



Análisis

Al frente de los servicios bancarios sin barreras

España ocupa el segundo puesto en el ranking de inclusión financiera en Europa según la clasificación del Banco Mundial

JOSÉ LUIS MARTÍNEZ CAMPUZANO

Portavoz de la Asociación Española de Banca

La función de los bancos es facilitar los servicios y productos financieros que necesitan las personas y las empresas para sus proyectos y negocios. Para cimentar una buena relación entre ambas partes, es imprescindible una buena comunicación, interactiva, personalizada y especializada. Y cada cliente, en función de sus deseos o de su realidad personal, ha de poder elegir la mejor forma de comunicarse con su banco.

En España el acceso a los servicios financieros es fácil y generalizado y su coste está muy por debajo de la media europea, según se desprende de un reciente estudio de Deloitte. Los bancos ofrecen a sus clientes una gama amplia de canales para comunicarse, desde las sucursales tradicionales hasta las aplicaciones digitales y las páginas web, pasando por los cajeros, las oficinas móviles y los agentes comerciales. La extensa red de oficinas bancarias en España, con la mayor densidad por habitante de toda Europa, pone de manifiesto el esfuerzo de la industria para comunicarse con los consumidores.

Al mismo tiempo, nuestros bancos encabezan la transformación digital en el Viejo Continente para ajustarse a la cada vez mayor demanda de servicios y productos online de la sociedad. La clave es tratar de ofrecer siempre el mejor servicio, sea cual sea el canal elegido por el cliente.

Dentro de la estrategia de dar servicio, la accesibilidad es una prioridad y una meta para los bancos. Hace tiempo que se adentraron por esta sen-



GETTY IMAGES

da, pero aún tienen mucho camino que recorrer. La discapacidad no puede ser un obstáculo en la relación entre el cliente y su banco. La industria financiera lo tiene muy claro y su compromiso

para derribar barreras de comunicación es firme. Cada entidad opta por sus propias soluciones. Las fórmulas son diversas: la adaptación física de las oficinas, las apps para invidentes en cajeros con información en braille, los servicios de videollamada en lengua de signos para personas con problemas de audición o los bucles magnéticos en sucursales.

Según el I Plan Nacional de Accesibilidad 2004-2012, aproximadamente el 40% de la población se beneficia de productos y servicios accesibles. Este porcentaje puede aumentar si tenemos en cuenta la merma de capacidades que puede ir aparejada al envejecimiento y si entendemos la discapacidad como cualquier barrera que impida la autonomía de las personas. En el caso de los productos y servicios financieros, el desafío no es tanto adaptarlos a la situación personal del cliente como ofrecerlos a través de un canal que pueda utilizar. Aquí contamos con la tecnología, un poderoso aliado para lograrlo.

La tecnología y la innovación nos permiten avanzar en la inclusión social

de las personas. Conjuntamente con la digitalización, eliminan las barreras materiales derivadas de la existencia de limitaciones de las capacidades funcionales de las personas. Todos debemos tener la posibilidad de mejorar nuestra calidad de vida, dentro de una sociedad dinámica y cada vez más tecnificada.

El Banco Mundial señala que España ocupa el segundo puesto en el ranking de inclusión financiera en Europa, y uno de los primeros a escala mundial. La ambición de nuestras entidades es siguiendo el mejor servicio a todos los clientes para garantizar su satisfacción y preservar con ellos una relación a largo plazo, imprescindible para que los bancos puedan alcanzar sus objetivos económicos en el actual contexto de transformación digital.

Pocos son los que aún no son conscientes de ello y los escépticos que no valoran los enormes beneficios de la revolución digital, que elimina fronteras y permite llevar productos y servicios financieros en situaciones personales y hasta lugares donde antes era muy complicado.



La extensa red de oficinas bancarias en España demuestra el esfuerzo del sector por comunicarse con sus clientes