

IMPORTANCIA DE ACTUALIZACION DE DATOS EN LAS ENTIDES FINANCIERAS

Tomas Giovani Martínez Lozano, Universidad Militar Nueva Granada, Especialización Alta Gerencia

RESUMEN

Teniendo en cuenta la necesidad de las entidades financieras para el ofrecimiento no solo de productos financieros adecuados a las necesidades de sus clientes, sino de poder tener un contacto efectivo se hace necesario realizar un completo estudio sobre esta necesidad tan importante, ya que nos permitiría poder tener información de primera mano para lograr un contacto no solo efectivo con los clientes sino también lograr así ofrecer productos de calidad. En ocasiones nos encontramos con muchos inconvenientes para poder obtener esta información y es que los clientes se rehúsan a entregar dicha información la cual de acuerdo a sus palabras podría ser manejada para fines diferentes a los anteriormente expuestos. Las entidades financieras deben tener un gran cuidado con esta información y así lograr que los clientes se sientan tranquilos al entregarla.

PALABRAS CLAVES. *Actualización, datos, financieros, clientes, servicios, información.*

IMPORTANCE OF DATA UPDATE ON FINANCIAL ENTIDES

ABSTRACT

Given the need for financial institutions to offer not only appropriate to the needs of their clients financial products, but to have actual contact is necessary to make a complete study of this important need,, as we would be able have first- hand not only to achieve effective contact with customers but also to achieve providing quality products . Sometimes we find many drawbacks to this information and that customers refuse to deliver such information which according to his words could be managed for purposes other than the above . Financial institutions must take great care with this information and make customers feel reassured to deliver.

KEYWORDS: *Updating, data, financial, customers, services, information.*

INTRODUCCION.

Para toda entidad financiera, y teniendo en cuenta el tipo de negocio al cual está expuesta pues el ofrecer servicios que satisfagan las necesidades de los clientes se hace necesario conocer a fondo su información financiera, de allí surge la necesidad no solo de ofrecer sino de conocer, y esta información debe ser entregada anualmente por cada uno de sus clientes.

De allí nace la necesidad de realizar o gestionar la actualización de los datos de los clientes, conocer sus estados financieros, dirección, teléfonos de contacto etc...

Pero es bueno esperar que los clientes actualicen sus datos?

De acuerdo con la normatividad que tienen las entidades financieras con respecto al conocimiento del cliente las cuales de acuerdo al del numeral 4.2.2.1.1.4 del Capítulo Décimo Primero del Título I de la Circular Básica Jurídica de 1996, **Parámetros de los procedimientos de conocimiento del cliente**

Los procedimientos que implementen las entidades vigiladas para el conocimiento del cliente deben atender los siguientes parámetros mínimos:

Permitir la realización de todas las diligencias necesarias **para confirmar y actualizar como mínimo anualmente los datos suministrados en el formulario de solicitud de vinculación de clientes que por su naturaleza puedan variar** (dirección, teléfono, actividad, origen de los recursos etc.). Para el caso de productos inactivos la actualización se llevará a cabo cuando el producto deje de tener tal condición. En el evento en que cambie la participación de los accionistas o asociados en los términos exigidos en el formulario de vinculación, corresponderá a las entidades determinar una periodicidad menor para la actualización la información, atendiendo el nivel de riesgo de cada cliente. (Circular Básica Jurídica de 1996)

Teniendo en cuenta esto se hace necesario la creación de un área que con ayuda tecnológica pueda realizar y tener información de primera mano para la actualización de datos de los clientes, con esto y de acuerdo a la normatividad vigente en la materia se tenga conocimiento del cliente pero además se pueda ofrecer un buen servicio.

El Habeas Data es el derecho que tienen todas las personas a conocer, actualizar y rectificar las informaciones que se hayan recogido sobre ellas en bancos de datos y en archivos de entidades públicas y privadas. (José Alejandro Bermúdez, 2012)

METODOLOGIA

Se realizara investigación de clientes de entidades financieras que nos permita conocer que estrategias seguir y que sean efectivas para lograr que los clientes actualicen su información financiera y así obtener datos estadísticos sobre la cantidad de clientes que no poseen o entregan información financiera actualizada y los posibles inconvenientes que puede traer esta desinformación.

Esta investigación está enfocada hacia la toma de decisiones que debe afrontar un gerente en el día a día permitiendo un mejor control y planeación para el futuro de la organización.

La información financiera de los clientes debe ser uno de los activos más preciados de las entidades no solo financieras, sino del sector real ya que es necesaria para el diario vivir de las empresas.

Claro que se debe tener en cuenta toda la normatividad existente en la materia ya que para el manejo y tratamiento de datos se debe tener autorización y máxima privacidad, pero es algo muy importante para cualquier empresa ya que con esto podemos ofrecer servicios y productos acordes con cada uno de nuestros clientes.

Las entidades financieras tienen la obligación y está en cabeza de los responsables del tratamiento de datos personales de "desarrollar políticas para el Tratamiento de los datos personales y velar porque los Encargados del Tratamiento den cabal cumplimiento a las mismas" (Ley 1377 de 2013).

Muestra

Tabla 1: Cantidad de clientes activos e inactivos con productos vigentes.

	2011	2012	2013
<u>Cientes Activos</u>	2890	2850	2726
<u>Cientes Inactivos</u>	1950	2325	2620
<u>Total Cientes</u>	4840	5175	5346

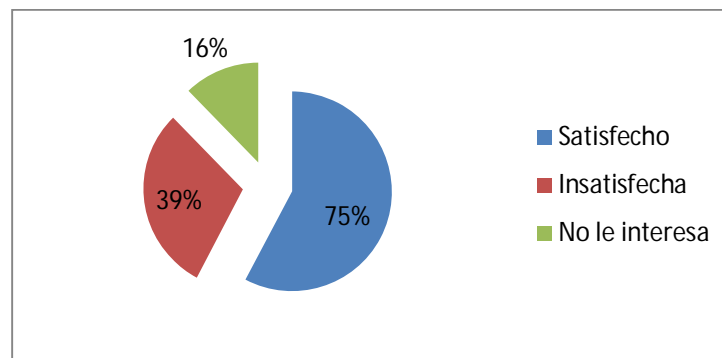
En esta tabla podemos apreciar la cantidad total de clientes que poseen productos con entidades financieras y que están distribuidos en clientes activos e inactivos. Se evidencia que el número de clientes inactivos es mayor los cuales se incrementan año a año. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 2: Variación del estado de clientes a quienes se realizó actualización de datos

	OCT - 2013	NOV - 2013	DIC - 2013
Cientes Inactivos	93	85	17
Cientes que tomaron crédito y activaron los productos	22	30	98
Total Cientes	<u>115</u>	<u>115</u>	<u>115</u>

Durante los meses de Noviembre y Diciembre del año 2013 se realizó campaña de actualización de datos para un total de 115 clientes los cuales tenían cuenta de ahorros inactivas con el Banco y se puede evidenciar que más del 85% de los mismos decidieron activar su cuenta y tomar crédito con la entidad.

Figura 1: Nivel de Satisfacción de clientes al ser contactados por el Banco para ofrecimiento de productos



En esta figura se muestra el nivel de satisfacción que tienen los clientes al ser contactados por la entidad financiera para el ofrecimiento de productos aprobados, en el cual podemos evidenciar que un 75% de clientes se siente satisfecho al ser contactados por la entidad. Esto también nos demuestra que al tener actualizados los datos de los clientes es mucho más dinámico el contacto y conocimiento del mismo ya que se pueden ofrecer productos alineados a las necesidades de nuestros clientes.

RESULTADOS

Si aplicamos esta metodología podemos tener un mayor conocimiento no solo como usuarios sino como Banco, ya que tendremos información que nos permitirá conocer que herramientas utilizar para aprender sobre lo que mueve a los usuarios de los productos financieros a utilizar los servicios.

Igualmente se pueden derivar muchas investigaciones que podrían ayudar a desarrollar productos necesarios para entregar servicios a los usuarios de servicios financieros y además de conocer con que herramientas se cuenta para hacer uso de los productos lo que también permitirá tener un, mayor conocimiento de los servicios con los que se cuenta, es también un punto de partida para desarrollar investigación de mercadeo que ayudaran a profundizar los servicios financieros.

CONCLUSIONES

Toda investigación debe tener un comienzo, el cual nos permite desarrollar diferentes puntos de vista que debemos tener en cuenta para llevar a cabo nuestra investigación, si tenemos en cuenta esto, para desarrollar nuestra investigación con el desarrollo o conocimiento de la importancia de la actualización de datos en el sector financiero¹ y como esto puede ayudar a el ofrecimiento de servicios de calidad al consumidor financiero, en el desarrollo de la especialización en alta gerencia, nos permite el cumplimiento de objetivos ya que con el podríamos llegar a conocer diferentes problemas de tipo administrativo que se pueden ir desarrollando a nivel personal y que alimentaran de manera sustancial nuestra capacidad de investigación para dar respuesta a diferentes interrogantes que surgirán y que nos permitirán ir poco a poco conociendo las respuestas y el cumplimiento de los objetivos trazados.

Sin embargo como en todo proceso de investigación pueden surgir diferentes inconvenientes u obstáculos que no nos permiten desarrollar el proceso de investigación, para lo cual nosotros como investigadores debemos tratar de sortearlos para así dar cumplimiento a los diferentes pasos comenzando por la misma definición del problema que queremos investigar, lo cual pienso es lo más difícil de conocer, ya que debemos tener en cuenta cuales son los antecedentes y cual va ser la estrategia a seguir para llegar a un resultado.

Debemos pensar en que nuestra investigación no solo nos ayudara a nosotros que somos parte del interrogante, sino que también ayudara a las entidades financieras y a los usuarios o clientes de los productos financieros a conocer a fondo que es lo que en verdad necesitamos para tomar un producto, comenzando y pensando a futuro de la importancia de la actualización de los datos en el sistema financiero².

Tal vez si todos y cada uno de nosotros cuando iniciamos una investigación vemos el problema y lo desarrollamos de una manera que si pensamos en cual va ser el resultado del mismo podríamos ver sus resultados y cuáles van a ser sus consecuencias pues al desarrollar este interrogante nos damos cuenta que es el mismo que tienen diferentes personas y que no solo permitirá a los usuarios de los servicios financieros conocer cuál es el manejo y para qué sirve el hecho de realizar la actualización de datos lo que permitirá tener una mejor visión de para que debemos realizar este proceso.

¹ SUPERINTENDENCIA FINANCIERA DE COLOMBIA TITULO I – CAPÍTULO SEXTO Reglas sobre Competencia y Protección al Consumidor Financiero Circular Externa 038 de 2011 Septiembre de 2011 CAPÍTULO SEXTO: REGLAS SOBRE COMPETENCIA Y PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR FINANCIERO

² El tratamiento de datos personales debe realizarse respetando las normas y principios generales y especiales establecidos en la Ley 1581 de 2012 y sus decretos reglamentarios.

Esta investigación nos permite iniciar la búsqueda de ideas para identificar herramientas o medios para realizar la actualización de datos y así mismo edificar incentivos que permitan a los clientes estar más cerca de su Banco, con procesos óptimos convirtiéndolos en estrategias nuevas y eficaces dentro de la empresa, igualmente es importante el uso de herramientas tecnológicas que están a la vanguardia como el internet, y redes sociales que permitan una mayor interacción con los usuarios.

Limitaciones

Dentro de las limitaciones que pudimos encontrar en esta investigación una de las más importantes fue la falta de cultura de actualización de datos que tienen los usuarios de productos financieros ya que en algunas ocasiones y de acuerdo a lo indagado a los clientes no suministran este tipo de información por temas de seguridad, lo que hace cada vez más difícil que las entidades financieras puedan contactar y tener datos reales de sus clientes. Así mismo encontramos que a pesar de que en Colombia el 95% de ciudadanos utiliza medios como el celular, casi un 75% de ellos no utiliza ni el internet ni las redes sociales.

BIBLIOGRAFIA

Protección de Datos personales, Ley Estatutaria Habeas data 1581 de 2012 - Colombia.

Parámetros de los procedimientos de conocimiento del cliente, Circular Básica Jurídica de 1996, numeral 4.2.2.1.1.4 del Capítulo Décimo Primero del Título I, Superfinanciera.

Todo lo que necesita saber de la ley de Habeas data, Recuperado el 29 de enero de 2014, del sitio web Cifin – asobancaria: http://cifin.asobancaria.com/CifinWeb/Cifin/Ley_Habeas_Data.html

Protección al consumidor financiero, Ley 1328 de 2009

Conceptos protección al consumidor financiero, recuperado el 28 de Enero de 2014 del sitio web Superfinanciera.gov:

<https://www.superfinanciera.gov.co/jsp/loader.jsf?!Servicio=Publicaciones&ITipo=publicaciones&IFuncion=loadContenidoPublicacion&id=11201>

Protección de datos personales, recuperado el 28 de enero de 2014, del sitio web Banco caja social en línea: <https://www.bancocajasocial.com/abc-ley-1581-de-2012-proteccion-de-datos-personales>

Proteja sus datos personales con la ley de habeas data, recuperado el 20 de enero de 2014, del sitio web La Republica.com: http://www.larepublica.co/asuntos-legales/proteja-sus-datos-personales-con-la-ley-h%C3%A1beas-data_44331.

Sus derechos en el habeas data, recuperado el 20 de enero de 2014, del sitio web Dinero.com: <http://www.dinero.com/actualidad/nacion/articulo/sus-derechos-habeas-data/181020>

Política Integral de Protección al Consumidor Financiero, recuperado el 20 de enero de 2014, del sitio web superfinanciera.gov:

<https://www.superfinanciera.gov.co/jsp/loader.jsf?lServicio=Publicaciones&lTipo=publicaciones&lFuncion=loadContenidoPublicacion&id=11386>

Decreto 1377 de 2013, Reglamentación parcial ley 1581 de 2012.

Reglas sobre competencia y protección al consumidor financiero, Circular externa 038 de 2011, Superintendencia financiera de Colombia.

Importancia del registro y análisis de la información, recuperado el 23 de enero de 2014, del sitio web estética link: <http://www.esteticalink.com/el-marketing-en-su-negocio/el-marketing-uno-a-uno>

Decreto 1727 de 2009, Por el cual se determina la forma en la cual los operadores de los bancos de datos de información financiera, crediticia, comercial, de servicios, deben presentar la información de los titulares de la información.

Ley 1266 de 2008 que establece que las fuentes certifiquen semestralmente al operador, que la información reportada cuenta con la debida autorización del titular, recuperado el 31 de enero de 2014, del sitio web Cifin – asobancaria: http://cifin.asobancaria.com/CifinWeb/Cifin/Ley_Habeas_Data.html

BIOGRAFIA

Tomas Giovanni Martínez Lozano, es administrador de empresas de la Universidad Militar Nueva Granada, con especialización en Alta Gerencia, se puede contactar en el correo electrónico tomgiomarlo@hotmail.com