por ejemplo, un estudio de Simatele y Maciko informa que, en 2019, el 69% de beneficiarios de subvenciones sociales en Sudáfrica usaron su cuenta G2P solo como buzón, a pesar de la funcionalidad de pago digital. El uso de la cuenta de buzón también se recoge constantemente en las encuestas de inclusión financiera de FinScope en África

9 Ver, por ejemplo, McKinsey (2022). *El futuro de los pagos en África*. <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/Nuestras-ideas/el-futuro-de-los-pagos-en-África>. Sin embargo, el aumento en pagos instantáneos está avanzando rápidamente en el comportamiento de las transacciones aleatorias, y se prevé que, a nivel mundial, el papel del efectivo seguirá disminuyendo, aunque de manera desigual. Ver: McKinsey. (2022). *El futuro de los pagos en África*. <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/the-future-of-payments-in-Africa>

10 Banco Mundial (2025). *Base de datos Global Findex 2025: conectividad e inclusión financiera en la economía digital*. Banco Mundial. <https://doi.org/10.1596/978-1-4648-2204-9>

“Las personas con discapacidades a menudo se sienten abrumadas por la tecnología financiera digital, excluidas debido a problemas de accesibilidad e inseguras sobre la seguridad y la facilidad de uso. El acceso limitado a dispositivos y las experiencias negativas pasadas también han contribuido a su indecisión para utilizar servicios financieros digitales”.

– **Chiso Ndukwe-Okafor**, Directora Ejecutiva, CADEF Nigeria

El costo de la inacción es demasiado alto: este desafío se hará más urgente al considerar los impactos que consumidores y economías probablemente enfrentarán en los próximos años. Por ejemplo, una investigación del Centro para Inclusión Financiera muestra que en las economías vulnerables al clima, el 58% de adultos carecen de resiliencia financiera, en comparación con el 25% en las economías menos vulnerables al clima¹¹, mientras que el uso de activos digitales no regulados o parcialmente regulados podría desplazar significativamente los depósitos bancarios en el sistema financiero nacional, haciendo que la política monetaria sea menos efectiva y eludiendo los controles sobre flujos de capital transfronterizos¹².

Sin una acción urgente, esta fragilidad socavará los cimientos mismos de la inclusión financiera y los resultados que se suponía que debía ofrecer la ampliación del acceso: medios de vida estables, seguridad de los hogares y crecimiento inclusivo¹³. Con esta realización surge la necesidad de fortalecer los modelos existentes para protección del consumidor financiero. La responsabilidad de hacer esto recae sobre todo el ecosistema: formuladores de políticas y reguladores, proveedores de servicios financieros establecidos y emergentes, plataformas tecnológicas y defensores de los consumidores.

“La importancia de situar al consumidor a la cabeza de la política de servicios financieros digitales no puede ser sobrevalorada.

– **Damien Ndizeye**, Secretario Ejecutivo, ADECOR Ruanda

La pregunta es cómo. Para ayudar, este informe establece una estrella guía para orientar las estrategias nacionales y la práctica regulatoria hacia la resiliencia por diseño, informada por estudios de casos sobre lo que está funcionando y lo que lleva al éxito desde la perspectiva del consumidor.

11 <https://www.centerforfinancialinclusion.org/climate-vulnerability-and-financial-exclusion-go-hand-in-hand-what-can-be-done>

12 [El uso de activos digitales no regulados o parcialmente regulados podría desplazar significativamente los depósitos bancarios en el sistema financiero nacional](#)

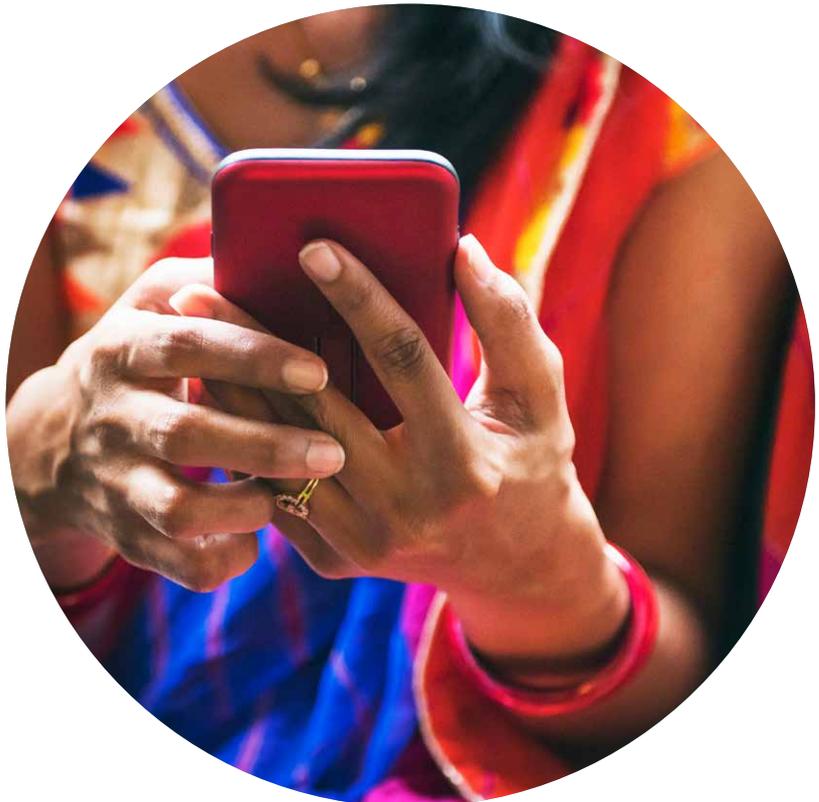
13 Por ejemplo, un estudio de 2024 basado en datos de panel de 142 países durante el período 2002-2022 encontró que las vulnerabilidades financieras producen coeficientes significativos para influir en la volatilidad económica y, por lo tanto, contribuyen significativamente al Índice de Vulnerabilidad Económica. Véase: Oyadeyi, O. O., Ibukun, C. O., Arogundade, S., Oyadeyi, O. A., & Biyase, M. (2024). Revelando la resiliencia económica: Explorando el impacto de las vulnerabilidades financieras en la volatilidad económica a través del índice de vulnerabilidad económica. Descubra la sostenibilidad, 5(1), 253. <https://doi.org/10.1007/s43621-024-00438-5>

2. LA BRECHA ENTRE PROTECCIÓN Y RESULTADOS

Lo que está escrito en la ley no está apareciendo en las vidas de los consumidores

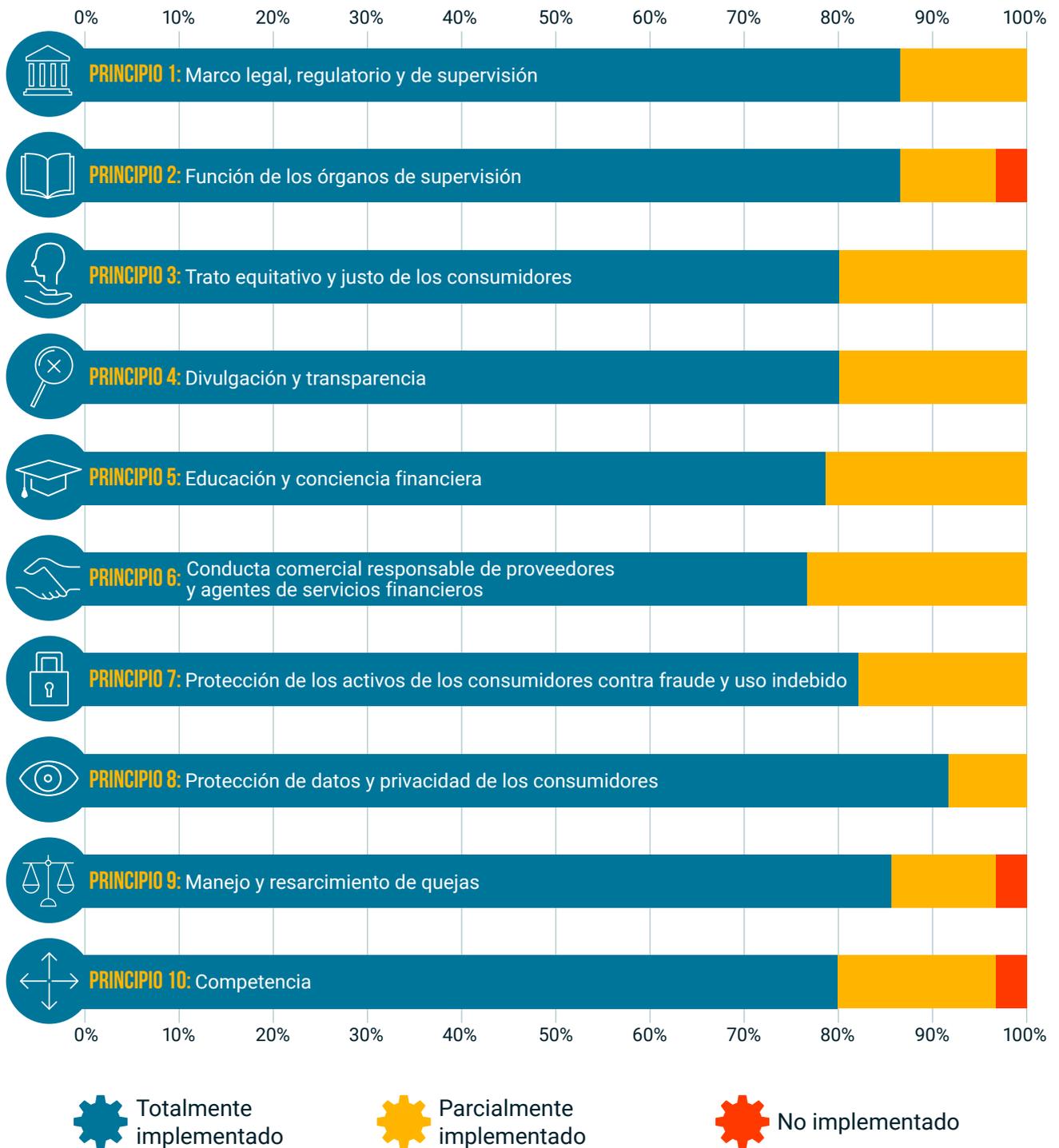
La política, la regulación y la supervisión son la base de los resultados del consumidor. El punto de partida para construir un sistema más resiliente es evaluar su papel y eficacia: ¿existen protecciones e incluso son adecuadas para su propósito? Actualmente, las políticas apenas están comenzando a reflejar y responder a la necesidad de resiliencia del consumidor.

Entre los marcos más completos se encuentran los Principios de Alto Nivel sobre Protección del Consumidor Financiero del G20 y la OCDE. Adoptados en 2011, reúnen varios elementos de protección del consumidor financiero en diez principios. Según una encuesta realizada por la OCDE¹⁴, la mayoría de las autoridades reguladoras financieras han implementado plenamente todos los principios básicos. Aún aquellos principios que estaban rezagados, como educación financiera y conducta responsable, fueron reportados como implementados completamente por más del 70% de las jurisdicciones¹⁵.



- 14 La muestra está compuesta por 35 miembros de la OCDE, así como por ocho países del G20 no pertenecientes a la OCDE (Argentina, Brasil, India, Indonesia, República Popular China, Federación de Rusia, Arabia Saudita y Sudáfrica), dos jurisdicciones no pertenecientes al Consejo de Estabilidad Financiera de la OCDE/G20 (Hong Kong, China, Singapur), además de otras diez jurisdicciones que no se adhieren formalmente a la Recomendación del Consejo de la OCDE sobre los Principios de Alto Nivel sobre Protección del Consumidor Financiero (Croacia, Ecuador, Kazajstán, Malasia, Perú, Filipinas, Bulgaria, Mauricio, Sri Lanka, Tailandia).
- 15 OCDE (2022). *Informe sobre la aplicación de la Recomendación del Consejo sobre los principios de alto nivel sobre protección del consumidor financiero*. [https://one.oecd.org/document/C\(2022\)7/en/pdf](https://one.oecd.org/document/C(2022)7/en/pdf)

Figura 2. Estado de implementación de los Principios de Alto Nivel de 2011 según reportado por autoridades públicas¹⁶ en 55 jurisdicciones



¹⁶ Nota: el texto de la pregunta era "Favor seleccionar la opción que, en su opinión, describa mejor el estado de implementación del Principio 1 en su jurisdicción". [https://one.oecd.org/document/C\(2022\)7/en/pdf](https://one.oecd.org/document/C(2022)7/en/pdf)

Pero el desarrollo de la regulación por sí solo no es suficiente ni el objetivo: los resultados de los consumidores y los hogares deben mejorar. Muchas evaluaciones de efectividad de la protección del consumidor se centran en lo negativo: calculando el detrimento¹⁷, midiendo exposición a riesgo o cuantificando los costos del daño¹⁸. Aunque son importantes, dichos esfuerzos no reflejan el conjunto completo de factores necesarios para evaluar el éxito.

“Las nuevas tecnologías están cambiando rápidamente la forma en que las personas viven, hacen negocios, colaboran y consumen bienes, servicios e información... los marcos de protección del consumidor deben mitigar los riesgos y maximizar el potencial de las tecnologías para la humanidad”.

– **Kimera Henry**, director ejecutivo, **CONSENT Uganda**

El Índice de Finanzas Digitales 2024 de Consumers International analiza la fortaleza en los países de ingresos bajos y medianos de la experiencia del consumidor de finanzas digitales, que van desde la existencia de protecciones en la regulación hasta la experiencia vivida por los consumidores (que comprende elementos como el uso, confianza y satisfacción). Muestra que, aun cuando hay progreso en la aplicación de regulaciones, la capacidad de los consumidores para protegerse se está quedando corta¹⁹.

Esto revela una brecha entre la intención de la política y los resultados prácticos. Esta discrepancia es clara en la Figura 3. Contrasta con la percepción, comunicada a la OCDE por los reguladores financieros, de que Los Principios de Alto Nivel del G20 y la OCDE se han implementado con éxito, frente a una medida indirecta de confianza financiera entre los consumidores de los mismos países²⁰.

Hay una brecha pronunciada, incluso para países de ingresos más altos.

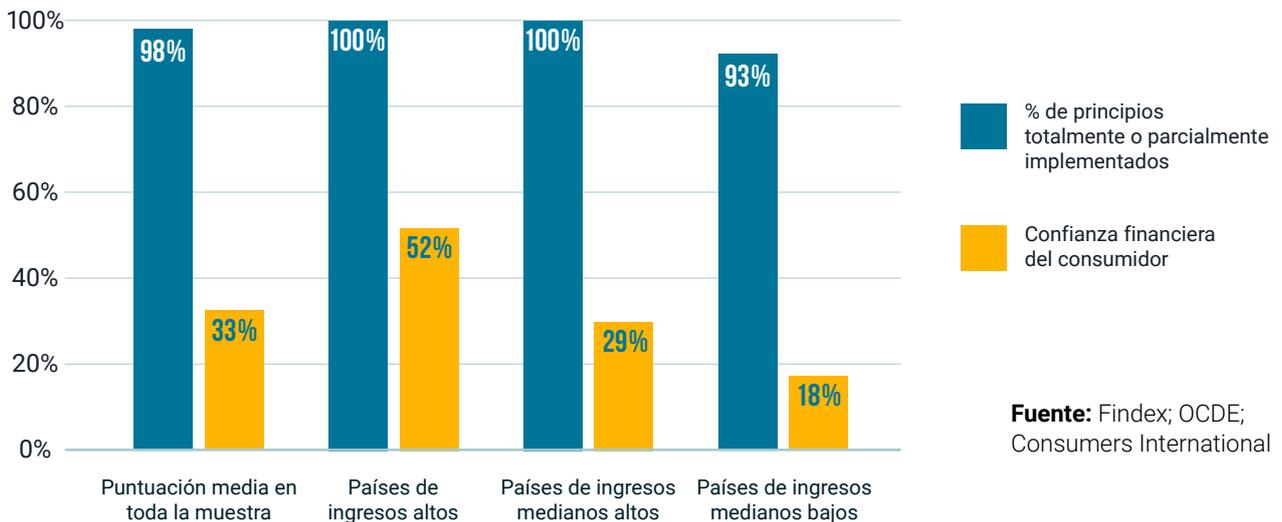
17 OCDE (2020). *Medición del detrimento del consumidor y el impacto de la política del consumidor*. OCDE. https://www.oecd.org/en/publications/measuring-consumer-detriment-and-the-impact-of-consumer-policy_0c2e643b-en.html

18 Tal como algunas de las investigaciones empíricas de la Iniciativa de Investigación de Protección al Consumidor de Innovations for Poverty Action (IPA). Por ejemplo, IPA ha compilado un índice de costos de transacción para medir el costo “real” de los servicios financieros digitales.

19 Consumers International. (2024b). Finanzas digitales. La experiencia del consumidor en 2024. <https://www.consumersinternational.org/medios/522017/digital-finance-the-consumer-experience-in-2024.pdf>

20 Tener en cuenta que la muestra de la encuesta de la OCDE comprende principalmente países de la OCDE y del G20, por lo que el conjunto de países incluidos en el análisis de la Figura 2 está sesgado hacia los países de ingresos altos (34) y de ingresos medianos altos (16). Solo cuatro países son de ingresos medios bajos y ninguno es de bajos ingresos. El proxy de confianza financiera se calcula a partir de Findex 2021 como el promedio de los encuestados que responden “nada preocupado” a las preguntas sobre: capacidad para pagar los costos médicos en caso de una enfermedad grave o accidente, tener suficiente dinero para gastos mensuales o facturas, tener suficiente dinero para la vejez y no poder pagar las tasas escolares o las tasas de educación. Estas preguntas no se hicieron en Findex 2025

Figura 3. Éxito de la implementación contra confianza financiera del consumidor



Signos emergentes de reorientación hacia calidad y bienestar inclusivos: En reconocimiento de estos desafíos, en 2022, el G20/OCDE revisó los Principios de Alto Nivel a través de un proceso consultivo que incluyó aportes de organismos de consumidores²¹. La actualización reconoció la necesidad de un enfoque más holístico a la protección del consumidor financiero al agregar un principio para calidad del producto, que exige que los servicios financieros satisfagan las necesidades y objetivos reales de las personas a las que sirven. Además, los principios revisados colocaron el bienestar financiero en el centro del marco como un tema transversal que todos los esfuerzos de protección deben tener como objetivo promover.



21 OCDE. (2022). *Principios de alto nivel del G20/OCDE sobre protección del consumidor financiero 2022*. Publicaciones de la OCDE. https://www.oecd.org/en/publications/g20-oecd-high-level-principles-on-financial-consumer-protection-2022_48cc3df0-en.html

RECUADRO 1. ¿QUÉ ES BIENESTAR FINANCIERO?

A finales de 2024, el G20, bajo la presidencia brasileña, publicó una nota de política sobre bienestar financiero para establecer un concepto consensuado de lo que es bienestar financiero y una hoja de ruta preliminar sobre cómo medirlo. El documento señala que bienestar financiero es un concepto en evolución que puede diferir según las necesidades y el contexto de un individuo, un hogar, una sociedad o un país. Sin embargo, generalmente se puede describir así:

“Un estado en el que las personas pueden satisfacer sin problemas sus necesidades y obligaciones financieras, pueden hacer frente a impactos negativos, pueden perseguir aspiraciones, metas y capturar oportunidades, y se sienten satisfechas y seguras de sus vidas financieras, teniendo en cuenta las circunstancias específicas del país”²².

Esta definición tiene un componente objetivo (ser financieramente resiliente, capaz de satisfacer las necesidades y obligaciones financieras y capaz de perseguir metas), así como una evaluación del tema (sentirse satisfecho y confiado).

Hay ejemplos que muestran el impulso detrás de este cambio alrededor del mundo (ver Recuadro 2). Al mismo tiempo, sigue existiendo una brecha de comprensión de qué medir exactamente y cómo. Por ejemplo, una revisión de trece países de muestra²³ realizada por Consumers International muestra que solo unos pocos han implementado mecanismos específicos para identificar y responder a la vulnerabilidad del consumidor. Esto se evidencia en una investigación de la OCDE, que demuestra que la mayoría (62%) de los países no tienen una definición aceptada de vulnerabilidad del consumidor, y que los principales desafíos citados para explicar por qué son las dificultades para identificar sus impulsores y resultados²⁴.

22 Una publicación reciente que abarca la investigación directa de consumidores en siete países para evaluar la puntuación subjetiva, superpuesta con el análisis de datos bancarios para medida objetiva, agrega una dimensión adicional, a saber, el placer: la capacidad y espacio mental para hacer cosas y permitirse actividades por placer. Riitsulu, Atkinson y Pello. (2025). *Informe: Más allá del dinero: explorando el bienestar financiero a través de una lente humana*. <https://www.erstestiftung.org/en/publications/beyond-money-exploring-financial-well-being-through-a-human-lens/>

23 Países incluidos en la muestra: Australia, Brasil, Dinamarca, India, Japón, Kenia, Nueva Zelandia, Marruecos, México, Nigeria, Pakistán, Reino Unido, Estados Unidos de América

24 OCDE. (2025). *Comprendiendo y respondiendo a la vulnerabilidad del consumidor financiero*. OCDE. https://www.oecd.org/en/publications/understanding-and-responding-to-financial-consumer-vulnerability_111daec8-en.html

“El sistema bancario paquistaní carece de reconocimiento de los consumidores vulnerables, lo que requiere de la evolución e incorporación de una definición integral. Esta definición debe abarcar no solo a los grupos vulnerables tradicionales, incluyendo mujeres, personas transgénero y personas con discapacidad, sino también otras comunidades marginadas que requieren consideración especial”.

– **Nadeem Iqbal**, director ejecutivo de la Red para la Protección del Consumidor en Pakistán

RECUADRO 2. EJEMPLOS DE BUENAS PRÁCTICAS: UNA PERSPECTIVA REGULATORIA Y DE MERCADO SOBRE EL PRINCIPIO DE CALIDAD

La Comisión Australiana de Valores e Inversiones (ASIC) ha implementado Obligaciones de Diseño y Distribución, mediante las cuales las entidades reguladas deben diseñar productos con un enfoque en resultados positivos para el consumidor, asegurando que los productos sean apropiados para su mercado objetivo. Esto incluye considerar las necesidades y vulnerabilidades de los diferentes segmentos de consumidores²⁵.

En el Reino Unido, Monzo integra la investigación de los usuarios y retroalimentación de las primeras etapas del desarrollo del producto. Priorizan el diseño inclusivo y la fricción positiva para empoderar a los clientes y garantizar que los productos satisfagan las necesidades de los usuarios vulnerables. Desde la concepción de la idea hasta el lanzamiento del producto, Monzo incorpora investigadores de usuarios en equipos de productos, realiza pruebas tempranas con la comunidad y recopila comentarios a través de investigaciones formales y la sección Labs de su aplicación. También realizan comprobaciones de gobernanza para garantizar el cumplimiento de las normas de protección de los consumidores²⁶.

25 Entrevista de informante clave con un representante de la Comisión Australiana de Valores e Inversiones (ASIC), consulta con partes interesadas, comunicación personal, 2024

26 Entrevista de informante clave con un representante del banco digital Monzo, consulta con partes interesadas, comunicación personal, 2024

3. UNA ESTRELLA GUÍA PARA EL PROGRESO

Del cumplimiento a los resultados: resiliencia por diseño

Existe un consenso creciente de que la protección del consumidor debe evolucionar, y lo que parece una crisis de protección del consumidor, vulnerabilidad y exposición a impactos en las finanzas digitales también es una oportunidad para reimaginar los sistemas financieros de protección del consumidor en torno a los resultados del consumidor. Hacer eso requiere un cambio de salvaguardas reactivas a un diseño proactivo, donde la resiliencia está integrada desde el principio.

Un sistema financiero digital resiliente por diseño comprende cinco elementos de diseño:

- **Voz:** La voz y los resultados del consumidor se integran de manera proactiva tanto en políticas públicas como en la práctica comercial.
- **Deseos y necesidades de los consumidores:** Los productos y servicios financieros responden y están diseñados para satisfacer las necesidades reales de los consumidores, respaldados por un resarcimiento justo, accesible y eficaz.
- **Representación y compromiso:** Los consumidores y sus representantes están empoderados y comprometidos durante todo el proceso de diseño de políticas y productos, desde las pruebas hasta la supervisión.
- **Supervisión:** La aplicación y la supervisión se fortalecen, son sólidas y coordinadas, con un aprendizaje compartido a través de fronteras.
- **Medición del impacto en el consumidor:** Los resultados de los consumidores en calidad, resiliencia y bienestar financiero son los indicadores básicos para rastrear el progreso.

“La protección del consumidor financiero es uno de los elementos clave para lograr la inclusión financiera. La existencia de un marco integral para la protección del consumidor financiero lleva a una mayor confianza y competitividad en el sistema financiero y bancario, mejorando así la calidad de los servicios financieros prestados a los consumidores”.

– **Fadl Mansour**, Presidente de la Asociación Yemení para la Protección del Consumidor

Estos elementos se unen en un marco estelar guía para informar las estrategias nacionales y globales:



Comprender y reconocer la **resiliencia real del consumidor** como la **base fundamental** para la **inclusión financiera** y **crecimiento económico**

QUIÉN: Responsables políticos, proveedores financieros, organizaciones de consumidores

QUÉ: Generar visibilidad y reconocimiento de las intervenciones públicas y privadas que funcionan para mejorar la resiliencia del consumidor.

CÓMO: Establecer un marco global para mapear y medir los indicadores de bienestar financiero, impactos y riesgos que enfrentan los consumidores en las finanzas digitales para informar la efectividad de la política y la innovación.



Reforzar y modernizar la supervisión y el cumplimiento de las finanzas, y compartir información y estrategias sobre los retos normativos y de los consumidores a través de fronteras

QUIÉN: Responsables políticos, organizaciones de consumidores

QUÉ: Proporcionar a las autoridades de protección al consumidor, herramientas para rastrear tanto el cumplimiento del sector financiero como los resultados de los consumidores, asegurándose que el cumplimiento incluye sistemas de resarcimiento justos y efectivos.

CÓMO: Alinear las agendas de medición y políticas con los resultados de protección del consumidor mediante el seguimiento de las métricas de riesgo y bienestar, también como impulsores de la inestabilidad sistémica.



Integrar de forma proactiva la voz del consumidor en la innovación y las prácticas de productos y políticas

QUIÉN: Formuladores de políticas, proveedores financieros

QUÉ: Un cambio de mentalidad de que la protección del consumidor puede ser un motor de innovación tanto como una herramienta de seguridad.

CÓMO: Crear mecanismos estructurados y continuos para comprender los desafíos y oportunidades que enfrentan reguladores y proveedores, lo que permite representación y participación de los consumidores en los servicios financieros y el diseño regulatorio, incluyendo el fortalecimiento de los mecanismos de resarcimiento. Aprovechar las áreas de prueba regulatorias para probar los servicios financieros digitales emergentes en entornos controlados, asegurando que los riesgos se identifiquen y mitiguen antes de que los productos alcancen adopción masiva.



Empoderar a organizaciones de consumidores para que evolucionen y se vuelvan en socios en sistemas ágiles y responsables

QUIÉN: Responsables políticos, proveedores financieros, organizaciones de consumidores

QUÉ: Satisfacer la demanda de las asociaciones de consumidores de investigación y promoción rápidas y prácticas sobre los riesgos emergentes.

CÓMO: Proporcionar recursos y capacitación para desarrollar experiencia y capacidad para abogar por productos y políticas de finanzas digitales apropiados para el consumidor.

4. QUÉ SE NECESITA

Componentes básicos para un ecosistema financiero digital más resiliente

Seguir la estrella guía requiere de un esfuerzo concertado en todo el ecosistema de finanzas digitales. Los formuladores de políticas, reguladores, actores de mercados establecidos y emergentes y los defensores de los consumidores desempeñan todo un papel vital como facilitadores del cambio. Cuando estos actores trabajan alineados, en vez de aisladamente, ellos pueden dar forma a un sistema que es más receptivo, inclusivo y confiable.

“Juntos, debemos asumir una responsabilidad compartida para crear sistemas financieros que no solo sean eficientes sino también inclusivos y equitativos. A través de esfuerzos de colaboración entre instituciones financieras, gobierno, sociedad civil y las comunidades a las que servimos, podemos fomentar un ecosistema financiero digital que beneficie a todos”.

– **Seema Shandil**, directora ejecutiva del Consejo de Consumidores de Fiji



FORMULADORES DE POLÍTICAS Y REGULADORES

El liderazgo regulatorio es fundamental para la estrella guía. La evolución de los marcos regulatorios y de supervisión para cerrar las brechas de protección remanentes y apoyar la innovación y la inclusión es un primer paso esencial, pero no puede terminar ahí. Los reguladores necesitan mejores herramientas para anticipar el riesgo y monitorear los resultados:

- Las encuestas de supervisores financieros nacionales muestran que la mayoría (55-65%) se enfoca en garantizar que las instituciones financieras cumplan con las obligaciones de cumplimiento y presentación de informes. Una minoría integra y rastrea los resultados que afectan a los consumidores, como los riesgos cibernéticos (20%), análisis del modelo de negocio (menos del 30%) o el monitoreo de criptoactivos (10%)²⁷. Esto se confirma en la revisión regulatoria de 13 países de Consumers International, donde la mayoría de los países reconocen la importancia de los principios basados en resultados, pero pocos tienen sistemas estructurados para monitorearlos y el seguimiento a menudo se limita a las métricas de cumplimiento.
- La investigación de 2025 de la OCDE muestra que los principales desafíos citados por los reguladores para abordar la vulnerabilidad son la dificultad para identificar sus impulsores y resultados²⁸.

La Alianza Global para la Inclusión Financiera del G20 ha comenzado a cambiar la narrativa. Su nota de política sobre bienestar financiero pide a los reguladores que midan lo que importa y promueve una regulación basada en resultados²⁹.

En esta búsqueda, puede obtenerse inspiración de varios ejemplos de buenas prácticas para responsabilizar al mercado de los resultados (ver el Recuadro 3). Aunque estos cambios de política son recientes, proporcionan una sólida hoja de ruta regulatoria para incorporar los resultados de los consumidores en torno al bienestar financiero.

RECUADRO 3. EJEMPLOS DE BUENAS PRÁCTICAS: REGULADORES

Malasia: La política de Trato Justo de los Consumidores Financieros de Malasia (FTFC) se centra en un enfoque basado en principios para la protección del consumidor financiero. Cada principio está respaldado por estipulaciones detalladas, así como ejemplos de la vida real de buenas y malas prácticas que las empresas pueden utilizar para guiar su implementación de los principios. En 2024, la política se actualizó para incluir un principio adicional relacionado con vulnerabilidad. Se espera que los proveedores de servicios financieros desarrollen políticas, procedimientos y controles para garantizar un trato justo a los consumidores vulnerables a lo largo de la cadena de valor para la prestación de servicios financieros, desde el desarrollo de productos, ventas y distribución hasta el manejo y resarcimiento de reclamos³⁰.

27 Preino, J., Pustelnikov, A., y BIS. (2024). Construyendo un ecosistema de tecnología de supervisión más diverso: Hallazgos de encuestas a autoridades financieras y proveedores de tecnología de supervisión. BIS. <https://www.bis.org/fsi/fsibriefs23.htm>

28 OCDE. (2025). Comprendiendo y respondiendo a la vulnerabilidad del consumidor financiero. OCDE. https://www.oecd.org/en/publications/understanding-and-responding-to-financial-consumer-vulnerability_111daec8-en.html

29 GPF. (2025). Nota de política del G20 sobre bienestar financiero. GPF. <https://www.gpfi.org/news/g20-policy-note-financial-well-being>

30 BNM. (2024). Documento de política sobre trato justo de los consumidores financieros. BNM. <https://www.bnm.gov.my/-/pd-ftfc>

Reino Unido: En julio de 2022, la Autoridad de Conducta Financiera (FCA) del Reino Unido introdujo el Deber del Consumidor, una política con visión de futuro que obliga a los proveedores de servicios financieros a proporcionar buenos resultados a todos los consumidores, incluyendo aquellos con características de vulnerabilidad. El Deber del Consumidor se basa en un largo camino hacia un enfoque basado en resultados, rendimiento y riesgo para la protección del consumidor financiero, que se remonta al lanzamiento del marco Tratar al Cliente de Manera Justa hace casi dos décadas³¹. El Deber del Consumidor va más allá del cumplimiento basado en procesos (por ejemplo, procedimientos justos) para enfocarse en resultados reales del consumidor. Está diseñado para ser independiente de la tecnología, aplicándose a través de modelos comerciales tradicionales y digitales. El Deber es proporcional: permite a las empresas determinar enfoques apropiados en función de su modelo de negocio, tamaño y base de clientes, y permite una aplicación dinámica a productos, servicios e innovaciones emergentes en un panorama financiero en evolución. A solicitud, es posible que las empresas deban demostrar a la FCA cómo están actuando para ofrecer buenos resultados a los clientes en circunstancias vulnerables y proporcionar datos de seguimiento de resultados de apoyo^{32,33}.

Brasil: Brazil's Joint Resolution 8 of 2023³⁴ es un ejemplo de regulación basada en rendimiento centrada en la educación financiera y resultados de bienestar. Las instituciones financieras deben desarrollar políticas y herramientas internas para apoyar los objetivos de la resolución. Estas herramientas deben diseñarse en colaboración con los consumidores para garantizar la facilidad de uso y la eficacia para ayudar a gestionar las finanzas. Las instituciones financieras deben mapear el viaje del consumidor para identificar puntos de contacto clave para proporcionar herramientas y contenido de educación financiera, tales como la solicitud de préstamos, la recuperación de crédito y la inscripción en productos. Luego deben establecer objetivos y desarrollar indicadores para medir el éxito de sus esfuerzos de educación financiera para el bienestar financiero. Para completar el círculo, deben recopilar datos sobre métricas de bienestar financiero, como el porcentaje de consumidores con al menos tres meses de gastos en ahorros, que deben usar para realizar un seguimiento de la efectividad de la educación, identificar áreas para mejorar y establecer objetivos para mejora continua.

INNOVADORES Y LÍDERES EMPRESARIALES

Los proveedores de servicios financieros, las tecnologías financieras y las plataformas tecnológicas juegan un papel directo en la resiliencia del cliente. Hay numerosos ejemplos de actores del mercado invirtiendo en innovaciones que generan resultados positivos para los consumidores, no solo como un requisito de cumplimiento, sino también porque tiene sentido comercial (ver el Recuadro 4).

31 FCA. (2006). *Tratando a los clientes de manera justa: hacia resultados justos para los consumidores*. FCA. <https://www.fca.org.uk/publication/archive/fsa-tcf-towards.pdf>

32 FCA. (2021). *Orientación para empresas sobre trato justo de clientes vulnerables*. FCA. <https://www.fca.org.uk/publications/finalised-guidance/guidance-firms-fair-treatment-vulnerable-customers>

33 FCA. (2024). *TechSprint de inclusión financiera*. FCA. <https://www.fca.org.uk/firms/techsprints/financial-inclusion-techsprint>

34 BCB. (2023). *Exibe Normativo. Exibe Normativo*. BCB. <https://www.bcb.gov.br/estabilidadefinanceira/exibenormativo?tipo=Resolu%C3%A7%C3%A3o%20Conjunta&numero=8>. *Case study write-up also draws on policy review and key informant interview with BCB, 2024*

RECUADRO 4. EJEMPLOS DE BUENAS PRÁCTICAS: AGENTES DEL MERCADO

- **Barclays** integra la investigación del consumidor y principios como asequibilidad, simplicidad y accesibilidad en sus procesos de diseño de productos, particularmente para los consumidores en circunstancias vulnerables³⁵. La educación se integra a lo largo del recorrido del cliente para asegurarse que el apoyo y los ajustes se comuniquen claramente.
- **Wise**³⁶ ha desarrollado una característica de aplicación que permite a los clientes verificar que realmente están interactuando con Wise durante una interacción de servicio al cliente. Esto acepta que los esfuerzos para mejorar la educación digital y financiera se han quedado cortos y llama la atención sobre los intentos que son más audaces e informados por la ciencia del comportamiento.
- Muchos bancos utilizan inteligencia artificial (IA) para ayudar a los clientes a gestionar su salud financiera, por ejemplo, explicando cómo los usuarios pueden mejorar sus puntuaciones crediticias, gestionar transacciones y evitar comportamientos financieros de riesgo. *Por ejemplo:*
 - **BBVA** utiliza tecnologías de IA, incluyendo redes neuronales, procesamiento de lenguaje natural y aprendizaje automático, para ofrecer servicios financieros personalizados. Estas herramientas ayudan a los clientes a monitorear sus gastos, tomar decisiones financieras informadas y aumentar sus ahorros. En el primer trimestre de 2024, 391 millones de transacciones en todo el mundo utilizaron estas características³⁷.
 - **DBS** tiene un enfoque estratégico para convertirse en un banco impulsado por IA. Están combinando datos transaccionales con datos de comportamiento y ubicación para proporcionar avisos hiper-personalizados para ayudar a los clientes a administrar su seguridad y finanzas personales³⁸.
 - Hay muchos ejemplos de aplicaciones de administración de dinero, como **Cleo** o la asistente financiera de IA de Bank of America, **Erica**, que brindan orientación en tiempo real sobre presupuestos, hábitos de gasto y estrategias de ahorro adaptadas a usuarios individuales.
- Las iniciativas de toda la industria también están ganando terreno. Por ejemplo, GSMA y UK Finance se han asociado para desarrollar **Scam Signal**, una herramienta que usa datos bancarios y de telecomunicaciones en tiempo real para detectar y detener transferencias fraudulentas³⁹.

35 Barclays (s.f.). *¿Cómo podemos ayudar?* Obtenido el 19 de mayo de 2025 de <https://www.barclays.co.uk/important-information/vulnerability-services-information/>. Este contenido también se basa en entrevistas con las principales partes interesadas realizadas en 2024

36 Wise es un socio comercial de la Red de Cambio de Consumers International

37 BBVA. (2024). *¿Qué algoritmos de IA utiliza BBVA para impulsar las finanzas de sus clientes?* NOTICIAS BBVA. <https://www.bbva.com/en/innovation/what-ai-algorithms-does-bbva-use-to-boost-its-customers-finances/>

38 Banco DBS. (s.f.). *Incentivos e ideas de inversión personalizadas impulsadas por IA.* Banco DBS. <https://www.dbs.com/artificial-intelligence-machine-learning/index.html>

39 GSMA. (2024). *Las industrias móvil y bancaria unen fuerzas para combatir el fraude.* Sala de redacción. <https://www.gsma.com/newsroom/?p=21746>

DEFENSORES DE LOS CONSUMIDORES

Las organizaciones de consumidores son actores de primera línea, cerrando la brecha entre ciudadanos y sistemas. Sus métodos son diversos: desde la tramitación de reclamos y la realización de estudios de mercado hasta la elaboración de legislación y participación en consultas reglamentarias⁴⁰.

Las iniciativas de Consumers International muestran el potencial de la acción coordinada. El Acelerador de Finanzas Digitales Justas equipó a los organismos de consumidores para participar en una defensa más efectiva del consumidor. Entre 2022 y 2024, las organizaciones de consumidores formadas por el Acelerador han impulsado al menos diez políticas o reformas de la industria en seis países⁴¹. Cuando el compromiso entre los grupos de consumidores y los gobiernos es más fuerte, los sistemas tienden a ofrecer mejor resarcimiento, mayor acceso público a los recursos legales y mejores resultados para los consumidores.

En resumen, un compromiso significativo construye sistemas financieros más fuertes y resistentes.

RECUADRO 5. EJEMPLOS DE BUENAS PRÁCTICAS: ORGANIZACIONES DE CONSUMIDORES

Construyendo soluciones de tecnología

- **Tec-Check** en México aprovecha las API para analizar la actividad de las redes sociales, ofreciendo indicadores y estadísticas en tiempo real que ayudan a proteger a los consumidores, prevenir el fraude y apoyar a la Agencia Federal del Consumidor (PROFECO) en la toma de acciones legales contra proveedores específicos cuando sea necesario⁴².
- **Consumer Reports** en los EE. UU. ha establecido un Laboratorio de Innovación para encontrar formas en que las herramientas de IA puedan luchar por los consumidores⁴³. En junio de 2024, anunciaron el lanzamiento de AskCR: un asesor impulsado por IA que responde a las preguntas de los consumidores basándose en la investigación y datos de los productos de CR. Esto sigue al lanzamiento en 2022 de "Permission Slip", una aplicación que muestra a los consumidores qué tipo de datos recopilan las empresas sobre ellos y les permite instruir a una empresa para que deje de vender sus datos o los elimine por completo.

Apoyando el impacto regulatorio:

- La **Organización para la Protección de los Derechos de los Consumidores de Ruanda (ADECOR)** contribuyó a los anteproyectos de tres políticas importantes implementadas desde 2022: las Directrices actualizadas sobre servicios financieros digitales para transparencia, el Reglamento revisado sobre sistemas de pago electrónico para seguridad de datos y el nuevo Reglamento sobre servicios de dinero móvil para servicios justos y accesibles.

40 Consumers International. (2021). *El papel de las organizaciones de consumidores para apoyar a los consumidores de servicios financieros en países de ingresos bajos y medios*. Consumers International. <https://www.consumersinternational.org/media/368715/the-role-of-consumer-organizations-to-support-consumers-of-financial-services.pdf>

41 Consumers International, próximamente.

42 Consumers International. (2024). Finanzas digitales. La experiencia del consumidor en 2024. Micrositio. <https://www.conpolicy.de/en/news-detail/digital-finance-the-consumer-experience-in-2024>

43 Consumer Reports. (2025). AskCR - Innovación en Consumer Reports. <https://innovation.consumerreports.org/initiatives/askcr/>

- El **Instituto de Defensa del Consumidor (IDEC) de Brasil** abogó con éxito por la adopción del proyecto de ley No. 3515 para abordar el sobreendeudamiento que afecta al 66% de consumidores, especialmente a las mujeres. Lo hicieron construyendo fuertes lazos con legisladores y participando en audiencias parlamentarias. Esta fue la primera actualización del Código de Defensa del Consumidor en 31 años y fortaleció las protecciones para los consumidores con dificultades financieras.
- El **Consejo de Consumidores de Fiji (CCF)** recopiló y analizó más de 900 quejas relacionadas con estafas en línea, lo que llevó al gobierno de Fiji a establecer un Grupo de Trabajo Anti-estafas de múltiples partes interesadas informado por el CCF para combatir el aumento del fraude financiero digital. El CCF proporcionó recomendaciones de políticas a través de presentaciones presupuestarias al Ministerio de Finanzas, abogando por una mejor mediación y resolución de disputas en el sector financiero. Sus esfuerzos contribuyeron a la promulgación de la política del Defensor del Pueblo de Servicios Financieros, mejorando la protección del consumidor en las finanzas digitales.
- **CONSENT Uganda** trabaja con la Comisión de Comunicaciones de Uganda, el regulador del dinero móvil, y es reconocido por ella, para concientizar a los consumidores, especialmente en zonas rurales, sobre el manejo del fraude, la desinformación, la suplantación de identidad y la seguridad financiera digital.
- El **Grupo de Acción Cívica y de Consumidores Ciudadanos (CAG) de la India** realizó una encuesta sobre necesidades y riesgos de las finanzas digitales para los consumidores vulnerables y rurales de la India. Ellos presentaron una Carta de Demandas para Mejorar los Sistemas de Pago Digital en la India al Banco de la Reserva de la India después de la encuesta.
- La **Fundación para la Defensa y el Empoderamiento del Consumidor (CADEF) de Nigeria** colaboró con el Banco Central de Nigeria (CBN) y la Agencia de Protección al Consumidor del Estado de Lagos (LASCOPA) para fortalecer las regulaciones de los servicios financieros digitales, especialmente para grupos vulnerables como las personas con discapacidades.

“Los esfuerzos por políticas inclusivas, como la inclusión financiera de personas con discapacidad, subraya la necesidad de un enfoque de múltiples partes interesadas. Para nosotros, colaborar con entidades como el Banco Central de Nigeria ha reforzado el valor de las asociaciones para asegurarse que las comunidades desatendidas no se queden atrás”.

– **Chiso Ndukwe-Okafor**, Directora Ejecutiva, CADEF Nigeria

5. RUTAS PARA LA ACCIÓN

Rutas nacionales: Construyendo resiliencia en la práctica

Hay cuatro puntos de partida del mundo real para la acción:

Sentar las bases. Algunos países se centran en los fundamentos: promulgar leyes de protección de datos, fortalecer los mecanismos de resarcimiento y crear marcos de supervisión de la conducta del mercado. Por ejemplo, el Banco de Zambia ha puesto en marcha una unidad dedicada a la protección del consumidor y la supervisión de la conducta del mercado y está revisando la legislación para incluir normas sobre cobro justo de deudas, publicidad y trato de los consumidores vulnerables⁴⁴.

Avanzar en la supervisión basada en resultados. Otros están listos para adoptar enfoques basados en el riesgo y orientados a resultados. Por ejemplo, la Comisión Australiana de Valores e Inversiones (ASIC) integra los datos sobre dificultades de los consumidores en su estrategia de supervisión y consulta directamente con las organizaciones de consumidores para dar forma a una regulación receptiva basada en evidencias⁴⁵.

Gobernanza para infraestructura pública digital. Los países que implementan DPI a escala nacional están explorando salvaguardas desde el principio. En Brasil, el Banco Central convoca a un foro de múltiples partes interesadas para gobernar PIX, su sistema de pagos instantáneos. Si bien este foro sirvió inicialmente para abordar las preocupaciones sobre fraude y resarcimiento que surgieron después del lanzamiento inicial de PIX⁴⁶, los eventos recientes han expuesto vulnerabilidades más profundas. Un ataque cibernético de julio de 2025 dirigido a PIX a través de integraciones de terceros reveló brechas críticas en supervisión y coordinación. La experiencia de Brasil sirve como una advertencia: aún las estructuras de gobernanza bien intencionadas pueden quedarse cortas sin pruebas de estrés continuas, transparencia y mecanismos de rendición de cuentas⁴⁷.

Colaboración en todo el ecosistema. La ruta final se centra en construir la colaboración en todo el ecosistema de finanzas digitales para lograr mejores resultados. En Costa de Marfil, los reguladores y los actores del mercado, bajo la Agencia para la Promoción de la Inclusión Financiera, abordaron conjuntamente los riesgos de las finanzas digitales. Una encuesta reciente mostró reducciones notables en el fraude y frustración de los usuarios, gracias a los esfuerzos de colaboración en el manejo de reclamos, infraestructura y transparencia⁴⁸.

El destino es el mismo. Cada país navegará por un camino diferente, moldeado por la capacidad, instituciones y madurez del mercado. Pero el destino es universal: un sistema financiero digital donde los reguladores, proveedores y representantes de los consumidores trabajan juntos para desarrollar resiliencia por diseño.

44 Entrevista de informante clave con un representante del Banco de Zambia (BOZ), consulta con las partes interesadas, comunicación personal, 2025

45 Entrevista de informante clave con un representante de la Comisión Australiana de Valores e Inversiones (ASIC), consulta con las partes interesadas, comunicación personal, 2024

46 Luciano, M. (2024). *El Foro Pix: Lecciones para la gobernanza del DIP*. <https://www.linkedin.com/pulse/pix-forum-lessons-dpi-governance-maria-luciano-rdgtf/>

47 <https://www.msn.com/en-us/money/markets/devastating-pix-payment-system-hack-drains-100-million-from-brazilian-banks/ar-AA116mRU?>

48 CGAP. (2025). *3 lecciones de Costa de Marfil sobre ecosistemas financieros digitales responsables*. <https://www.cgap.org/blog/3-lessons-cote-divoire-on-responsible-digital-finance-ecosystems>

6. AGRADECIMIENTOS

Este informe fue desarrollado a través de un esfuerzo conjunto liderado por Consumers International. Este trabajo fue posible gracias a una subvención del Fondo de Impacto de Mastercard, apoyado por el Centro Mastercard para Crecimiento Inclusivo.

La investigación fue guiada por un grupo medular de miembros de Consumers International que se enumeran a continuación. Estamos agradecidos con todas las organizaciones contribuyentes por sus consultas y comentarios en las diferentes etapas de este proyecto, a la vez que observamos que todas las recomendaciones de este informe no reflejan necesariamente los puntos de vista individuales de estas organizaciones.

Organización	País
Asociación Australiana de Consumidores (CHOICE)	Australia
Instituto Brasileño de Protección al Consumidor (IDEC – Instituto Brasileiro de Defesa del Consumidor)	Brazil Brasil
Fundación de Defensa y Empoderamiento del Consumidor de Nigeria (CADEF)	Nigeria
Consumer Nueva Zelanda	Nueva Zelanda
Consumer Reports	Estados Unidos de América
Consumer VOICE	India
Consejo de Consumidores de Canadá	Canadá
Consejo Danés del Consumidor (Forbrugerrådet)	Dinamarca
Organización de Consumidores de Kenia	Kenia
Federación Nacional de Asociaciones de Consumidores de Marruecos	Marruecos
Tec-Check México	México
Red para la Protección del Consumidor en Pakistán	Pakistán
Which?	Reino Unido

Este informe fue producido con el apoyo de Cenfri. Estamos agradecidos con Christine Hougaard y Victor Kanyama. Consumers International también agradece el trabajo de su personal en la producción de este informe, incluyendo Charlotte Broyd, Sonia Charak, Aayushi Chaturvedi, Stefan Hall, Helena Leurent y Alexandra Straessle.

Finalmente, este informe es un componente de un proyecto más amplio, que ha sido apoyado por muchas personas de formas diferentes e importantes desde su inicio en enero de 2024. Nuestra sincera gratitud a las siguientes personas: Ruth Canagarajah, David Connolly, Payal Dalal, Erico de Melo, Vanessa De Ruggeris, Hannah Draper, Luz Gómez, Jez Groom, Brooke Kingsland, Sasha Lünsche, Rafe Mazer, Dr. Si McNair, Erin Parsons, Ali Schmidt-Fellner, Heba Shams, Shamina Singh y Carolina Zuluaga, así como a la agencia creativa Human After All.

LISTA DE REFERENCIAS

- Barclays. (s.f.). *Cómo podemos ayudar*. Obtenido el 19 de mayo de 2025, de <https://www.barclays.co.uk/important-information/vulnerability-services-information/>
- BBVA. (2024). *¿Qué algoritmos de IA utiliza BBVA para impulsar las finanzas de sus clientes?* NOTICIAS BBVA. <https://www.bbva.com/en/innovation/what-ai-algorithms-does-bbva-use-to-boost-its-customers-finances/>
- BCB. (2023). *Exibe Normativo*. Exibe Normativo. <https://www.bcb.gov.br/estabilidadefinanceira/exibenormativo?tipo=Resolu%C3%A7%C3%A3o%20Conjunta&numero=8>
- BNM. (2024). *Documento de política sobre trato justo de los consumidores financieros*. <https://www.bnm.gov.my/-/pd-ftfc>
- Bradshaw, T. (2023). *Google toma medidas enérgicas contra las aplicaciones de préstamos abusivos*. *Financial Times*. <https://www.ft.com/content/91a97e3b-363a-4b99-a86d-fdd525bf9865>
- CFI. (2024). *DPI responsable de mejorar los resultados más allá de la inclusión*. *Centro para Inclusión Financiera*. <https://www.centerforfinancialinclusion.org/responsible-dpi-for-improving-outcomes-beyond-inclusion/>
- CGAP. (2021). *La naturaleza evolutiva y la escala de riesgos para el consumidor en finanzas digitales*. <https://www.cgap.org/blog/evolving-nature-and-scale-of-consumer-risks-in-digital-finance>
- CGAP. (2022a). *Repensando la protección del consumidor: un ecosistema de finanzas digitales responsables*. <https://www.cgap.org/blog/rethinking-consumer-protection-responsible-digital-finance-ecosystem>
- CGAP. (2022b). *La evolución de la naturaleza y la escala de riesgos para los consumidores de DFS: una revisión de la evidencia*. <https://www.cgap.org/research/reading-deck/evolution-of-nature-and-scale-of-dfs-consumer-risks-review-of-evidence>
- CGAP. (2025). *3 lecciones de Costa de Marfil sobre ecosistemas financieros digitales responsables*. <https://www.cgap.org/blog/3-lessons-cote-divoire-on-responsible-digital-finance-ecosystems>
- Consumer Reports. (2025). *AskCR - Innovación en Consumer Reports*. <https://innovation.consumerreports.org/initiatives/askcr/>
- Consumers International. (2021). *El papel de las organizaciones de consumidores para apoyar a los consumidores de servicios financieros en países de ingresos bajos y medianos*. <https://www.consumersinternational.org/media/368715/the-role-of-consumer-organizations-to-support-consumers-of-financial-services.pdf>
- Consumers International. (2024a). *El índice de finanzas digitales muestra avances en los servicios, pero no donde los consumidores más lo necesitan*. <https://www.consumersinternational.org/news-resources/news/releases/digital-finance-index-shows-progress-in-services-but-not-where-consumers-need-it-most/>
- Consumers International. (2024b). *Finanzas digitales. La experiencia del consumidor en 2024*. <https://www.consumersinternational.org/media/522017/digital-finance-the-consumer-experience-in-2024.pdf>

Banco DBS. (s.f.). *Impulsos e ideas de inversión personalizadas impulsadas por IA*. Banco DBS. <https://www.dbs.com/artificial-intelligence-machine-learning/index.html>

FCA. (2006). *Tratar a los clientes de manera justa: hacia resultados justos para los consumidores*. <https://www.fca.org.uk/publication/archive/fsa-tcf-towards.pdf>

FCA. (2021). *Orientación para empresas sobre el trato justo de los clientes vulnerables*. FCA. <https://www.fca.org.uk/publications/finalised-guidance/guidance-firms-fair-treatment-vulnerable-customers>

FCA. (2024). *TechSprint de inclusión financiera*. <https://www.fca.org.uk/firms/techsprints/financial-inclusion-techsprint>

Fleck, M. L., Giovana. (2025). *Cómo la desinformación está socavando la confianza en la infraestructura pública digital más utilizada de Brasil*. Prensa de política tecnológica. <https://techpolicy.press/how-disinformation-is-undermining-trust-in-brazils-most-used-digital-public-infrastructure>

GPFI. (2025). *Nota de política del G20 sobre bienestar financiero*. <https://www.gpfi.org/news/g20-policy-note-financial-well-being>

GSMA. (2024). *Las industrias móvil y bancaria unen fuerzas para combatir el fraude*. Sala de prensa. <https://www.gsma.com/newsroom/?p=21746>

FMI (2023). *Implicaciones macrofinancieras de los criptoactivos extranjeros para las pequeñas economías en desarrollo*. FMI. <https://www.elibrary.imf.org/downloadpdf/view/journals/063/2023/012/article-A001-en.pdf>

IPA. (2024). *Evidencia del índice de costos de transacción de IPA: medición del costo "real" de los servicios financieros digitales*. <https://poverty-action.org/evidence-ipas-transaction-cost-index-measuring-true-cost-digital-financial-services>

Vigía. (2022). *Lookout descubre cientos de aplicaciones de préstamos abusivos en las tiendas de aplicaciones*. <https://www.lookout.com/threat-intelligence/article/predatory-loan-apps>

Luciano, M. (2024). *El Foro Pix: Lecciones para la gobernanza del DIP*. <https://www.linkedin.com/pulse/pix-forum-lessons-dpi-governance-maria-luciano-rdgtf/>

McKinsey. (2022). *El futuro de los pagos en África*. <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/the-future-of-payments-in-africa>

McKinsey. (2024). *Informe de pagos globales de McKinsey 2024*. <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/global-payments-in-2024-simpler-interfaces-complex-reality>

OCDE. (2020). *Medición del detrimento del consumidor y el impacto de la política del consumidor*. OCDE. https://www.oecd.org/en/publications/measuring-consumer-detriment-and-the-impact-of-consumer-policy_0c2e643b-en.html

OCDE. (2022a). *Principios de alto nivel del G20/OCDE sobre la protección del consumidor financiero 2022*. Publicaciones de la OCDE. <https://doi.org/10.1787/48cc3df0-en>

OCDE. (2022b). *Informe sobre la aplicación de la Recomendación del Consejo sobre los principios de alto nivel sobre la protección de los consumidores financieros*. [https://one.oecd.org/document/C\(2022\)7/en/pdf](https://one.oecd.org/document/C(2022)7/en/pdf)

OCDE. (2023). *Encuesta Internacional de Educación Financiera de Adultos OCDE/INFE 2023*. OCDE. https://www.oecd.org/en/publications/oecd-infe-2023-international-survey-of-adult-financial-literacy_56003a32-en.html

OCDE. (2024). *Monitor de riesgos financieros del consumidor*. OCDE. https://www.oecd.org/en/publications/consumer-finance-risk-monitor_047b2ea6-en.html

OCDE. (2025). *Comprendiendo y respondiendo a la vulnerabilidad del consumidor financiero*. OCDE. https://www.oecd.org/en/publications/understanding-and-responding-to-financial-consumer-vulnerability_111daec8-en.html

Oyadeyi, O. O., Ibukun, C. O., Arogundade, S., Oyadeyi, O. A. y Biyase, M. (2024). Revelando la resiliencia económica: Explorando el impacto de las vulnerabilidades financieras en la volatilidad económica a través del índice de vulnerabilidad económica. *Descubra la sostenibilidad*, 5(1), 253. <https://doi.org/10.1007/s43621-024-00438-5>

Preño, J., Pustelnikov, A., y BIS. (2024). *Construyendo un ecosistema de tecnología de supervisión más diverso: Hallazgos de encuestas a autoridades financieras y proveedores de tecnología de supervisión*. <https://www.bis.org/fsi/fsibriefs23.htm>

Riitsulu, Atkinson y Pello. (2025). *Informe: Más allá del dinero: explorando el bienestar financiero a través de una lente humana*. <https://www.erstestiftung.org/en/publications/beyond-money-exploring-financial-well-being-through-a-human-lens/>

Simatele, M. y Maciko, L. (2022). Inclusión financiera en las zonas rurales de Sudáfrica: un enfoque cualitativo. *Revista de Gestión Financiera y de Riesgos*, 15(9), Artículo 9. <https://doi.org/10.3390/jrfm15090376>

UNCTAD. (2025). *Legislación de protección de datos y privacidad en todo el mundo*. <https://unctad.org/page/data-protection-and-privacy-legislation-worldwide>

Visa Navigate. (2023). *La importancia de la confianza: por qué el uso responsable de los datos es crucial para las instituciones financieras*. Visa Navigate. <https://navigate.visa.com/cemea/the-importance-of-trust-why-responsible-data-use-is-crucial-for-financial-institutions/>

Banco Mundial. (2021). *The Global Findex 2021: Visualización interactiva del resumen ejecutivo* [texto/HTML]. The Global Findex 2021. <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/37578/9781464818974.pdf>

Banco Mundial. (2022). *Encuesta Global de Inclusión Financiera y Protección al Consumidor (FICP)* [Texto/HTML]. Banco Mundial. <https://www.worldbank.org/en/topic/financialinclusion/brief/ficpsurvey>

Banco Mundial. (2024). *Las remesas y el alto costo de la generosidad*. Blogs del Banco Mundial. <https://blogs.worldbank.org/en/psd/remittances-and-the-high-cost-of-generosity>

GLOSARIO DE CONCEPTOS CLAVE

Acceso e inclusión

La disponibilidad y adopción de servicios financieros digitales, especialmente entre grupos marginados. Desde finales de 2022, el acceso y la inclusión se reconocen explícitamente como un principio de protección del consumidor financiero.

Finanzas digitales: se usa indistintamente con servicios financieros digitales

Las finanzas digitales se refieren a cualquier servicio financiero prestado a través de canales digitales, como dinero móvil, banca en línea, préstamos digitales, seguros móviles y plataformas de tecnología financiera (fintech).

Protección del consumidor financiero

Según los Principios de Alto Nivel para la Protección del Consumidor Financiero del G20/OCDE de 2022, la protección del consumidor financiero se refiere a políticas, leyes y otras medidas “diseñadas para garantizar un trato justo de los consumidores financieros, una conducta responsable por parte de los proveedores de servicios financieros e información precisa y honesta sobre productos y servicios financieros, para proteger a las personas de conductas indebidas y garantizar el acceso a mecanismos de resarcimiento cuando las cosas salen mal”.

Proveedor de servicios financieros

Un proveedor de servicios financieros es un término amplio que abarca cualquier institución, empresa o individuo que ofrece cualquier tipo de servicios financieros (como servicios bancarios, servicios de inversión, servicios de seguros, servicios de crédito, asesoramiento financiero u otros servicios como servicios de corretaje) a personas o empresas. Esto incluye entidades públicas y privadas que facilitan las transacciones financieras y administran activos financieros. Las actividades o funciones exactas de los proveedores de servicios financieros registrados se definen en la regulación en el contexto de un país específico.

Bienestar financiero: se usa indistintamente con salud financiera

El bienestar financiero se define en la Nota de Política de 2024 del G20 sobre bienestar financiero como “[un] estado en el que las personas pueden administrar sin problemas sus necesidades y obligaciones financieras, hacerles frente a impactos negativos, perseguir aspiraciones y oportunidades, y sentirse satisfechas y seguras de sus vidas financieras, teniendo en cuenta las circunstancias específicas de cada país”.

Esta definición abarca tanto aspectos objetivos (resiliencia a impactos, capacidad para cumplir con las obligaciones o planificar metas) como dimensiones subjetivas (satisfacción y confianza).

Resiliencia financiera

La resiliencia financiera se refiere a la capacidad de un consumidor para resistir impactos financieros, tales como enfermedades, pérdida de ingresos o gastos inesperados, y recuperarse de ellos sin dañar a largo plazo el bienestar financiero. Es tanto un indicador medible (por ejemplo, tener ahorros para cubrir tres meses de gastos) como un resultado deseado de sistemas financieros efectivos y marcos de protección al consumidor.

Este informe presenta una medida de la resiliencia financiera como un indicador del componente objetivo del bienestar financiero.

Resiliencia por diseño

Un concepto central del informe, “resiliencia por diseño” se refiere a la incorporación de la resiliencia del consumidor en la arquitectura de productos, servicios y marcos regulatorios financieros.

Este enfoque proactivo garantiza que los sistemas estén equipados para:

- prevenir daños al consumidor
- abordar las vulnerabilidades con antelación
- apoyar el bienestar
- adaptarse a los riesgos emergentes

Contrasta con los modelos reactivos o solo de cumplimiento.

Defensores de los consumidores

Los defensores de los consumidores (u organismos de consumidores) son organizaciones que defienden los derechos e intereses de los consumidores. Sus funciones incluyen:

- Apoyo en reclamos de los consumidores
 - Realización de estudios de mercado
 - Participar en consultas públicas y litigios
 - Desempeñar un papel de defensa para dar forma a las prácticas regulatorias y de la industria
-

Vulnerabilidad

Aunque no se define de manera uniforme en todos los países, la vulnerabilidad en el contexto de este informe se refiere al estado de los consumidores que son más susceptibles a daños financieros o baja resiliencia financiera o bienestar debido a factores personales, situacionales o sistémicos, como baja alfabetización o habilidades digitales, edad o discapacidad, eventos en etapas de la vida, impactos económicos o riesgos climáticos.

Productos de calidad

Productos financieros que no solo son accesibles, sino que también:

- Son diseñados adecuadamente teniendo en cuenta los objetivos e intereses del mercado objetivo
- Son transparentes en costo y plazos
- Son fáciles de entender y usar
- Contribuyen positivamente al bienestar financiero.



**CONSUMERS
INTERNATIONAL**

AUNANDO ESFUERZOS
PARA EL CAMBIO

Consumers International reúne a más de 200 organizaciones miembros en más de 100 países para empoderar y defender los derechos de los consumidores en todo el mundo. 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 (n.º 1122155) y una sociedad sin fines de lucro limitada por garantía (n.º 04337865) registrada en Inglaterra y Gales.

consumersinternational.org

✉ impact@consint.org

🐦 [@consumers_int](https://twitter.com/consumers_int)

📺 [/consumers-international](https://www.linkedin.com/company/consumers-international)