

Balancing Growth with Responsible Digital Finance to Ensure Consumer Protection – Spanish Summary and Transcript

(Note: This transcript was AI-generated using [NoteGPT](#). Transcripts may include inconsistencies or errors and some sentences have been condensed.)

Resumen

La discusión se centra en equilibrar el crecimiento de las finanzas digitales con la protección del consumidor a través de información basada en datos y colaboración entre las partes interesadas.

Aspectos destacados

-  Los ecosistemas de finanzas digitales responsables son cruciales para la protección del consumidor.
-  Los datos y la evidencia mejoran los servicios de finanzas digitales.
-  La colaboración entre reguladores, asociaciones de consumidores y fintech es esencial.
-  Las redes sociales son una herramienta valiosa para recopilar quejas de consumidores.
-  La transparencia en precios e información de productos es vital para tomar decisiones informadas.
-  El fraude y las estafas son riesgos significativos en los mercados de finanzas digitales.
-  Las disparidades de género en las quejas de los consumidores destacan la necesidad de prácticas inclusivas.

Perspectivas clave

-  Marcos de Protección al Consumidor: Marcos de protección al consumidor sólidos son esenciales para un ecosistema de finanzas digitales sostenible, asegurando que los usuarios estén protegidos contra riesgos.
-  Decisiones Basadas en Datos: Recopilar datos completos (cuantitativos y cualitativos) revela información matizada que puede impulsar cambios accionables en los servicios financieros.
-  Colaboración Cruzada: Una protección efectiva del consumidor requiere colaboración entre diversos interesados, incluidos reguladores y asociaciones de la industria, para abordar los desafíos de manera colectiva.

-  Voz del Consumidor: Involucrar a los consumidores a través de redes sociales y canales tradicionales es crucial para entender sus experiencias y mejorar los servicios.
-  Identificación de Tendencias: Monitorear las quejas de los consumidores y el comportamiento del mercado ayuda a detectar riesgos emergentes y adaptar las respuestas a los proveedores de servicios financieros.
-  Enfoque en Grupos Vulnerables: Es necesario poner especial atención en grupos vulnerables, como mujeres y personas con discapacidad, para garantizar un acceso equitativo a los servicios financieros.
-  Herramientas Innovadoras: Utilizar tecnologías avanzadas, incluyendo IA y aprendizaje automático, puede mejorar la recopilación y análisis de datos, llevando a mejores perspectivas y protecciones en el mercado.

Transcript

00:15

Hola a todos, mi nombre es Eric Duflos y estamos aquí en esta sala porque nos importa un ecosistema de finanzas digitales responsables. Gracias por acompañarnos hoy. También agradecemos a CFI y a IPA, que es un colaborador con CGAP, por esta discusión. Hoy vamos a hablar sobre cómo podemos usar datos y evidencia para fomentar servicios de finanzas digitales más responsables. Primero, déjenme presentar a mis colegas que me acompañan: tenemos a William Blackmon de IPA y a Sheila Senfuma de Consumers.

00:57

A nivel internacional, tenemos a Sarah CORLEY de la alianza de finanzas digitales y asociaciones de fintech. Y pronto se unirá Kershia Singh, que está con la Autoridad de Conducta del Sector Financiero de Sudáfrica. Según entiendo, nos encantaría que participen durante todo el evento, pero parece que será a través del chat. Vamos a estar pendientes del chat y dejaremos un tiempo al final para preguntas y respuestas. Y vamos a empezar con un par de...

01:35

Eh, eh, presentaciones que son muy cortas, tres diapositivas cada una, para eh William y para mí, eh y luego vamos a iniciar el panel. Así que, eh Willie, te dejo que compartas tu pantalla, ¿está bien? Excelente, gracias Eric, y creo que ya puedes ver mi pantalla, espero. Maravilloso. Bueno, genial, como dijo Eric, eh, voy a mantener esto breve porque estoy bastante emocionado por la discusión del panel que se viene. Pero voy a dar un poco de

contexto sobre la evidencia que ha generado IPA sobre los tipos de riesgos que estamos viendo en los consumidores.

02:16

Nuestro trabajo, eh, IPA realiza encuestas a usuarios de finanzas digitales, eh, para entender los nuevos y emergentes riesgos que enfrentan los consumidores. Eh, voy a dedicar unos minutos a hablar sobre cuatro tipos clave de riesgos que hemos identificado usando los resultados de nuestra encuesta, eh, a consumidores en Kenia realizada en 2020 como punto de partida. Eh, luego voy a profundizar un poco más, eh, a partir de otras fuentes que hemos utilizado. Eh, también hemos realizado encuestas en Bangladés, Uganda y Nigeria, eh, y tendremos una segunda ronda de datos de encuestas de Nigeria.

02:52

"Publicaremos muy pronto, en el próximo año tendremos aún más datos de encuestas de aproximadamente 10 países. Aquí estoy mostrando los desafíos más comunes que los consumidores nos reportaron en esta encuesta que realizamos. En cuanto a nuestras cuatro áreas de interés que más nos preocupan, primero está la transparencia. Sin información accesible y fácil de entender sobre precios y productos, los consumidores no pueden tomar decisiones informadas."

03:28

sobre los servicios financieros que utilizan, aquí en Kenia vemos que el 11% de los consumidores han experimentado cargos inesperados o poco claros. El segundo problema es el fraude; a medida que los proveedores de servicios financieros digitales se vuelven más comunes, también lo hace el fraude que se comete a través de estos canales digitales. En Kenia, el 56% de los consumidores reportaron haber estado expuestos a estafas en el último año. El tercer problema tiene que ver con la deuda. El crédito digital tiene el potencial de ser una herramienta muy útil para los consumidores mientras manejan sus finanzas.

04:04

Sus finanzas, el acceso rápido y sin complicaciones a este crédito a menudo puede ir acompañado de altas tarifas e intereses, lo que puede llevar a los consumidores a endeudarse más allá de su capacidad de pago. En Kenia, vemos que el 23% de los consumidores informa que se les niega el acceso a préstamos, pero incluso aquellos que sí acceden al crédito digital, el 52% de los prestatarios reporta que ha reducido su gasto en comida.

04:43

"Gastos para pagar un préstamo, lo cual es bastante preocupante. Finalmente, las quejas. Cuando los consumidores enfrentan problemas, necesitan una forma accesible de presentar sus quejas, y esas quejas deben ser atendidas de manera efectiva. En Kenia, vemos que el 7% de los consumidores reportan haber tenido una mala calidad de atención al cliente y otro 17% dice que no pudo comunicarse con el servicio al cliente en absoluto. Así que voy a comentar algunos ejemplos más de monitoreo de mercado de IPA y luego le pasaré la palabra a nuestro panel."

05:17

O a Eric y luego nuestro panel, eh, empezando con la transparencia y comenzando en Nigeria, hicimos una auditoría de 29 de los principales proveedores de pagos digitales de Nigeria. Revisamos los sitios web de los proveedores para obtener información de precios, abrimos cuentas con cada uno y realizamos casi mil transacciones reales, midiendo cuidadosamente todas las tarifas que se generaron. Lo que encontramos fue bastante preocupante, eh, solo dos de los 29 sitios web de proveedores que revisamos tenían información de precios y cuando comparamos...

05:50

Las tarifas de transacción que tuvimos en nuestras transacciones reales con los límites de precio establecidos por el regulador, el 11% de nuestras transacciones tuvo tarifas que superaron el límite en Nigeria. Pero pasando al tema del fraude, recopilamos millones de publicaciones en redes sociales, datos de Twitter, ahora X, Facebook y Google Play Store para identificar tendencias y los tipos de problemas que enfrentan los consumidores. Encontramos un aumento masivo en las quejas sobre fraude después del brote de COVID-19, como pueden ver aquí, impulsado principalmente por...

06:26

"Mujeres y ahora volviendo a Kenia y a la deuda y el estrés que eso genera. Trabajamos con la Autoridad de Competencia de Kenia, recolectando millones de registros de transacciones, esta vez de proveedores de crédito digital, para entender el comportamiento de los consumidores en cuanto a préstamos y pagos. Entre muchas otras cosas, descubrimos que muchos de esos consumidores piden prestado a varios proveedores al mismo tiempo, lo cual es posible porque los proveedores de crédito digital no están conectados a una agencia de referencia de crédito."

07:00

Podría llevar claramente a un endeudamiento insostenible. Pasando a Uganda y a las quejas, trabajamos con la Comisión de Comunicaciones de Uganda para analizar millones

de quejas registradas por los representantes de atención al cliente. Descubrimos que las mujeres tienen mucha menos probabilidad de utilizar los canales formales de queja. Se ve que el 45% de los suscriptores de dinero móvil son mujeres, pero solo el 35% de las quejas son presentadas por ellas. También podemos obtener insights bastante interesantes de esto.

07:35

"Los registros de atención al cliente, por ejemplo, apuntan a que los tiempos de resolución pueden variar bastante según el canal por el que los consumidores presentan quejas. Ahora le paso la palabra a Eric, solo para complementar lo que acaba de decir Willie. La razón por la que necesitamos un aumento en la protección financiera del consumidor es que a nivel mundial estamos viendo que el fraude, el uso indebido de datos y la falta de transparencia están en aumento. También hemos realizado encuestas nacionales en la región de Wu que muestran claramente esto."

08:26

Un porcentaje significativo de personas está enfrentando problemas de consumo, especialmente en el área de C, en cir, Sagal y baso. Yo diría que entre el 60 y el 90% de los usuarios de d fs han tenido problemas. Así que creemos que es absolutamente esencial tener estos datos para poder tomar acción. Pasemos a la siguiente diapositiva. Aquí tenemos lo que llamamos los componentes clave de un ecosistema de finanzas digitales responsable. Este es un marco conceptual que acabamos de publicar en CGAP.

09:14

que busca fortalecer la protección del consumidor financiero y, bueno, creemos que hay cuatro ingredientes para eso, incluyendo el enfoque en el cliente, pero también la capacidad de colaborar y el compromiso. No voy a profundizar en todo esto, pero solo quería resaltar cómo se relaciona con el tema de hoy, porque si queremos un ecosistema de finanzas digitales responsable y centrado en el cliente, necesitamos asegurarnos de tener un buen monitoreo del mercado. Así que sí, si pasamos a esta diapositiva, gracias Willie, lo que estamos...

09:58

Lo que estamos viendo es que hemos avanzado en COD. Hicimos una primera encuesta nacional en 2022 y en 2024 repetimos esta encuesta después de ayudar a los actores del ecosistema local de finanzas digitales a tomar acción. Puse un par de ejemplos de las acciones que se tomaron desde 2022. En 2024 repetimos la encuesta y estamos viendo un

progreso significativo, aunque la situación no es tan buena. No voy a entrar en todos los detalles, pero esto muestra el poder de tener datos y cómo puede impulsar la acción.

10:40

"Un país específico, y al final, mejorar, ya sabes, ayudar a mejorar la situación. Sin estos datos, no creo que se hubiera logrado ningún avance, porque nadie habría sabido exactamente qué estaba mal en el mercado. Así que pasemos al panel de discusión ahora. Voy a hacer mi primera pregunta a Sheila. Consumers International, que hoy representas, ha estado muy activa en la recolección de datos a nivel global a través de todos sus miembros. Pero si miramos a nivel de país, ¿qué..."

11:20

Ves, en cuanto al papel de las asociaciones de consumidores en proporcionar datos sobre la experiencia del consumidor, y dado que todos sabemos que estas asociaciones tienen recursos relativamente limitados, ¿cuáles crees que son las oportunidades más fáciles en términos de herramientas de recolección de datos? Gracias. Uh, gracias, Eric. Creo que en términos de datos generados, obtenemos información de muchas asociaciones de consumidores de todo el mundo, desde Asia, África hasta América Latina, pero siempre son los casos únicos e interesantes los que llegan directamente a casa, así que usaré...

11:55

Un ejemplo de Uganda, eh, a lo largo del tiempo hemos visto a los consumidores quejarse por varias cosas, pero como dijo Willie, usualmente nos damos cuenta de que las quejas vienen de un cierto grupo demográfico, lo que suele indicar a los proveedores que tal vez otro grupo esté contento. Sin embargo, en realidad, significa que están o infelices o tienen problemas para acceder a los mecanismos de queja que existen. Así que, dentro de las asociaciones de consumidores, la mayoría de los datos se recogen como quejas de consumidores y esto suele hacerse de manera tradicional.

12:27

Significa que ya sea saliendo al campo o a través de sus páginas web, donde alguien presenta una queja, también estamos viendo mucha innovación en el uso de redes sociales para analizar datos, ya sea usando palabras clave o tratando de entender cuáles son las formas más rápidas en que sienten que las empresas o proveedores podrían responder. Uno de los casos interesantes fue en Uganda, donde las asociaciones de consumidores estaban recibiendo muchos comentarios; ellos salían al campo para recopilar información.

12:58

La agricultura regresaría con información sobre prácticamente todo, incluyendo finanzas. Con eso, recopilaron más de 600 quejas de la parte norte del país, del centro y del oeste, y se las llevaron a la UCC, que es la Comisión de Comunicaciones, para decirles: "Miren, esto es lo que estamos viendo en el campo, estas son quejas que no están saliendo a la luz". La UCC, que también recibe datos de empresas que ofrecen servicios de dinero móvil, usó eso como un mecanismo de validación para ver si realmente se alineaba con la situación.

13:31

Con lo que están compartiendo los proveedores, se dieron cuenta de que había un desfase en cuanto a los tipos de quejas que llegaban de diferentes grupos de consumidores, ya fueran consumidores rurales frente a urbanos, o aquellos que tienen más acceso a los mecanismos de quejas que ya existen. Así que, con eso, la UCC ahora está haciendo presentaciones en varias localidades en colaboración con el organismo de consumidores, junto con AIREL y MTN, y los reguladores mismos, saliendo de la oficina para realmente acercarse a la gente.

14:01

"Al campo para ver qué mecanismos pueden implementar o aprovechar para asegurarse de que están obteniendo datos que sean completos y no solo dirigidos a un tipo particular de consumidor. Ha sido un gran movimiento para nosotros, ya que las asociaciones de consumidores, como mencionaste, tienen recursos muy limitados. Así que una parte clave es ver cómo pueden colaborar con aquellos que tienen recursos para asegurarnos de que todos estemos cumpliendo con el objetivo final que queremos lograr, que es garantizar que los servicios financieros digitales realmente sean accesibles."

14:32

"esto lleva a mejores resultados para los consumidores y solo quiero señalar otra tendencia que estamos viendo en cuanto a aprovechar los recursos limitados, que es el uso de la tecnología. Ya sea a través de redes sociales, como mencioné, o incluso actualizando los sitios web de las diferentes asociaciones de consumidores para ofrecer una opción de quejas a través de la página en lugar de salir al campo. Todos estos mecanismos ayudan a asegurarnos de que estamos recolectando los datos correctos y que estamos incluyendo a todos los consumidores."

15:03

El feedback que obtenemos lo comunicamos a las autoridades, proveedores o interesados en el mercado para que juntos podamos encontrar soluciones. Voy a hacer una pausa aquí

por ahora, en caso de que el tiempo lo permita. Sí, muchas gracias. Solo una pregunta de aclaración, Sheila, sobre tu historia. El uso de las redes sociales es algo muy interesante. ¿Crees que realmente captura la voz de todo tipo de usuarios o hay un riesgo de que solo estamos escuchando ciertas voces?

15:38

Creo que de ciertos usuarios hay un riesgo de que solo lo estemos usando para captar a tipos específicos de consumidores, sobre todo a aquellos con smartphones, que son los que realmente pueden acceder a datos, especialmente en países donde el acceso a datos es caro. Pero, por otro lado, también es una oportunidad porque la mayoría de nuestros consumidores sienten que si siguen los canales normales no obtienen tantas respuestas. Sin embargo, al usar las redes sociales...

16:10

Significa que si yo vengo como Sheila con una queja, habrá como 50 personas más que dirán "yo he vivido lo mismo", y luego serán 100, y ahí hay valor en esa voz creando un efecto de escala. Por eso, los proveedores o reguladores suelen actuar rápido. Como vimos también con las aplicaciones de préstamos digitales, alguien seguía quejándose y mencionando las apps, y finalmente la Autoridad Reguladora de Microfinanzas de Uganda tuvo que intervenir, y el Banco Central dijo que esto es algo que deben tratar.

16:39

La Autoridad de Regulación Microfinanciera se dio cuenta de que había un problema. Identificaron las aplicaciones fraudulentas y establecieron una línea de ayuda para apoyar a la gente. Esto es importante porque, a gran escala, ayuda y asegura que, aunque se implementen estas soluciones, también benefician a los consumidores que no pueden usar redes sociales para quejarse desde el principio. Así que una sola persona que pudo acceder a los canales adecuados llevó a un movimiento que...

17:10

"En realidad, ayudó a todos dentro del ecosistema. No sé si eso ayuda. Sí, es muy interesante, muchas gracias. Entonces, vamos con Sarah. Si tuvieras una varita mágica, ¿qué tipo de datos te gustaría que tuvieran tus miembros para poder desarrollar más servicios de finanzas digitales responsables? Muchas gracias, Eric, por la pregunta. Creo que hay un par de cosas aquí que se pueden desglosar. Primero, a veces ya hay muchos datos, pero esos datos pueden estar desactualizados. Pueden estar en tres, cuatro, cinco..."

17:45

diferentes lugares, ya sabes, y como mencionó Sheila, desafortunadamente, ya sea una asociación de consumidores o a menudo una asociación de fintech o finanzas, suelen estar con pocos recursos y no pueden encontrar, o no tienen el tiempo o los recursos para reunir todas esas fuentes y concentrarlas en un solo lugar. Así que creo que el trabajo del que habló Willie y el IP, si estás en Kenia, Bangladés, Uganda o Nigeria, ya estás recibiendo esa magia de muchas maneras y empezando a tener eso.

18:14

Me encantaría ver que más países tuvieran ese tipo de entendimiento, pero también creo que deberíamos desglosarlo un poco más para entender realmente cuáles son los principales problemas. Así podríamos enfocarnos en qué cosas necesitan ser atendidas más rápido y urgentemente en el mercado. También es útil, creo, que el informe al que se refería Sheila dejó claro un par de proveedores.

18:42

que tenía un poco de espacio para quizás trabajar en sus procesos y prácticas, así que entender, ya sabes, dónde está el mayor punto de pago, que a menudo es el préstamo en el mercado, pero, bueno, a veces puede ser simplemente pagos. Entonces, poder encontrar y acceder a esos datos, tanto cualitativos como cuantitativos, porque a veces no hay más que la historia del impacto de una persona perdiendo dinero o, ya sabes, siendo estafada, o no entendiendo un producto y servicio que en realidad a veces puede ser...

19:12

"Puede que lo emocional impacte más que los números, y todos aprendemos y procesamos las cosas de manera diferente. Creo que esa sería la clave, encontrar información específica para ese mercado que realmente se traduzca en ideas prácticas que las asociaciones de la industria puedan aprovechar y usar para impulsar esa agenda con sus miembros. También sería bueno plantearlo con las startups de tecnología financiera en su entorno, para asegurarse de que se aborde como un tema importante."

19:45

"antes de que salgan al mercado de una manera más grande, esa sería mi magia que desearía, muchas gracias. Nuestra colega Kershia de la fsca tiene algunos problemas técnicos, así que no sé si podrá unirse. Pero vamos con Willie. Willie, hemos estado hablando sobre diferentes tipos de herramientas que podemos usar para monitorear riesgos, entender riesgos, y también volviendo al punto de Sarah sobre la mezcla de encuestas cuantitativas y cualitativas, tengo curiosidad por escuchar sobre algunas."

20:29

"de quizás algunas de las herramientas que aún no se han mencionado, sí, absolutamente. En IPA, estamos muy enfocados en lo cuantitativo, así que creo que la mayor parte de lo que voy a comentar es cuantitativo, aunque eso no quiere decir que lo cualitativo no sea importante, simplemente no es nuestra especialidad. Ya he mencionado varias cosas y, por supuesto, las encuestas son súper importantes y cruciales para nuestro trabajo. Como mencioné, vamos a expandir eso a 10 países."

21:04

Estamos bastante emocionados con eso, pero quiero enfocarme en algunas soluciones más innovadoras en las que estamos trabajando, que aprovechan tecnologías emergentes para ofrecer nuevas perspectivas. Algunas de estas ya las he mencionado antes, pero las explicaré con un poco más de detalle. Hemos utilizado procesamiento de lenguaje natural y modelado predictivo para intentar darle sentido a diferentes tipos de datos no estructurados. Esto podría incluir publicaciones en redes sociales, similar a lo que estaba comentando Sheila.

21:39

Antes, y sobre las quejas de los consumidores, como mencioné antes, también con la UCC en Uganda, um, similar a Sheila. Otro ejemplo de cómo utilizar datos no estructurados es trabajando con investigadores; recopilamos datos de reseñas de aplicaciones de la Google Play Store de un montón de aplicaciones de crédito digital en varios mercados diferentes y construimos un algoritmo de aprendizaje automático para identificar aplicaciones que probablemente sean fraudulentas o depredadoras. Sabemos que este es un problema común y estamos intentando crear una solución automatizada para eso.

22:21

"Detectar estas aplicaciones rápido antes de que, ya sabes, ganen protagonismo es importante. Como he mencionado antes, también hemos recopilado datos de quejas no estructurados en Uganda. También usamos modelado predictivo en esos datos de quejas para identificar características de los consumidores que están asociadas con tipos particulares de quejas. Y estos tipos de insights se pueden usar junto con herramientas de IA generativa para crear mensajes personalizados para los consumidores sobre los problemas."

22:55

Como saben, hay educación sobre la antifraude o el proceso de resolución de quejas en el tema de la IA generativa. Una cosa más que vale la pena mencionar son los chatbots, que,

por supuesto, están volviéndose mucho más potentes y fáciles de usar a medida que incorporan modelos de lenguaje grandes. Estos chatbots pueden ser utilizados por proveedores y reguladores para responder preguntas y quejas de los consumidores. Claramente, estas herramientas pueden ayudar a mejorar y ampliar el acceso al proceso de resolución de quejas para los consumidores.

23:30

También generan datos que pueden ser muy útiles para monitorear el mercado, algo que hemos hecho en Filipinas con el Banco Central, que tiene su propio chatbot llamado Bob. Analizamos algunos de los datos que han generado. Finalmente, estamos trabajando en automatizar el proceso de escanear los sitios web de los proveedores de servicios financieros y extraer información de precios. Creo que la video llamada se ha caído, no sé por qué, estamos extrayendo información de precios.

24:02

se están estandarizando los precios que recopilamos para permitir que los reguladores, investigadores e incluso los propios consumidores puedan comparar precios de servicios financieros entre diferentes proveedores dentro del mismo mercado y también entre mercados. Estos son solo algunos ejemplos del uso de tecnologías emergentes para ayudar a los reguladores y otros en el campo a monitorear este tipo de riesgos para los consumidores. Muy bien, gracias, Willie.

24:41

Solo para que sepas, desde el lado del mar, algunas de las herramientas que mencionaste también las hemos probado, en particular el uso de IA para analizar redes sociales. Curiosamente, hicimos esto con el RBI Innovation Hub en India durante un período de dos años, lo cual fue realmente fascinante. No solo nos dio mucha información sobre la experiencia del consumidor y la urgencia de algunos problemas, sino que también nos proporcionó datos sobre las aplicaciones que hacen cosas indebidas, así que pudimos elaborar una lista de esas irregularidades.

25:21

Las aplicaciones son bastante fáciles de usar, lo que es muy poderoso. También hay muchas encuestas telefónicas y en persona que, aunque no son de alta tecnología, son súper importantes si queremos llegar a toda la población. Y volviendo a lo de Sarah, creo que esta idea de los datos cualitativos también es importante. Por ejemplo, en un estudio nacional sobre Crédito Digital que hicimos, descubrimos que más del 70% de los usuarios no estaban...

25:58

"Repa a tiempo y no podíamos entender bien por qué, así que necesitábamos hacer ese análisis cualitativo extra con grupos focales y cosas así, además de entrevistas individuales para entender mejor los diferentes perfiles de los prestatarios de crédito digital y sus comportamientos. También creo que es interesante meterse en lo cualitativo para complementar algunos de los cuantitativos, no siempre, pero a veces es realmente útil. ¿Algo más que Sheila o Sarah quieran agregar? Para mí, me encantaría ordenar las cosas."

26:36

De ver más uso de las herramientas y creo que eso es algo que, bueno, nosotros como un tipo de Hub Global de asociaciones fintech y asociaciones de finanzas digitales, nos encantaría poder ofrecerles a nuestros miembros más acceso y uso de esas cosas. Así que estaría muy emocionado de intentar promover eso más. Creo que sería una manera importante. Uno de los ejemplos que voy a dar es que mucho de esto se hacía principalmente por humanos y, de hecho, si podemos hacerlo ahora usando, ya sabes, inteligencia artificial y estas cosas.

27:06

Hay herramientas increíbles por ahí que son más rápidas que el desafío de recursos que muchas asociaciones tienen, y estoy seguro de que el equipo de Sheila también estaría encantado de explorar eso, ya que quita un poco de carga, lo cual es muy emocionante. Así que gracias por compartir esto con nosotros. De nuestra parte, también nos gustaría ver más herramientas utilizadas en todo el ecosistema, porque, como dije, los reguladores están recopilando datos, los proveedores están recopilando datos, y los consumidores también.

27:34

Las asociaciones tienen sus propios datos y, de alguna manera, diferentes personas están llegando a distintos tipos de consumidores. Así que, si hay una forma en que los diferentes interesados pueden aprovechar algo de la tecnología, como las APIs ATC, para ver cómo todos pueden acceder a los datos y tener un solo panel donde un organismo regulador pueda realmente ver lo que está pasando, eso sería muy útil. Así tendrías una imagen más clara de los datos.

28:05

Quejas de diferentes tipos de consumidores, pero también puedes ver más fácilmente las tendencias a medida que surgen. Si hoy un problema está en un 5% y la próxima semana

está en un 15%, entonces definitivamente hay algo que está yendo mal. Y la única manera de darse cuenta de eso es si estás obteniendo datos de todos lados y no solo de un grupo específico, porque de lo contrario, las cosas suelen escalar y para cuando eso sucede, ya hemos perdido la oportunidad. Así que lo principal es cómo estamos tratando de aprovechar todas estas herramientas dentro del ecosistema y asegurarnos de eso.

28:33

Estamos todos hablando entre nosotros y recibiendo la información correcta en el momento adecuado, así que creo que para mí ese sería el gran problema. Además, hay otro tema que sigue saliendo, que es sobre el intercambio de datos regionales y fronterizos, ya que vemos los mismos problemas en diferentes países e incluso en diferentes continentes, pero son cuestiones similares. Así que siento que el tema de la colaboración cruzada también sería muy útil en términos de herramientas efectivas. [Música] Gracias, excelente. Bueno, una cosa que yo...

29:04

Quiero agregar antes de que pasemos a, eh, ya sabes, tomar acciones basadas en evidencia y datos, que estas herramientas, eh, algunas son baratas, pero otras son bastante caras de operar. Así que creo que, ya sabes, vi la lista de registro y tenemos a muchos financiadores en la sala, y esto es el tipo de cosa que realmente es útil, eh, para financiar ya sea a través de, ya sabes, asociaciones de consumidores o asociaciones de la industria o algo similar a un IPA. Solo quería decir que esta es un área donde no hay suficientes, eh, recursos.

29:41

Y la protección al consumidor generalmente no es, ya sabes, el mejor, eh, digamos, ámbito. Así que es genial escuchar que, eh, la IPA va a realizar 10 encuestas nacionales más, por ejemplo, nosotros vamos a hacer dos más, así que creo que pronto tendremos 16 encuestas nacionales o algo así. Pero aún no es suficiente, necesitamos más datos de todo tipo y más recursos. Así que pasemos a, ya sabes, cómo usamos toda esta información. Y Sheila, ya nos contaste una historia, creo que fue en Uganda sobre...

30:19

¿Cómo se usaron realmente los datos? ¿Tienes otras historias que quieras contarnos o quieres seguir con la historia de la UGA sobre la Asociación de Consumidores que está usando datos de consumidores para provocar algún cambio en el ecosistema de DFS? Sí, tengo montones de historias, Eric. Podríamos quedarnos aquí toda la tarde si tuviéramos que repasar todas, pero voy a usar otro ejemplo por ahora, solo para mostrar que estas

cosas están pasando en diferentes lugares del mundo y que las asociaciones de consumidores están realmente activas.

30:53

A pesar de los recursos limitados, uno de los ejemplos que realmente resuena con la mayoría de nuestra red a nivel global proviene del Consejo de Consumidores de Fiji. Ellos reciben muchísimas quejas en todo el país sobre diferentes temas, pero hubo una en particular que llamó mucho la atención: recibieron más de 931 quejas específicamente sobre estafas. Esta estafa se conoció como la estafa de reclutamiento de eBay Shop Online. La gente recibía mensajes diciendo que podían descargar una aplicación, hacer compras y recibir dinero en efectivo.

31:27

respalda hasta cierto monto que habías gastado y luego, cuando otros consumidores hacían lo mismo, les decían que tenían que gastar más para obtener el reembolso, así que seguían haciendo lo mismo y, por supuesto, no recibían ningún reembolso. Resultó que en realidad era una empresa fraudulenta que no tenía nada que ver con eBay. Después, la Asociación de Consumidores se comunicó con eBay y otras plataformas de compra que estos estafadores intentaban suplantar y con eso se compartió.

31:55

Estas quejas con los reguladores en Fiji les dijeron que esto es lo que estamos viendo, esta es la tendencia, este es el dinero que se ha gastado. Ya se habían gastado alrededor de 1.7 millones de dólares de las 931 quejas que habían recibido, que formaban parte de la estafa. Con eso, se creó un grupo de trabajo por parte del Banco Central de Fiji, y ese grupo se enfocó específicamente en las estafas. Estaba compuesto por el ministerio de comercio y cooperativas para pequeñas y medianas empresas.

32:27

Regulador de comunicación. El Banco de Reserva de Fiji, la fuerza policial de Fiji, suelen ser los que dejamos fuera cuando hablamos de las partes interesadas, pero el grupo de trabajo también involucró a la policía, así como a la Comisión de Competencia y Consumidor de Fiji y al Consejo de Consumidores de Fiji. Han estado reuniéndose regularmente para ver cómo pueden controlar esto, y no solo han logrado cerrar algunos de esos sitios web que estaban estafando, sino que también...

32:56

Se están reuniendo regularmente para ver cómo pueden fortalecer las legislaciones y evitar que este tipo de estafas sigan ocurriendo. Hasta ahora, han recibido más de 1,700 quejas, valoradas en unos 3.6 millones de dólares, solo por ese tipo de estafa. Además, hay miedo de que, a pesar de eso, muchos consumidores no hayan presentado quejas, ya sea porque se sienten avergonzados o porque no están usando los canales adecuados. También ven que estas situaciones se repiten, porque estamos viendo otros casos similares.

33:29

"Hay países en Asia que están reportando cosas similares, donde te dicen que descargues esto por Telegram, y te das cuenta de que Telegram promete confidencialidad y seguridad, pero también se está utilizando o los estafadores están aprovechándose de eso para ver cómo pueden estafarte sin que tengas una forma de reportarlo o rastrearlo. Estamos viendo mucho de esto, pero también es bueno ver que hay gobiernos que son muy proactivos y dentro de ese grupo de trabajo que mencioné, al principio solo tenía eso."

33:58

Los reguladores, pero ahorita también hemos escuchado del miembro en Fiji que han incorporado negocios, especialmente Vone Fiji, para ser parte del grupo de trabajo y así asegurarse de que las empresas, a través de las cuales a veces los consumidores hacen pagos, también puedan participar o puedan rastrear mejor cuando ven movimientos sospechosos en su operación. Para nosotros, esto es un caso claro de los diferentes actores, a veces inesperados, que puedes involucrar en el ecosistema.

34:29

Asegurémonos de que estamos buscando soluciones de manera proactiva y rápida para lograr mejores resultados para los consumidores, ya sea en casos de pérdidas, reputación o simplemente para cerrar las brechas que dificultan que algunos consumidores se quejen o se presenten cuando ven o experimentan algún daño. Claro que sí, Eric, pero estoy feliz de seguir construyendo sobre eso. Gracias, gracias Sheila, esta es otra gran historia, y espero que esté disponible públicamente o que lo esté pronto.

35:02

"Necesitamos compartir más historias como esta de colaboración extraordinaria entre tantos actores en el ecosistema. Pero va a requerir este tipo de medidas si queremos enfrentarnos a riesgos que están creciendo muy rápido. Hablamos mucho sobre la IA como solución, pero la llegada rápida de los deepfakes probablemente va a generar un crecimiento exponencial de robos de identidad y fraudes. Así que, la verdad, estoy

bastante preocupado por lo que se viene, pero también emocionado de que todos estemos aquí."

35:46

Sabes, estoy trabajando en encontrar soluciones. Eh, Sarah, ¿puedes contarnos algunas historias de acciones que han tomado tus miembros para hacer que las Finanzas Digitales sean más responsables? Solo para dar un poco de contexto, creo que es absolutamente crucial tener asociaciones industriales como las que están reunidas en la Alianza de Sarah, porque pueden jugar un papel muy importante en promover unas Finanzas Digitales responsables. Entonces, Sarah, ¿tienes algunos ejemplos que puedas compartir? Tengo muchos, pero como dijo Sheila, probablemente podría estar aquí toda la noche.

36:26

También quiero dar esos ejemplos porque, aunque a veces cuando piensas en proveedores de servicios financieros te preguntás si la protección al consumidor realmente le interesa a la gente, estoy muy contento de decir que esta es una conversación que surge y que hemos estado comentando mucho entre las asociaciones de fintech. Ellos están muy, muy interesados en trabajar en esta área para hacer que las finanzas sean responsables, justas y transparentes, y lo que me encanta.

36:52

Sabes, tengo ejemplos de África y Asia porque, como dijo Sheila, las estafas se replican y a menudo se pueden compartir prácticas, lo que realmente hace que sea muy valioso para nosotros tener este enfoque global en el trabajo que estamos haciendo. Así que déjame empezar en Botsuana. La Asociación Fintech de Botsuana está construyendo un sitio web que van a llamar "Radar de Estafas", donde los consumidores pueden verificar negocios, reportar estafas y acceder a una variedad de recursos para ayudar a los usuarios.

37:20

Identificar estafas comunes y evitar caer en ellas. Lo pueden hacer porque ganaron uno de los pequeños premios que pudimos ofrecer este año a nuestros miembros para trabajar en temas específicos en sus países. Estoy emocionado de ver que ese sitio web se lanzará a finales de este año o a principios del que viene. Regresando al otro lado del mar hacia Filipinas, la campaña del Día del Pionero de Filipinas se enfocó especialmente en los riesgos y amenazas asociados con fraudes cibernéticos, estafas de pesca y robo de identidad.

37:52

"Y lo hicieron en colaboración con el banco central, y en particular el gobernador estuvo muy involucrado en esa campaña. Muestra una gran colaboración y una necesidad genuina de trabajar juntos para resolver este problema. La asociación en Filipinas, así como la Asociación de Fintech para el Empoderamiento del Consumidor y muchos otros en nuestra membresía, han señalado que tienen códigos de conducta de la industria que definitivamente incluyen la promoción de prácticas de prensa justas y transparentes."

38:24

La protección al consumidor y la asociación fintech para el empoderamiento del consumidor, que voy a llamar FACE, por su abreviatura, porque son muchas palabras con las que me puedo confundir. Pues bien, FACE fue la primera asociación fintech en recibir el estatus de organización de autorregulación (SRO) por parte del Banco de Reserva de India. Así que ahora tienen un mandato más claro y fuerte para gestionar la conducta de la industria, lo que también incluye las quejas y disputas de los clientes. Tendrán acceso mucho más claro a un montón de cosas.

38:56

Esos datos e información pueden jugar un papel muy importante en la protección de los consumidores. También hicieron un producto muy interesante y, bueno, tal vez podrían haber usado la herramienta IPA, pero ellos revisaron manualmente la tienda de Google Play y reportaron muchas de las aplicaciones de préstamos ilegales. Esa asociación con Google eliminó 700, o sea, es una cantidad increíble. Me quedé sorprendido cuando lo escuché, ¡700 aplicaciones ilegales! No estamos hablando ni de las que no funcionan bien.

39:23

eran los que realmente eran ilegales y que no debieron haber estado disponibles para los consumidores en primer lugar. Entonces, ahora están proporcionando esa inteligencia de mercado a Google y ayudando a evitar que las aplicaciones ni siquiera lleguen a la tienda desde el principio. También están dando su opinión al Hub de Innovación del Banco Central para identificar cuáles de las aplicaciones ahora son maliciosas, así que tal vez no sean tanto ilegales, pero sí tienen prácticas maliciosas e inapropiadas. Una de las cosas...

39:51

Realmente queremos resaltar también que tenemos nuestra primera entrega anual de los premios de la Asociación de Finanzas Digitales y Fintech. Estamos tratando de destacar el trabajo increíble que están haciendo estas asociaciones de la industria. De hecho, hay seis categorías elegidas y una de las más importantes es identificar cuáles asociaciones están

promoviendo las mejores prácticas en cuanto a la implementación de actividades relacionadas con la protección al consumidor. Así que empezaremos a recopilar esa información, tal como dijo Sheila.

40:21

He estado observando lo que están haciendo las asociaciones de la industria y el impacto que tienen en sus mercados, con quién están colaborando, porque, como todos hemos dicho, este no es un problema que pueda resolver una sola entidad. Se trata de colaborar, compartir datos y actuar juntos para enfrentar a esos competidores que también tienen acceso a la misma tecnología e información que nosotros. Así que necesitamos intentar mantenernos un paso adelante de ellos. ¡Fantástico! Y no puedo esperar a ver los resultados de esto.

40:55

Es una competencia que estás organizando, ¿verdad? Bueno, estamos buscando jueces, Eric, así que nos acercaremos a ti para ver si quieres participar. Muy bien, me parece muy interesante. El caso de FA, en particular en India, es bastante conocido a nivel mundial. Han estado muy activos y hemos escuchado mucho sobre India y los problemas con las aplicaciones de crédito digital. Me hace pensar en los incentivos para que los proveedores sean más responsables en la entrega de servicios financieros.

41:33

Creo que la noción de reputación es bastante importante aquí porque en el caso de Face, obviamente hay algunos proveedores de crédito digital muy buenos, pero estaban siendo muy afectados por la mala reputación del crédito digital, debido a todas las aplicaciones de crédito digital no reguladas y no deseadas que había en el mercado. De hecho, esa fue la razón principal por la que unas pocas personas se unieron para formar Face en primer lugar.

42:09

"Hola, muy bien. Voy a pedirles a todos que escriban sus comentarios o preguntas en el chat. No puedo ver el chat por alguna razón, pero por favor, escriban sus preguntas ahí y, esperemos, recibiremos algunas. Willie me avisará porque no puedo verlas. Pero podemos seguir hasta que veamos preguntas. Sheila, tienes tantas historias. ¿Tienes alguna otra historia de éxito que contarnos sobre el uso de datos para tomar decisiones?"

42:50

Sabes que el cambio sucede, sí, eh, sí, Eric, eh, como dije, estoy lleno de historias. Creo que la otra cosa que estamos viendo tiene que ver con los consumidores vulnerables. Entonces, dentro del programa Fair Digital Finance Accelerator, que está enfocado en países de bajos y medianos ingresos y financiado por Gates, donde colaboramos con CGAP, principalmente estamos tratando de ver cómo trabajar con los reguladores, los proveedores y el ecosistema en general para crear políticas y soluciones centradas en el consumidor, incluyendo, por supuesto, a los proveedores.

43:22

Así como Sarah puede decirte, estamos colaborando con ellos y también, eh, con otros grupos de pensamiento y investigadores clave como IPA. Estamos tratando de ver cómo llegamos a todo tipo de consumidores y, con eso, tenemos un proyecto bajo el acelerador que está llevando a cabo Cardiff en Nigeria, donde están buscando cuáles son los problemas que enfrentan las poblaciones vulnerables, particularmente las personas con discapacidad auditiva y visual.

43:53

El feedback que estaban recibiendo antes por sus quejas era que algunos de los consumidores con discapacidades auditivas o visuales a veces son aprovechados, incluso por sus familiares más cercanos. Así que intentan ver cómo pueden asegurarse de que tengan marcos en su lugar para protegerlos, sin que pierdan la oportunidad de interactuar en un ecosistema que a veces dificulta la inclusión. Han estado realizando una serie de investigaciones con personas con discapacidades y trabajando con amalgam.

44:24

Reuniéndose con las partes interesadas y proveedores para ver qué otros problemas enfrentan las personas con discapacidades y qué se puede hacer para asegurar que puedan ser parte activa del ecosistema. Han realizado una investigación preliminar que se compartirá a finales de noviembre para entender los problemas que enfrenta esta población. También están colaborando con organizaciones del sector y reguladores para ver qué soluciones se pueden implementar.

44:55

Incluso algo tan simple como decir que queremos un grupo de WhatsApp donde podamos comunicarnos cuando tengamos problemas, como no tener acceso a tal cosa o a otros problemas de acceso, especialmente en torno al costo de la infraestructura que necesitan para poder acceder al ecosistema. Te darás cuenta de que la mayoría de las soluciones

que hay son extremadamente caras, pero los mecanismos que se han implementado requieren que ellos realmente se involucren, ya sea con el teléfono o con el dinero móvil.

45:25

La banca no tiene mecanismos para que la gente se involucre de verdad, así que lo que estamos viendo es más colaboración, incluso en temas complicados o en cuestiones que pensábamos que ya estaban resueltas, como el acceso. La gente todavía no tiene suficiente acceso, así que estamos buscando cómo involucrar a todos y no dejar a nadie atrás. Queremos saber quiénes son los más capacitados para ayudar. Y cuando mencionaste que tenemos financiadores disponibles, me alegré mucho, porque hay un grupo de interesados con los que normalmente hablamos.

45:52

sobre el ecosistema no le prestamos tanta atención, pero juegan un papel muy crucial en asegurarse de que están encontrando los proyectos adecuados, ya sea en la sociedad civil, en empresas o en gobiernos, para garantizar que se establezcan los marcos correctos que fomenten la inclusión financiera y aseguren que no perdamos algunos de los avances que hemos logrado antes. Así que diría que, para nosotros, cantamos mucho y cada historia es diferente, pero al final contribuye al aprendizaje entre pares dentro de esto.

46:19

ecosistema y dentro de nuestra red, y estamos viendo que algunos de estos se están replicando. Gracias, Sheila. Willie, interrúmpeme si ves algo, pero solo quería hacer un seguimiento a los comentarios de Sheila sobre los consumidores vulnerables. Una cosa que estamos tratando de identificar a través de todos estos datos es la información desagregada por género. Creo que es importante hablar de esto porque, cuanto más descubrimos, más creo que la situación parece...

46:58

Complicado para mí, eh, habíamos supuesto que veríamos una gran brecha de género en nuestras tres encuestas nacionales en términos de exposición a riesgos. No encontramos una diferencia muy significativa, pero las encuestas nacionales nos dieron mucha información interesante sobre las diferencias en los problemas que enfrentan las mujeres en comparación con los hombres. Curiosamente, la solución no será la misma en algunos casos para hombres y mujeres, eh, a pesar de que, en general, eh, no había tanta brecha, como dije.

47:40

Tengo curiosidad por saber qué dice Willie porque este es un tema del que hemos hablado antes, pero ¿hay alguna información interesante que hayas encontrado sobre las mujeres en particular en tus encuestas que podría impulsar alguna acción? Una cosa que encontramos, por ejemplo, es que había más problemas de capacidad digital entre las mujeres, pero al mismo tiempo ellas pedían más consejos, lo que compensaba eso. Aun así, sigue habiendo un problema de base en cuanto a la capacidad digital, así que, bueno.

48:19

"¿Encontraste algo en tus encuestas sobre esto que pueda ser útil? Gracias por mencionarlo porque, para empezar, encontramos algo bastante similar a lo que tú has comentado. De hecho, si entrecierras un poco los ojos, lo que ves probablemente es que los hombres están reportando más desafíos que las mujeres en muchas dimensiones diferentes, lo cual puede parecer contraintuitivo. Pero la palabra clave aquí es 'reportando'. No tenemos..."

48:57

Tengo bastante evidencia sólida para respaldar esto, pero tal vez recuerden que presenté H al principio de esta sesión sobre el nivel de quejas que se presentan a los proveedores de servicios financieros por hombres y mujeres. Y vemos que hay una diferencia bastante marcada: las mujeres son menos propensas a reportar quejas. Así que se observa el mismo patrón: las mujeres no están reportando problemas a nuestros encuestadores y tampoco los están reportando a los servicios financieros.

49:30

"Ahora, eso significa que las mujeres tienen menos probabilidades de estar expuestas a problemas de protección al consumidor, o es un tema de agencia y autoeficacia. Ha habido algunas investigaciones en las que hemos estado involucrados. Hicimos un pequeño estudio en India que analizó las diferencias en la autoeficacia y cómo eso influye en el deseo de las mujeres de presentar quejas a sus proveedores de servicios financieros. Así que hay una teoría que podríamos explorar."

50:06

Lo que pasa es que nuestros datos de la encuesta están sesgados de esta manera: las mujeres están, ya sabes, quizás igual de expuestas o incluso más expuestas a riesgos, pero no están dispuestas a reportarlo a nuestros encuestadores. Por eso estamos insistiendo en que, algo que parece ser un hilo conductor en toda esta conversación es la necesidad de múltiples fuentes de datos, y creo que en este caso eso es definitivamente

cierto. También hemos hecho una cosa más, pero no tengo evidencia sólida para respaldarlo.

50:41

Estamos afuera ahora, pero lo que hemos hecho es un "mystery shopping", donde enviamos a hombres y mujeres, enumeradores capacitados, para hacer transacciones con agentes, por ejemplo, y observar las tarifas de sobrecarga o cualquier mala conducta de los agentes. Esa es una excelente manera de analizar las posibles diferencias de género y abordar este posible sesgo en los informes que creemos que puede existir en los datos de encuestas. Así que creo que el punto más amplio es que siempre necesitamos estar atentos.

51:17

Sabes, pensando en las posibles limitaciones en cuanto al grupo de personas que están incluidas en un conjunto de datos, pero también en los posibles sesgos de reporte que pueden estar presentes, y tratar de incluir fuentes de información de diferentes datos para, pues, identificar y cerrar esos vacíos. Muchas gracias. Veo que tenemos una pregunta en el chat sobre quién es responsable de la recolección de datos, como a través de compras misteriosas o análisis de redes sociales. Creo que, bueno, tal vez yo...

51:55

Pueden comenzar con esto, pero la verdad, Sheila o Sarah, siéntanse libres de entrar primero, ya que son las invitadas. Bueno, voy a aprovechar la oportunidad y me voy a meter porque creo que es una ocasión perfecta para que las asociaciones de la industria, quizás en conjunto con las asociaciones de consumidores, tengan un papel fuerte aquí. Pero creo que tendría que ser bajo un mandato, tal vez del regulador, para que haya una responsabilidad y rendición de cuentas claras sobre dónde está esa información.

52:24

Voy a ir y cómo se va a usar esa información, pero creo que las asociaciones de la industria pueden ser realmente grandes defensoras de esto. Podrían recopilar esos datos y no solo informar al regulador, sino también tener la capacidad de conectar, socializar y formar grupos de trabajo entre sus miembros. Además, intentar que sus miembros se tomen en serio algunos de los datos, los desafíos y los problemas, y hacer cambios. Los cambios no son solo en...

52:54

A nivel de políticas, también están a nivel industrial, y si eso solo se queda con un regulador, que ya sabes, esos datos solo están con ellos, también se pierde la participación de la industria que podría, tal vez, proponer sus propias innovaciones o soluciones, o incluso entender los datos de una manera diferente. Así que, para mí, las asociaciones son, por supuesto, algo que voy a apoyar, pero creo que ocupan una posición realmente única donde interactúan con varios actores diferentes y pueden...

53:20

Reunir grupos de trabajo, opiniones e ideas realmente reflexivas que puedan fomentar el cambio que necesitamos. Sí, de nuestra parte podríamos movernos y abogar por los diferentes actores, pero cuando miramos al regulador, en realidad actúa más como el anfitrión, porque usualmente es el regulador quien tiene la visión y todo el poder para influir en los diferentes jugadores, siempre que exista una asociación de consumidores que tenga la capacidad para hacerlo.

53:49

Va a haber un tema de mandato, pero siento que con los Reguladores tienen un poco de flexibilidad en cuanto al control, primero sobre un grupo de jugadores dentro del ecosistema, pero también son más tomados en serio, o se les respeta más a veces, dada su posición. Pero diría que es crucial que los diferentes jugadores encuentren una manera de contribuir con los datos, aunque al final alguien tiene que ser el anfitrión principal, y para nosotros todavía creemos que el regulador podría ser eso.

54:19

Entonces, todos contribuimos a eso porque, como dije, cada uno genera datos diferentes en distintos momentos y es probable que perdamos de vista los puntos fuertes que tiene cada uno. Así que siento que el regulador podría seguir siendo quien publique eso y el resto de los participantes deben ajustarse a eso. Sí, estoy de acuerdo contigo, Sheila. Creo que, en nuestra forma de verlo dentro de nuestro marco conceptual para un ecosistema de finanzas digitales responsable, vemos al consumidor, al consumidor financiero.

54:49

"Autoridad de protección o la Autoridad de conducta del mercado, por lo tanto, ya sabes, el regulador y supervisor para la protección del consumidor financiero como el ancla, y realmente tienen el mandato de monitorear el mercado usando, ya sabes, todas las herramientas que hemos estado describiendo hoy. Pero cuando además de esto tienes asociaciones de consumidores y asociaciones de la industria haciendo este tipo de

trabajo, creo que ahí es donde realmente obtienes el máximo poder para resolver los problemas de riesgos de consumidores en GFS. Veo mucho intercambio sobre eso."

55:25

¿Quieres mencionar algunos de los comentarios sobre género? No, supongo que todos pueden verlos. Me parece cierto, no tengo nada más que agregar. Estoy de acuerdo con ambos. Una cosa que quiero mencionar rápidamente es que esta cuestión de género y la protección del consumidor es algo que nos interesa explorar más a fondo. Estamos organizando un encuentro que se va a enfocar en tratar de definir la agenda de investigación en la que deberíamos centrarnos en el futuro.

56:02

"cuatro años de nuestra iniciativa de investigación sobre protección al consumidor, y eso va a suceder probablemente el próximo mes. Vamos a sacar algún tipo de resultado de ese evento que, esperamos, nos ayude a definir la agenda para nosotros y nuestra iniciativa sobre qué temas son, ya sabes, los más importantes que debemos explorar aquí. Muy bien, sí, realmente estoy interesado en continuar esta discusión sobre género, en particular creo que más allá de la noción de queja, donde..."

56:37

Es muy probable que las mujeres en muchos países no se quejen tan fácilmente como los hombres, pero para mí la pregunta es un poco más sobre estas encuestas nacionales, si hay un sesgo cuando la gente responde a las preguntas. Creo que eso es algo que necesitamos investigar y también ver si esto está sucediendo en otros campos aparte de las finanzas, porque IPA tiene experiencia en muchos ámbitos en la realización de encuestas nacionales, así que sería interesante hacer un poco de cruce.

57:12

Análisis con otros sectores en este tema porque creo que es algo que necesitamos explorar más y entender mejor si queremos avanzar. Nos quedan dos minutos, a menos que haya más preguntas. Oh, sí, compromisos. ¿Hay algo a lo que quieran comprometerse para el próximo año, Sheila, Sarah? Y también diremos algo muy rápido. Sí, nos comprometemos a asegurarnos de que estemos en los comités adecuados con la gente correcta y que todos...

57:51

"Está en la onda de la protección del consumidor, y que todos estamos colaborando. Esa es la principal, pero también profundizando en la voz de los consumidores vulnerables.

Gracias, Sarah. Para nosotros, es asegurarnos de que nuestras asociaciones tengan acceso a los datos, algunas herramientas y realmente estén defendiendo lo que se puede hacer a nivel industrial para prácticas justas y transparentes para los consumidores. Willie, ya lo he dicho un montón de veces, así que lo voy a repetir: vamos a hacer encuestas en 10."

58:24

"Países, así que lo escucharon aquí primero. Vuelvan el próximo año a la semana de inclusión financiera, vamos a tener una presentación compartiendo los resultados de 10 países. Muy bien, y me comprometo a que ustedes se hagan responsables de lo que acaban de decir, todos. También me comprometo a lanzar este ecosistema de finanzas digitales responsables en el terreno en dos países este año. Muchas gracias a todos, gracias a CFI por organizar y espero verlos muy pronto. ¡Gracias, adiós! ¡Gracias, adiós!"

58:58

gracias [Música]