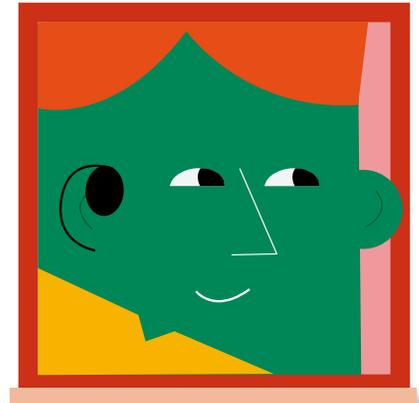
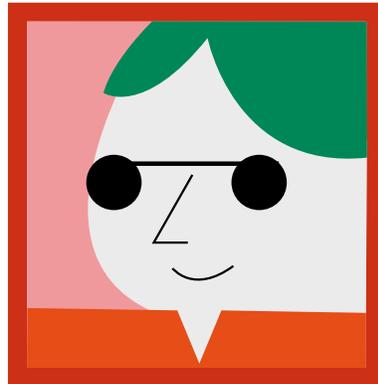
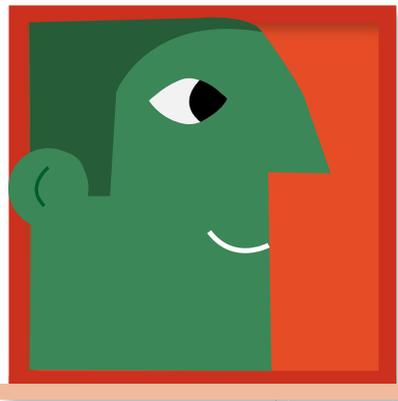


# Abriendo Puertas

Recomendaciones para el diseño de experiencias de atención inclusivas en el sector financiero para personas con discapacidad.



**Este documento ha sido desarrollado para el  
Proyecto Abriendo Puertas liderado por**



**Con el apoyo de**



Cómo citar este informe:

Fundación Saldarriaga Concha, Asobancaria & Pacto de Productividad  
(2024). Guía Abriendo Puertas. Proyecto Abriendo Puertas.

# ÍNDICE

**01** **Introducción**

---

**02** **Glosario**

---

**03** **¿Quiénes son las personas con discapacidad?**

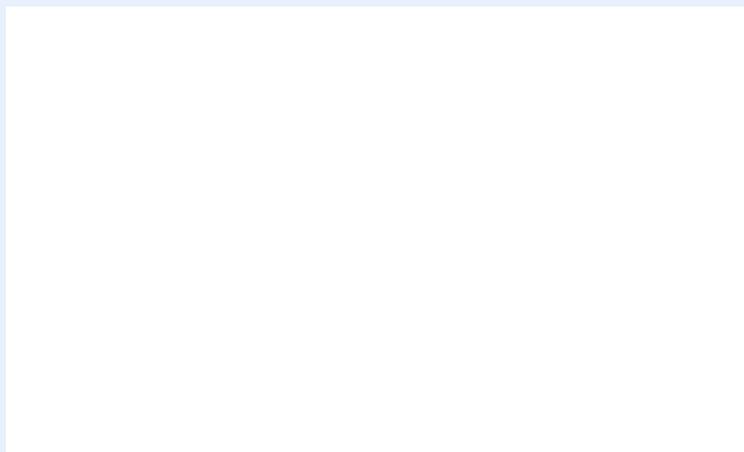
---

**04** **¿Cómo diseñar experiencias enfocadas en las personas con discapacidad?**

---

**05** **¿Cómo deberían ser las experiencias en los canales de atención?**

---

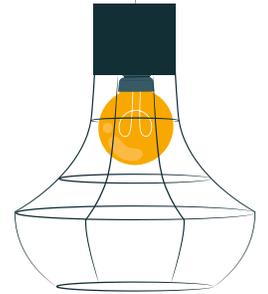




# INTRODUCCIÓN



# Empieza a abrir las puertas hacia un mundo sin barreras



**Más de 1,2 millones de las personas adultas colombianas adquirieron productos financieros por primera vez en 2022, y el 92,3% tenía al menos un producto financiero.**

**Sin embargo, este dato pone de relieve una realidad que a menudo permanece en la sombra: las personas con discapacidad son invisibles en estas estadísticas financieras. Esta invisibilidad complica la labor de las entidades bancarias para identificar las necesidades y barreras que enfrenta esta población particular.**

Por otro lado, las estadísticas presentadas por el DANE en el 2020 muestran que en Colombia existen más de 3.100.000 personas con discapacidad, representando un 7,1% de la población total del país. Durante el trimestre comprendido entre diciembre de 2023 y febrero de 2024, la tasa de participación global de este segmento poblacional alcanzó un 24,2%, lo que subraya su potencial como consumidores financieros y la urgente necesidad de priorizar acciones que mejoren su experiencia al acceder a productos y servicios financieros.

Gracias a la identificación de la población con discapacidad en la Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH), hoy es posible contar con información sobre el uso de algunos productos financieros en los hogares con personas con discapacidad. Para el (2023), se estimó que el 44% de estos hogares no utilizaba ningún producto financiero, y que existía una brecha del 8% entre los hogares con y sin discapacidad. Estas brechas persisten tanto en áreas urbanas como rurales, así como en hogares liderados por mujeres.

A pesar de estos desafíos, la Superintendencia Financiera de Colombia (SFC) ha avanzado desde el punto de vista jurídico para promover la inclusión financiera de personas con discapacidad. La Circular Externa 008 de 2017 establece medidas específicas para la atención, protección y respeto de los consumidores financieros con discapacidad, así como la implementación de programas de educación financiera accesibles.

Aunque las entidades financieras han implementado medidas para mejorar la accesibilidad y el uso de sus productos y

## INTRODUCCIÓN

---

servicios para algunos tipos de discapacidades, las personas con discapacidad aún enfrentan múltiples barreras físicas, comunicativas y actitudinales al interactuar con el sector financiero. El gran reto está en reconocer y eliminar estas barreras para promover una inclusión financiera que garantice la participación plena y efectiva de esta población en la sociedad, desde la garantía de sus derechos.

Esta guía es el resultado de una exhaustiva investigación que combina el análisis documental del estado de arte sobre la inclusión financiera de personas con discapacidad, con valiosas perspectivas

obtenidas de una investigación de campo. A través de diversos testimonios, esta guía ofrece elementos clave para mejorar la experiencia de los usuarios con discapacidad en los canales presencial, telefónico y digital del sector financiero.

En esta guía encontrarás lineamientos para la creación de experiencias de atención centradas en personas con discapacidad.

Primero, descubriendo quiénes son estas personas, para luego conocer cómo responder a sus principales necesidades financieras.

Te invitamos a explorar las páginas de esta guía y descubrir cómo puedes contribuir a crear un mundo sin barreras.



# Esta guía es el resultado de ...

**Un proceso de consultoría liderado por la Fundación Saldarriaga Concha, Asobancaria y el Programa Pacto de Productividad que tiene como objetivo facilitar a a las entidades financieras la implementación de experiencias diversas.**

Para desarrollar esta guía, se tuvo **un enfoque de diseño centrado en las personas**, pasando por distintas fases que ha permitido poner en el centro las voces de las personas con discapacidad en Colombia.

**Fases de la metodología de diseño centrado en las personas:**

**1. Descubrimiento.**

**2. Desarrollo.**

**3. Despliegue.**

En la fase de descubrimiento la investigación se dividió en tres momentos. En el primero, se entendió la experiencia de las personas con discapacidad desde fuentes académicas, estadísticas y periodísticas. Lo que brindó un panorama sobre las características generales de las personas con discapacidad, buenas prácticas, los retos frente a sus experiencias financieras y sus tendencias de comportamiento. Información que se encuentra consignada en el **informe de contextualización y tendencias de atención a personas con discapacidad.**

El segundo momento consistió en una investigación cualitativa, en la cual participaron **14 entidades financieras agremiadas en Asobancaria. En esta investigación se logró realizar 30 grupos focales donde participaron 106 personas con discapacidad, 18 ejercicios de cliente oculto, 6 en cada canal, 12 recorridos en sedes bancarias y 7 entrevistas a profundidad con colaboradores de los bancos.**

Por último, el tercer momento de la fase de descubrimiento dio lugar al análisis e interpretación de la información. Allí se identificaron perspectivas y oportunidades que permitieron entender de primera mano las percepciones, expectativas, barreras y necesidades de las personas con discapacidad.

De esta manera, se identificó que no todas las personas esperan lo mismo o tienen las mismas barreras en su interacción con las entidades financieras. Por lo que permitió agruparlos según su comportamiento y así pues, generar arquetipos o perfiles que representan su diversidad.

Así mismo, durante esta fase se realizó un análisis de su percepción frente a la experiencia que tienen con los canales de atención presencial (oficinas), telefónico y los canales digitales (página web y aplicaciones). **Información que está disponible en el informe de Puntos críticos y Experiencia actual de la atención de personas con discapacidad en entidades financieras.**

**Conoce más sobre el 1er informe** 

**Conoce más sobre el 2do informe** 

## INTRODUCCIÓN

---

Posteriormente, se llegó a la fase de desarrollo, donde se cocrearon y validaron las soluciones. En esta fase, se realizaron tres talleres, cada uno enfocado en un canal de atención. Logrando en total, la participación de 69 personas de diversos equipos de las entidades financieras integrantes del proyecto. Lo que permitió la creación de soluciones enfocadas en las personas con discapacidad según las barreras actuales a las que se enfrentan en cada canal de atención.

Una vez las soluciones fueron planteadas, se procedió a su validación, para la cual se construyeron tres prototipos (pilotos o pruebas), uno por cada canal de atención. Estos fueron

validados con 18 personas con discapacidad para conocer su percepción sobre las experiencias diseñadas, aquello que les resulta más valioso o no al momento de relacionarse con las entidades financieras en estos canales.

**Todos los aprendizajes de la fase tanto de descubrimiento como desarrollo se encuentran incorporados en las recomendaciones de la presente guía. La cual pretende ser una herramienta que brinde elementos para la construcción y despliegue de mejoras en las experiencias de atención de las personas con discapacidad en las entidades financieras.**



# GLOSARIO





## Concepto Discapacidad:

La Convención de Derechos de Personas con discapacidad- CDPCD, la define como: “Un producto social, generado por la interacción de las personas con deficiencias y un entorno con barreras y obstáculos que evitan la participación plena y efectiva en la sociedad de la persona con la deficiencia, en igualdad con los demás”.

## Modelo social y de enfoque de derechos

Argumenta que las causas de la discapacidad son primordialmente sociales y que esta es el producto de la relación de las limitaciones individuales del sujeto con las barreras del entorno.

Se considera que las Personas con discapacidad tienen mucho que aportar a la sociedad, en la medida que el medio garantice los ajustes pertinentes y la comunidad en general parta de un principio de aceptación de la diferencia.

**Con este modelo social y el enfoque de derechos, en 2009, Colombia adoptó la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad por medio de la Ley 1346 de 2009, y posteriormente, aprobó la Ley Estatutaria 1618 de 2013, para garantizar el pleno ejercicio de los derechos de las personas con discapacidad.**

## Personas con discapacidad

De acuerdo con la Convención Internacional sobre los Derechos de las Personas con discapacidad, las Personas con discapacidad incluyen a aquellas que tengan deficiencias físicas, mentales, intelectuales o sensoriales a largo plazo que, al interactuar con diversas barreras, puedan impedir su participación plena y efectiva en la sociedad, en igualdad de condiciones con las demás. En Colombia se reconocen siete tipos de discapacidad: intelectual, psicosocial, auditiva, física, visual, sordoceguera y múltiple.



## Discapacidad Intelectual

Personas que presentan deficiencias en las capacidades mentales generales, como el razonamiento, la resolución de problemas, la planificación, el pensamiento abstracto, el juicio, el aprendizaje académico y el aprendizaje de la experiencia.

## Discapacidad Psicosocial

Personas con deficiencias (alteraciones en el pensamiento, percepciones, emociones, sentimientos, comportamientos y relaciones, considerados como signos y síntoma atendiendo a su duración, coexistencia, intensidad y afectación funcional).

## Discapacidad Auditiva

Personas sordas y personas con hipoacusia esto es, aquellas que debido a una deficiencia en la capacidad auditiva presentan dificultades en la discriminación de sonidos, palabras, frases, conversación e incluso sonidos con mayor intensidad que la voz conversacional, según el grado de pérdida auditiva.

**Nota: Es incorrecto referirse a una persona sorda como una persona sordomuda.**

## Discapacidad Física

Personas con dificultad funcional para el movimiento corporal y su relación en los diversos entornos al caminar, cambiar o mantener posiciones del cuerpo, llevar, manipular o transportar objetos y realizar actividades e interactuar con otros sujetos.



## Discapacidad Visual

Personas ciegas y personas con baja visión, es decir, quienes, a pesar de usar gafas o lentes de contacto, o haberse practicado cirugía, tienen dificultades para distinguir formas, colores, rostros, objetos en la calle, ver en la noche, ver de lejos o de cerca, independientemente de que sea por uno o ambos ojos.

## Discapacidad Sordoceguera

Es una discapacidad única que se caracteriza por la pérdida total o parcial de la visión y de la audición, que trae como consecuencia dificultades en la comunicación, orientación, movilidad y acceso a la información.



## Discapacidad Múltiple

Presencia de dos o más deficiencias asociadas, de orden físico, sensorial, mental o intelectual, las cuales afectan significativamente el nivel de desarrollo, las posibilidades funcionales, la comunicación, la interacción social y aprendizaje, por lo que requieren para su atención de apoyos generalizados y permanentes. Las particularidades de la discapacidad múltiple no están dadas por la sumatoria de los diferentes tipos de deficiencia sino por la interacción que se presenta entre ellos.

## Ajustes razonables

Modificaciones y adaptaciones necesarias y adecuadas que no impongan una carga desproporcionada o indebida, para garantizar a las personas con discapacidad el goce o ejercicio, en igualdad de condiciones con las demás, de todos los derechos humanos y libertades fundamentales. [Congreso de la República, Ley 1346, 2009, Art. 2°].

## Acceso y accesibilidad

«Condiciones y medidas pertinentes que deben cumplir las instalaciones y los servicios de información para adaptar el entorno, productos y servicios, así como los objetos, herramientas y utensilios, con el fin de asegurar el acceso de las personas con discapacidad, en igualdad de condiciones, al entorno físico, el transporte, la información y las comunicaciones, incluidos los sistemas y las tecnologías de la información y las comunicaciones, tanto en zonas urbanas como rurales...» [Congreso de la República, Ley Estatutaria 1618, 2013, Art. 2°].



## Diseño universal

Atendiendo a las definiciones que ofrece la Convención sobre Derechos de las Personas con Discapacidad [CDPcD] en su Artículo 2, adoptada por la Ley 1346 de 2009 por el Estado Colombiano, por “Diseño Universal [DU] se entenderá el diseño de productos, entornos, programas y servicios que puedan utilizar todas las personas, en la mayor medida posible, sin necesidad de adaptación ni diseño especializado.

## Barreras

Cualquier tipo de obstáculo que impida el ejercicio efectivo de los derechos de las personas con algún tipo de discapacidad. Estas pueden ser:

- **Actitudinales:** Se refieren a actitudes, palabras, estigmas y prejuicios que dificultan el acceso igualitario de las personas con discapacidad a la sociedad.
- **Comunicativas:** Aquellos obstáculos que dificultan el acceso a la información y la participación en procesos de comunicación de las personas con discapacidad a través de diversos medios.
- **Físicas:** Barreras tangibles o materiales que impiden o dificultan el acceso a espacios, objetos y servicios públicos y privados en igualdad de condiciones para las personas con discapacidad. (Congreso de la República, Ley Estatutaria 1618, 2013, Art. 2°).

# ¿QUIÉNES SON LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD?



033



# Conoce a las personas con discapacidad



Aunque las personas con discapacidad mantienen una diversidad entre sí debido a las características propias de su discapacidad, se pueden identificar similitudes en sus expectativas y comportamientos. Por ejemplo, en lo que se refiere a la experiencia del acceso y uso de productos y servicios financieros, al manejo de dinero, a la disposición para utilizar herramientas digitales y su relación con las entidades financieras, entre otros aspectos que no están determinados únicamente por su discapacidad.

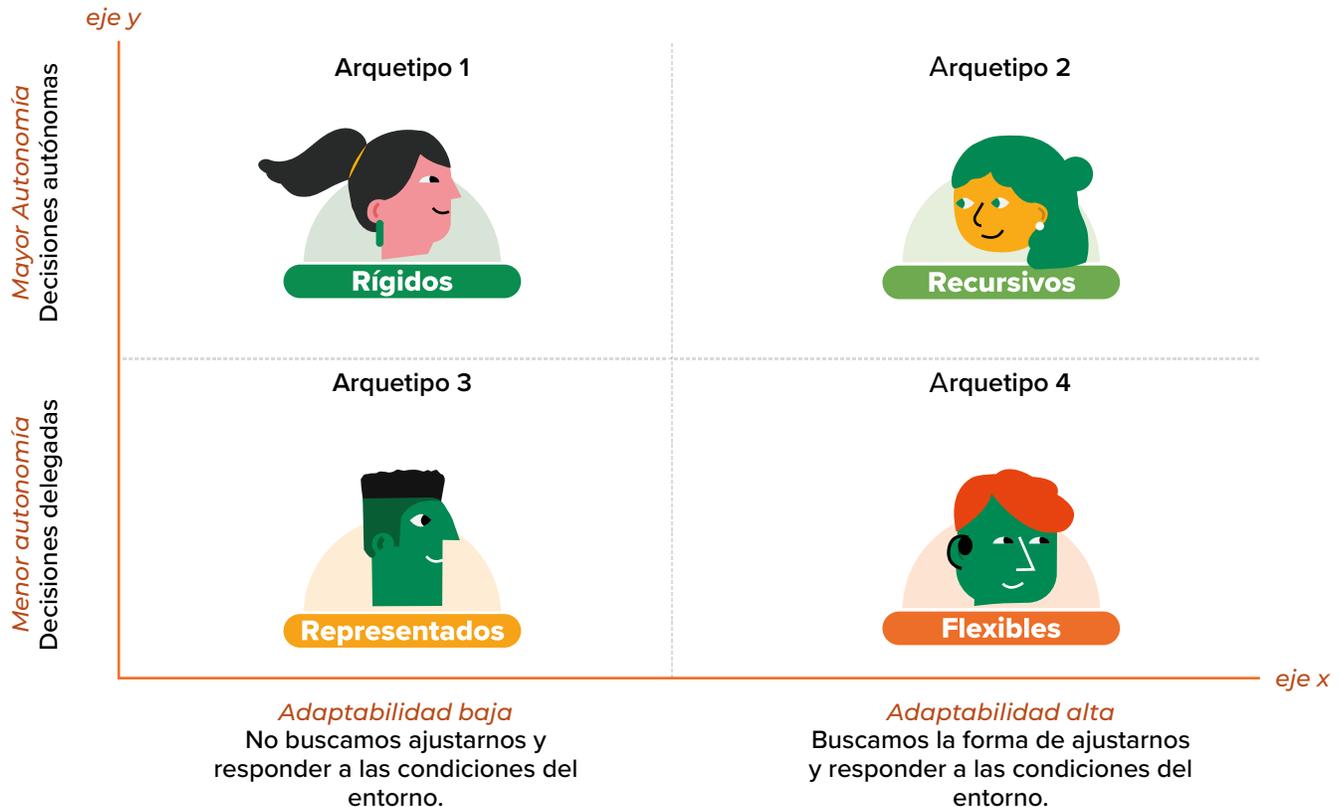


*Los arquetipos hacen referencia a modelos de personas que representan patrones de comportamientos, motivaciones, estilo de vida, hábitos, intereses y necesidades de un grupo de usuarios/clientes.*

En este sentido, y de acuerdo a la investigación cualitativa, se definieron arquetipos de personas con discapacidad que interactúan con productos y servicios financieros en Colombia.

Se llevó a cabo un análisis de los patrones de comportamiento y se identificaron 2 variables cualitativas que permitieron la construcción de 4 arquetipos. Para esto, se implementó una matriz 2x2 donde cada eje corresponde a un patrón de comportamiento; en los cuadrantes resultantes se definieron los arquetipos de usuario.

# Matriz de perfilación



## Variables de la matriz

Hace referencia a factores cualitativos que determinan los patrones de comportamiento de cada arquetipo, según su posición dentro de la matriz.

### 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.

*Nota: La capacidad de recursividad de las personas, no implica la eliminación de la barrera.*

Para una comprensión más profunda de lo que cada arquetipo representa, a continuación encontrarás un análisis detallado de cada uno de ellos. En este análisis se desglosan las características, comportamientos y percepciones de cada perfil, permitiendo así una visión más completa y empática de las experiencias de estas personas.

**Rígidos**

**Flexibles**

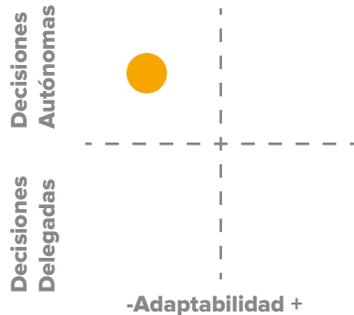
**Recursivos**

**Representados**

---

Todos los datos numéricos presentados a continuación corresponden a un análisis de los datos recolectados de manera cualitativa. Estos datos **NO** son representativos ni concluyentes para el total del universo de personas mayores en Colombia.

# Rígidos



## Sobre el perfil

Toman sus propias decisiones; sin embargo, no están dispuestos a buscar alternativas para adaptarse a las condiciones del entorno. Por lo tanto, transferirán completamente la responsabilidad a las entidades financieras, ya que consideran que son quienes deben garantizarles los ajustes razonables.

## Autopercepción del nivel tecnológico

Bajo Medio Alto

Les gusta tecnología, están dispuestos a continuar aprendiendo a manejarla en la medida que sea accesible.



### Dispositivos que más usados y para qué

Celular inteligente para usar redes sociales, manejar productos financieros y diversión.

## Categorías de discapacidad que se encuentran en este perfil:

Psicosocial

Sordoceguera

Auditiva



**Nota:** En la investigación el 11.32% de la muestra pertenece a este perfil, que se compone por un 75% de personas con discapacidad psicosocial, un 17% de personas con sordoceguera y un 8% de personas con discapacidad auditiva.

## Barreras de accesibilidad que enfrentan e impiden su interacción y acceso a los productos y servicios que ofrece el sector financiero.

- Barreras a la información y a la comunicación, cuando la información no es proporcionada de forma clara, concreta y sencilla. Además no se cuenta con servicio de intérprete o guías intérpretes.
- Barreras de acceso al medio físico.
- Barreras actitudinales, cuando se estigmatiza a razón de un diagnóstico médico y/o se desconocen las características de la discapacidad y ello impide una adecuada interacción.

## Actitud frente al dinero

### Manejo del dinero:

Prefieren el efectivo y los pagos electrónicos como forma de pago. Cuando se hacen retiros se prefiere solicitar acompañamiento de terceros de confianza.

Inconformes

## Relación con las entidades financieras

### Frente al sistema financiero nos sentimos:

Aún cuando se tiene un relacionamiento permanente con el banco para hacer uso de productos y servicios, la falta de ajustes razonables presenta desafíos importantes, generando frustración y limitaciones para actuar de manera autónoma.

## Con quién van a la entidad:



Familiares o amigos de confianza.

## Canal de atención más usado:



Presencial

## Sus principales productos financieros son:



Cuenta de ahorros



Créditos



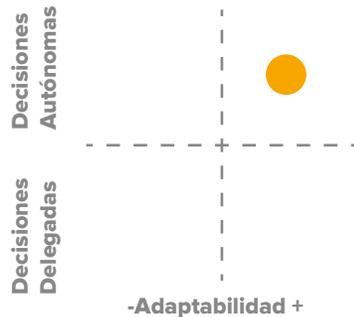
Billeteras digitales

## Frente a su experiencia financiera

### Expectativas:

- Que los bancos sepan quienes son y reconozcan sus características y necesidades.
- Sentirse incluidos en la medida que el banco garantice los ajustes razonables.
- Que los colaboradores del banco estén capacitados para interactuar de forma adecuada con ellos.

# Recursivos



## Sobre el perfil

Son independientes en la toma de decisiones y siempre están dispuestos a buscar alternativas para ajustarse a las condiciones del entorno. Son conscientes de las barreras que enfrentan, pero su conocimiento y recursividad les han permitido mitigarlas, sin que ello implique su eliminación.

## Autopercepción del nivel tecnológico

Bajo Medio Alto

Cuentan con altos conocimientos en tecnología y son usuarios de diferentes herramientas tecnológicas, lo que les da el criterio para identificar cuándo algo no funciona. Están a la vanguardia.



### Dispositivos que más usados y para qué

Celular inteligente y computador: usar redes sociales, manejar productos financieros, trabajar, diversión.

## Categorías de discapacidad que se encuentran en este perfil:

Visual

Auditiva

Física

Intelectual

Sordoceguera

Psicosocial



**Nota:** En la investigación, el 70.75% de la muestra corresponde a este perfil, compuesto por un 25% de personas con discapacidad visual, un 24% de personas con discapacidad física, un 21% de personas con sordoceguera, un 19% de personas con discapacidad auditiva, un 5% de personas con discapacidad intelectual y un 5% de personas con discapacidad psicosocial.

## Barreras de accesibilidad que enfrentan e impiden su interacción y acceso a los productos y servicios que ofrece el sector financiero.

- Barreras actitudinales por desconocimiento de las características de la discapacidad, la falta de caracterización y de pertinencia en la implementación de ajustes razonables. Desconocimiento de los actores del ecosistema de la inclusión como las organizaciones de y para personas con discapacidad.
- Barreras a la información y a la comunicación, cuando la información no es proporcionada de forma clara, concreta y sencilla. Además no se cuenta con servicio de intérprete o guías intérpretes, la interfaz de las apps no tiene vista en html, faltan etiquetas en los botones y gráficos, los cajeros no cuenta con lector pantalla o braille, entre otras.
- Barreras de acceso al medio físico.

## Actitud frente al dinero

### Manejo del dinero:

Son autónomos en el manejo de su dinero, prefieren los pagos electrónicos como forma de pago.

Ingeniosos

## Relación con las entidades financieras

### Frente al sistema financiero nos sentimos:

Al tener que buscar estrategias para adaptarnos a las barreras que encontramos en las entidades bancarias en cada canal. En general tenemos un relacionamiento permanente con el banco.

## Con quién van a la entidad:

Solo

## Canal de atención más usado:

Aplicación y página web

Presencial

## Sus principales productos financieros son:

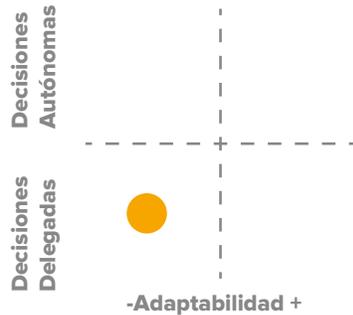


## Frente a su experiencia financiera

### Expectativas:

- Trabajar de la mano con los bancos para que sepan quiénes son, reconozcan sus características y necesidades, y puedan construir soluciones pertinentes.
- Tener un portafolio de productos preferencial que considere sus retos sociales y económicos.
- Articular estrategias de comunicación para que tanto los bancos como las personas estén informadas sobre los ajustes que ofrecen los bancos.
- Recibir una atención empática, adecuada y acorde con su forma de comunicación y de hacer las cosas, por parte de los colaboradores.
- Recibir atención preferencial.

# Representados



## Sobre el perfil

Deciden delegar la toma de decisiones a personas de su círculo social cercano, como familiares o amigos de confianza. Prefieren no preocuparse por buscar alternativas para ajustarse a las condiciones del entorno, por lo que transferirán la responsabilidad al tercero que los apoya en el proceso.

## Autopercepción del nivel tecnológico

Bajo Medio Alto

Tienen bajos niveles de conocimientos tecnológicos; utilizan lo básico y cuentan con alguien que los apoya cuando lo necesitan.



### Dispositivos que más usados y para qué

Celular inteligente: redes sociales, chatear con amigos, diversión.

## Categorías de discapacidad que se encuentran en este perfil:

Intelectual

Sordoceguera



**Nota:** En la investigación el 6.60% de la muestra pertenece a este perfil, que se compone por un 86% de personas con discapacidad intelectual y un 14% de personas con sordoceguera.

## Barreras de accesibilidad que enfrentan e impiden su interacción y acceso a los productos y servicios que ofrece el sector financiero.

- Barreras de acceso a la información y a la comunicación, cuando encontramos textos complejos, la información no está disponible en nuestra forma de comunicarnos.
- Barreras actitudinales por desconocimiento de las características de nuestra discapacidad, la falta de caracterización y de pertinencia en la implementación de ajustes razonables.

## Actitud frente al dinero

### Manejo del dinero:

Delegan el tema de pagos y manejo de dinero a sus padres o personas de confianza. Sin embargo, cuando pagan, prefieren utilizar dinero en efectivo.

Indiferentes

## Relación con las entidades financieras

### Frente al sistema financiero nos sentimos:

Dado que delegamos en terceros la responsabilidad de transacciones, nuestro relacionamiento es bajo. Vamos al banco cuando es totalmente necesario: firma de documentos, desembolsos.

## Con quién van a la entidad:



Familiares

## Canal de atención más usado:



Presencial

## Sus principales productos financieros son:

Cuenta de ahorros

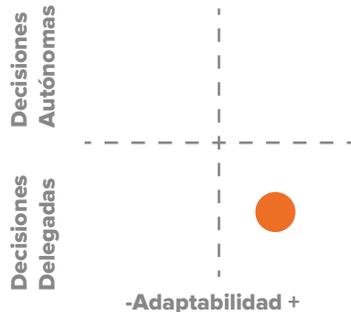
Créditos

## Frente a su experiencia financiera

### Expectativas:

- Poder delegar de manera segura y fácil su responsabilidad frente a la entidad financiera.
- Que el banco tenga en cuenta sus sistemas de comunicación y entregue información clara, concreta y sencilla, en cada uno de los canales.

# Flexibles



## Sobre el perfil

Deciden delegar la toma de decisiones a familiares o amigos de confianza. Sin embargo, están dispuestos a buscar alternativas para ajustarse a las condiciones del entorno. Consideran que la responsabilidad de su adaptabilidad depende de ellos mismos y del apoyo que reciben de un tercero, ya que no pueden quedarse varados ante un contexto que presenta barreras por mitigar.

## Autopercepción del nivel tecnológico

Bajo Medio Alto

Tenemos bajos conocimientos en tecnología, solo nos relacionamos con aquellas herramientas que usamos de forma cotidiana.



### Dispositivos que más usados y para qué

Celular inteligente: usar redes sociales, hablar y chatear.

## Categorías de discapacidad que se encuentran en este perfil:

Intelectual

Psicosocial



**Nota:** En la investigación el 11.32% de la muestra pertenece a este perfil, que se compone por un 92% de personas con discapacidad intelectual y un 8% de personas con discapacidad psicosocial.

## Barreras de accesibilidad que enfrentan e impiden su interacción y acceso a los productos y servicios que ofrece el sector financiero.

- Barreras de acceso a la información y a la comunicación, cuando encontramos textos complejos, uso de lenguaje técnico, frases largas, palabras con muchas sílabas.
- Barreras actitudinales por desconocimiento de las características de nuestra discapacidad.
- Tener largos tiempos de espera en las oficinas sin que se refleje la prioridad en el turno.

## Actitud frente al dinero

### Manejo del dinero:

Algunos preferimos realizar pagos de forma electrónica porque usamos app, otros nos inclinamos por las transacciones en efectivo con ayuda de nuestros familiares.

En desventaja

## Relación con las entidades financieras

### Frente al sistema financiero nos sentimos:

El manejo de mi dinero es importante, y aunque busco la forma de adaptarme, la falta de ajustes razonables nos presenta desafíos importantes, generando frustración y limitaciones en nuestra capacidad para actuar de manera autónoma, por lo que optamos por la ayuda de un familiar.

## Con quién van a la entidad:



Familiares

## Canal de atención más usado:



Presencial

## Nuestros principales productos financieros son:

Cuenta de ahorros

Créditos

Billeteras digitales

## Frente a su experiencia financiera

### Expectativas:

- Sentir comodidad al asistir a la oficina, tanto en relación al espacio físico, como a los tiempos de espera y la atención recibida.
- Recibir información clara, concisa y fácil de entender.
- Ser tratado con paciencia y empatía, considerando la forma de comunicación y de búsqueda de soluciones.

# Personas con sustitución de voluntad\*

Hay un grupo de personas con discapacidad que por diversas razones, han perdido parcial o totalmente su capacidad legal para tomar decisiones por sí mismos y deciden otorgar legalmente a un familiar.

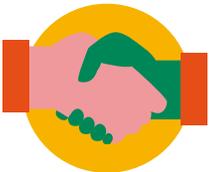
Si bien en la investigación no se contó con la participación de personas con esta figura jurídica, consideramos importante que tengas información sobre elementos que te permitan

identificarlas y brindarles una atención adecuada.

Lo anterior, considerando que en Colombia se expidió la Ley 1996 de 2019 “Por medio de la cual se establece el régimen para el ejercicio de la capacidad legal de las personas con discapacidad mayores de edad” y se elimina la figura de interdicción.

## Mitos que sustentaban sistemas de sustitución de la voluntad como la interdicción.

### La interdicción no es tan grave, pues solo se limitan asuntos económicos.



Aunque se solía justificar la interdicción en nombre de la “protección” que supuestamente brindaba según la ley, en realidad, esta medida afectaba numerosos derechos personales, más allá del ámbito patrimonial. Delegar decisiones a un tercero en lugar de la persona con discapacidad impacta derechos fundamentales como la igualdad y la no discriminación, el derecho al libre desplazamiento, el acceso a la justicia, la libertad de elección de vivienda y pareja, el derecho al matrimonio y a formar una familia, la participación política, entre otros.

### La interdicción es una figura que protege.

Se ha argumentado que la interdicción protege a las personas con discapacidad por dos razones principales:



- Para evitar que tomen decisiones que pongan en riesgo su patrimonio, delegando a un tercero capaz de realizar negociaciones con pleno entendimiento de sus actos; y
- Para proteger el “tráfico jurídico”, ya que aquellos con afecciones severas impactarían las relaciones negociales entre personas de buena fe, poniendo en riesgo no sólo su propio patrimonio sino el de otros.

Sin embargo, estas razones, aunque en ocasiones buscan genuinamente proteger a la persona, limita su derecho a tener derechos y deben ser analizadas con mayor detenimiento.

### Las personas con discapacidad son personas enfermas.



Esta argumentación, además de ir en contra de postulados del modelo social y de derechos de la discapacidad al ignorar la dignidad y el principio de no discriminación, reduce la discapacidad a una cuestión personal, sin considerar el contexto de exclusión generado por barreras externas. Además, olvida que la diversidad en el funcionamiento del cuerpo y la mente es inherente al ser humano.

**La Ley 1996 de 2019 establece medidas específicas para la garantía del derecho a la capacidad legal plena de las personas con discapacidad, mayores de edad, y al acceso a los apoyos que puedan requerirse para el ejercicio de la misma**



## Apoyos

Asistencia que se presta a la persona con discapacidad para facilitar el ejercicio de su capacidad legal. Esto puede incluir la asistencia en la comunicación, para la comprensión de actos jurídicos y sus consecuencias, y en la manifestación de la voluntad y preferencias personales.

## Actos jurídicos con apoyos

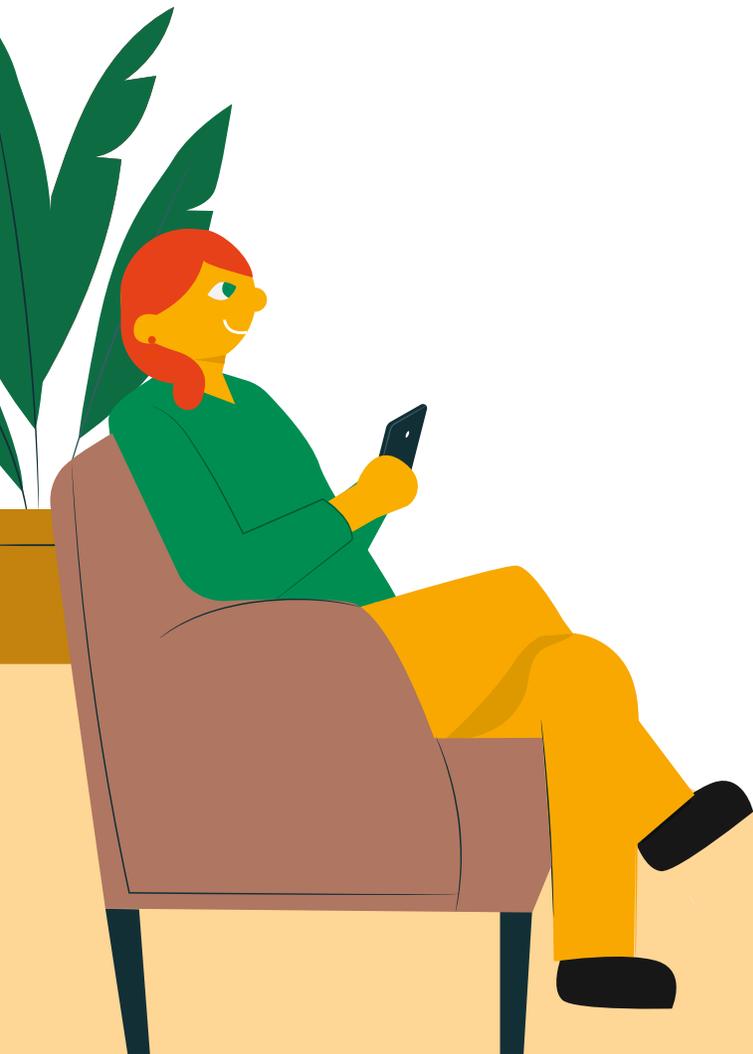
Son aquellos actos jurídicos que se realizan por la persona titular del acto utilizando algún tipo de apoyo formal.

### ¿Para qué sirven los apoyos?

- 01** Facilitar la comprensión de actos jurídicos.
- 02** Interpretar la voluntad y preferencia de la persona.
- 03** Manifestar la voluntad y preferencia de la persona.
- 04** Honrar y hacer valer la voluntad de la persona.

NOTA: Capacidad jurídica (legal) es la capacidad de ser titular de derechos y obligaciones y de ejercerlos por sí mismo, es la clave para acceder a una participación verdadera y activa en la sociedad.

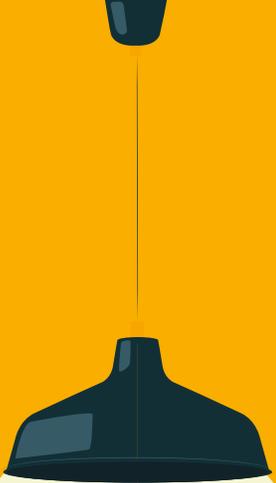
La capacidad mental se refiere a la aptitud de una persona para adoptar decisiones, que naturalmente varía de una persona a otra y depende de muchos factores, entre ellos, factores ambientales y sociales.



## Oportunidades de mejora

- **Divulgar y apropiar la Ley 1996 de 2019 para que todos los colaboradores la conozcan y la apliquen.**
- **Facilitar el proceso de delegación de responsabilidad sobre los productos financieros.**
- **Identificar y prevenir los casos de abuso financiero o fraude.**





**Después de haber comprendido las características y necesidades individuales de cada arquetipo, es crucial pasar de la teoría a la acción. Para ello, se desarrolló un cuestionario de validación que puedes usar para perfilar a tus clientes.**



Un cuestionario de validación es una herramienta para perfilar las personas con discapacidad a partir de una serie de preguntas enfocadas en evaluar las variables de la matriz de perfilación: la toma de decisiones y la adaptabilidad



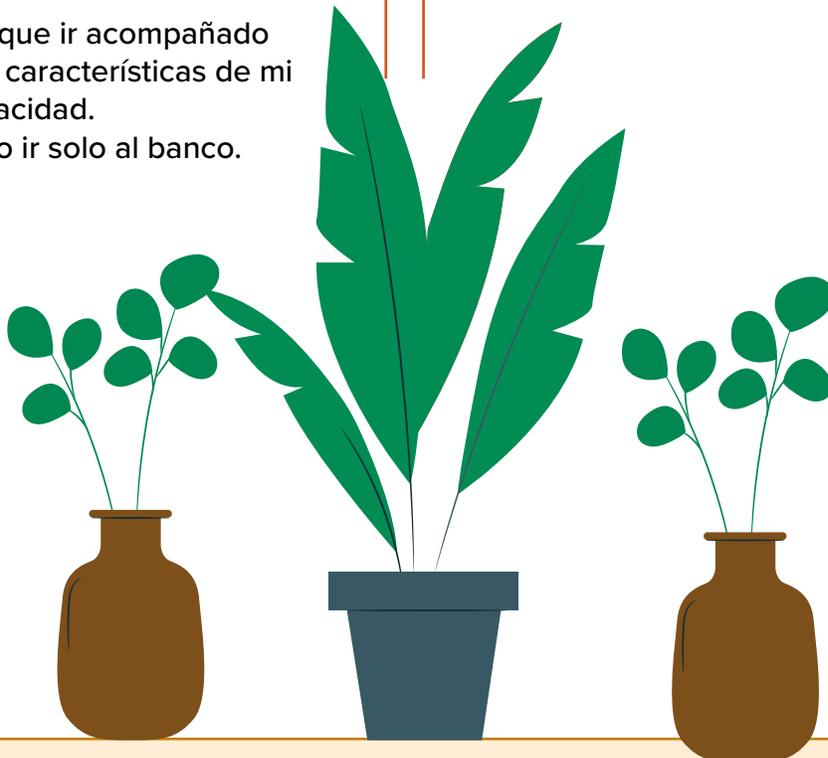
# Cuestionario de perfilación

## Preguntas para evaluar la autonomía (eje y)

1. Selecciona sola una opción de acuerdo a lo que vives cuando tomas tus decisiones financieras y responde ¿Con cuál afirmación te sientes más identificado(a)?
  - a. Prefiero que las personas de mi entorno me ayuden a tomar decisiones.
  - b. Normalmente tomo mis propias decisiones, pero en algunos casos me apoyo de personas de confianza.
  - c. Me gusta tomar decisiones por mi cuenta.
2. ¿Cuándo vas a la oficina de tu banco, cómo sueles asistir?
  - a. Me gusta que me acompañen u otras personas vayan al banco por mí.
  - b. Tengo que ir acompañado por las características de mi discapacidad.
  - c. Prefiero ir solo al banco.

## Preguntas para evaluar la adaptabilidad (eje x)

1. ¿Te gusta explorar nuevas herramientas tecnológicas?
  - a. Me gusta estar a la vanguardia tecnológica.
  - b. Exploro nuevas herramientas cuando me toca.
  - c. Nunca exploro nuevas herramientas.
2. Si tu banco implementa una nueva tecnología para realizar transacciones, ¿cómo reaccionas?
  - a. Me siento reacio a usar la nueva tecnología y prefiero seguir usando los métodos tradicionales.
  - b. Estoy dispuesto a aprender y utilizar la nueva tecnología accesible para aprovechar sus beneficios.



# ¿CÓMO DISEÑAR EXPERIENCIAS ENFOCADAS EN LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD ?



# Pon a las personas en el centro

El diseño de iniciativas enfocadas en las personas con discapacidad requiere un enfoque centrado en las mismas. Es fundamental colocar a la persona en el centro de la conversación para comprender sus verdaderas necesidades. En este sentido, el diseño de experiencia centrado en las personas emerge como una metodología esencial.



*El diseño centrado en el usuario (DCU) se refiere a la mejora o creación de servicios, productos o procesos a partir de la perspectiva y necesidades reales de las personas, asegurando una experiencia positiva que genere valor.*

En la actualidad, la empatía centrada en las personas, accesibilidad, sostenibilidad, transparencia y ética han evolucionado la forma en que los diferentes sectores desarrollan sus ofertas de valor. Las personas esperan encontrar soluciones diseñadas pensando en sus necesidades individuales, con procesos más inclusivos y accesibles, lo que ha generado nuevas expectativas de interacción con un servicio o producto. Lo anterior determina un reto de transformación integral de ofertas y servicios, que solo se puede resolver diseñando soluciones que pongan en el centro las necesidades y motivaciones de la persona.



# Pilares del DCU

El diseño centrado en el usuario (DCU) busca cerrar las brechas existentes entre las expectativas de la persona y las experiencias entregadas por las entidades a partir de los siguientes pilares:



## Entender para crear

Conectarse con las necesidades de las personas en contextos específicos permite identificar oportunidades que la entidad tiene para crear valor y mejorar su experiencia con los productos o servicios que sean desarrollados.



## Explorar posibilidades

Reconocer que no hay una única respuesta ante un problema le permite a las entidades plantear múltiples soluciones para identificar la(s) más viable y la que genera más valor para las personas.



## Prototipar e iterar

Desarrollar prototipos de las posibles soluciones y validarlos con las personas antes de implementarlos, minimiza riesgos en la escalabilidad de nuevas soluciones y asegura el impacto de las mismas. Pues, permite reconocer oportunidades de mejora para realizar ajustes de forma temprana.



## Articular y co-crear

Abordar procesos de creación y mejora involucrando equipos multidisciplinares y a todos los actores en el contexto aumenta las posibilidades de crear soluciones valiosas para las personas y viables para la entidad.



# ¿Cómo diseñar experiencias centradas en los usuarios?

**El DCU se basa en la innovación centrada en la persona como marco metodológico que conecta prácticas y herramientas de: el pensamiento de diseño, el diseño estratégico, diseño de servicios, las ciencias sociales y del comportamiento.**

La metodología que permite crear experiencias centradas en los usuarios está enmarcada en el triple diamante de la innovación (marco de trabajo inspirado en el Doble Diamante planteado por el Design Council, 2019). Este proceso de innovación centrada en las personas facilita la creación de experiencias de valor a partir de 3 grandes fases (3 diamantes) compuestas por procesos de divergencia (para explorar opciones) y convergencia (para tomar decisiones). La lógica de este proceso rompe el paradigma de la solución de problemas de forma lineal, ya que invita a transitar la innovación desde una perspectiva iterativa lo que facilita la prueba y el error, minimizando la incertidumbre y los riesgos a la hora de innovar.



**Descubrimiento**

Se realiza un entendimiento cercano de la realidad de las personas. Además, se entiende el contexto explorando el entorno, tendencias y referentes. La información recolectada desde la investigación y observación permite reconocer diferentes oportunidades que inspiran el siguiente diamante.

**Desarrollo**

A través de la co-creación, se exploran múltiples caminos creativos para dar solución ante las oportunidades y necesidades identificadas. Posteriormente, se materializan en prototipos que son validados ágilmente para minimizar riesgos en la implementación.

**Despliegue**

Después de validar la solución, se lleva a la implementación en contexto real a través de iniciativas piloto desde una lógica iterativa enmarcada en prácticas de metodologías ágiles como lo son los sprints o ciclos de trabajo. Esto permite una mejora continua identificando y resolviendo periódicamente oportunidades de mejora en la solución.

Antes de comenzar a generar ideas, es necesario llevar a cabo estas 3 etapas que permitirán alinear el contexto, necesidades y motivaciones de la persona.

## Herramientas para el Descubrimiento

Estas son algunas herramientas que te permitirán definir el contexto para entender la realidad de las personas y descubrir oportunidades que inspiren soluciones de valor.



*De investigación*  
**Definición del reto**  
Cuál es el reto, sus beneficios e impacto esperado.



*De investigación*  
**Entrevista**  
Se realizan preguntas guía a la persona según los objetivos.



*De análisis*  
**Análisis de usabilidad**  
Evaluar interacciones digitales según los principios heurísticos.



*De análisis*  
**Recorrido de experiencia**  
Ver la experiencia de las personas definiendo momentos de un servicio.



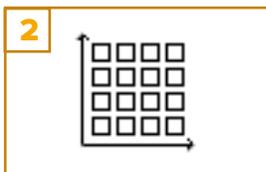
*De análisis*  
**Arquetipo de cliente**  
Traer a la "vida" a un segmento de cliente a partir de una persona ficticia.

## Herramientas para el Desarrollo

Estas son algunas herramientas que te permitirán definir el contexto para entender la realidad de las personas y descubrir oportunidades que inspiren soluciones de valor.



*De co-crear*  
**6 sombreros para pensar**  
Pensar y opinar desde 6 puntos de vista diferentes.



*De priorizar*  
**Matriz de priorización**  
Escoger ideas según 2 criterios de priorización en una matriz.



*De co-crear*  
**Prototipado en papel**  
Utilizar el papel para materializar la solución de forma ágil.



*De prototipo*  
**Prototipado de servicios**  
Juegos de rol para ver oportunidades de mejora.



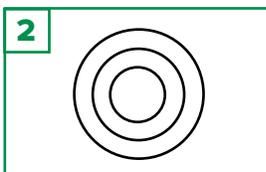
*De prototipo*  
**Storyboard**  
Historia visual para demostrar cómo es el uso o interacción de la persona con la solución.

## Herramientas para el Despliegue

Estas son algunas herramientas que te permitirán definir el contexto para entender la realidad de las personas y descubrir oportunidades que inspiren soluciones de valor.



**Criterios de diseño**  
Direccionar esfuerzos de trabajo identificando ciertos atributos.



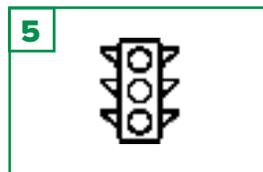
**Golden Circle de la idea**  
Plantear la propuesta de valor empezando por el "¿por qué?".



**Plan de acción**  
Para implementar, tener claro tiempos, acciones, indicadores, responsables, etc.

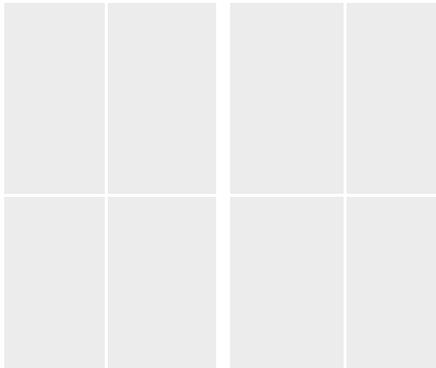


**Secuencia de Monroe**  
Estructurar discursos de impacto que motiven a la persona a actuar.



**Semáforo para el cambio**  
Determinar acciones sobre el proyecto según los 5 colores.

# Aplicando el DCU



## Diseño inclusivo para experiencias digitales aplicando DCU

En un contexto donde se combinan diversas características físicas, sociales y culturales, la inclusividad toma un rol predominante en el desarrollo de iniciativas a través de metodologías que permitan la creación de experiencias a partir de las condiciones e interacciones que limitan a las personas. Aplicar el DCU como un marco de trabajo para construir soluciones que aseguren el acceso a un derecho a partir del entendimiento y creación colaborativa, permite crear experiencias importantes que respondan a una condición de vida real.

## Para desarrollar proyectos de DCU para la inclusividad, se recomienda:



Observar cada grupo de personas a través de diferentes herramientas que permitan entender sistémicamente sus contextos, motivaciones y limitaciones.



Equilibrar metodologías de investigación cuantitativa y cualitativa para conocer la representación de diferentes grupos de clientes y evidencia relevante que sustente las problemáticas y decisiones.



Desarrollar prototipos de acceso y funcionalidad para validar la generación de valor en los diferentes grupos de clientes.



## Diseño colaborativo para el diseño de experiencias, servicios y productos aplicando DCU

El diseño colaborativo juega un papel fundamental en el desarrollo de soluciones centradas en las personas, ya que integra las perspectivas, conocimientos y experiencias de los usuarios directamente en el proceso de diseño. Al involucrar a las personas desde las etapas iniciales, se fomenta una comprensión más profunda de sus necesidades y deseos, lo que resulta en soluciones más acertadas y alineadas con sus expectativas. La colaboración permite identificar oportunidades que pueden no ser visibles desde la perspectiva del equipo interno, y conduce a soluciones más innovadoras, relevantes y significativas. Pues, implica aceptar que las ideas pueden evolucionar en función de las necesidades reales de las personas.

## Para desarrollar proyectos colaborativos es recomendable:



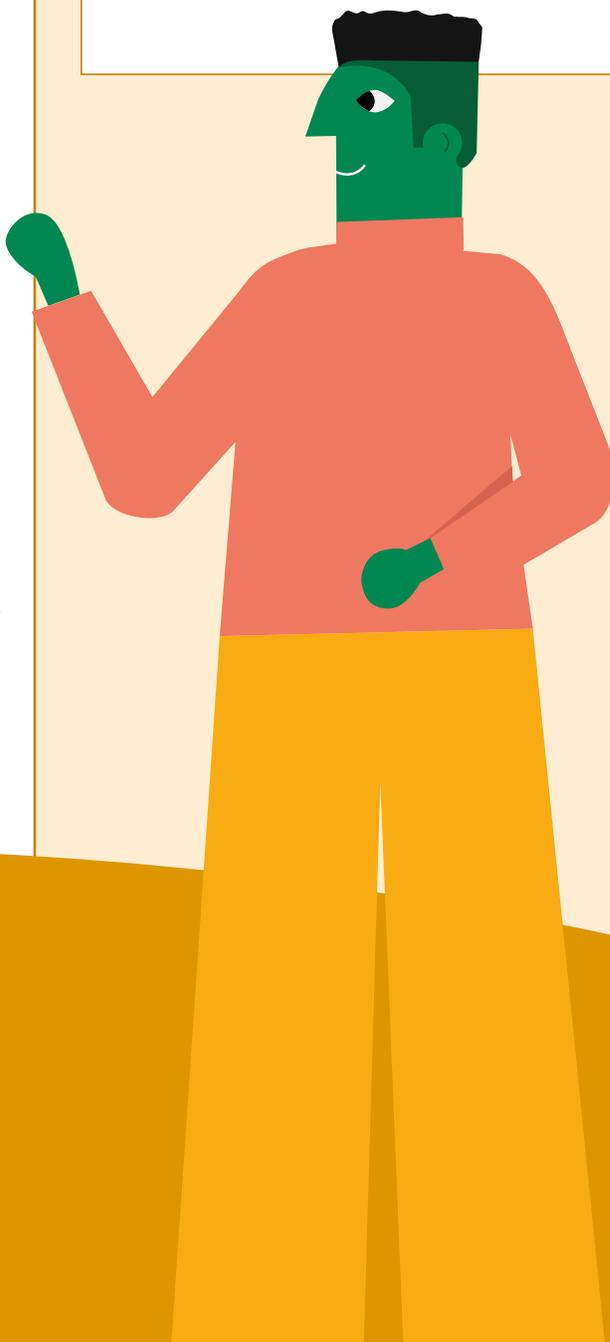
Construir conocimiento detallado del perfil para entender los factores que determinarán las condiciones de uso del producto y aquellos atributos que van a generar mayor valor en el producto final.

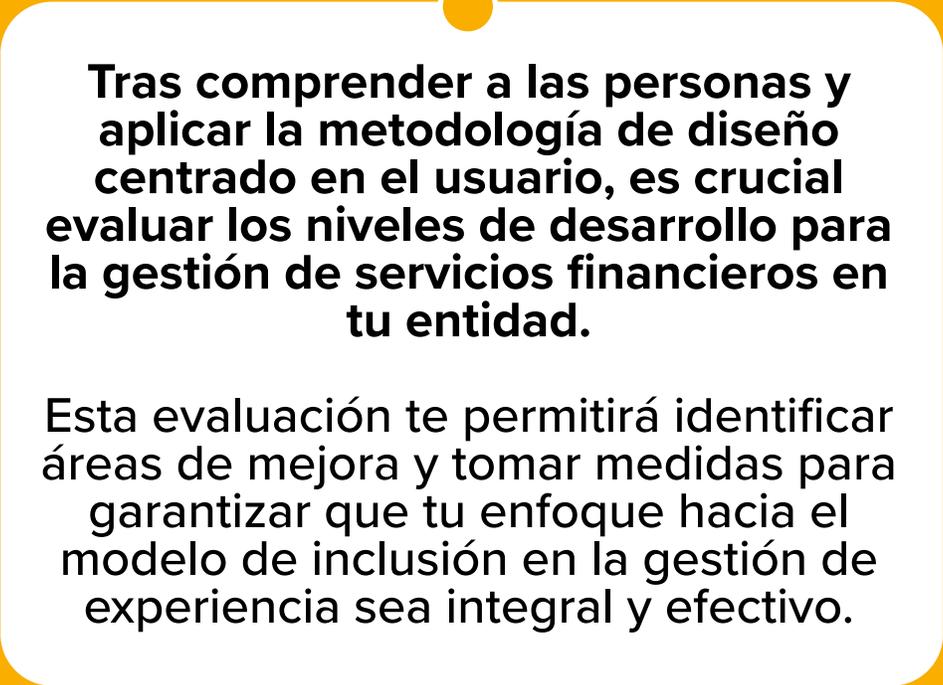


Involucrar de manera activa a muestras de personas con características diversas desde el inicio del proceso pasando por cada una de las iteraciones de la solución.



Asegurar que los equipos multidisciplinarios de desarrollo sean flexibles y abiertos al cambio, para adaptar la solución.





**Tras comprender a las personas y aplicar la metodología de diseño centrado en el usuario, es crucial evaluar los niveles de desarrollo para la gestión de servicios financieros en tu entidad.**

Esta evaluación te permitirá identificar áreas de mejora y tomar medidas para garantizar que tu enfoque hacia el modelo de inclusión en la gestión de experiencia sea integral y efectivo.

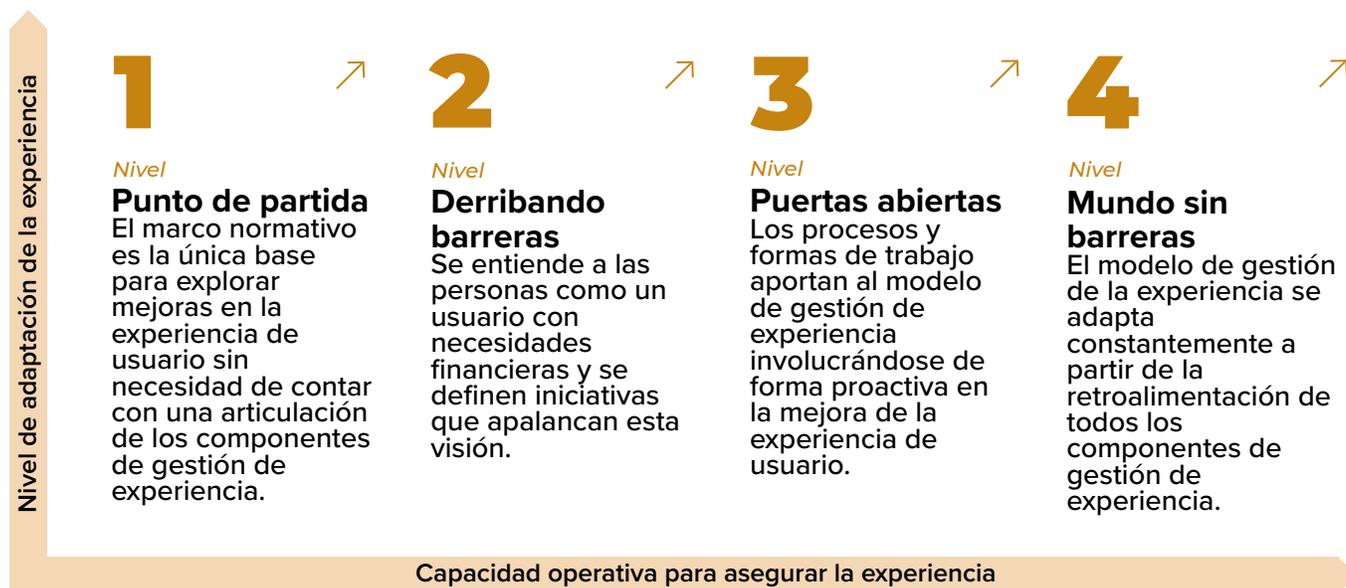
## ¿Qué son los niveles de desarrollo en la gestión de experiencia para servicios financieros más inclusivos?

Los niveles de desarrollo son una herramienta, con enfoque estratégico, que busca facilitar a las entidades financieras la identificación autónoma del estado de su gestión de la experiencia de cara a algunas poblaciones subrepresentadas. Específicamente, enfocado en personas mayores de 60 años y personas con discapacidad.

Adicionalmente, los niveles de desarrollo pretenden brindar una serie de acciones tácticas que permitan avanzar a un nivel superior teniendo en cuenta diferentes palancas de cambio. Estas palancas son factores que pueden ser utilizados para impulsar y asegurar que la gestión de experiencia de usuario sea una capacidad que aporta valor a la entidad.

### Niveles de desarrollo para la gestión de la experiencia

A continuación, se presentan los diferentes niveles de desarrollo en la gestión de la experiencia para servicios financieros más inclusivos. Donde los niveles más bajos son los que poseen y demandan menores capacidades operativas, mientras que los mayores niveles cuentan con capacidades operativas más desarrolladas. De esta manera, se refleja un enfoque progresivo de los recursos disponibles para brindar estos servicios.



## Palancas de cambio

Los niveles de desarrollo se relacionan con cuatro palancas que pueden desarrollarse de manera independiente y tener distintos niveles de avance en cada una. El trabajo articulado e integral de cada una de estas variables permite la generación de una cultura interna basada en las necesidades de las personas y la inclusión de las poblaciones subrepresentadas y subatendidas.



### Entendimiento del usuario

Comprensión y visión hacia las personas.

### Datos e información

Conocimiento sobre las personas que permite tomar decisiones.

### Oferta financiera

Soluciones personalizadas y accesibles que respondan las necesidades.

### Modelo de atención

Acciones operativas que permiten movilizar la experiencia.

Una vez comprendidos los distintos niveles y las palancas de cambio, es necesario entender cómo se relacionan unos con otros

	1	2	3	4
Entendimiento del usuario	Desde lo normativo.	Como personas.	Desde la empatía.	Como aliados para la co-creación.
Datos e información	Información básica de cliente financiero.	Información diferencial y articulada.	Información sobre comportamientos y necesidades.	Modelos predictivos para mejorar la experiencia.
Oferta financiera	Sin oferta diferencial.	Oferta general con enfoque diferencial.	Oferta particular que responde a necesidades y expectativas.	Oferta que analiza y se anticipa a las necesidades.
Modelo de atención	Atención estandarizada.	Atención diferencial.	Atención centrada en las personas.	Mejora continua y adaptación al cambio.

# ¿CÓMO DEBERÍAN SER LAS EXPERIENCIAS EN LOS CANALES DE ATENCIÓN?





# Canal presencial

Para muchas personas con discapacidad, el canal presencial sigue siendo la opción preferida cuando se trata de utilizar servicios bancarios. Ir a una oficina bancaria les proporciona una sensación de seguridad, ya que permite recibir atención detallada y un acompañamiento que en otros canales no es posible. La interacción cara a cara brinda un nivel de confort y confianza que resulta invaluable.

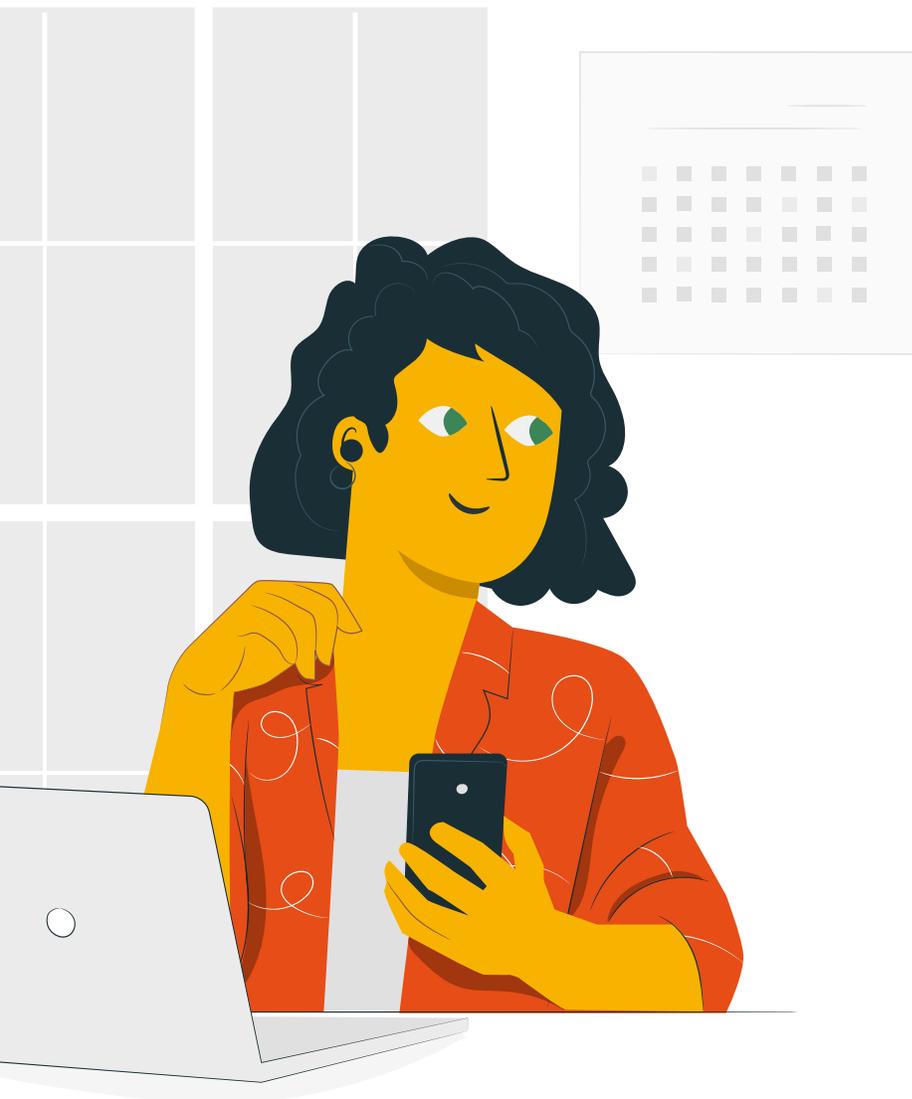
No obstante, esta preferencia enfrenta múltiples barreras que dificultan el acceso a las sucursales bancarias. Entre los desafíos más comunes se encuentran aquellos relacionados con la movilidad y la comunicación. Las escaleras y la falta de plataformas elevadoras accesibles representan un obstáculo significativo.

Aunque algunos bancos disponen de estos ajustes, a menudo no están operativos cuando se necesitan, lo que genera frustración y limita la autonomía de los usuarios.

Las personas sordas también enfrentan desafíos específicos. A menudo, al acceder a las oficinas, no cuentan con servicios de interpretación adecuados, o deben esperar mucho tiempo para que se consiga un intérprete. Esta situación es percibida como ineficiente y excluyente, incrementando la sensación de inequidad.

Las personas con discapacidad experimentan una serie de obstáculos adicionales que afectan su garantía de derechos.

Es crucial que se visibilicen estas percepciones y desafíos para fomentar una banca más inclusiva, donde cada persona, sin importar su condición, pueda acceder a los servicios financieros con igualdad y respeto.



# ¿Qué esperan las personas con discapacidad en el canal presencial?

## Confianza

---

Las personas con discapacidad esperan que se implementen las medidas necesarias para realizar sus transacciones de forma segura y autónoma.

## Garantía

---

Las personas con discapacidad esperan seguir contando con las oficinas bancarias pues, representan la existencia y seriedad de la entidad, donde tienen mayor probabilidad de ser atendidos y de solucionar problemas o dudas.

## Mayor acceso

---

Las personas con discapacidad esperan encontrar los ajustes razonables de forma oportuna, según su necesidad y las características de su discapacidad.

## Canal más humano

---

Las personas con discapacidad esperan ser tratadas con amabilidad y paciencia, comprendiendo su diversidad en la interacción. Esto implica reconocer sus formas de comunicación y aprendizaje.

## ¿Cómo se ve momento a momento una experiencia ideal en el canal presencial?

La experiencia en la oficina se desarrolla a través de cinco fases, las cuales representan los momentos por los que la persona con discapacidad pasa para solucionar sus necesidades. Estas fases incluyen acciones e interacciones con diversos actores y objetos dentro de la oficina, los cuales influyen en su experiencia.

En cada una de las fases encontrarás recomendaciones para obtener una experiencia satisfactoria.

1

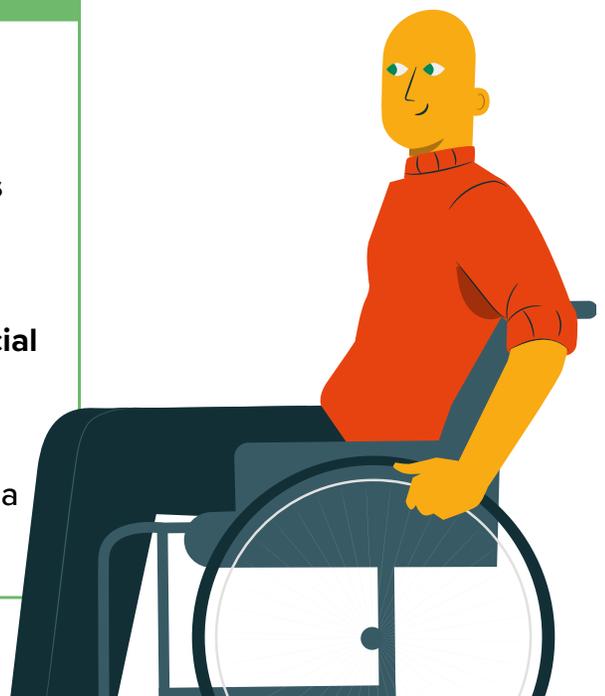
### Fase Decido ir a la oficina

- 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

### Fase 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



### Fase Voy a la 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

### Fase Voy a la 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

### Fase 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.



# Motivaciones y deseos de los perfiles



## *En el canal presencial*

### **Rígidos**

Cuando acuden a la oficina, lo hacen para solucionar problemas debido a la falta de accesibilidad en otros canales.

Prefieren una atención preferencial y rápida, así como un trato respetuoso que refleje el conocimiento del asesor sobre su discapacidad y una interacción adecuada con ellos.

### **Rekursivos**

Su visita a la oficina se debe a la adquisición de productos o servicios, buscando obtener información suficiente para tomar decisiones informadas.

Prefieren una atención preferencial y rápida, junto con una información clara que facilite la toma de decisiones, así como ajustes según su discapacidad.

### **Representados**

Cuando asisten a la oficina, a menudo lo hacen en compañía de familiares para firmar documentos o realizar procesos, manteniéndose como titulares.

Prefieren ser atendidos junto con sus acompañantes y que las decisiones sean validadas por ambos.

### **Flexibles**

Suelen ir a la oficina para firmar documentos o realizar trámites, prefiriendo ir acompañados de familiares o personas de confianza.

En la atención, desean evitar ser ignorados, recibiendo explicaciones y enseñanzas con paciencia para poder aprender a realizar las gestiones por sí mismos.

**A continuación, se presentan recomendaciones adicionales sobre lo que los bancos deben promover para mejorar la experiencia de las personas con discapacidad al utilizar el canal presencial.**

**Tenga presente hay algunas recomendaciones que se adecuan más a unas categorías de discapacidad que a otras, por lo que encontrará símbolos según corresponda:**

Discapacidad Física		Discapacidad Auditiva	
Discapacidad Visual		Discapacidad Psicosocial	
Discapacidad Intelectual		Discapacidad Sordoceguera	
Le aplica a todas			

# Principales acciones que se deben promover

## Caracterización del usuario

Caracterizar a la población que recibe los servicios bancarios, para poder identificar sus necesidades particulares y realizar ajustes razonables pertinentes.

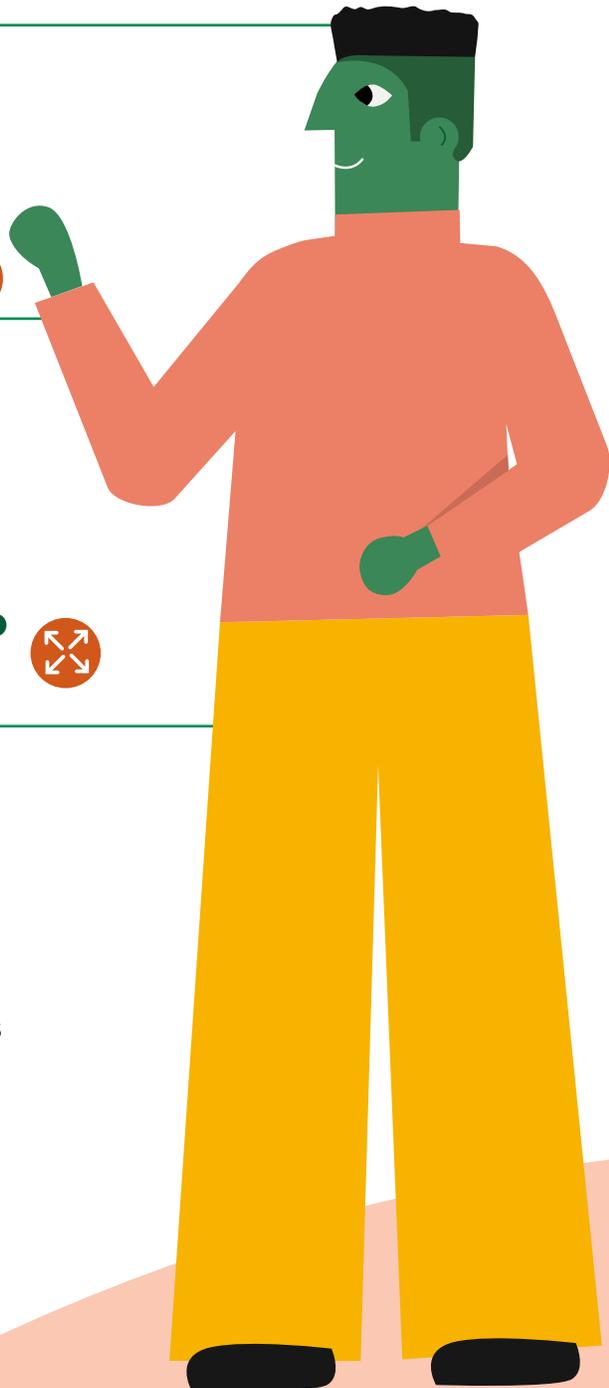
## Transformar la cultura interna

Brindar un trato más humano, que se vea reflejado en la interacción y en la comprensión de la diversidad de cada persona, según su categoría de discapacidad y comportamiento financiero.

## Diseño de soluciones de la mano del usuario

Trabajar de la mano con las asociaciones de personas con discapacidad facilitará la construcción y validación de soluciones pertinente para los usuarios.

Además, se pueden articular estrategias de comunicación para que tanto los bancos como las personas estén informadas sobre los ajustes que ofrecen los bancos.



# Qué promover

## Procesos

Establecer medidas para priorizar la atención a personas con discapacidad en las sucursales, reduciendo los tiempos de espera.



Ofrecer opciones de comunicación en múltiples formatos, como lengua de señas, braille lectura fácil y audio, en las sucursales físicas.



Contar con encuestas de satisfacción accesibles, que permitan conocer los dolores de los clientes y así implementar acciones para su solución.



Contar con los sistemas de apoyo para la comunicación para ofrecer una atención más oportuna a la población sorda.



Mapeo de asociaciones de personas sordas y sordociegas que faciliten la consecución de intérpretes y guías intérpretes.

## Colaboradores

Contar con un plan de capacitación para los colaboradores de los bancos que profundice sobre la interacción con personas con discapacidad.



Implementar sistemas de asistencia personalizada para personas con discapacidad que requiera ayuda adicional durante su visita al banco.



Brindar una atención empática, adecuada y acorde con la forma de comunicación o de hacer las cosas, por ejemplo que los asesores cuenten conocimientos básicos en lengua de señas, uso de lenguaje claro, concreto y sencillo.



## Arquitectónico

Adaptar las instalaciones físicas de las sucursales bancarias para garantizar la accesibilidad, incluyendo rampas, puertas automáticas, altura de cajas y baños accesibles.



Utilizar señalización clara y accesible en todas las áreas de la sucursal para orientar a las personas con discapacidad.



Contar con guías podotáctiles, un sistema de señalización táctil que se coloca en el suelo y que permite a las personas con discapacidad visual y sordoceguera guiarse de manera segura y eficiente.



Espacios de espera cómodos y accesibles para personas con discapacidad, con asientos adecuados y áreas de descanso.



Que los digiturnos estén adaptados con asistente de voz, con braille para que podamos utilizarlos sin tener que solicitar asistencia de alguien más.



Tener opciones y poder elegir la forma más sencilla para gestionar el turno, ya sea de forma presencial o virtual.



Tener cajeros automáticos accesibles, que sean seguros y que a la vez promueven la autonomía en su uso.



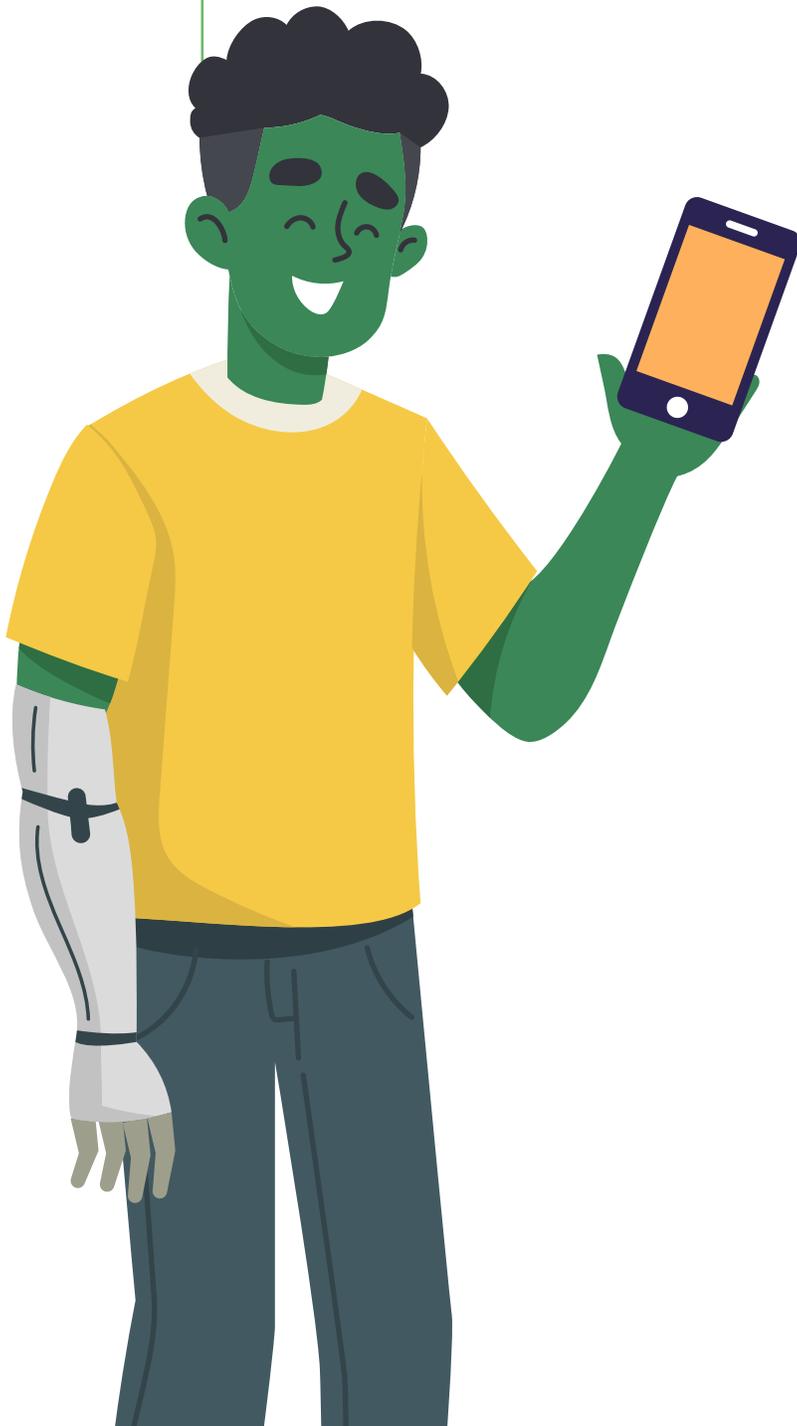
Incluir medidas adicionales de seguridad en los cajeros automáticos u otras alternativas para acceder al efectivo de manera segura.





# Canal digital

Para muchas personas con discapacidad, los canales digitales representan tanto una oportunidad como un desafío al acceder a servicios bancarios. La eficiencia y el ahorro de tiempo que ofrecen estas plataformas son altamente valorados, permitiendo realizar trámites de manera rápida y sin necesidad de desplazarse. Sin embargo, la experiencia puede variar significativamente dependiendo del nivel de accesibilidad que ofrezcan estos canales.



La accesibilidad es fundamental; la falta de etiquetado adecuado de imágenes y las dificultades con lectores de pantalla son problemas comunes que generan desconfianza y frustración. La diversidad de necesidades entre las personas con discapacidad destaca la importancia de diseñar plataformas digitales inclusivas que contemplen estos aspectos desde el inicio. Además, los constantes cambios en las actualizaciones pueden afectar negativamente la accesibilidad, creando inseguridad adicional.

Es esencial que las voces de las personas con discapacidad sean escuchadas y consideradas en el diseño de productos y servicios digitales. Solo así se podrán crear soluciones que realmente respondan a sus necesidades, fomentando una mayor autonomía e independencia, y asegurando una experiencia bancaria más inclusiva y accesible para todos.

# ¿Qué esperan las personas con discapacidad en el canal digital?

## Compatibilidad con tecnologías asistidas

---

Asegurarse de que las plataformas digitales funcionen correctamente con lectores de pantalla, software de reconocimiento de voz y otras tecnologías asistidas.

## Accesibilidad universal

---

Interfaces que cumplan con las normas de accesibilidad web para garantizar que personas con diversas discapacidad puedan utilizarlas sin dificultades.

## Seguridad y privacidad

---

Medidas de seguridad que no sean excluyentes, que respeten la privacidad de los usuarios con discapacidad y que se promueva su autonomía.

## Feedback y mejora continua

---

Canales para que las personas con discapacidad puedan dar su opinión y sugerencias, y que estas se tomen en cuenta para mejorar continuamente la accesibilidad y usabilidad de los servicios digitales.

## Educación y capacitación

---

Recursos y tutoriales accesibles que enseñen a las personas con discapacidad a usar las herramientas digitales del banco de manera efectiva.

# Oportunidades de mejora según el momento de la experiencia

1

## Fase Descarga la aplicación y crea su 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

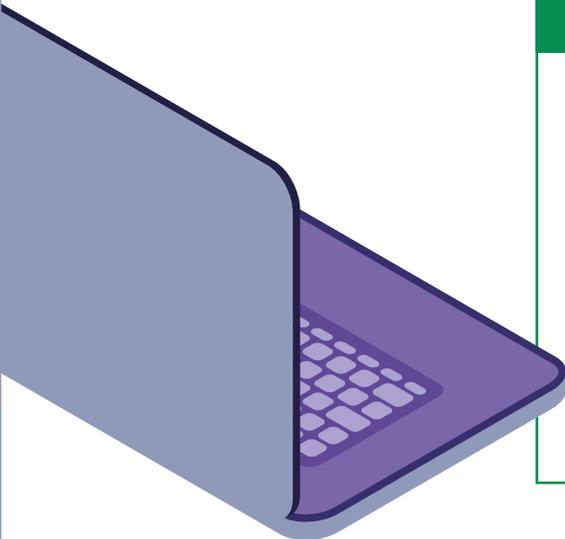
## Fase Necesita una transacción

- 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

## Fase Ingresa 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

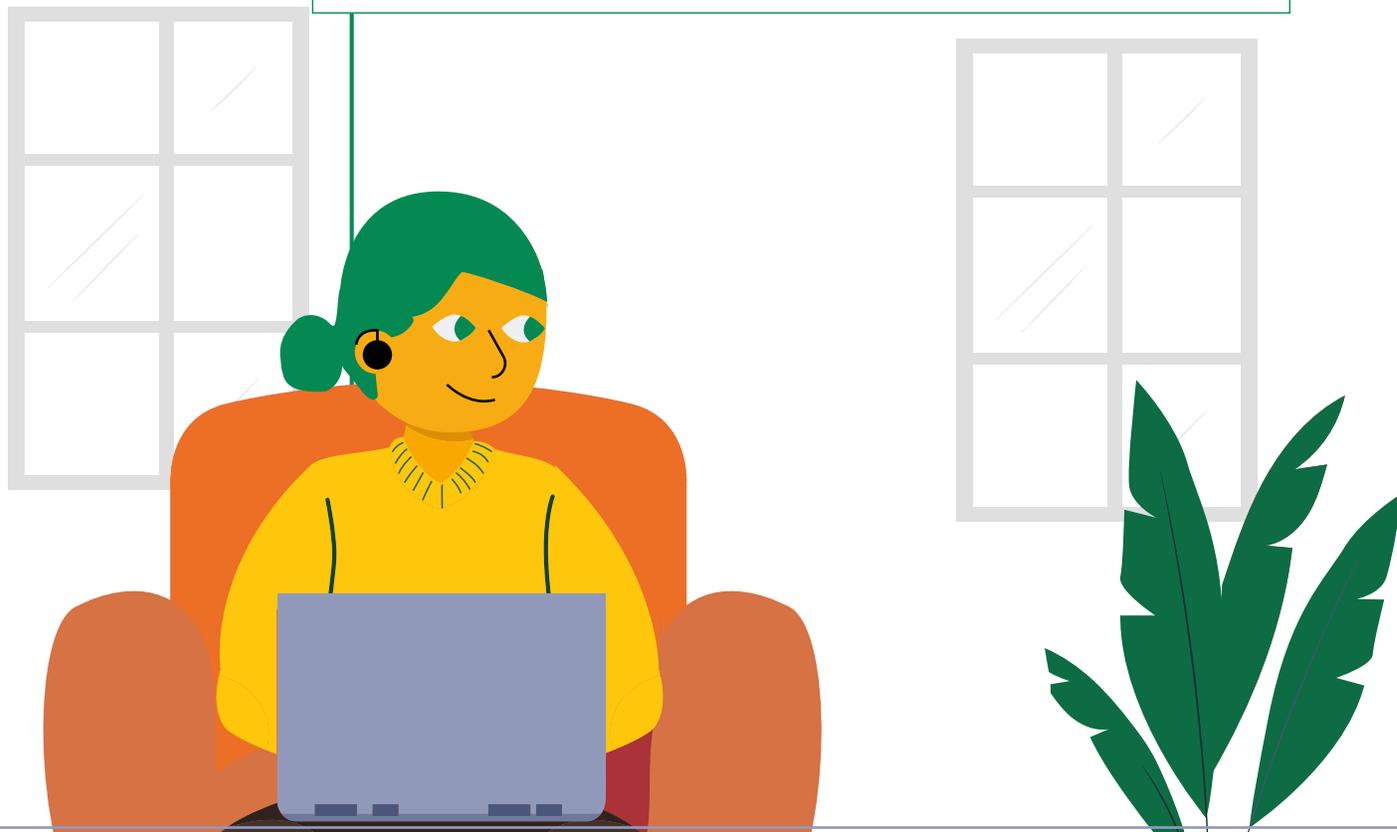
### Fase Va a hacer una transacción

- Reconocer las 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

### Fase Después de la transacción

- 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.



# Motivaciones y deseos de los perfiles



## En el canal digital

### Rígidos

Utilizan los canales digitales únicamente cuando es estrictamente necesario, prefiriendo en su mayoría el uso de la oficina.

En la atención, prefieren que sea fácil y contar con soporte y respuesta por parte de un ser humano cuando lo necesiten.

### Rekursivos

Utilizan los canales digitales porque han aprendido a utilizarlos y reconocen los beneficios que ofrecen.

En la atención, prefieren que sea ágil, intuitiva y que prevenga errores, permitiéndoles utilizarla de manera frecuente sin inseguridad.

### Representados

Utilizan los canales digitales porque sus familiares los utilizan en su nombre para simplificar el proceso.

En la atención, prefieren que sea fácil y contar con soporte y respuesta por parte de un ser humano cuando lo necesiten.

### Flexibles

Utilizan los canales digitales porque han aprendido a utilizarlos y pueden realizar transacciones que consideran sencillas.

En la atención, prefieren que los patrones de uso sean similares a otras aplicaciones (como WhatsApp) y que funcionen en celulares de baja capacidad.

**A continuación, se presentan recomendaciones adicionales sobre lo que los bancos deben evitar o promover para mejorar la experiencia de las personas con discapacidad al utilizar el canal digital.**

**Tenga presente hay algunas recomendaciones que se adecuan más a unas categorías de discapacidad que a otras, por lo que encontrará símbolos según corresponda:**

Discapacidad física		Discapacidad Auditiva	
Discapacidad Visual		Discapacidad Psicosocial	
Discapacidad Intelectual		Discapacidad Sordoceguera	
Le aplica a todas			

# Principales acciones que se deben promover

## Caracterización del usuario



Caracterizar a la población que recibe los servicios bancarios, para poder identificar sus necesidades particulares y realizar ajustes razonables pertinentes.

## Diseño de soluciones de la mano del usuario



Trabajar de la mano con las asociaciones de personas con discapacidad facilitará la construcción y validación de soluciones pertinente para los usuarios.

Además, se pueden articular estrategias de comunicación para que tanto los bancos como las personas estén informadas sobre los ajustes que ofrecen los bancos.



# Qué promover

Es fundamental que los lectores de pantalla puedan identificar y describir cada imagen encontrada durante la navegación por la página y la aplicación, y que haya un contraste adecuado entre texto y fondo para facilitar la percepción visual.



La claridad del contenido y una navegación intuitiva, utilizando encabezados y subtítulos, listas y párrafos cortos, son aspectos clave.



Es importante que el contenido y la navegación sean interpretados correctamente por las diferentes tecnologías utilizadas, como los lectores de pantalla, y que la página sea accesible desde diferentes navegadores web.



Diseñar interfaces digitales accesibles con etiquetado adecuado de botones, texto descriptivo y opciones de navegación para lectores de pantalla.



Proporcionar herramientas de accesibilidad en aplicaciones móviles y plataformas en línea, como aumentar el contraste y ajustar el tamaño del texto.



Ofrecer opciones de comunicación en línea y con opción de lengua de señas. Garantizar la seguridad y privacidad de los datos personales de los usuarios con discapacidad en el entorno digital.



Ofrecer métodos alternos de validación accesibles, además de biométricos o de reconocimiento facial, que agilicen los procesos para personas con discapacidad, haciendo que sus trámites sean más fáciles y rápidos.

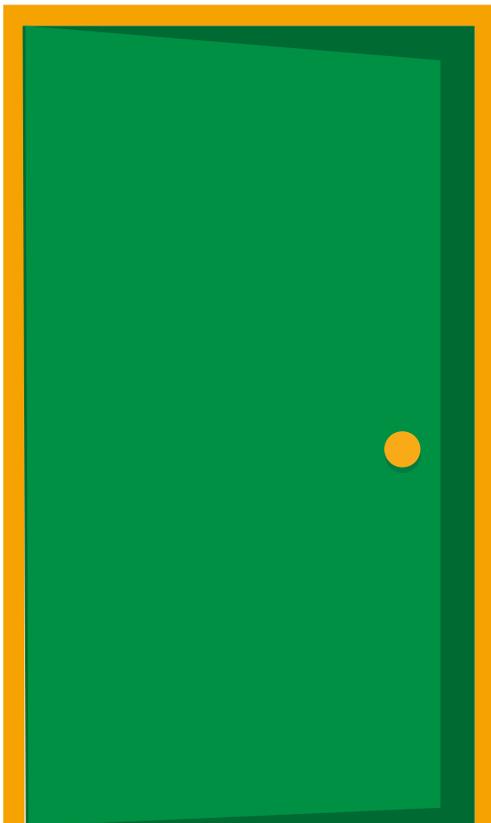


Para realizar ajustes razonables en el canal digital, hay un concepto y medidas clave que se debe tener en cuenta:

# Accesibilidad

Es una característica de facilidad de acceso

“Facilidad con la que las personas pueden utilizar, acceder o participar en un entorno, producto o servicio , independientemente de sus capacidades físicas, cognitivas o sensoriales.



# Estándares de accesibilidad web WCAG

El Consorcio World Wide Web ( World Wide Web Consortium W3C) desarrolla estándares y directrices para ayudar a diseñar una web accesible para todos, considerando las necesidades de las personas con discapacidad.

En Colombia se adoptan estos estándares a partir de la RESOLUCIÓN N° 001519 DE 24 DE AGOSTO DE 2020 de MINTIC.

Los estándares WCAG 2.1, contienen 13 pautas que se agrupan en cuatro principios: perceptible, operable, comprensible y robusto. Cada pauta incluye criterios de conformidad, que se pueden comprobar y que se clasifican en tres niveles: A, AA y AAA (siendo A el nivel más básico).

## Pautas de accesibilidad web WCAG

---

01

1. Proporcione alternativas textuales para contenido no textual.
2. Proporcione subtítulos y otras alternativas para multimedia.
3. Cree contenido que se pueda presentar de diferentes formas, sin perder información.
4. Facilite que los usuarios puedan ver y oír el contenido.

02

1. Proporcione acceso a todas las funcionalidades mediante el teclado.
2. Conceda a los usuarios tiempo suficiente para leer y usar el contenido.
3. No use contenido que pudiera causar convulsiones o reacciones físicas.
4. Ayude a los usuarios a navegar y encontrar el contenido.
5. Facilite métodos de entrada diferentes al teclado.

03

1. Proporcione texto legible y comprensible.
2. Proporcione contenido que sea predecible en apariencia y operación.
3. Ayude a los usuarios a evitar y corregir errores.

04

1. Maximice la compatibilidad con herramientas de usuario actuales y futuras.
-



# Canal Telefónico

Para muchas personas con discapacidad, el uso del canal telefónico para acceder a servicios bancarios es una opción que se elige sólo como último recurso. A pesar de la conveniencia que podría ofrecer, la desconfianza hacia este medio es significativa. Las historias de estafas telefónicas son comunes y generan un gran temor, lo que refuerza la preferencia por dirigirse directamente a una oficina bancaria para resolver problemas o realizar transacciones.

Interactuar a través del teléfono implica un esfuerzo adicional considerable. Navegar por complejos árboles de opciones y tratar de explicar información sin la ayuda de gestos visuales puede ser desafiante y agotador. Este proceso se vuelve aún más frustrante cuando los asesores del *call center* no comprenden adecuadamente las necesidades de las personas con discapacidad, ni saben cómo interactuar de manera adecuada con ellas. Hay un claro desconocimiento sobre las características y requerimientos de estas personas, lo que conduce a interacciones inadecuadas e incluso a ser ignorados cuando mencionan su discapacidad.

El canal telefónico es percibido como el más distante y menos personal de todos. La imposibilidad de desarrollar una relación continua con un mismo agente, la incapacidad de ver a la persona con la que se está hablando y la frecuente interacción con respuestas automatizadas aumentan la sensación de desconexión. Esta falta de personalización y comprensión incrementa la frustración y el sentimiento de exclusión entre las personas con discapacidad.

Es crucial que se aborden estas percepciones y se mejore la capacitación del personal del *call center* en la atención a personas con discapacidad. Solo así se podrá construir una experiencia más inclusiva y accesible, donde cada cliente se sienta valorado y comprendido, independientemente del canal de comunicación que elija.



# ¿Qué esperan las personas con discapacidad en el canal telefónico?

## Claridad en la comunicación

---

Representantes capacitados para comunicarse de manera clara y efectiva, utilizando un lenguaje sencillo y asegurándose de que la información se entienda correctamente.

## Paciencia y empatía

---

Agentes que muestren paciencia y comprensión, dispuestos a repetir información y tomarse el tiempo necesario para atender las consultas de personas con discapacidades cognitivas o de comunicación.

## Reconocimiento

---

Que el asesor cuente con la información necesaria para identificar que la persona al otro lado de la línea tiene una discapacidad y conocer los ajustes razonables que se requieren. Esto asegura que el asesor pueda proporcionar una atención adecuada y personalizada, ajustando su comunicación y procedimientos para satisfacer las necesidades específicas del cliente.

## Opciones de autenticación seguras y accesibles:

---

Procedimientos de seguridad acordes con las características de su discapacidad y que les permita autenticar su identidad de manera sencilla y segura.

# Oportunidades de mejora según el momento de la experiencia

1

## Fase Decide 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.

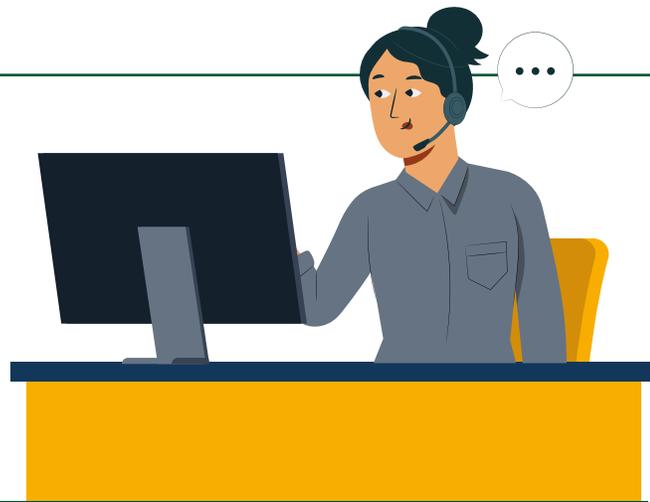
2

## Fase Hace 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



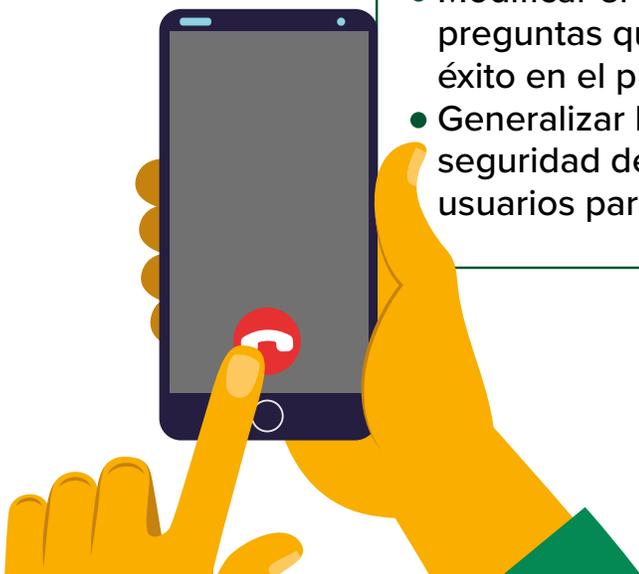
### Fase Voy a la asesoría

- 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.

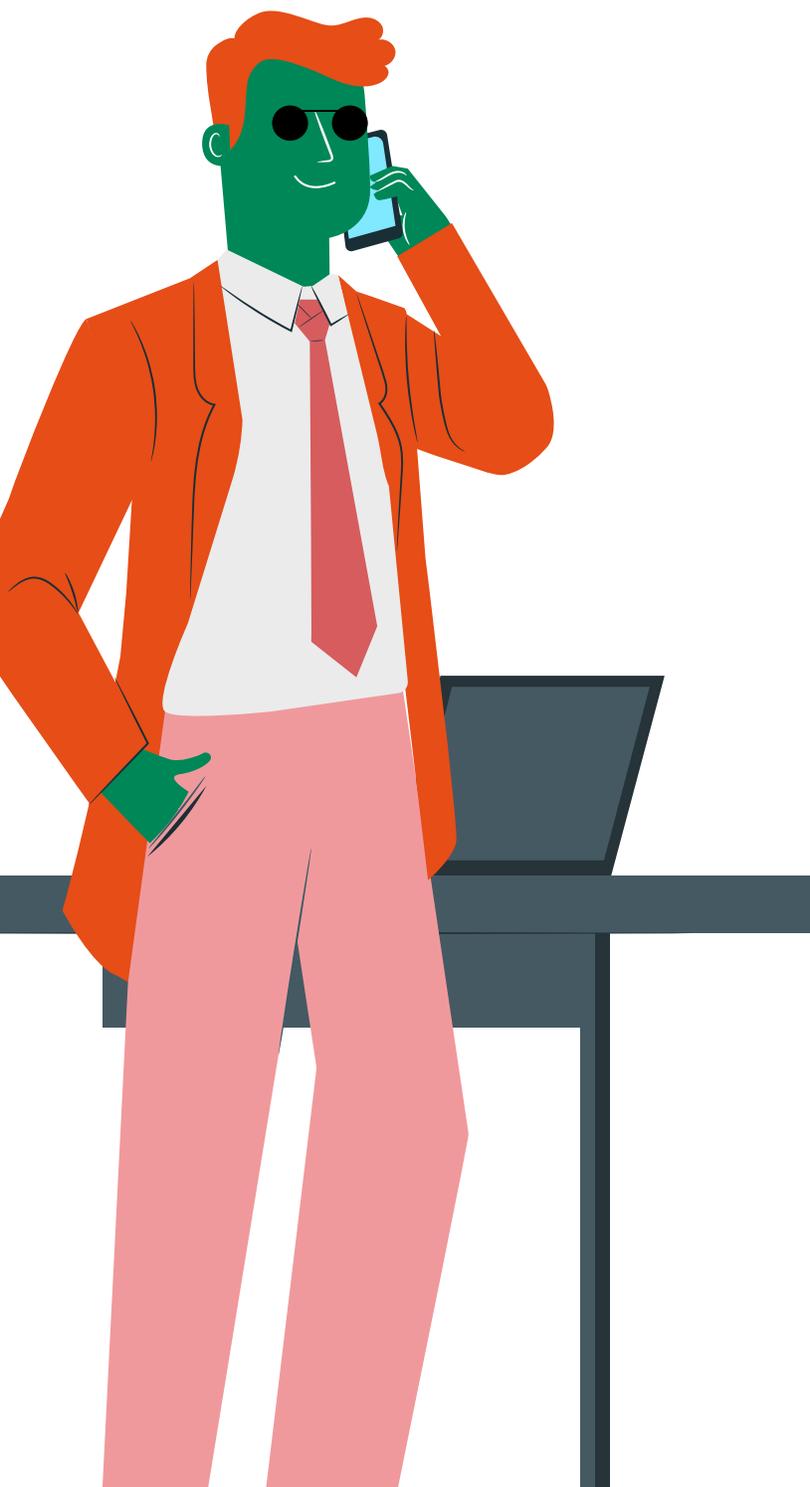
4

### Fase Cuelga 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.



# Motivaciones y deseos de los perfiles



## En el canal telefónico

### Rígidos

Cuando realizan una llamada al *call center*, es porque no tienen otra opción para completar el trámite o solicitud que necesitan.

Prefieren que los agentes comprendan sus limitaciones y se adapten a ellas durante la atención.

### Rekursivos

Su llamada al *call center* se debe a que fueron derivados a ese canal para completar el trámite o solicitud requerida.

En la atención, prefieren recibir información clara y concisa que les brinde seguridad y confianza en sus transacciones.

### Representados

Cuando llaman al *call center*, a menudo es porque es la preferencia de sus familiares o personas de confianza para realizar procesos ante la entidad financiera, o porque fueron derivados a este canal.

Durante la atención, prefieren contar con la paciencia del agente mientras validan la información con sus familiares.

### Flexibles

Realizan una llamada al *call center* cuando es la única opción para completar el trámite o solicitud requerida.

Prefieren una atención rápida que no implique demasiadas dificultades ni esperas.

# Qué promover

1

Servicios adaptados para personas con discapacidades auditivas, como opciones de videollamadas con intérpretes de lengua de señas y sistemas de mensajería de texto.



2

Líneas telefónicas compatibles con dispositivos de asistencia, como amplificadores de sonido



3

Disponibilidad de información en formatos accesibles, como envíos de resúmenes por correo electrónico o mensajes de texto después de la llamada, asegurando que los detalles importantes se puedan revisar fácilmente.



4

Ampliar el tiempo de validación de datos en las llamadas telefónicas para permitir que las personas con discapacidad tengan más tiempo para proporcionar la información necesaria.



5

Capacitar al personal para comprender la diversidad de las personas con discapacidad y brindar asistencia adecuada durante las llamadas.



6

Proporcionar la opción de repetir la información o las instrucciones durante la llamada para garantizar la comprensión.



7

Implementar servicios de devolución de llamadas para personas con discapacidad que necesiten asistencia adicional.



# Inspírate

A continuación te presentamos un ejemplo de accesibilidad a través de la implementación de un sistema de mensajería de texto a través de whatsapp:

## Chatico

Es una herramienta virtual que resuelve las dudas de la ciudadanía en general, sobre servicios distritales en la ciudad de Bogotá.

Conversar con Chatico es muy fácil. Se debe escribir al número de WhatsApp **316 0231524** o se puede ingresar a través de este enlace <https://bit.ly/PegatealPlan>. El proceso de participación toma entre 5 y 15 minutos, según la opción que se elija.



**Abramos las puertas a la  
creación de experiencias de  
usuario en el sector financiero  
sin barreras para las personas  
con discapacidad.**

**Aso  
Ban  
Caria**



**Fundación  
Saldarriaga  
Concha**

