

Resumen ejecutivo

Puntos críticos y Experiencia actual

de la atención de Personas
con discapacidad en
entidades financieras

Un proyecto desarrollado con:

ANAGRAMA®
Antropología y Diseño de Negocios



En el anterior informe dimos a conocer el **estado del arte sobre el acceso y experiencia de las personas con discapacidad en el sector financiero**. Este informe te proporcionó información valiosa sobre el significado y evolución del término “discapacidad”, nuestras características particulares, contexto demográfico, normatividad, tendencias y retos en nuestra experiencia financiera.



Ahora, es el turno de conocer nuestra voz como usuarios. El presente informe revela valiosas perspectivas sobre nuestro comportamiento e interacción con el sector financiero. Los diversos testimonios de participantes con discapacidad física, auditiva, visual, psicosocial, intelectual y sordoceguera, ofrecen una visión detallada de nuestras experiencias al utilizar los servicios financieros, a través del canal presencial, digital y telefónico. Nos parece importante aclarar que en este proceso no se contó con participación de personas con discapacidad múltiple.

Este documento es el resultado del análisis de la información recopilada durante el trabajo de campo, el cual fue llevado a cabo con el respaldo de las entidades financieras participantes en el proyecto. Este análisis se realizó mediante entrevistas a profundidad y recorridos a sedes de algunos bancos, ejercicios de cliente oculto y grupos focales con personas con discapacidad.

<https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/discapacidad/Panorama-general-de-la-discapacidad-en-Colombia.pdf>

A lo largo de este informe profundizaremos sobre estos hallazgos en cuatro capítulos:

El primer capítulo podrán encontrar la **percepción general** que tenemos las personas con discapacidad sobre las entidades financieras y los actores involucrados en la interacción (p.ej. asesor y vigilante), y de los elementos con los que interactuamos (p.ej. cajero y máquinas de turno); así como información sobre nuestras expectativas.

En el segundo capítulo encontrarán nuestra **caracterización** que les permitirá conocer nuestras similitudes y diferencias en el uso de los servicios financieros. Estas diferencias se presentan a través de una serie de arquetipos, una construcción de personajes basados en datos reales que representan distintas formas de comportamiento y expectativas, más allá de la discapacidad.

Los **recorridos de experiencia** que tenemos las personas con discapacidad en el uso de 3 canales (presencial, digital y telefónico). Estos permiten la identificación de atributos claves, facilitadores, barreras, y las motivaciones que tenemos para el uso de canal por cada uno de los perfiles identificados.

Nuestra experiencia con el sector financiero, refleja la importancia de un enfoque integral y adaptado para tener experiencia bancaria accesible y en equiparación de oportunidades.



Metodología

12

Recorridos en sedes bancarias.

4 en Bogotá, 3 en Cali, 2 en Pereira, 2 en Barranquilla, 1 en Medellín.

30

Grupos focales presenciales, con la participación de 106 personas con discapacidad.

6 en Bogotá, 6 en Cali, 6 en Pereira, 6 en Barranquilla y 6 Medellín.

18

Ejercicios de cliente oculto en los canales telefónico, presencial y digital.

3 en Bogotá, 3 en Cali, 3 en Pereira, 6 en Barranquilla y 3 Medellín.

7

Entrevistas a profundidad a colaboradores de los bancos.

2 en Bogotá, 1 en Medellín, 2 en Cali, 2 en Pereira.

Muestra de los participantes en los grupos focales y cliente oculto

Sexo



45%
Mujeres



55%
Hombres

Nivel socioeconómico

Estrato ① 9%

Estrato ② 46%

Estrato ③ 27%

Estrato ④ 13%

Estrato ⑤ 4%

Estrato ⑥ 1%

Ciudad

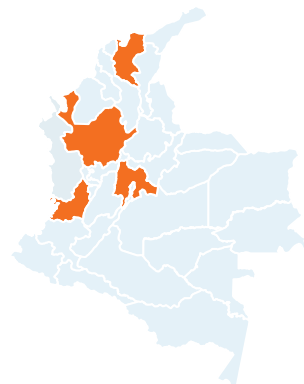
20% en Bogotá

23% en Medellín

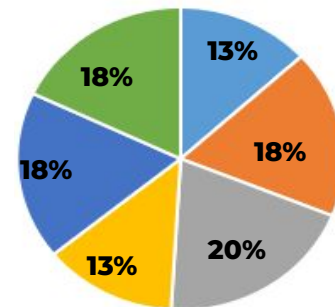
21% en Pereira

22% en Barranquilla

14% en Cali



Categoría de discapacidad



- Visual
- Psicosocial
- Física
- Sordoceguera
- Intelectual
- Auditiva

Con quién vive

54%
Papás

10%
Solo

6%
Hijo/a

22%
Pareja

8%
Otros familiares

Edad

20 - 29 años 27%

30 - 39 años 37%

40 - 49 años 22%

50 - 59 años 10%

60 y más 4%



Para tener en cuenta

Todos los datos numéricos corresponden a un análisis cuantitativo de una data recolectada de manera cualitativa. Estos datos NO son representativos ni concluyentes para el total del universo de personas con discapacidad en Colombia. Sin embargo, permiten ilustrar las diferencias encontradas entre la percepción y el comportamiento de las personas con discapacidad que participaron en este estudio.

La muestra para esta investigación está representada por personas con discapacidad usuarias de servicios financieros en general, dado que las entidades bancarias participantes del proyecto “Abriendo puertas”, no tienen caracterizada la información de sus clientes con discapacidad.

Recuerda:

Al referenciar y/o trabajar sobre este documento no generalices sobre toda la población de personas con discapacidad de Colombia, pues este estudio se enfocó en una muestra no representativa de personas con discapacidad bancarizadas de 5 ciudades del país.

Índice



1

Percepciones sobre las entidades financieras

- 1.1. Percepciones generales
- 1.2. Percepción de los actores



2

Caracterización de las personas con discapacidad

- 2.1. Características de las personas con discapacidad en el mundo financiero
- 2.2. Matriz de perfilación (arquetipos de usuario por comportamiento)
- 2.3. Características de los perfiles
- 2.4. Características y percepciones de las personas con discapacidad y mayores



3

Recorridos de experiencia

- 3.1. Del canal presencial: oficina
Hallazgos recorridos sedes bancarias
- 3.2. Del canal telefónico
- 3.3. De los canales digitales: aplicación móvil y portal web



4

Conclusiones

- 4.1. Conclusiones generales.
- 4.2. Invitación al informe completo.

01

1.1 Percepción generales

1.2 Percepción de los actores

Percepciones sobre las entidades financieras



Las personas con discapacidad hemos marcado hitos y ganado terreno en espacios donde, por razones sociales, económicas o políticas, no teníamos cabida. Esto no ha sido diferente en el sector financiero, donde actualmente la mayoría de nosotros somos usuarios. Con el tiempo, hemos observado cambios tanto en nuestra interacción con este sistema como en la adaptación a nuestras necesidades.

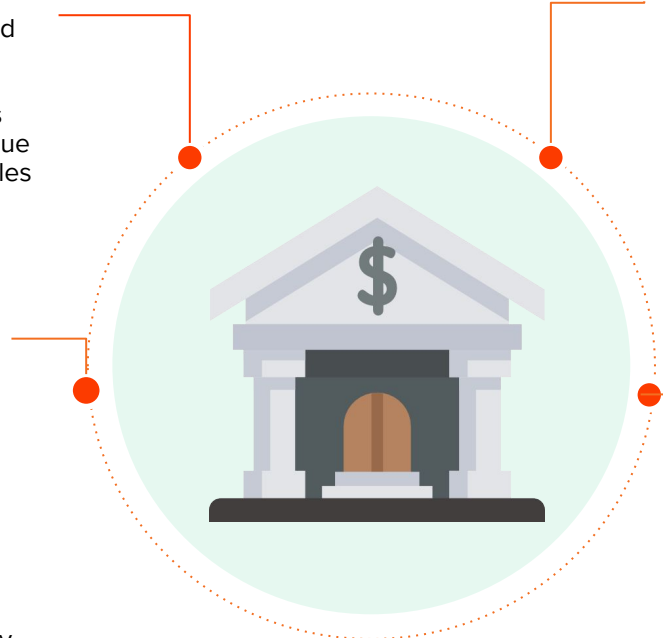
Somos invisibles para las entidades

La mayoría de las personas con discapacidad consideramos que somos invisibles en las estadísticas financieras. Esta invisibilidad dificulta la labor de las entidades financieras para identificar las necesidades y barreras que enfrentamos e implementar ajustes razonables pertinentes.

Nuestra discapacidad “sí” afecta el servicio que recibimos

Algunos de nosotros consideramos que nuestra discapacidad afecta el relacionamiento con las entidades financieras, en ocasiones de manera excluyente y, en otras, es un reto de adaptación constante. Evidenciamos que tener una discapacidad, en ocasiones es una razón para negarnos productos.

Las entidades deben profundizar sus conocimientos sobre categorías de discapacidad y sobre cómo interactuar con nosotros. Existen mecanismos de seguridad (reconocimiento facial, huella) que terminan siendo una barrera.



Los bancos son como la tecnología: imposibles de evitar

Todas las personas con discapacidad entrevistadas, consideramos que los bancos y servicios financieros son necesarios en la actualidad, y dependiendo de nuestra experiencia, algunos creemos que son: un aliado, un mal necesario o una ayuda.

Las entidades financieras son costosas

Algunas personas con discapacidad consideramos que hacer uso de los servicios financieros implica asumir costos altos por las transacciones, no gustaría contar con un portafolio diferenciado, no por tener discapacidad, sino como una forma de empoderamiento económico que contribuya a nuestra inclusión social y participación plena en la economía.

Percepción de los actores

Los actores hacen referencia a personas u objetos con los que interactuamos durante la experiencia brindada por cada entidad financiera en sus distintos canales. Por lo general, nos aproximamos a cada uno de ellos de manera diferente.

El asesor de oficina...

- Amable, pero depende de otros factores para dar buena experiencia
- Le falta conocimiento para interactuar con nosotros

"Son muy amables, ya me conocen y me dan café. A veces son muy acelerados porque la oficina está llena". Hombre con discapacidad intelectual, 20 años, Medellín.

"Para nosotros [las personas sordas] la atención siempre es más demorada, incluso si es un trámite sencillo. ¡No es justo!". Hombre con discapacidad auditiva, 34 años, Bogotá.

El turno preferencial...

- No funciona
- Su acceso depende de otras personas

"Es una eternidad, no hay diferencia cuando hay otras personas como viejitos y embarazadas". Hombre con discapacidad intelectual, 26 años, Bogotá.



Las personas con discapacidad percibimos estos actores como...

El vigilante o anfitrión...

- Es un apoyo necesario
- Son amables
- También deben estar capacitados

"Los vigilantes y anfitriones son muy amables. Cuando nos ven llegar, tratan de ayudarnos ya sea con la entrega del turno o indicándonos dónde debemos ir". Mujer con discapacidad física, 37 años, Pereira.

El cajero automático...

- No es accesible
- Es inseguro

"Siento que en ocasiones los cajeros ponen en riesgo nuestra seguridad". Hombre con discapacidad intelectual, 31 años, Bogotá.

El digiturno

- No es accesible
- Se requiere apoyo de terceros para completar el proceso

"En algunos casos, aunque existen turnos, nadie está pendiente de nosotros para llegar a la caja o al asesor y nos toca pedirle apoyo". Mujer sordociega, 57 años, Barranquilla.

02

- 2.1 Características de las personas con discapacidad en el mundo financiero
- 2.2 Matriz de perfilación
- 2.3 Resumen de los arquetipos
- 2.4 Características y percepciones de las personas con discapacidad y con discapacidad

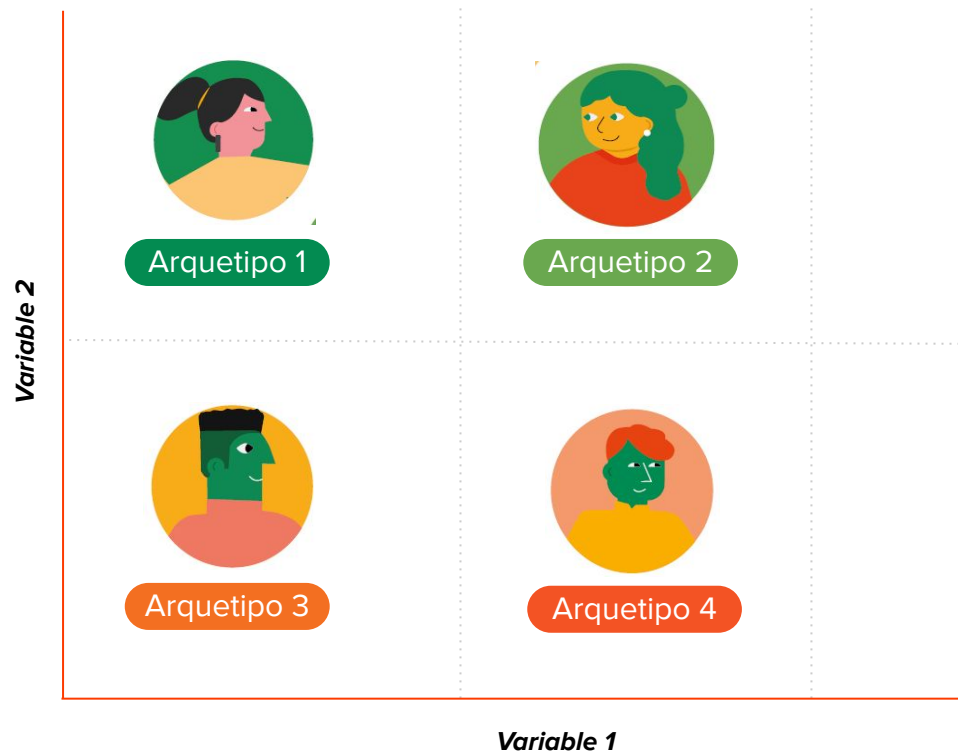


Metodología para la identificación de arquetipos de usuario

Los **arquetipos** hacen referencia a modelos de personas que representan patrones de comportamiento, motivaciones, estilo de vida, hábitos, intereses y necesidades de un grupo de usuarios/clientes.

De acuerdo a la investigación cualitativa se definieron arquetipos de personas con discapacidad que interactúan con productos y servicios financieros en Colombia. Se realizó un análisis de los **patrones de comportamiento** e identificamos 2 variables cualitativas que permitieron la construcción de 4 arquetipos. Para esto se implementó una matriz 2x2 en donde cada eje corresponde a un patrón de comportamiento; en los cuadrantes resultantes se definieron los arquetipos de usuario.

Los arquetipos identificados responden a comportamientos de esta población. Sin embargo, para especificar cómo se manifiestan en cada una de ellas se desarrollaron arquetipos de usuarios, conocidos en inglés como **Buyer Personas**. Esta herramienta busca crear una representación de un arquetipo, a través de la construcción de una persona “ficticia” que demuestre cómo es un usuario de dicho arquetipo.



Matriz de perfilación

Toma de decisión (y)

Capacidad de elegir entre diferentes opciones.

Decisiones autónomas

Decide conservar la autonomía en la toma de decisiones sobre su vida.

Decisiones delegadas

Decide delegar la toma de decisiones sobre su vida a otras personas de sus círculos sociales cercanos.

Adaptabilidad (x)

Capacidad de una persona para ajustarse y responder de manera efectiva a los cambios en su entorno o circunstancias.

Adaptabilidad baja

Capacidad limitada para ajustarse y responder a las condiciones del entorno.

Adaptabilidad alta

Capacidad alta para ajustarse y responder a las condiciones del entorno.

Decisiones autónomas



Rígidos



Rekursivos

Decisiones delegadas



Representados














Curiosos

No buscamos ajustarnos y responder a las condiciones del entorno.

Buscamos la forma de ajustarnos y responder a las condiciones del entorno.

Características de perfiles

	 Rígidos	 Recursivos	 Representados	 Curiosos
Perfil de persona con discapacidad				
Toma de decisiones	<p>Tomamos nuestras propias decisiones; sin embargo, no estamos dispuestos a buscar alternativas para ajustarnos a las condiciones del entorno.</p>	<p>Somos independientes en la toma de decisiones y siempre estamos dispuestos a buscar alternativas para ajustarnos a las condiciones del entorno.</p>	<p>Decidimos delegar la toma de decisiones a familiares o amigos de confianza. Preferimos no preocuparnos por buscar alternativas para ajustarnos a las condiciones del entorno.</p>	<p>Decidimos delegar la toma de decisiones a familiares o amigos de confianza. Estamos dispuestos a buscar alternativas para ajustarnos a las condiciones del entorno.</p>
Frente al sistema financiero se sienten	<p>Inconformes, tenemos un relacionamiento permanente con el banco y la falta de ajustes razonables nos presenta desafíos importantes.</p>	<p>Ingeniosos, al tener que buscar estrategias para adaptarnos a las barreras que encontramos en las entidades bancarias en cada canal.</p>	<p>Indiferentes, dado que delegamos en terceros la responsabilidad de las transacciones. Vamos al banco cuando es totalmente necesario.</p>	<p>En desventaja, por que las barreras limitan nuestra capacidad para actuar de manera autónoma,</p>
Categorías de discapacidad	<p>75% Psicosocial 17% Sordoceguera 8% Auditiva</p>	<p>25% Visual 24% Física 21% Sordoceguera 19% Auditiva 5% Intelectual 5% Psicosocial</p>	<p>86% Intelectual 14% Sordoceguera</p>	<p>92% Intelectual 8% Psicosocial</p>
Canal de atención más usado	<p> 67% Presencial</p> <p> 33% Aplicación</p>	<p> 59% Aplicación y página web</p> <p> 39% Oficina</p>	<p> 57% Oficina</p> <p> 43% Aplicación</p>	<p> 92% Oficina</p>
Autopercepción nivel tecnológico	<p>Bajo Medio Alto</p> <p>Nos gusta la tecnología, estamos dispuesto a continuar aprendiendo a manejarla en la medida que sea accesible.</p>	<p>Bajo Medio Alto</p> <p>Tenemos altos conocimientos en tecnología y somos usuarios de diferentes herramienta. Estamos a la vanguardia de los cambios.</p>	<p>Bajo Medio Alto</p> <p>No somos buenos con la tecnología, usamos lo básico y contamos con alguien que nos apoya cuando lo necesitamos.</p>	<p>Bajo Medio Alto</p> <p>Tenemos bajos conocimientos en tecnología, solo nos relacionamos con aquellas herramientas que usamos de forma cotidiana.</p>

Características de perfiles

Perfil de persona con discapacidad



Rígidos



Rekursivos



Representados



Curiosos

Expectativas frente a la experiencia financiera

- Que los bancos sepan quienes somos y reconozcan nuestras características y necesidades.
- Sentirnos incluidos en la medida que el banco garantice los ajustes razonables.
- Colaboradores capacitados.

- Trabajar de la mano con los bancos.
- Acompañamiento y oferta diferencial que considere los retos sociales y económicos de la población.
- Estrategias de comunicación.

- Poder delegar de manera segura y fácil el poder de representación ante la entidad financiera.
- Información clara, concreta y sencilla, en los diferentes canales.

- Sentirnos cómodos cuando nos toca ir a la oficina, tanto en el espacio físico como en los tiempos de espera y la atención cercana.
- Trato cercano, con paciencia y empatía desde la comunicación.

Barreras frente a la experiencia financiera

- Falta de una caracterización de la población, lo que afecta la implementación de ajustes razonable.

- Que se les quite la titularidad debido a los cambios físicos y cognitivos.
- No contar con un diseño de productos y servicios que permita plena autonomía.

- Falta de una caracterización de la población, lo que afecta la implementación de ajustes razonable.
- Uso de lenguaje técnico y de difícil comprensión.

- Tener largos tiempos de espera en las oficinas.
- Uso de lenguaje técnico y de difícil comprensión.
- Desconocimiento sobre las características de las personas con discapacidad intelectual.

Oportunidades de mejora

- Identificar y caracterizar a los clientes con discapacidad.
- Implementar ajustes razonables acordes con las necesidades de la población.

- Potenciar la accesibilidad de las plataformas web y las apps
- Co-creación de productos y servicios diferenciales

- Facilitar el proceso de delegación de poder.
- Brindar información clara, concreta y sencilla en los diferentes canales de atención.

- Brindar agilidad en los trámites en la atención presencial
- Brindar seguridad en los trámites.



Características y percepciones de las

personas mayores y con discapacidad

No es lo mismo una persona con discapacidad que envejece que una persona mayor que adquiere una discapacidad

¿En qué se diferencian?



Persona con discapacidad que envejece

Por su trayectoria con la discapacidad, tienen y aplican herramientas de superación de barreras, tanto legislativas como tecnológicas, para obtener una atención clara y sencilla frente al desconocimiento de las entidades.

“Me estaban pidiendo papel, tras papel, enredándome en una tramitología eterna. Al final me dijeron que debía hacerlo con un tercero, les tuve que citar la Ley 1996 de 2019 que habla sobre la capacidad legal de las personas con discapacidad” y recordarles que el banco debía permitirme hacer el proceso de forma independiente.” - Persona con discapacidad visual, 60 años, Bogotá

Persona mayor que adquiere una discapacidad por primera vez

Son personas que tienen menos experiencia en el manejo de su discapacidad. Hasta ahora están aprendiendo cómo volver a relacionarse con su entorno y qué adaptaciones necesitan o les favorecen más en la interacción con productos o servicios.

“yo leo, y leo entre comillas, porque es que yo soy ciega. Yo he venido perdiendo la visión, no es que yo fuera ciega siempre. Antes nos reuníamos a leer en grupo en la casa de alguna. Ahora mis amigas me leen por llamada de WhatsApp. Cuando uno queda en esta situación toca agarrarse de todo, yo siempre tuve el hábito de la lectura y ahora lo hago así.” - Persona mayor con discapacidad visual, 70 años, Bogotá

Percepciones de la atención en entidades financieras

En **personas con discapacidad** que envejecen

Cuando las entidades nos involucran en el proceso de creación y desarrollo de canales de atención, nos ayudan en la navegación y uso de los mismos, pues desarrollan funciones que se adaptan a nosotros.

Hay poca difusión de las herramientas accesibles que tienen las entidades, por lo que no las conocemos y se nos hacen complejas y poco oportunas.

“Nosotros no sabíamos que ese banco cuenta con un intérprete lengua de señas virtual a nivel nacional, si fuera así, todas las personas sordas iríamos allá.” -Persona con discapacidad auditiva, 57 años, Bogotá

“A nosotros nos invitaron a la creación de la aplicación [de un servicio financiero], probamos si en serio funcionaba para nosotros.” -Persona con discapacidad visual, 60 años, Bogotá

En **personas con discapacidad** que adquieren por primera vez una discapacidad

Aprender nuevas herramientas o tecnologías de asistencia para personas con discapacidad supone un mayor esfuerzo para relacionarnos con el entorno.

Los ajustes razonables que necesitamos son distintos a las de una persona con discapacidad que envejece, en especial por el proceso de aprendizaje y manejo de la discapacidad.

Observación de campo: Una persona mayor con inicios de Parkinson no le coincide la firma que hace con la que tiene registrada, por lo que le cambian la validación de identidad por huella. -Medellín

“Las circunstancias [perder la visión] me llevaron a usar el celular. Me ha costado mucho trabajo porque yo internamente rechazaba la tecnología. El celular y “la Siri” que es mi amiga, me ayuda. Me fui quedando con eso por mi falta de visión.” -Persona mayor con discapacidad visual, 70 años, Bogotá

En **ambas poblaciones**



Usar la tecnología es una necesidad para la navegación de canales de atención, pero algunos no sabemos usarla o no la tenemos disponible.

Aplica para todas las discapacidades.

“El acceso a los cajeros es deprimente, siempre tengo que pedir ayuda a terceros y eso afecta mi seguridad.”

-Persona con discapacidad visual, 60 años, Bogotá



La redirección a otros canales tiene mayores implicaciones, ya que no brindan alternativas claras según nuestra discapacidad.

Aplica para todas las discapacidades.

“Tenía que sacar un certificado bancario pero tocaba telefónicamente. Como no me entendían, le pedí ayuda a mi mamá, pero no la dejaron, que tenía que ser el titular y fue muy difícil entendernos.”

-Persona con discapacidad auditiva, 57 años, Bogotá



La señalética visual y/o sonora de la oficina nos da una orientación limitada que impide ejecutar acciones para realizar un trámite satisfactorio.

Aplica para discapacidad visual, auditiva y sordoceguera.

“El uso de la señalética no es suficiente. Se debe hacer realidad la inclusión en la práctica. Los gerentes deben bajar la información [compartir] contando con los funcionarios del servicio al cliente [para que lleven a la acción]” -Persona con discapacidad visual, 60 años, Bogotá



El personal de la oficina tiene buena disposición para atendernos, pero les falta humanización y mayor conocimiento de la población para evitar situaciones que fomenten la inseguridad.

Aplica para todas las discapacidades.

“Cuando voy a la oficina, como no escucho bien, tienden a decirme el saldo alzando la voz, todo el mundo se entera y me hace sentir insegura.”

-Persona sordociega, 57 años, Bogotá

Oportunidades de mejora

¿Cómo podríamos...



brindar herramientas para que los asesores puedan conocer el tipo de discapacidad de las personas y cuáles son los ajustes razonables requeridos con el fin de brindar una buena atención?



comunicar las herramientas de accesibilidad de cada entidad -tanto interna como externamente- para que estas poblaciones puedan conocerlas y hacer uso efectivo de ellas?



implementar ajustes razonables que reduzcan la inseguridad, protegiendo los datos de los usuarios, mientras respondemos a sus necesidades?



aplicar el diseño universal y la accesibilidad a nuestros productos y servicios?



03

3.1 Recorrido de experiencia canal presencial: Oficina

3.2 Recorrido de experiencia canal telefónico: Call Center

3.3 Recorrido de experiencia canales digitales: Aplicación móvil y portal web.

Recorridos de experiencia





Conoce los recorridos de nuestra experiencia

Un mapa de experiencia (journey map) es una representación visual del recorrido del cliente en su interacción con un servicio o canal. Permite identificar las necesidades, expectativas y emociones del cliente para mejorar su experiencia y optimizar la toma de decisiones. En este caso, encontrarás nuestros recorridos de experiencia como personas con discapacidad en tres canales: presencial (oficina), telefónico (Call center) y digital (portal web y aplicación).

En los recorridos de experiencia encontrarán la clasificación de las barreras y los habilitadores según la categoría de accesibilidad a la que pertenece.

Accesibilidad física

F

Refiere a los **entornos** y/u otros **elementos que son accesibles de forma física o sensorial**, y que permite a personas con diferentes necesidades de movilidad, visión o audición poder utilizarlos.

Accesibilidad a la información

I

Refiere a los **canales** habilitados para que las personas puedan acceder y utilizar a la información y contenidos.

Accesibilidad a la comunicación

M

Refiere a la **forma** en que se entrega la información para **garantizar una transmisión efectiva** de información entre emisor y receptor.

Accesibilidad cognitiva

C

Refiere al **fondo** de los contenidos que permitan que personas con diferentes necesidades cognitivas puedan **comprenderlos** y utilizarlos.



Canal **presencial**

Atributos clave del canal presencial

Garantía

Las oficinas bancarias representan la existencia de la entidad y es un canal de atención directo, donde tenemos mayor probabilidad de ser atendidos, y de solucionar problemas o dudas, aunque a veces experimentamos barreras.

Confianza

Realizar transacciones en la oficina, suele ser más confiable porque podemos ir acompañados o solicitar apoyo del asesor para ser atendidos. Aunque es necesario que los colaboradores del banco se capaciten más.



Mayor acceso

A través de las oficinas logramos tener mayor acceso a los servicios y productos del banco. Sin embargo, hay cosas por fortalecer, por ejemplo: para algunas personas con discapacidad auditiva, es un canal poco accesible, dado que no cuenta con servicios de interpretación y el personal no está preparado para atenderlos.

Canal más humano

Aún cuando falta mayor conocimiento, este es el canal de mayor cercanía con el sector bancario. A lo largo del tiempo hemos generado familiaridad en los bancos a los que solemos ir.

Motivaciones y deseos de los perfiles en el canal presencial

Rígidos

Voy a la oficina porque...

Me toca solucionar un problema y no tengo la accesibilidad para hacerlo por otros canales.

En la atención prefiero...

Una atención preferencial y rápida, un trato respetuoso que se note en el conocimiento del asesor sobre mi discapacidad y su forma de interactuar conmigo.

Rekursivos

Voy a la oficina porque...

Voy a adquirir un producto, tengo dudas y quiero obtener información suficiente, para decidir bien.

En la atención prefiero...

Una atención preferencial y rápida, que me suministren información clara toma de decisiones y se cuenten con los ajustes según mi discapacidad.

Representados

Voy a la oficina porque...

Le solicito a mis familiares me acompañen porque debo firmar algún documento o hacer procesos porque yo sigo siendo el titular.

En la atención prefiero...

Que me atiendan junto con mi acompañante y se validen las decisiones con ambos.

Curiosos

Voy a la oficina porque...

Le solicito a mis familiares me acompañen porque debo firmar algún documento o tengo que retirar por ventanilla y es más fácil cuando me ven acompañado.

En la atención prefiero...

Que no me ignoren dirigiéndose solo a mi acompañante, me gustaría que me expliquen y enseñen con paciencia para que pueda aprender a hacerlo por mi propia cuenta.

Recorrido de la experiencia del canal presencial

Interacciones temporales

Son acciones que tiene el usuario con otros elementos dentro de la oficina, externas a la asesoría y la caja.

Momentos

Aquellas etapas que debe atravesar el usuario dentro del canal presencial.



1

Motivación

El usuario decide ir a la oficina por múltiples motivos: realizar transacciones, solicitar documentos e información de productos y procesos.



2

Bienvenida

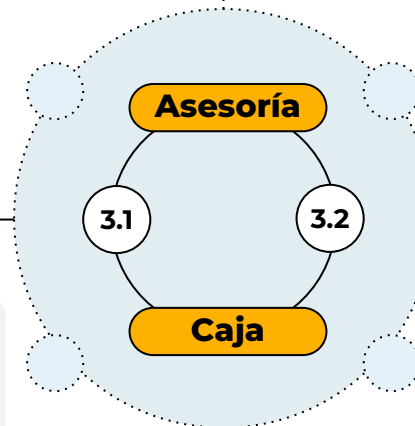
El usuario una vez entra a la oficina, debe encontrar la manera de solucionar su necesidad y/o pedir el turno.



3

Atención

Dependiendo del trámite que vaya a realizar, será atendido por distintos actores como las personas de asesoría o caja, o solucionará su necesidad con las herramientas (objetos) disponibles.



4

Despedida

El usuario después de haber realizado exitosamente (o no) el trámite que necesitaba, regresa a su casa.

Recorrido de la experiencia del canal presencial

Tipos de barreras (●) y habilitadores (●) en la accesibilidad

(F) Física (C) Cognitiva (I) Información (M) Comunicación

Momentos



1 Decido ir a la oficina



2 Entro a la oficina



3 Voy a asesoría



4 Voy a caja



5 Salgo de la oficina

F Cuando el funcionamiento del canal cambia, me genera mayor esfuerzo y afecta mi experiencia en el proceso, porque no encuentro ajustes razonables según mi necesidad.

F Prefiero ir a una oficina conocida, y que esté cerca a donde vivo. Esto me da seguridad para hacer mis transacciones y evitar problemas.

C Construir una relación de confianza con mi asesor facilita un entendimiento de mi historia y, por ende, un trámite más fluido.

F Cuando me encuentro oficinas sin accesibilidad, pierdo tiempo y me veo obligado a ir a otra oficina o pedir ayuda a un tercero, afectando mi seguridad y autonomía.

F Contar con una persona que me oriente en la oficina me ayuda a tener una experiencia más fluida. La persona responde a mis dudas desde el primer momento y no me hace esperar.

I Hay **turneros difíciles de encontrar**, lo que me obliga a interrumpir a otras personas para recibir guía, generando incomodidad para todos.

I Algunas veces prefiero tomar un turno normal porque suele **demorarse menos que el preferencial**.

M Los formatos y demás documentos del banco tienen letra pequeña, no están en digital y usan términos difíciles de comprender.

M Desconocimiento para interactuar adecuadamente con las personas según las características de su discapacidad. No se cuenta con el intérprete o guía intérprete de forma oportuna. Tenemos que esperar mucho para ser atendidos.

C Se desconoce nuestra autonomía cuando nos exigen que un tercero medie como apoderado para hacer trámites que nosotros podríamos hacer contando con los ajustes pertinentes.

M Cuando **el asesor me escribe en un papel la explicación** de lo que le pregunté, facilita mi proceso de entendimiento y los pasos a seguir con mi trámite.

F **Ir a la caja es incómodo** por su altura o vidrios aislantes. Nos toca alzar la voz o que nos hablen duro, revelando datos y aumentando así la inseguridad.

M Desconocimiento para interactuar adecuadamente con las personas según las características de su discapacidad. No se cuenta con el intérprete o guía intérprete de forma oportuna.

M Cuando no existen varios métodos de validación accesibles, ya sean biométricos o de reconocimiento facial, el proceso se demora mucho más.

I Siempre que el personal del banco es amable y muestra interés por ayudarme con mi trámite, siento agradecimiento y respeto por el banco.

M **Prefiero usar solo efectivo** para tener un mejor seguimiento de lo que gasto, debido a falta de conocimiento o desconfianza en los otros medios de pago.

F Aprovecho para hacer otras diligencias cuando voy al banco por lo que **prefiero una oficina que tenga cercanía a otros comercios o puntos de pago**.

Oportunidades de mejora según el momento de la experiencia

1 Decido ir a la oficina

- Contar con la **accesibilidad física** al ingreso e interior de las oficinas de las entidades.
- Potenciar la **seguridad y confianza** para realizar los trámites en la oficina.
- Fortalecer la **cercanía entre asesor y persona con discapacidad** para un mejor entendimiento de la necesidad.

2 Entro a la oficina

- Brindar mayor **claridad de los trámites que se pueden hacer en cada canal de atención** para un mejor entendimiento.
- Proporcionar alternativas de **formatos y autorizaciones de trámites accesibles** para las personas con distintas necesidades visuales, auditivas, cognitivas y de movilidad, con el fin de agilizar el proceso.
- Brindar **atención diferencial distinta al turno preferencial** para que reconozcan un valor agregado por su discapacidad.
- Implementar ajustes que faciliten la **orientación de las personas con discapacidad** desde el ingreso a la oficina y gestión de los trámites.

3 Voy a asesoría

- **Mejorar las capacidades de los asesores** para que puedan reconocer las características y necesidades específicas de las personas con discapacidad, permitiendo así una interacción adecuada.
- Crear mecanismos para **potenciar la autonomía** de las personas con discapacidad sin poner en peligro su seguridad y privacidad, cuando se realiza el trámite.
- Ofrecer **alternativas** de formatos y autorizaciones de trámites de acuerdo con las necesidades de las personas con discapacidad.

4 Voy a caja

- Reducir la **vulnerabilidad al robo de datos personales** en la caja para mejorar la seguridad tanto de los usuarios como de las entidades.
- Crear **mecanismos accesibles de validación** de información y titularidad de las personas con discapacidad, sin poner en peligro la seguridad y privacidad.
- Contar con los **ajustes razonables** necesarios para que la persona pueda hacer el trámite de forma autónoma.



5 Salgo de la oficina

- Expresar gratitud a las personas con discapacidad por **preferir una sede específica de la oficina**, para fortalecer la relación que mantienen con la entidad.
- Facilitar la **interacción de las personas con discapacidad con el personal** de la oficina para fomentar mayor cercanía y conectar con su necesidad.
- Reducir la sensación de inseguridad de las personas al usar el canal





Canal
telefónico

Atributos clave

del canal telefónico

Mayor esfuerzo

Debido a la necesidad de navegar el árbol de opciones y las dificultades para explicar sin gestualizar información, este canal implica una mayor demanda cognitiva para las personas, por lo cual prefieren evitarlo.

Desconfianza

Es un canal que genera mayor resistencia y miedo al momento de ser utilizado, debido a las estafas de las que algunos han sido víctimas, y las noticias que escuchan de otras personas con discapacidad sobre robos por este canal.



Lejano

Este canal se considera el más lejano porque no es posible desarrollar una relación con un mismo agente, verle a la cara y, en algunos casos, las respuestas son dadas por una máquina.

La última opción

La mayoría de los usuarios prefieren acudir directamente a la oficina cuando tienen problemas en otros canales o necesitan utilizar los servicios de la entidad financiera, por lo que llamar al call center se convierte en la última opción.

Desconocimiento

Los asesores del call center desconocen las características de la población con discapacidad y cómo interactuar con nosotros de forma adecuada, por lo que en ocasiones al mencionar la discapacidad lo ignoran.



Motivaciones y deseos de los perfiles en el canal telefónico

Rígidos

Llamo al call center porque...

Es la única opción para realizar el trámite o la solicitud que necesito.

En la atención prefiero...

que los agentes entiendan mis limitaciones y se adapten en ese sentido.

Rekursivos

Llamo al call center porque...

Fui derivado a ese canal para realizar el trámite o solicitud que necesito

En la atención prefiero...

recibir información clara y concisa que me ayude a tener seguridad y cercanía al realizar mis transacciones.

Representados

Llamo al call center porque...

Es el canal que prefieren mis familiares o personas de confianza para realizar los procesos ante la entidad financiera o fui derivado a ese canal.

En la atención prefiero...

poder contar con la paciencia del agente mientras valido la información con mis familiares.

Curiosos

Llamo al call center porque...

Es la única opción para realizar el trámite o solicitud que necesito.

En la atención prefiero...

que sea rápida y que no implique tantas dificultades y esperas.

Recorrido de la experiencia del canal telefónico



1

Motivación

Momentos
Aquellas etapas que debe atravesar el usuario dentro del canal telefónico.

El usuario debe llamar a la línea del contacto debido a que es el único canal por el cual puede realizar el procedimiento o porque no quiere ir a la oficina.



2

Llamo

El usuario debe recorrer las opciones del árbol de llamadas para encontrar la atención de un agente o la opción que más se ajuste a su necesidad.



3

Atención

Según la necesidad que motiva la llamada el usuario es atendido por un agente que le da explicaciones o lo redirecciona según sea el caso.

Consultar

Esperar



4

Despedida

El usuario después de haber realizado el trámite, ya sea de manera exitosa o no, finaliza la llamada colgando.

Recorrido de la experiencia del canal telefónico

Tipos de barreras (●) y habilitadores (●) en la accesibilidad

(F) Física (C) Cognitiva (I) Información (M) Comunicación

Momentos



1

Decido llamar



2

Hago la llamada



3

Hablo con el agente



4

Cuelgo la llamada

(M) Algunos asesores **desconocen cómo interactuar** con nosotros, y aún cuando les indicamos nuestra condición, ellos se ciñen al guión.

(C) Llamo cuando requiero hacer una consulta de saldos, cambio de contraseñas o interponer alguna PQRS.

(M) La información de los números telefónicos no es clara, y siempre debo consultar en internet. Si la página no es accesible, debo pedir ayuda y es demorado para mí.

(C) **No es clara** cuál de las opciones es la que coincide con mi necesidad, lo que me hace repetir varias veces el menú o buscar la opción de hablar con un asesor.

(M) **Los tiempos de espera son excesivos**, todavía más cuando se nos redirecciona entre distintas áreas, por lo que desistimos y acudimos al canal presencial.

(M) Cuando encontramos un asesor que es amable y que genuinamente muestra interés por nosotros y no simplemente sigue un guión, nos sentimos cercanos al banco.

(M) Las constantes interrupciones pueden hacer más difícil la comprensión de la situación por parte del agente y, por lo tanto, se puede hacer un mal direccionamiento.

(C) En algunos casos los agentes me repiten en palabras sencillas la solicitud que expuse. Esto hace más fácil la verificación de la información y me permite entender y darle un nombre a la necesidad que tengo.

(M) **A partir de palabras clave se asume mi necesidad** y se hace el direccionamiento, pero al no tener una escucha activa de la necesidad se puede direccionar erróneamente.

(M) Cuando el asesor tiene la competencia para atender nuestro requerimiento y lo hace de forma paciente y clara, genera mayor cercanía y menos demoras en el proceso.

(M) Cuando no se resuelve mi solicitud en este canal, **queda la sensación de frustración** que se refuerza cuando el agente pregunta si me puede ayudar con algo más.

(M) Al escuchar recomendaciones de seguridad alineadas con mi solicitud siento mayor confianza en el canal y considero que me aportan más valor.

Oportunidades de mejora según el momento de la experiencia



1 Decido llamar

- Dar **claridad sobre los procesos** que se pueden o deben realizar en cada canal para facilitar la interacción de las personas con discapacidad con la entidad.
- **Facilitar la búsqueda de los números de comunicación** con la entidad para asegurar el contacto cuando el usuario lo requiera.
- **Brindar alternativas** a las personas que por sus características físicas o cognitivas no pueden usar el canal para asegurar que los canales sean accesibles para todos los usuarios.

2 Hago la llamada

- **Simplificar el árbol de llamadas** para facilitar su uso por parte de las personas con discapacidad.
- Disminuir los **tiempos de espera en la línea así como los redireccionamientos entre áreas** para facilitar la experiencia de uso del canal telefónico.

3 Hablo con el agente



- **Fortalecer capacidades en los agentes** de call center para que reconozcan las características y necesidades específicas de las personas con discapacidad y así, puedan brindar una atención pertinente.
- **Caracterizar a los clientes con discapacidad** y ofrecer alternativas de contacto acordes con la categoría de discapacidad.
- Reforzar la **escucha activa de los agentes** para garantizar el correcto direccionamiento de los usuarios.
- Generalizar la **práctica de repetir en palabras sencillas las solicitudes** de los usuarios para confirmar que los mensajes quedan claros para los usuarios.

4 Cuelgo la llamada

- **Modificar el cierre de la llamada** para no hacer preguntas que aumentan la frustración cuando no hubo éxito en el proceso.
- Generalizar la práctica de **entregar recomendaciones de seguridad** de acuerdo con la solicitud realizada por los usuarios para que estas generen valor para los usuarios.





Canales **digitales**

Atributos clave del canal digital

Estos canales nos facilitan mucho la vida

Reconocemos que el uso de estos canales nos facilita realizar algunos trámites, pues lo hacemos en menos tiempo, nos ahorramos dinero en traslados, lo que los hace eficientes.

Mejor aliado o peor enemigo

Muchos de nosotros somos tecnológicos y estamos a la vanguardia de los cambios en las aplicaciones y páginas web, por tanto, nuestra experiencia, positiva o negativa, depende en gran medida del nivel de accesibilidad que estas plataformas ofrecen.



Usamos los canales digitales

A diferencia de lo que otros puedan pensar, la mayoría de nosotros usamos y preferimos realizar trámites que antes hacíamos de forma presencial, a través de la app o el portal web. Esto en ocasiones puede facilitar nuestra interacción con la entidad bancaria.

Mayores retos en accesibilidad

Debido a nuestra diversidad, la implementación de ajustes razonables varía según nuestras características.

Desconfianza

Algunos valoramos la estabilidad en los canales. Por esto, los constantes cambios de los canales digitales en las actualizaciones, nos generan desconfianza y mayor dificultad, porque en ocasiones, estos cambios afectan la accesibilidad web.

Motivaciones y deseos de los perfiles en el canal digital

Rígidos

Uso canales digitales porque...

es estrictamente necesario, ya que preferimos usar la oficina.

En la atención prefiero...

que sea fácil y tenga soporte y respuesta por seres humano cuando lo necesite.

Rekursivos

Uso canales digitales porque...

lo hemos aprendido a usar y vemos los beneficios que trae consigo.

En la atención prefiero...

que sea ágil, intuitiva y prevenga errores para poder usarla de manera frecuente y no tener inseguridad al usarla.

Representados

Uso canales digitales porque...

nuestros familiares los usan por nosotros para que sea más fácil.

En la atención prefiero...

que sea fácil y tenga soporte y respuesta por seres humano cuando lo necesite.

Curiosos

Uso canales digitales porque...

Aprendimos a usarlos y podemos realizar transacciones que consideramos sencillas.

En la atención prefiero...

que sean similares patrones de uso de otras aplicaciones (WhatsApp) y que funcionen en celulares de baja capacidad.

Recorrido de la experiencia del canal digital



1

Creación de usuario

Para hacer uso del canal, los usuarios deben hacer el proceso de descarga, registro y creación de usuario.



2

Motivación

Los usuarios usan el canal para varios trámites, pero principalmente para consultas (saldos, movimientos, extractos y cupos), para realizar pagos y hacer transferencias.



3

Ingreso al portal/app

Los usuarios ingresan al portal web o a la aplicación para poder realizar las acciones que les permite el canal.



4

Transacción

Los usuarios siguen los pasos para realizar y confirmar las transacciones que les permite el canal digital, según la entidad.



5

Después

Cuando el proceso dentro del canal no ha sido exitoso o existen dudas al respecto, los usuarios pueden acudir a otros canales en busca de explicación o soluciones.

Momentos

Aquellas etapas que debe atravesar el usuario dentro del canal digital.

Recorrido de la experiencia del canal digital

Tipos de barreras (●) y habilidades (●) en la accesibilidad

(F) Física (C) Cognitiva (I) Información (M) Comunicación

Momentos



1

Descargo la aplicación

- I** La descarga y activación de la aplicación, para muchos de nosotros es un reto: hay cosas que no las lee los lectores de pantalla, en otras el lenguaje no es claro, y a veces el uso de la aplicación no es intuitivo. Aquí, influye la diversidad de nuestras características y necesidades.
- C** Los dispositivos que más usamos para acceder a los canales digitales son los celulares inteligentes (smartphone) y los computadores.
- C** Para la mayoría de nosotros el ingreso a la aplicación, es el paso más sencillo, a menos que se hagan ajustes y/o actualizaciones.



2

Necesito una transacción

- C** Si tengo los productos en una misma entidad **puedo acceder a todos mis productos en un mismo espacio**, lo que me facilita el control y seguimiento a mis saldos y pagos.
- I** Aprendemos a ritmos y formas distintas dada nuestra diversidad. Por ejemplo, algunas personas con discapacidad intelectual o psicosocial podemos tener dificultad para comprender la información cuando no está redactada de forma clara, concreta y sencilla.
- I** Cuando las páginas web no cumplen con los estándares de accesibilidad, **M** quedamos imposibilitados para realizar cualquier tipo de transacción.



3

Ingreso al portal web

- I** **Al buscar en el navegador estoy más expuesto** a caer en páginas falsas, debido a que no tengo las herramientas para identificar su autenticidad, soy más vulnerable a fraudes.
- M**
- C** Puedo aprender trucos como usar accesos directos en el escritorio del computador para no tener que buscar en el navegador y sentir la seguridad que no siento en la aplicación.
- I** Para ingresar al transaccional normalmente hay que ingresar con el usuario, pero cuando estos botones no están etiquetados, los sistemas de apoyo como lectores de pantalla no los leen y, por tanto, no podemos hacerlo.
- M**



4

Ingreso a la aplicación

- I** La disponibilidad de las aplicaciones no siempre es constante, las caídas que puedan presentar refuerzan mi desconfianza en el canal y hacer que prefiera evitar su uso.
- M**
- C** Cuando tengo reconocimiento biométrico que funciona, solo pongo mi huella y se me facilita el acceso al canal y un uso con menos fricciones.
- C** La aplicación es más fácil de usar para mí porque tiene menos pasos y es más seguro que tener que buscar en el navegador el portal de la entidad financiera.

Recorrido de la experiencia del canal digital

Tipos de barreras (●) y habilitadores (●) en la accesibilidad

(F) Física (C) Cognitiva (I) Información (M) Comunicación

Momentos



Voy a hacer una transacción

- (I) La **información de saldos y movimientos es muy visible** en la aplicación apenas se ingresa a la misma, lo que me facilita tener control sobre mis gastos y hacer seguimiento a los pagos que he realizado.
- (M)
- (C) Existen cobros cuando se hacen transferencias entre entidades, así se hagan a través del canal virtual, lo que nos obliga a ir al canal presencial.
- (M)
- (I) Algunas actualizaciones en la app/web, afectan negativamente la ejecución de transacciones, en ocasiones lo que funcionaba deja de funcionar y debemos pedir ayuda a terceros.



Después de la transacción

- (I) Cuando se presentan fallas en el canal no es fácil confirmar si la transferencia que se estaba realizando fue exitosa o no, lo que genera incertidumbre y que tenga que acudir a otros canales como la oficina.
- (C) Cuando se presentan problemas constantes o inseguridad en el canal se rompe la confianza digital y prefiero acudir únicamente a canales que ya conozco y me siento más cómodo.



Oportunidades de mejora según el momento de la experiencia



1 Descargo la aplicación y creo mi usuario

- **Mejorar la accesibilidad** en las páginas web y en las aplicaciones para que las personas puedan navegar sin dificultad.
- Brindar un **acompañamiento paciente, seguro y cercano** a quienes están iniciando a usar el canal digital para que puedan aprender sus ventajas y continúen usándolo.

2 Necesito mi transacción

- Demostrar a los usuarios que el uso del canal digital **puede facilitar el control y la gestión de todos los productos** financieros que posean con una misma entidad, con el fin de fomentar el uso de estos canales
- Usar un **lenguaje claro, concreto y sencillo** que facilite la comprensión de la información, así como emplear una navegación intuitiva.

3 Ingreso al portal/app

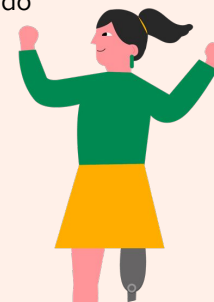
- Facilitar el **uso del canal web** para las personas con discapacidad evitando confusiones y errores para que puedan realizar más transacciones por este medio.
- Brindar **herramientas a las personas con discapacidad para identificar páginas fraudulentas** y evitar casos de estafa.
- **Etiquetar las imágenes, botones e ilustraciones claves** en el proceso, para que puedan ser leídos por los lectores de pantalla y las personas ciegas puedan navegar sin inconvenientes.

4 Voy a hacer una transacción

- **Reconocer** la dificultades sociales y económicas que tiene la población y establecer algún producto diferencial.
- Incentivar el **uso de canales digitales al reducir los costos de transferencias interbancarias**, promoviendo así que lo utilicen con mayor frecuencia.
- **Articular el trabajo conjunto** a través de organizaciones de personas con discapacidad para la construcción de soluciones pertinentes a las necesidades de la población o validar actualizaciones.

5 Después de la transacción

- **Prevenir la pérdida de confianza** de los usuarios que están explorando el uso de estos canales digitales, con el fin de evitar que dejen de utilizarlos.
- Facilitar la **confirmación de éxito o no de la transacción** cuando se presentan fallas en el canal, para darle seguridad al usuario sobre el estado de su transacción.



04



Conclusiones

Cuando hablamos de experiencia de personas con discapacidad con el sector financiero no podemos hablar de una única experiencia y tampoco de una única expectativa

Las personas con discapacidad nos caracterizamos por nuestra diversidad de pensamientos, comportamientos y expectativas. A partir del análisis realizado, se identificaron dos variables clave para comprender estas diversidades. Por un lado, nuestra "adaptabilidad", que se refiere a la capacidad de ajustarnos y responder efectivamente a los cambios en nuestro entorno o circunstancias. Por otro lado, la "toma de decisiones", donde algunos de nosotros optamos por mantener la autonomía en las decisiones sobre nuestra vida, mientras que otros preferimos delegar esta responsabilidad a personas de nuestro círculo social cercano.

A partir de estas dos variables encontramos 4 perfiles distintos que nos agrupan y nos ayudan a distinguir qué nos diferencia unos de otros. Esto facilita el diseño de soluciones alineadas a nuestras necesidades particulares. Es así como podemos encontrar:

Los Rígidos

Representamos el 11.32% de los participantes en la investigación y nos caracterizamos porque tomamos nuestras propias decisiones; sin embargo, no estamos dispuestos a buscar alternativas para ajustarnos a las condiciones del entorno, por lo que transferimos la responsabilidad completamente a las entidades financieras, pues consideramos que son quienes deben garantizarnos los ajustes razonables.

Los Recursivos

Somos el 70.75% de las personas que participamos en la investigación y nos caracterizamos porque somos independientes en la toma de decisiones y siempre estamos dispuestos a buscar alternativas para ajustarnos a las condiciones del entorno. Somos conscientes de las barreras que enfrentamos, pero nuestro conocimiento y recursividad nos ha permitido mitigarlas, sin que ello implique su eliminación.



Los Representados

El 6.60% de las personas que participamos en la investigación nos caracterizamos porque decidimos delegar la toma de decisiones a personas de nuestro círculo social cercano como familiares o amigos de confianza. Preferimos no preocuparnos por buscar alternativas para ajustarnos a las condiciones del entorno, por lo que transferimos la responsabilidad al tercero que nos apoya en el proceso.

Los Curiosos

Representamos el 11.32% de los participantes en la investigación y nos caracterizamos porque decidimos delegar la toma de decisiones a familiares o amigos de confianza. Sin embargo, estamos dispuestos a buscar alternativas para ajustarnos a las condiciones del entorno. Por tanto, consideramos que la responsabilidad de nuestra adaptabilidad depende de nosotros y del apoyo que recibimos de un tercero, pues no nos podemos varar ante un contexto que tiene barreras por mitigar.

Esta amplia diversidad implica que se diseñen servicios, protocolos, procesos y estrategias teniendo en cuenta nuestras particularidades en aras de conseguir una mejor experiencia para todos y cada uno de nosotros.



Es muy valioso que conozcas de primera mano nuestra experiencia y percepción sobre el uso del canal presencial, telefónico y digital en el sector financiero. Algo que se comparte entre los tres canales es la falta de una caracterización que permita el reconocimiento de nuestras necesidades. Además, la ausencia de capacitación del personal bancario es otro aspecto que destacamos como área de mejora urgente para garantizar un servicio inclusivo y ajustado a nuestras necesidades. A continuación, describimos los aspectos específicos de cada canal:

Con respecto al recorrido en el canal presencial para muchos de nosotros sigue siendo la opción preferida. Ir a una oficina bancaria nos hace sentir seguros, porque nos da la posibilidad de recibir atención detallada y acompañamiento.



Sin embargo, en ocasiones enfrentamos barreras para acceder a sucursales bancarias, especialmente las relacionadas con la movilidad y la comunicación. Las escaleras y la falta de plataformas elevadoras accesibles son un desafío, pues algunos bancos cuentan con este ajuste pero no se pueden usar cuando las necesitamos.

Algunas personas sordas, cuando accedemos a las oficinas no contamos con servicios de interpretación o debemos esperar mucho más tiempo mientras se logra el contacto con algún intérprete, lo que consideramos ineficiente.

También hemos identificado que en el proceso de obtención de créditos, nos enfrentamos a discriminación basada en nuestra discapacidad, pues negarnos el producto.

Por otro lado, sobre el uso del canal telefónico,

compartimos las siguientes reflexiones. En primer lugar, debemos admitir que para nosotros, recurrir al teléfono se convierte en la última opción. Preferimos, siempre que sea posible, dirigirnos directamente a la oficina para resolver cualquier problema o realizar transacciones. Esta preferencia se debe en parte a la desconfianza que sentimos hacia este canal. Hemos escuchado demasiadas historias de estafas realizadas a través del teléfono, lo que nos genera un gran temor al utilizarlo.

Además, el proceso de interactuar a través del teléfono implica un esfuerzo adicional para nosotros. Navegar por el árbol de opciones y explicar información sin la ayuda de gestos visuales puede resultar desafiante y agotador.

A menudo nos sentimos frustrados por la falta de comprensión de los asesores del call center sobre nuestras necesidades y cómo interactuar adecuadamente con nosotros.

Es evidente que hay un desconocimiento generalizado sobre las características de las personas con discapacidad, lo que conduce a interacciones inadecuadas o incluso a ser ignorados cuando mencionamos nuestra discapacidad.

En última instancia, el canal telefónico se percibe como el más distante y menos personal de todos. No podemos desarrollar una relación con un mismo agente, no podemos verles a la cara, y en muchas ocasiones, las respuestas provienen de una máquina, lo que aumenta aún más la sensación de desconexión.



Con respecto al recorrido en los canales digitales, nuestra experiencia es variada y se traduce en una serie de desafíos y oportunidades. **Algunos de nosotros valoramos la eficiencia y ahorro de tiempo que ofrecen los canales digitales**, encontrando en ellos una herramienta útil para realizar trámites de manera rápida y sin tener que desplazarnos, lo que implica un ahorro significativo en términos de tiempo y dinero. A diferencia de lo que otros puedan pensar, la mayoría de nosotros encontramos más cómodo y práctico interactuar con la entidad bancaria a través de estas plataformas digitales.

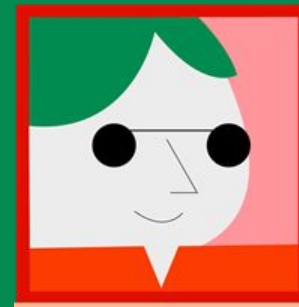
Sin embargo, nuestra experiencia con los canales digitales puede variar significativamente dependiendo del nivel de accesibilidad que ofrecen estas plataformas.

La accesibilidad en estos canales es un tema crucial para nosotros. Enfrentamos desafíos específicos, como la falta de etiquetado adecuado de imágenes y dificultades con lectores de pantalla. La desconfianza surge cuando las actualizaciones de los canales digitales no tienen en cuenta nuestras necesidades, generando inseguridad y dificultades adicionales en el acceso a los servicios bancarios.

Además, enfrentamos mayores retos en cuanto a la accesibilidad debido a nuestra diversidad. La implementación de ajustes razonables varía según nuestras características individuales, lo que destaca la importancia de que las plataformas digitales sean diseñadas considerando la diversidad de usuarios con discapacidad.

Por otro lado, algunos de nosotros valoramos la estabilidad en los canales digitales. Por lo tanto, los constantes cambios en las actualizaciones de estas plataformas pueden generarnos desconfianza y dificultades adicionales, especialmente cuando afectan la accesibilidad web.

En definitiva, esperamos que a partir de toda esta información, que representa las voces y acciones de nosotros como personas con discapacidad, estemos en el centro de la conversación para diseñar productos y servicios en torno a nuestras necesidades, expectativas y comportamientos. **Esto con el fin de ayudarnos a tener mejores experiencias, conseguir y mantener la autonomía e independencia que muchos de nosotros deseamos.**



Sigamos conociendo a las personas con discapacidad para construir un #UnMundoSinBarreras

Haz clic aquí para descargar el [informe completo](#) sobre puntos críticos y experiencia actual de la atención de personas con discapacidad en entidades financieras

Resumen ejecutivo

Puntos críticos y Experiencia actual

de la atención de Personas
con discapacidad en
entidades financieras

Un proyecto desarrollado con:

ANAGRAMA®
Antropología y Diseño de Negocios

