

## Tribuna

# Combatir la brecha digital es un deber de todos

**El paso que ha dado la banca para mejorar la atención a las personas mayores tiene que tener réplica en el resto de las empresas y el sector público**

**José Luis Martínez Campuzano** Portavoz de la Asociación Española de Banca

Las asociaciones bancarias AEB, CECA y Unacc han acordado un decálogo de medidas para mejorar la atención personalizada a las personas mayores, un colectivo que requiere una dedicación especial y en el que todos acabamos integrándonos, si la vida nos lo permite, en mayor o menor medida, con el paso del tiempo. Los primeros puntos del decálogo son ampliar los horarios para garantizar una atención presencial reforzada para los servicios de caja y brindar un trato preferente al segmento sénior en las oficinas –especialmente en momentos de gran afluencia de público– y por teléfono. La adaptación de cajeros, de aplicaciones y de páginas web con un lenguaje y vista simplificados que faciliten su uso también forma parte de la amplia batería de medidas acordadas, que se suman a las ya tomadas hasta el momento por los bancos para seguir dando el mejor servicio a los clientes.

Con su campaña *Soy mayor, no idiota*, Carlos San Juan ha puesto de manifiesto la magnitud de las dificultades a las que se enfrentan algunas personas mayores para acceder a los servicios financieros, lo que requería avances por parte de los bancos tras el ajuste realizado para encarar la pandemia. Con el estallido del Covid, las entidades garantizaron los servicios financieros a través de todos los canales posibles y priorizaron la protección de sus clientes, especialmente de los mayores –el colectivo más expuesto a la enfermedad–, lo que implicó algunas limitaciones en las oficinas por razones sanitarias.

Ahora que ya estamos superando el virus llega el momento de reajustar el servicio, cada banco según las necesidades de sus clientes y sus características, como siempre. El servicio de atención de los bancos es gratuito, eficaz, inclusivo y evaluable, 24 horas al día y todos los días del año. Un buen ejemplo de ello es la atención vinculada a medios de pago. Los bancos ofrecen sus productos y servicios combinando múltiples canales para que el cliente pueda elegir en cada momento. Entre la oficina física y la banca digital se encuentran las oficinas móviles, la banca telefónica, los cajeros y los agentes colaboradores.

Además, los bancos han abierto canales de colaboración con terceros, como es el caso de Correos, para garantizar el acceso al dinero en efectivo en toda España, con especial foco en el colectivo más vulnerable. Nuestras entidades dan servicio a todos sus clientes, tengan o no experiencia con los canales digitales, a diferencia de otras empresas, como las grandes tecnológicas, que se centran solo en determinados segmentos, los más rentables, de la actividad bancaria. Esta competencia digital, sin



GETTY IMAGES

recoge y pone de ejemplo para sus entidades locales. La transformación social y económica que está suponiendo la digitalización es innegable. Y la obligación de distanciamiento social derivada de la crisis sanitaria ha acabado propiciando un paso de gigante en el ya de por sí creciente proceso de digitalización que atraviesa nuestra sociedad.

A pesar de sus bondades y de su capacidad de mejorar nuestra calidad de vida, el salto ha sido demasiado grande para algunas personas. Este es el caso de los mayores, que pueden encontrar obstáculos en diversos ámbitos de su vida, puesto que la digitalización está presente en servicios públicos esenciales como la sanidad y la Administración pública. Pero también en el acceso a servicios igual de importantes de empresas privadas.



**El mayor desafío de todos es saber adaptarnos de forma gradual, cada persona a su ritmo, a los cambios que vienen y están por venir**

Es deseable que el importante paso dado por los bancos tenga réplica en el resto de las empresas y Administraciones públicas. Porque la digitalización no debe excluir a nadie, sino al contrario, debe complementar y mejorar el servicio. Además de su propio proceso de adaptación, la banca redobla esfuerzos para facilitar la adaptación de la sociedad al impacto de las nuevas tecnologías, sabedora de que la digitalización es un enorme desafío que afecta a todos los sectores de la economía y que puede brindar grandes ventajas de las que nadie debería quedarse al margen, por la agilidad e inmediatez que aporta a la hora de acceder a productos y servicios privados y públicos.

El mundo está cambiando y la magnitud de los nuevos retos a los que nos enfrentamos es formidable, desde el Covid al cambio climático, pasando por la digitalización. Pero el mayor desafío de todos, sin duda, es saber adaptarnos de forma gradual, cada persona a su ritmo, a los cambios que vienen y están por venir. Los bancos lo tienen claro, ya que su razón de ser es la permanente mejora de la atención al cliente, objetivo para el que siempre habrá camino que recorrer.



**La digitalización no debe excluir a nadie, sino al contrario: debe complementar y mejorar el servicio**

que estas compañías tecnológicas estén sujetas a la estricta regulación y exigente supervisión de los bancos, es uno de los retos al que se enfrenta el sector bancario en el futuro. Su principal baza es la confianza de sus clientes, conscientes de que sus recursos y sus datos financieros y personales están seguros en los bancos.

La innovación y la adaptación a las necesidades de los clientes está en el ADN de esta industria, líder en la transformación digital de servicios financieros en Europa y en la aplicación de medidas dirigidas a los mayores y personas con diferentes capacidades, con su decálogo para mejorar la atención personalizada a este colectivo, una iniciativa que la prensa europea