



EDUARDO TORO NAHMÍAS
DIRECTOR EJECUTIVO
CONECTA MAYOR UC

Cliente mayor: el desafío de las empresas

“Este trámite se hace solo a través de la web”, “para pagar debe acceder a su cuenta con su clave de internet”, “ingrese el reclamo en nuestra plataforma online”. ¿Cuántas veces hemos recibido esta respuesta al evidenciar que la ayuda presencial se ha reemplazado por 10 pasos en el mundo digital? Sin duda, los avances de la tecnología nos pueden hacer ganar tiempo y “facilitarnos” la vida, pero ¿qué pasa cuando el avance del mundo tecnológico, por el contrario, entorpece y, peor aún, nos frustra y excluye?

Lo anterior no es ajeno a la realidad de un gran número de personas mayores que han quedado apartadas de la digitalización de la vida moderna. Chile y sus mayores, Sexta Encuesta Calidad de Vida en la Vejez 2022 (UC-Caja Los Andes) nos indica que si bien todos los usos del celular han aumentado, la realización de trámites por internet es una actividad que solo el 23% de las personas mayores realiza, y desde el sondeo anterior (2019) solo ha habido un aumento de 12 puntos porcentuales. Una realidad que choca con la alta velocidad de la digitalización de servicios y canales de comunicación de las instituciones públicas y privadas del país.

Se suma a lo anterior las recientemente aprobadas leyes de ciberseguridad (permitirá tener mejores herramientas para proteger el derecho de las personas en el ciberespacio) y de “Acceso a Internet como un servicio público de telecomunicaciones”, que entrega mayores atribuciones de fiscalización al Estado y asegura la cobertura. Ambos grandes avances en políticas públicas que serán un impulso para la digitalización. Nuevamente surge la interrogante: ¿Qué ocurrirá con las personas mayores?

Entonces, frente a esta realidad las empresas deberán aceptar el desafío que les imponen sus clientes +60, activos impulsores de la llamada economía plateada, cuyo crecimiento superará el 20,6% en América Latina entre los años 2015-2030, según los datos entregados por BID y McKinsey Global Institute.

Comenzar con un trato adecuado y respetuoso parece de perogrullo, aunque, por el contrario, son pocas las organizaciones que capacitan a sus trabajadores en la atención de personas mayores. El diseño de webs inclusivas (que no solo implica poder agrandar la letra) es un gran aliciente, tal como canales de comunicación —y atención— que permitan la solución de problemas de una manera eficiente y rápida. Y, por qué no, promover la inclusión digital en las comunidades donde están insertas: un supermercado que capacita a sus clientes mayores en el uso de su teléfono inteligente, fomenta un comprador satisfecho y feliz. ¿Habrá un cliente más fiel?

Desde las empresas nos repiten que “el cliente es lo más importante”. Pero ¿cuál cliente están mirando? Esa visión también necesita un enfoque inclusivo que no deje de lado a ese 20% de la población compuesto por personas mayores, tan activo, crítico y entusiasta como cualquier otro grupo, y del que todos seremos parte.

“Las empresas deberán aceptar el desafío que les imponen sus clientes +60, activos impulsores de la llamada economía plateada”.