



Vicerrectoría de estudios de posgrado

Trabajo final para optar por el título de “Maestría en Gerencia y Productividad”

Plan de Optimización del Servicio de Reclamaciones de los Usuarios, en la Oficina de Servicios a Clientes del Sistema Financiero.



PROUSUARIO.

Presentado por:

Carmen Lucía Sierra V. 2014-1409

Profesora:

Ivelisse Y. Compres Clemente

Santo Domingo, República Dominicana

Abril, 2016

**Plan de Optimización del Servicio de Reclamaciones
de los Usuarios, en la Oficina de Servicios a Clientes
del Sistema Financiero.**

Caso: Prouuario.

Año: 2015-2016

RESUMEN

El proyecto presentado tuvo como objetivo primordial elaborar un Plan de mejora y optimización del servicio de reclamaciones de los usuarios, en la Oficina de Protección al Usuario del sistema financiero. Los métodos empleados en dicha investigación fueron: la observación, análisis y la síntesis. Fueron utilizadas diversos tipos de fuentes, como: secundarias, siendo estos libros, revistas, leyes y reglamentos. Primarias, siendo estas informaciones que se recogieron a través de visitas a la Oficina de Protección al Usuario, donde se entrevistaron a empleados, funcionarios y usuarios del servicio. Se pudo observar que la Oficina de Servicios a Clientes del Sistema Financiero es una dependencia de la Superintendencia de Bancos de la República Dominicana, la razón principal es recibir solicitudes y entrega de la misma de los usuarios con respecto al sistema financiero del país. Por lo que fue sugerido la creación de un departamento de informática exclusivo para la Oficina de Servicios al Usuario, la cual se encargue de manejar y administrar las informes que son procesada por la Superintendencia de Banco, para así mantener un registro-archivo adecuado, que les brinde facilidades a la hora de buscar lo que desee el usuario. Asimismo que deben capacitar al personal de Servicio al Cliente, para que estos tengan la preparación necesaria para manejar los inconvenientes que se presente, y tengan a mano las informaciones que les soliciten. De igual forma, la creación del departamento de quejas. Deben trabajar la motivación laboral o personal, para mejorar las habilidades y destrezas de los empleados.

SUMMARY

The project presented had intended to mainly develop a plan of improvement and optimization of service users' complaints in the Office User Protection of the financial system. The methods used in this research were: observation, analysis and synthesis. They were used various types of sources, including: secondary, and these books, magazines, laws and regulations. Primary, and these information were collected through visits to the User Protection Office, where they were interviewed employees, officers and service users. It was observed that the Office of Customer Services Financial System is a dependency of the Superintendence of Banks of the Dominican Republic; the main reason is to receive requests and delivery of the same users with respect to the country's financial system. So it was suggested the creation of a department of exclusive information for the Office User Services, which is responsible for managing and administering the reports are processed by the Superintendence of Banks, in order to keep a log-file appropriate that It provides facilities to them when looking for what the user wishes. Also they should train personnel Customer Service, so that they have the necessary skills to handle the problems that arise, and have at hand the information requested of them. Similarly, the creation of the department of complaints. labor or personal motivation must work to improve the skills of employees.

INDICE

RESUMEN	i
INDICE	iii
DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTO	vii
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I	4
GENERALIDADES DE LA CALIDAD DEL SERVICIO	4
1.1 Antecedentes y naturaleza de la calidad.....	4
1.2 Definiciones de la Calidad en los servicios públicos:.....	8
1.3 El Usuario de los Servicios Financieros en la RD	10
1.3.1 Definición de Servicios Financieros	13
1.3.2 Naturaleza, Perfil y característica del usuario	17
CAPITULO II	27
ANTECEDENTES DE LA OFICINA DE PROTECCION AL USUARIO DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS ANÁLISIS DEL PROCESO DE RECLAMACIONES EN PROUSUARIO	27
2.1 Origen y naturaleza.....	27
2.2 Funciones y objetivos de su creación:	27
2.3 Estructura y funcionamiento.....	29
2.4 Rol en la protección de los derechos de los usuarios.....	30
2.4.1 Los pasos para interponer una Reclamación e Prouuario	45
2.4.2 Evaluación del Proceso que sigue una Reclamación en Prouuario.	46
2.4.2.1 Respuesta positiva de una Reclamación	47
2.4.2.2 Respuesta Negativa de una reclamación	48
2.5 Tipo de investigación	48
2.6 Métodos.....	48

2.7 Herramientas	49
2.7.1 Encuestas y entrevista	49
2.7.1.1 Objetivos de la encuesta.....	50
2.7.1.2 Análisis e Interpretación de los resultados	51
2.7.1.3Análisis de la encuesta	59
2.7.1.4Objetivos de entrevista a Encargado de la División Técnica de PROUSUARIO	60
2.7.1.5 Análisis comparativo de las encuestas realizadas y entrevista encargado división.	63
CAPITULO III	65
ELABORACIÓN DE UN PLAN DE OPTIMIZACIÓN DEL SERVICIO DE RECLAMACIONES DE LOS USUARIOS, EN LA OFICINA DE PROTECCIÓN AL USUARIO DEL SISTEMA FINANCIERO	65
3.1. Descripción de la Propuesta	65
3.2. Objetivos Propuestas de Mejoras	66
3.3 Plan	67
3.4. Los Recursos.....	75
3.4.1. Humano	75
3.4.2. Recursos Financieros	82
3.4.3. Recursos Tecnológicos.....	83
3.5. Balanced Score Card.....	86
CONCLUSIÓN	106
BIBLIOGRAFÍA.....	108
ANEXO1	113
ANEXO 2.....	116

Tablas

Tabla 1. Motivo de visita a la oficina.	51
Tabla 2. Servicio que procuran los usuarios.....	52
Tabla 3. Atención recibida de parte de los representantes?	53
Tabla 4. Cortesía del personal de la oficina es:	54
Tabla 5. La atención a reclamo por el Usuario es:	55
Tabla 6. Instalaciones físicas de la oficina.....	56
Tabla 7. Respuesta a su reclamo ha sido:.....	57
Tabla 8. Atención y servicio que recibe:.....	58

Gráficos

Gráfico 1. Motivo de visita a la oficina.	52
Gráfico 2. Servicio que procuran los usuarios.....	53
Gráfico 3. Atención de parte de los representantes.	54
Gráfico 4. Cortesía del personal de la oficina es:	55
Gráfico 5. La atención a reclamo por el Usuario es:	56
Gráfico 6. Instalaciones físicas de la oficina.....	57
Gráfico 7. Respuesta a su reclamo ha sido.....	58
Gráfico 8. Atención y servicio que recibe.....	59

DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTO

Dedico y agradezco a Dios por permitirme lograr uno de mis sueños, aun pensando que no podía lograrlo, pero junto a Él lo he alcanzado.

Les agradezco a mi querida familia: José del Rosario mi amado esposo y a mis preciosos hijos Laura y Fernando del Rosario Sierra, quienes me apoyaron en todo y a quienes tuve que dejar solos muchas a veces y no poder salir con ellos los fines de semana por cumplir con los compromisos de la maestría. A mis hermanos y a mi madre.

A mis compañeros de trabajo, maestría y amigos que me motivaron, apoyaron y sufrían conmigo todos los afanes y compromisos a lo que me vi sometida durante este proceso.

Les doy mis más sinceras gracias a la Superintendencia de Bancos por apoyarme moral y económicamente.

Gracias a todos de corazón sin ustedes dándome ánimo y fortaleza no hubiese logrado mi sueño. Una meta más alcanzada con la ayuda de mi Dios.

Besos y Abrazos a todos!!!

INTRODUCCIÓN

La Oficina de Protección al Usuario es una instancia de la Superintendencia de Bancos creada por Resolución de la Junta Monetaria para proporcionar servicios de atención a las consultas, denuncias y reclamaciones que presenten o requieran los usuarios de servicios que prestan las Entidades de Intermediación Financiera, así como los organismos jurisdiccionales. Dentro de los servicios que ofrece dicha oficina, el más importante es atender y responder las reclamaciones que presenten los usuarios. Las respuestas a las reclamaciones es el eje transversal de la existencia de Prouuario, por lo cual es el área que requiere mayor atención e interés de quienes la dirigen.

En la República Dominicana, existe un Marco Regulatorio para proteger los derechos de los usuarios de los servicios financieros, y para aplicarlo, la Superintendencia de Bancos creo la Oficina de Protección al Usuario de los Servicios Financieros, cuyas instalaciones, además de estar ubicadas estratégicamente en el centro de todas las actividades comerciales y financieras de la ciudad, están dotadas de un amplio espacio, moderno mobiliario, equipos de última tecnología y eficientes softwares para dar servicio y agilizar los procesos y demandas de servicios por los usuarios del sistema financiero.

A pesar de que la protección al derecho de los consumidores en general están consignado en la Ley General de Protección de los Derechos del Consumidor o Usuario, No. 358-05, el régimen regulatorio del Sistema Monetario y Financiero y para la protección de los derechos de los usuarios de los servicios financieros en la República Dominicana, está básicamente establecido en el Código Monetario y Financiero, Ley 183-02 del 21 de noviembre del 2002, cuyo objeto principal, además de servir de marco legal, es facultar con carácter de exclusividad para fijar políticas, dictar reglamentaciones, establecer mecanismos de supervisión y prever

sanciones, a la Administración Monetaria y Financiera, compuesta por la Junta Monetaria, el Banco Central y la Superintendencia de Bancos.

Entre las prerrogativas de la Autoridad Monetaria y Financiera, esta limitar el riesgo de pérdida para los ahorristas, mantener la confianza del público en las entidades bancarias y garantizar el respeto de las normas y buenas prácticas bancarias. En la medida en que opera una efectiva supervisión bancaria, mayores son las garantías de los usuarios en cuanto a la protección de sus derechos y a la seguridad del dinero que reposa en manos de las entidades de intermediación financiera.

Los métodos empleados en dicha investigación fueron: la observación, análisis y la síntesis. Fueron utilizadas diversos tipos de fuentes, como: secundarias, siendo estos libros, revistas, leyes y reglamentos. Primarias, a través de visitas a la Oficina de Protección al Usuario.

La investigación estará compuesta por tres capítulos, los cuales se desglosan de la forma siguiente:

El capítulo I, se enfocará en las generalidades de la calidad del servicio, así como sus antecedentes y naturaleza de la calidad, la calidad en los servicios públicos, quien es el usuario de los servicios financieros en la República Dominicana.

El capítulo II, tratará sobre los antecedentes de la Oficina de Protección al Usuario de los Servicios Financieros, análisis del proceso de reclamaciones en PROUSUARIO, su origen, funciones, estructura, rol en la protección de los derechos de los usuarios.

El capítulo III, será la elaboración de un plan de optimización del Servicio de Reclamaciones de los Usuarios, en la Oficina de Protección al Usuario del Sistema Financiero, el cual estará estructurado con el diagnóstico del

servicio, propuesta de plan de optimización, mejoras esperadas, perspectiva y el Balance Score Card.

CAPITULO I

GENERALIDADES DE LA CALIDAD DEL SERVICIO

Como aspecto general se puede decir que la calidad en el servicio es una metodología de diversas instituciones públicas y privadas para garantizar la satisfacción de los clientes, ya que esta satisfacción es importante para que los clientes que reciben servicios y de los cuales están satisfechos.

1.1 Antecedentes y naturaleza de la calidad

Esta es la fundamentación teórica de este trabajo abarca todo lo referente a lo expuesto por diferentes autores en lo que respecta a la temática de que se está tratando. También sobre la evolución histórica por la que ha venido atravesando de la manera más amplia posible por lo que la naturaleza de la calidad ha venido arrastrando diferentes etapas. (Medina, 2005)

Por lo que a medida que en la edad media surgieron las instituciones y gremios donde, las normas de calidad se hicieron explícitas. Con esto se pretendía como primera visión garantizar la conformidad de los bienes que se entregaban al cliente, y por el otro, mantener en algunos grupos de artesanos la exclusividad de elaborar ciertos productos para el buen desenvolvimiento incluyendo la calidad que se deseaba obtener.

Históricamente, desde los tiempos remotos se observa una clara relación del hombre con el resultado de su trabajo. Por el contrario, la mecanización, la producción en serie y la especialización de los procesos productivos han separado al hombre del producto de su esfuerzo incluyendo que ellos llegaban al extremo de que éste ya no logra distinguir el valor que agrega y con suma frecuencia se ignora el producto que la empresa está produciendo con esmerada calidad.

Desde esa perspectiva y con esos antecedentes que vinculan al hombre con su obra, Calidad Total no solo reconoce la dignidad y el potencial intelectual del ser humano, incorporándolo al autocontrol activo de la calidad de lo que hace, sino que adicionalmente a través de este involucramiento lo pone en contacto estrecho con la naturaleza e importancia de su labor.(Medina, 2005)

Por otro lado la calidad se ha venido desarrollando paralelamente partiendo de diferentes enfoques gerenciales. Por tanto, ya que se puede hablar del como sí hubiera evolucionado en forma aislada. De ahí que concluya que la implantación de calidad total demanda forzosamente un estilo gerencial participativo y que tenga como uno de sus principales valores al trabajo en equipo.

En este contexto este lleva un contraste con la apertura que se vive la economía del país ha significado, para casi todas las ramas industriales y algunas del sector servicio, la necesidad de redefinir el concepto de calidad, no solo para estar en posibilidades de competir, sino para algo más elemental de sobrevivencia con el transcurrir de los tiempos.

Por tanto, con esta trayectoria que ha proporcionado entender claramente el concepto de calidad el cual va más allá que del simple cumplimiento de ciertas especificaciones, pues esto no asegura que el cliente este satisfecho: un producto o un servicio será de calidad cuando logre satisfacer las necesidades, expectativas y los requerimientos que exige el consumidor; por ende, será él quien establezca los parámetros de puedan alcanzar. A su vez, el dinamismo implícito en este punto de referencia significa que la calidad no debe concebirse como un status. Si no como un proceso de mejora continua. (Medina, 2005)

Enfáticamente la calidad total se ha convertido en uno de esos conceptos que pueden significar todo o nada. Cuando se tiene contacto con

organizaciones interesadas en incorporar la calidad total, estas tienen conceptualizaciones diferentes, lo que ha representado un problema. (Medina, 2005)

Históricamente la calidad ha sido como aquella que el productor es capaz de darle al cliente, el flujo del proceso se ha orientado en una sola dirección. Desde esta óptica la calidad se concibe por el productor y no por el cliente.

Los conceptos de calidad se encuentran enfocados de forma totalmente inversas a lo anterior, es decir, la calidad de un servicio, no es aquella que el productor pueda dar, sino aquella que se adecua a las necesidades de los consumidores. Esta acepción del término Calidad se utiliza ampliamente y con este enfoque trabajan muchas organizaciones. (Martinez, 2007)

En este tenor se puede decir que la naturaleza de la calidad data de los años 1954, la que se rige por la Ley No. 3925, el Sistema Métrico Decimal como único sistema de pesas y medidas, apoderando a la entonces Dirección General del Servicio Nacional de Pesas y Medidas para la aplicación de dicha Ley y su Reglamento. En el año de 1956, mediante la Ley No. 4406, esta Dirección se convierte en un departamento de la Secretaría de Estado de Industria, Comercio y Banca, como Departamento de Pesas y Medidas. (DIGENOR, 2014)

Es por esto que se puede decir que con esta trayectoria que ha proporcionado entender claramente el concepto de calidad el cual va más allá que del simple cumplimiento de ciertas especificaciones, pues esto no asegura que el cliente este satisfecho: un producto o un servicio será de calidad cuando logre satisfacer las necesidades, expectativas y los requerimientos que exige el consumidor; por ende, será él quien establezca los parámetros de puedan alcanzar. A su vez, el dinamismo implícito en este

punto de referencia significa que la calidad no debe concebirse como un status. Si no como un proceso de mejora continua.(Medina, 2005)

Por lo que el consumidor dominicano con la puesta en marcha de este departamento se vio protegido por la calidad que de ella se deriva y la calidad de los productos tuvieron un mayor auge dentro del mercado nacional.

De esa manera surge en el año 1973 el Instituto Dominicano de Tecnología Industrial (INDOTEC) como ente organizador, quien tuvo como marco de referencia la creación de la División de Normalización y Control de Calidad con el objetivo de implementar normas de garantía en la elaboración de los productos tradicionales.

Tras la creación de esta unidad, mediante la Ley 602 de mayo de 1977, como ente del Estado Dominicano se le dieron las atribuciones de establecer las normas y políticas en lo que respecta al establecimiento de las normas de calidad.(DIGENOR, 2014)

En el año 1978 se organizó formalmente la Dirección General de Normas y Sistemas de Calidad (DIGENOR), bajo la asesoría del Instituto Dominicano de Tecnología Industrial (INDOTEC).

Hay que enfatizar que con la creación de DIGENOR se visualiza la normalización en lo que se refiere a servicios, certificación y capacitación de personal altamente calificado para garantizar la salud y la seguridad de las personas, así como mejorar la gestión dentro de las organizaciones en lo que respecta a la competitividad en la República Dominicana.

Dicha dependencia tiene como objetivo fundamental la normalización de los sistemas de calidad tanto nacional como internacional enfocada en principios

y valores para el desarrollo del talento humano a nivel mundial con un sistema de calidad con altas dimensiones.

1.2 Definiciones de la Calidad en los servicios públicos:

Cabe destacar que la calidad de los servicios públicos es una herramienta fundamental en el ámbito de la administración pública, por lo que se ha convertido en el recurso con que cuentan las entidades públicas en el sentido amplio para dar una mejor calidad a las personas que solicitan cualquier tipo de información en entidades públicas, la que debe poseer un personal humano calificado para el buen funcionamiento de las entidades estatales.(Gil C. , 2007)

Por lo que la calidad en los servicios públicos es el eje humano por el que se rigen las instituciones tanto públicas como privadas a la hora de ofrecer un buen servicio, a la vez dar soluciones alternativas para la búsqueda de solución a los problemas que se les planteen, ya que un personal ineficiente perjudica la continuidad de un servicio eficaz a la población que lo solicite. En ese sentido un personal calificado tiene el compromiso con el entorno y mejora significativamente las condiciones de trabajo, en lo que respecta a la supervisión social dentro del servicio que ofrece.

La calidad también puede definirse como el servicio que se ofrece por lo que debe contar con un personal idóneo que tenga la vocación de servir de manera distinguida a la hora de ofrecer sus servicios, ya que es la encargada de ofrecer la buena o mala impresión dentro de la institución a la cual se le solicita un servicio que requiere de la calidad que ellos esperan por la calidad requerida.

Por lo que se refiere a los servicios públicos dentro de una organización es hablando de la evolución a mejorar en la administración pública las condiciones de los servicios ofrecidos, y tiene como meta fundamental que

las organizaciones trabajen en coordinación de cada uno de los departamentos que en ellas existen con buenas relaciones humanas.(Ramirez, Generalidades de los servicios públicos. , 2011)

Otro concepto de calidad es el conjunto de características de un producto que satisfacen las necesidades de los clientes y en consecuencia hacen satisfactorio el producto” y a la organización “la calidad consiste en no tener deficiencias.

En tanto que la calidad de un producto o servicio está influenciada por numerosas etapas de actividades independientes, tales como. El proyecto, la fabricación, el servicio posterior a la venta o el mantenimiento.

También se puede decir que el servicio es el conjunto de prestaciones que el cliente espera además del producto o el servicio básico lo que trae como consecuencia el precio y la buena proyección, precio de la imagen y la reputación del mismo. Por lo que convertir en el mercado en el número uno obliga y se compromete a brindar un excelente servicio.

En ese orden de ideas, el servicio es algo que va más allá de la amabilidad y de la gentileza. Claro que una sonrisa nunca está de más. Hace además que esa sonrisa proporcione una buena información que oriente hacia el interlocutor idóneo o que no permita impacientarse. Se trata de un problema de métodos y no de simple cortesía.

Por lo que la satisfacción de la calidad se pueden definir como el estado psicológico resultante de la ecuación a que dan lugar las expectativas no confirmadas, acompañadas de un sentimiento a priori del consumidor sobre las expectativas de consumo, satisfacciones es una valoración de una transacción específica, mientras que calidad es una valoración global, por

tanto, sobre la base de esta distinción, una acumulación de valoraciones de transacciones, específicamente conduce a una valoración global.

Evidentemente se puede colegir que el servicio de los servicios no solo es importante para reforzar los beneficios que el comprador busca en la prestación, sino que se ha convertido también en un arma competitiva básica e indispensable en todos los sectores en los que el servicio no se ha convertido en algo trivial.(Díaz, 2009)

A lo largo de la historia el término calidad ha sufrido numerosos cambios que conviene reflejar en cuanto su evolución histórica. Para ello, se describe cada una de las etapas el concepto que se tenía de la calidad y cuáles eran los objetivos a perseguir.

Esta evolución ayuda a comprender de dónde proviene la necesidad de ofrecer una mayor calidad del producto o servicio que se proporciona al cliente y, en definitiva, a la sociedad, y cómo poco a poco se ha ido involucrando toda la organización en la consecución de este fin. La calidad no se ha convertido únicamente en uno de los requisitos esenciales del producto sino que en la actualidad es un factor estratégico clave del que dependen la mayor parte de las organizaciones, no sólo para mantener su posición en el mercado sino incluso para asegurar su supervivencia.

1.3 El Usuario de los Servicios Financieros en la RD

En la República Dominicana tiene como Reglamento de Protección al Usuario de los Servicios Financieros, creado mediante el art. 53 de la Ley 183-02 que instituye el Código Monetario y Financiero de fecha 19 de enero del año 2006, el cual es el Reglamento de Protección al Usuario de los Servicios Financieros” autorizando de esta manera su publicación.(Gil C. , 2007)

El presente Reglamento tiene por objeto establecer las bases para la organización y funcionamiento de la Superintendencia de Bancos (en lo adelante la Superintendencia), para el cumplimiento de la misión, visión y objetivos estratégicos institucionales, así como, establecer la estructura orgánica que utilizará en la ejecución de los procesos necesarios que permitirán el cumplimiento de las responsabilidades que le asigna la Ley.

También establece las bases que se utilizarán en el futuro para determinar la veracidad de los abusivos contratos y de ese modo asegurar que los contratos financieros reflejan la forma correcta y de manera precisa los compromisos contraídos por las partes, estableciendo los derechos de las mismas, así como improvisar un departamento para que los usuarios puedan hacer sus reclamaciones en las sucursales o en la Superintendencia de Bancos.

También con la creación de este reglamento también pueden intervenir de manera particular sobre los contratos bancarios y de adhesión, estableciendo pautas para la organización del servicio de atención a las personas que soliciten el servicio.

En adición a los derechos conferidos en la Constitución de la República Dominicana, la Ley Monetaria y Financiera y otras leyes, toda persona física o jurídica que utilice los servicios o adquiera los productos de una entidad de intermediación financiera, conforme a la legislación vigente y a lo establecido en la Ley Monetaria y Financiera, y para el disfrute de estos derechos, deberá: a) Obtener de la entidad de intermediación financiera el o los documentos, donde se establezcan los términos y condiciones del producto o servicio en su forma originalmente pactada. b) Recibir el producto o servicio financiero que ha contratado, en la forma y condiciones pactadas. c) Obtener toda la información expresa, detallada y adecuada sobre los diferentes productos o servicios, con todas las especificaciones relativas a los costos y

los precios de los mismos. d) Obtener las informaciones sobre todas las consecuencias que se deriven del incumplimiento y del no pago de lo acordado en las condiciones y plazos establecidos, así como de todas y cada una de las modificaciones que se realicen en sus relaciones contractuales, ya sean éstas ocasionadas por condiciones del mercado o expresamente establecidas por la Administración Monetaria y Financiera. e) Presentar sus quejas, reclamaciones y denuncias ante la entidad financiera o por ante la Superintendencia de Bancos o por ante los tribunales judiciales, según corresponda.(Gil C. , 2007)

Todo esto se encuentra previo a la presentación de la misma por ante la Superintendencia de Bancos, el usuario interesado deberá llevarla por ante la entidad de intermediación financiera correspondiente. f) Solicitar, en cualquier momento, información sobre el estado de su reclamación, sin que para ello tenga que efectuar pago alguno, ante la entidad de intermediación financiera o la Superintendencia de Bancos.

Los usuarios de los servicios financieros, dentro del ámbito de este Reglamento, tendrán las obligaciones siguientes: a) Canalizar sus reclamaciones y denuncias ante la entidad de intermediación financiera o la Superintendencia de Bancos, según corresponda, en la forma y plazos establecidos por este Reglamento. b) Cumplir con lo pactado en la forma, plazos y condiciones establecidas en el contrato bancario.

Por lo que el usuario ante la interposición de un reclamo, queja o denuncia frente a las entidades de intermediación financiera o por ante la Superintendencia de Bancos, no exime al reclamante de cumplir con sus obligaciones de pagar por concepto de consumos o de servicios, los intereses y moras generados con anterioridad o posterioridad al reclamo, ni cualquier otro cargo que haya contratado expresamente con la entidad de intermediación financiera.(Melendez, 2003)

En adición a los derechos conferidos en la Constitución de la República Dominicana, la Ley Monetaria y Financiera y otras leyes, toda persona física o jurídica que utilice los servicios o adquiera los productos de una entidad de intermediación financiera, conforme a la legislación vigente y a lo establecido en la Ley Monetaria y Financiera, y para el disfrute de estos derechos, deberá:

La entidad de intermediación financiera el o los documentos, donde se establezcan los términos y condiciones del producto o servicio en su forma originalmente pactada.

El producto o servicio financiero que ha contratado, en la forma y condiciones pactadas.

La información expresa, detallada y adecuada sobre los diferentes productos o servicios, con todas las especificaciones relativas a los costos y los precios de los mismos. d) Obtener las informaciones sobre todas las consecuencias que se deriven del incumplimiento y del no pago de lo acordado en las condiciones y plazos establecidos, así como de todas y cada una de las modificaciones que se realicen en sus relaciones contractuales, ya sean éstas ocasionadas por condiciones del mercado o expresamente establecidas por la Administración Monetaria y Financiera.(Alvarez, 2010)

Presentar sus quejas, reclamaciones y denuncias ante la entidad financiera o por ante la Superintendencia de Bancos o por ante los tribunales judiciales, según corresponda.(Gil C. , 2007)

1.3.1 Definición de Servicios Financieros

Los servicios financieros incluyen las finanzas incluyen los préstamos de dinero, las acciones de las empresas de carácter mundial, trasnacionales o no, y el flujo de capital que impulsa el intercambio comercial. (Silfa, 2005)

Según la enciclopedia financiera, (2012), describe que los servicios financieros son los servicios proporcionados por la industria financiera, que abarca un amplio rango de organismos que gestionan los fondos, incluidas las cooperativas de crédito, bancos, compañías de tarjetas de crédito, compañías de seguros, compañías de financiación al consumo, brokers de bolsa, fondos de inversión y muchas otras.

También puede definirse como el sector de los servicios financieros, denominado sector financiero, corresponde a una actividad comercial, prestadora de servicios de intermediación relacionados al ámbito de la generación de valor a través del dinero.

Por tal virtud, realizan actividades clasificadas en el comercio. Estas actividades incluye el sector de los servicios financieros principalmente: bancos, oferta de contratación de seguros, administradora de fondos, mercado de valores incluyendo otros servicios financieros relacionados con el servicio que ellos ofrecen.(Silfa, 2005)

Estos a su vez aumentan y este tipo de transacciones adaptándose continuamente al contexto social, económico, y tecnológico. Con este incremento también se eleva el número de datos a manejar y con ello también aumenta el riesgo de fraude ya que nadie está exento de este delito.

Es por esto que hay que hacer notar que con estos riesgos de seguridad en la gestión de servicios financieros están relacionados con el uso que se hace de los datos que se manejan en las transacciones y su forma de almacenamiento, y que pueden incluir:

- Pérdida de datos.

- Infraestructuras y sistemas desprotegidos.
- Uso indebido de la información por parte de terceros.
- Infracción de las leyes que regulan su uso.

Las instituciones, los servicios y los productos que integran el sector de los servicios financieros varían de un país a otro, pero por lo general siempre hay un banco central; organizaciones depositarias, por ejemplo bancos, sociedades de crédito a la construcción o cajas y compañías hipotecarias; cooperativas de crédito; seguros y fondos de pensiones; financieros generales; empresas de gestión de tesorería; y otros agentes dedicados a la mediación financiera o a la gestión de activos. Entre los intermediarios financieros puede haber agentes de manejo de las titularizaciones, empresas de inversión, arrendamiento o arrendamiento-venta y entidades de crédito personal o al consumo. En algunos casos, una perspectiva más amplia del sector de los servicios financieros hace necesario abarcar no sólo al sector financiero propiamente dicho, sino también a los servicios empresariales en que se sustenta su funcionamiento.(Mejía, 2015)

El sector de los servicios financieros entendido en su sentido más amplio se compone, sea cual sea el país, de tres elementos superpuestos: las empresas financieras (como los bancos) y las autoridades reguladoras; los mercados financieros (por ejemplo, los mercados de obligaciones, valores y divisas) y quienes participan en ellos (emisores e inversores); y el sistema de pagos (en efectivo, por cheque o por medios electrónicos) y quienes participan en él (por ejemplo, los bancos). La interacción de estas partes permite tomar fondos para la inversión o el consumo del ahorro existente en otras partes de la economía nacional, o como viene siendo cada vez más el caso, la economía internacional.(Silfa, 2005)

Las instituciones financieras se dedican sobre todo a la mediación y a la prestación de servicios financieros, es decir, por ejemplo, a aceptar

depósitos, solicitar y conceder préstamos, proporcionar seguros con todo tipo de coberturas y arrendamientos e invertir en activos financieros. Los bancos en la mayoría de los países son los mayores depositarios y proveedores de servicios financieros, pero cada vez tienen más cuota de mercado y más poder otras organizaciones como las aseguradoras y las cajas postales de ahorro.

En los últimos diez años se ha erigido de forma espectacular una infraestructura financiera cuyas entidades y prácticas son en conjunto lo que se ha dado en llamar un sistema financiero en la sombra, en el cual entran por ejemplo los fondos de cobertura, los fondos de capital de inversión, los fondos del mercado monetario y los instrumentos especiales de inversión. Muchos observadores opinan que este sistema financiero en la sombra, al margen del marco de control nacional pero en estrecha relación con el sistema financiero regulado, puede que contribuyera bastante al comienzo de la crisis financiera y económica mundial que estalló a finales de 2008.

Pero por lo general siempre hay un banco central; organizaciones depositarias, por ejemplo bancos, sociedades de crédito a la construcción o cajas y compañías hipotecarias; cooperativas de crédito; seguros y fondos de pensiones; financieros generales; empresas de gestión de tesorería; y otros agentes dedicados a la mediación financiera o a la gestión de activos. Entre los intermediarios financieros puede haber agentes de manejo de las titularizaciones, empresas de inversión, arrendamiento o arrendamiento-venta y entidades de crédito personal o al consumo. En algunos casos, una perspectiva más amplia del sector de los servicios financieros hace necesario abarcar no sólo al sector financiero propiamente dicho, sino también a los servicios empresariales en que se sustenta su funcionamiento.

Los servicios financieros son todos aquellos ofrecimientos formales que ofrecen las organizaciones para el manejo del dinero.

Mientras que los, los servicios y los productos que integran el sector de los servicios financieros varían de un país a otro, pero por lo general siempre hay un banco central; organizaciones depositarias, por ejemplo bancos, sociedades de crédito a la construcción o cajas y compañías hipotecarias; cooperativas de crédito; seguros y fondos de pensiones; financieros generales; empresas de gestión de tesorería; y otros agentes dedicados a la mediación financiera o a la gestión de activos. Entre los intermediarios financieros puede haber agentes de manejo de las titularizaciones, empresas de inversión, arrendamiento o arrendamiento-venta y entidades de crédito personal o al consumo. En algunos casos, una perspectiva más amplia del sector de los servicios financieros hace necesario abarcar no sólo al sector financiero propiamente dicho, sino también a los servicios empresariales en que se sustenta su funcionamiento.(Montero, 2011)

1.3.2 Naturaleza, Perfil y característica del usuario

En este orden de ideas, la naturaleza, perfil y características del usuario debe condicionarse y adecuarse a los nuevos tiempos en lo que respecta a la tecnología, ya que esta nos permite acceder de forma más rápida y confiable a la plataforma virtual, por medio de la cual se la oportunidad de gestionar, planificar, almacenar, compartir, gestionar pagos con una mayor precisión a la vanguardia con los nuevos tiempos.(Candelario, 2013)

En lo que respecta a lo anteriormente expresado, podríamos definir una evolución de estos usuarios según su estructura de conocimiento y según su experiencia en diferentes contextos de uso.

Por tanto las características que posee el usuario es que se le pide ciertos conocimientos los que le permitirán acercarse a la verdadera definición de su perfil, como parte de las herramientas, aplicaciones y servicios que en la actualidad les ofrece el Internet.

Sin embargo, hay que destacar que con el rasgo más distintivo de estos nuevos usuarios no es tanto lo que saben o dejan de saber el modo en que lo comunican. En tanto que estos usuarios utilizan tanta tecnología que saben lo que buscan antes de encontrarlo y su abundancia de capacidades y su disposición e iniciativa les permite crear e inventar nuevas posibilidades así como construirse una identidad virtual cada vez más verdadera, creíble y cercana a la identidad real.

Para poder ofrecer un mejor servicio a los usuarios, se creó en el año 2012 la Unidad de Atención al Usuario desarrollo diversas actividades para dar a conocer: los servicios ofrece PROPUSUARIO, los derechos y deberes de los usuarios de los servicios financieros y la manera de protegerse ante las diferentes maneras existente de fraudes en la utilización de los instrumentos financieros . Entre estas actividades se poden citar, charlas y encuentros con compañeros empleados de la Superintendencia de Bancos, tanto en la sede, como en la Regional Norte, charlas a entidades financieras, universidades y grupos interesados y presentación del holograma promocional en diferentes centros comerciales y plazas de Santo Domingo y Santiago.

Durante los primeros ocho meses del 2012 , la Oficina de Prouuario, tuvo un papel muy importante en la colaboración e intervención en el programa televisivo institucional “La Superintendencia Ahora “ , agotando diversos temas de interés para los usuario del sistema financiero , en cada una de sus ediciones.

Se pueden ofrecer otros logros importantes que fueron el lanzamiento del Portal de PROUSUARIO y la incorporación del Chat en vivo, dentro del horario laboral de la oficina, en el cual se responde de manera inmediata a los usuarios las diferentes inquietudes y consultas que se realizan. También se han preparado brochures sobre temas de protección y cálculos de

intereses en las Tarjetas de Crédito y fue entrenado el personal de la Regional Norte en cuanto al uso y manejo de la plataforma y sistema CRM.

Se está en la etapa final para el proceso de incursión de Prouuario en las redes sociales y a espera de reconsideraciones importantes para la conclusión y finalización otros temas como la proyección de la oficina atreves de diversos medios publicitarios, participación en ferias, el lanzamiento de un plan nacional de educación financiera.

En cuanto a la parte operativa de la Oficina, a Noviembre de 2012, en el área de atención al usuario se recibieron y atendieron alrededor de 12,000 personas, de las que aproximadamente 4,000 visitaron la oficina y cerca de 8,000, han recibido por vía telefónica, atención, información, orientación y asesoría sobre diversos temas de interés, sobre los instrumentos financieros y sobre la forma correcta de realizar sus reclamaciones tanto en las entidades financieras como ante esta oficina de PROUSUARIO. Esto nos indica que el promedio aproximado de usuarios por mes que utilizan los servicios es de mil. Asimismo, a Noviembre se recibieron 463 reclamaciones, 553 solicitudes de información y 536 solicitudes de índole diversa.

En cuanto a la calidad en el servicio, el formulario destinado para la medición de la satisfacción en el servicio a los usuarios que visitan la oficina, esta área de servicios al usuario, obtiene la más alta puntuación en cuanto al trato recibido por los usuarios, resaltando la amabilidad, la eficiencia y conocimiento del tema consultado por los mismos.

Por lo que el modo de pensar ha estado condicionado por la existencia de tecnologías poderosas que nos permiten transmitir y compartir la información y nos ofrecen un cúmulo inagotable de posibilidades. En cierto modo así es

como ha evolucionado la web hasta que su propio progreso exponencial ha descubierto la segunda versión que todos nombran pero que difícilmente es posible definir. Una segunda versión que te permite gestionar, construir, planificar, almacenar, compartir...con mayor precisión y con un supuesto grado de simplicidad abrumador.

Los derechos y deberes de los usuarios de los servicios financieros y la manera de protegerse ante las diferentes maneras existente de fraudes en la utilización de los instrumentos financieros . Entre estas actividades se pueden citar, charlas y encuentros con compañeros empleados de la Superintendencia de Bancos, tanto en la sede, como en la Regional Norte, charlas a entidades financieras, universidades y grupos interesados y presentación del holograma promocional en diferentes centros comerciales y plazas de Santo Domingo y Santiago.(Candelario, 2013)

Podríamos definir una evolución de estos usuarios según su estructura de conocimiento y según su experiencia en diferentes contextos de uso

Por lo tanto es sumamente difícil acercarse a un perfil de usuario y definir unas características que lo diferencien de otros perfiles porque estaríamos acotando en exceso la gran variedad de usos y desusos tecnológicos a los que está acostumbrado el ser humano.

En tal sentido no se cuenta todavía con criterios firmes y consistentes que me permitan afirmar con rotundidad las características aquí definidas. Pero en cierto modo el planteamiento que realizó de un usuario, lo cual constituye un nuevo rechazo al imperativo tecnológico, a la necesidad de anteponer los intereses empresariales a los intereses y necesidades de los demás. Es un esfuerzo por seguir pensando que detrás de la tecnología existe alguien no solo intelectual sino también emocional que se alimenta de la experiencia y ha entendido la existencia de una inteligencia social colectiva.

Es evidente que al difundir, compartir o intercambiar recomendaciones, hábitos de consumo y de navegación, opiniones, comentarios, documentos, servicios... implica inevitablemente mostrar capacidad para comunicarse con cierta coherencia, ser respetuoso con los demás, o conocer las normas y convenciones establecidas en cada caso. De esto están muy de acuerdo los usuarios ya que esto lo saben muy bien los que muestran una actitud de las nuevas aplicaciones y herramientas que están surgiendo cada día dentro del ambiente tecnológico y la atención al usuario..

Sin embargo el rasgo más distintivo de estos nuevos usuarios no es tanto lo que saben o dejan de saber cómo y qué características poseen con el modo en que lo comunican. Saben lo que buscan antes de encontrarlo y su abundancia de capacidades y su disposición e iniciativa les permite crear e inventar nuevas posibilidades así como construirse una identidad virtual cada vez más verdadera, creíble y cercana a la identidad real.

La evolución tecnológica está cambiando la forma de entender las relaciones sociales y esto lo saben muy bien las grandes empresas tecnológicas. Llevan años marcando estrategias basadas en ir sumando productos, servicios y aplicaciones en línea que posibiliten la libre creación de grupos, comunidades o redes sociales donde la máxima sea gestionar y compartir la información y las formas que utilizan en lo que respecta a los gestos y la forma de compartir con el usuario.(Rodriguez, Naturaleza, Perfil y característica del usuario , 2013)

Por tanto se han convertido en los sistemas, plataformas, entornos preparados y diseñados para animar a la participación, al intercambio libre y gratuito de información. Sistemas que se enmarcan y se encuentran guiados por las oportunidades de este nuevo paradigma alentador, lo que le permite estudiar el comportamiento del usuario y las les hacen comentarios y recomendaciones acerca de sus necesidades.

Se puede decir que aparentemente la difusión espontánea, de este concepto ha sido cuestionada en diversas ocasiones al pensar que podría tratarse de una vanguardia del marketing, una moda pasajera reflejo de la evolución tecnológica con una acuciante y marcada capacidad de rentar. También se ha planteado como un requisito del cambio, de la evolución y, por tanto, en una incuestionable característica del mercado.

En esta ocasión me aprovecho de esta moda, de este atractivo meme, para realizar un primer acercamiento al usuario de ese conjunto de servicios, herramientas y nuevos usos sociales. Porque si tantos cambios estamos compartiendo también asistimos conjuntamente a una nueva definición de usuario y de perfiles de usuario que con su conducta determinan la propia evolución social y tecnológica.

En alguna de sus conversaciones ya cuestionaba si los nuevos modos de comunicación cambiarían "el modo en que se ven los demás". Su interlocutor era claro al respecto: "Si investigas las tendencias de cooperación, los bienes públicos, la presentación del yo y la reputación, a lo mejor concluyes que todo está interrelacionado".

Todo esto y con esta manera y lejos de cualquier consideración tecnológica, empresarial o publicitaria se puede reconocer la cooperación, la colaboración, la construcción de significados o el conocimiento compartido como un comportamiento y a la vez un estado en lo que respecta a la participación social la que constituye en un momento oportuno más o menos activo y cuenta con más o menos recursos. Este reconocimiento implica la creencia en necesidades reales, en tecnologías útiles y usables y no tanto en cuestiones que nunca se hubiese sabido prever.(Rodriguez, Naturaleza, Perfil y característica del usuario , 2013)

Esto se refleja de este modo ya que la realidad actual demuestra que ciertos servicios han sido creados ignorando un proceso de maduración que advierte de las consecuencias de su utilización. Han sido creados atraídos por la celeridad manifiesta de un mercado competitivo que sucumbe continuamente a la tendencia de la novedad y la exclusividad.

Por consiguiente se puede concebir que las redes sociales tal y como se plantean "son actividades humanas que dependen de infraestructuras técnicas de comunicaciones basadas en cables y chips. Pero aunque exista tal dependencia cabe recordar que no estamos hablando de profecías o inspiraciones divinas sino de herramientas y aplicaciones construidas por aquellos que ejercen dichas actividades y que por tanto puede decirse sin lugar a dudas que conocen el lado más humano del proceso. Diseñadores programadores que después de superar la fase de "diseños y contenidos centrados en el usuario" han pasado a la fase de las plataformas y arquitecturas la cual tiene como centro al usuario.

Es por ello que todo esto no se logra sin un conocimiento exhaustivo de los visitantes. Captar su atención y lograr que el contenido o los servicios que ofrecen inundan sus pantallas adquiere carta de naturaleza desde el conocimiento de sus necesidades, capacidades y posibilidades de accionar eficiente. El orden quizás sea el que marque las diferencias y los esfuerzos ímprobos por aplicarlos los que ofrezcan la coherencia tan necesaria e imprescindible a la hora de interactuar con los usuarios.

Llevan años marcando estrategias basadas en ir sumando productos, servicios y aplicaciones en línea que posibiliten la libre creación de grupos, comunidades o redes sociales donde la máxima sea gestionar y compartir la información y las formas que utilizan en lo que respecta a los gestos y la forma de compartir con el usuario.

Se han convertido en los sistemas, plataformas, entornos preparados y diseñados para animar a la participación, al intercambio libre y gratuito de información. Sistemas que se enmarcan y se encuentran guiados por las oportunidades de este nuevo paradigma alentador, lo que le permite estudiar el comportamiento del usuario y las les hacen comentarios y recomendaciones acerca de sus necesidades.(Rodríguez, Naturaleza, Perfil y característica del usuario , 2013)

Por esto todavía con criterios firmes y consistentes que me permitan afirmar con rotundidad las características aquí definidas. Pero en cierto modo el planteamiento que realizó de un usuario, lo cual constituye un nuevo rechazo al imperativo tecnológico, a la necesidad de anteponer los intereses empresariales. Es un esfuerzo por seguir pensando que detrás de la tecnología existe alguien no solo intelectual sino también emocional que se alimenta de la experiencia y ha entendido la existencia de una inteligencia social colectiva.

Al difundir, compartir o intercambiar recomendaciones, hábitos de consumo y de navegación, opiniones, comentarios, documentos, servicios... implica inevitablemente mostrar capacidad para comunicarse con cierta coherencia, ser respetuoso con los demás, o conocer las normas y convenciones establecidas en cada caso. De esto están muy de acuerdo los usuarios ya que esto lo saben muy bien los que muestran una actitud de las nuevas aplicaciones y herramientas que están surgiendo cada día dentro del ambiente tecnológico y la atención al usuario.

Sin embargo el rasgo más distintivo de estos nuevos usuarios no es tanto lo qué saben o dejan de saber cómo y qué características poseen con el modo en que lo comunican. Saben lo que buscan antes de encontrarlo y su abundancia de capacidades y su disposición e iniciativa les permite crear e inventar nuevas posibilidades así como construirse una identidad virtual

finalmente se puede indicar que por tanto se han convertido en la actualidad en sistemas, plataformas, entornos preparados y diseñados para animar a la participación, al intercambio libre y gratuito de información. Sistemas que se enmarcan y se encuentran guiados por las oportunidades de este nuevo paradigma alentador, lo que le permite estudiar el comportamiento del usuario y las les hacen comentarios y recomendaciones acerca de sus necesidades.(Candelario, 2013)

La presente investigación muestra de manera generalizada los antecedentes de la calidad y todo lo relacionado con éste, debido a la importancia que de ella se deriva, ya que una excelente calidad en el servicio nos proporciona las herramientas necesarias para el buen funcionamiento de los servicios que ofertamos.

También hay que enfatizar que con la incursión de Prouuario dentro de los medios de comunicación ha servido de gran importancia ya que es un organismo encargado de respaldar los intereses de las personas que buscan servicios de calidad dentro de las instituciones comerciales, tanto a nivel nacional como regional con miras a obtener mejores resultados de los usuarios en cada uno de los servicios, siempre acorde con los beneficios que proporciona la tecnología, con el propósito de proporcionar excelentes atenciones a la hora de dar el servicio que desea el usuario recibir.

Por consiguiente en la empresas con un personal altamente calificado siempre a la vanguardia de los nuevos. Todo esto contando con la calidad en los servicios públicos como herramienta fundamental en el ámbito de la administración tanto pública como privada, ofreciendo las informaciones en el sentido amplio para dar una mejor calidad a las personas que solicitan cualquier tipo de información la que debe poseer un personal humano calificado para el buen funcionamiento.

Por lo que para estos fines También con la creación de este reglamento también pueden intervenir de manera particular sobre los contratos bancarios y de adhesión, estableciendo pautas para la organización del servicio de atención a las personas que soliciten el servicio.

Hay que enfatizar que los usuarios que utilizan los servicios financiero cuentan con la protección del departamento de Prouuario como entidad gubernamental encargada de que a este reglamento se le de la debida importancia para la cual fue creada con el propósito de canalizar las reclamaciones y denuncias ante la Superintendencia de Bancos, En adición a los derechos conferidos en la Constitución de la República Dominicana, la Ley Monetaria y Financiera y otras leyes, toda persona física o jurídica que utilice los servicios o adquiera los productos de una entidad de intermediación financiera, conforme a la legislación vigente y a lo establecido en la Ley Monetaria y Financiera.

Por lo que se debe entender que el sector de los servicios financieros amplio se compone, sea cual sea el país, de tres elementos superpuestos: las empresas financieras, bancos y las autoridades reguladoras. También quienes participan en él (por ejemplo, los bancos). La interacción de estas partes permite tomar fondos para la inversión o el consumo del ahorro existente en otras partes de la economía nacional, o como viene siendo cada vez más el caso de la economía en todo el sentido de la palabra como instituciones financieras responsables de toda la mediación y la prestación de sus servicios financieros.

CAPITULO II

ANTECEDENTES DE LA OFICINA DE PROTECCION AL USUARIO DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS ANÁLISIS DEL PROCESO DE RECLAMACIONES EN PROUSUARIO

La oficina de protección al usuario de los servicios financieros es una oficina de consultas, denuncias y reclamaciones que les permite a los ciudadanos protección en base a sus reclamos o denuncia.

2.1 Origen y naturaleza

La Oficina de Protección al Usuario de los Servicios Financieros (PROUSUARIO, creada por la Ley Monetaria y Financiera 183-02 del 21 de noviembre del año 2002, por Resolución de la Junta Monetaria que proporciona servicios de atención a las consultas, denuncias y reclamaciones que presenten o requieran los usuarios de servicios que prestan las entidades de intermediación financiera, así como los organismos jurisdiccionales.(Rosario, 2008)

Asimismo, es la entidad encargada de garantizar la armonía y el equilibrio de la relación entre las entidades financieras y los usuarios, en un marco de respeto recíproco, con transparencia de la no vulnerabilidad de los derechos de los usuarios del sistema.

2.2 Funciones y objetivos de su creación:

Esta dependencia de la Superintendencia de Bancos tiene las siguientes funciones:(Mejía C. , 2010)

- Canalización de solicitudes de información sobre cuentas u otros productos y servicios financieros que posean los usuarios en las

entidades de intermediación financiera reguladas. Estas informaciones solo proporcionan a las partes interesadas, como sucesores y cónyuges, así como los organismos jurisdiccionales.

- Atender y responder las reclamaciones que representen los usuarios, previa interposición de la reclamación en las entidades de intermediación financiera.
- Orientación a los usuarios sobre las características de los productos y servicios ofrecidos por las entidades Intermediación Financiera, así como para la adecuada presentación de quejas, denuncias y reclamaciones en torno a los mismos.
- Servir de mediador o conciliar entre los usuarios y las entidades de intermediación Financiera en los casos que corresponda
- Revisar y requerir modificaciones a los Contratos de Adhesión utilizados por las entidades de Intermediación para concertación de operaciones.

Hay que destacar que esta institución tiene como objetivo fundamental proteger al usuario en lo que respecta a los Servicios Financieros, establecer los principios y criterios que procuren una efectiva protección de los derechos de los usuarios de los productos y servicios financieros, a través de mecanismos adecuados de transparencia, las condiciones de contratación de los productos y servicios financieros.

También utiliza adecuados procedimientos en lo que respecta a las reclamaciones y las consultas de informaciones financieras, en su artículo 1 establece los lineamientos que deberán seguirse para asegurar que los formatos de los Contratos Financieros y los Contratos de Adhesión, que utilizan las entidades de intermediación financiera y cambiaria en sus operaciones, no contengan cláusulas ni estipulaciones que impliquen la existencia de supuestos de contratos abusivos; así como los aspectos que deberán observar los Usuarios, las entidades de intermediación financiera y

cambiaría y la Superintendencia de Bancos, para la atención de quejas, denuncias y reclamaciones que se deriven de la prestación de los servicios.(Mejía C. , 2010)

Por tanto es una instancia de la Superintendencia de Bancos la cual fue creada por Resolución de la Junta Monetaria que proporciona servicios de atención a las consultas, denuncias y reclamaciones que presenten o requieran los usuarios de servicios que prestan las entidades de intermediación financiera, así como los organismos jurisdiccionales. PROUSUARIO garantiza la armonía y el equilibrio de la relación entre las entidades financieras y los usuarios, en un marco de respeto recíproco con una amplia gama en lo que se refiere a la transparencia de la no vulnerabilidad de los derechos de los usuarios del sistema quienes se consideran protegidos por dicha institución.(Gil R. , 2012)

2.3 Estructura y funcionamiento

Hay que hacer notar que institución tiene como objetivo esencial servir de mediador o conciliador entre los usuarios y las entidades de intermediación financiera, en los casos que corresponda.(Jiménez, 2009)

Por tanto como entidad financiera es la encargada de:

- a)** La comparación de documentaciones, investigación y/o cálculos.
- b)** Elaboración de informe con los resultados obtenidos. Revisión Legal.
- c)** Si se determina que el usuario ha sido afectado, y que su reclamación tiene fundamento, se ordena a la EIF, adecuar sus registros acorde con la decisión de la Oficina de Protección al Usuario, comunicándole a ambas partes la decisión final.

d) Entrega de informe final al reclamante, firmado por el Director de PROUSUARIO, con las observaciones técnicas y legales que fueren de lugar.

2.4 Rol en la protección de los derechos de los usuarios

La Constitución Dominicana proclamada el 26 de enero del año 2010 en su artículo 53 consagra los derechos del consumidor. En la que consagra que toda persona tiene derecho a disponer de bienes y servicios de calidad, a una información objetiva, veraz y oportuna sobre el contenido y las características de los productos y servicios que use o consuma, bajo las previsiones y normas establecidas por la ley. Las personas que resulten lesionadas o perjudicadas por bienes y servicios de mala calidad, tienen derecho a ser compensadas o indemnizadas conforme a la ley.(Manzueta, 2010).

Los derechos que se les reconocen a los consumidores surgen del estado de vulnerabilidad en que estos se encuentran al relacionarse dentro de una economía de mercado. Para tutelarlos, se inserta dentro de los derechos económicos y sociales un nuevo sujeto de derechos: “consumidor”, el cual se define como toda persona física o jurídica, pública o privada que adquiera, consuma, utilice o disfrute bienes, productos o servicios y los obtenga de quien los produce, importa, vende, facilita, suministra o expide, como destinatario final para fines personales, familiares de su grupo social y con objetivos ajenos a cualquier actividad comercial o profesional.

Los derechos del consumidor integran un conjunto de prerrogativas que tienen aquellos destinatarios finales que adquieren bienes y servicios del mercado con el propósito de satisfacer sus necesidades personales, familiares o de su grupo social. Dentro de los derechos del consumidor están la seguridad, la vida, salud, representación, asociación, consulta,

participación, transparencia, formación e información, disposición de bienes y servicios de calidad.

Todo consumidor tiene derecho de acceso a la información veraz de los bienes y servicios que adquiere en el mercado para su consumo. El proveedor está en la obligación de proporcionar la información para que el consumidor pueda efectuar una adecuada y razonada elección.

Esa información debe contener las características de los productos y servicios, debe ser verificable y escrita en el idioma español, así como también indicar el precio, características, funcionamiento, calidad, origen, naturaleza, peso; detallar en orden de mayor contenido de sus ingredientes y componentes que permitan a los consumidores elegir conforme a sus deseos y necesidades. De igual manera, debe advertir de cualquier riesgo que pudiera presentar el consumo de ese bien o servicio y que pueda o pudiera afectarle.

Es función del Estado garantizar y tutelar el goce de las prerrogativas para que los consumidores puedan gozar y disfrutar sus derechos. Las personas que resulten lesionadas o perjudicadas por bienes y servicios de mala calidad, tienen derecho a ser compensadas o indemnizadas y pueden ejercer acciones en contra de los proveedores de productos y servicios los cuales pueden incurrir en responsabilidad civil o penal. (Sosa Pérez)

La Ley General de Libre Acceso a la Información Pública de la República Dominicana (LGLAIP) tiene como base el proyecto modelo elaborado por la Organización de Estados Americanos (OEA).

Esta Ley consagra en su artículo 2, el contenido que integra el derecho de información:

a) el derecho de acceder a las informaciones contenidas en actas y expedientes de la administración pública, así como a estar informada periódicamente, cuando lo requiera, de las actividades que desarrollan entidades y personas que cumplen funciones públicas;

b) la libertad de buscar, solicitar, recibir y difundir informaciones pertenecientes a la administración del Estado y de formular consultas a las entidades y personas que cumplen funciones públicas, teniendo derecho a obtener copia de los documentos que recopilen información sobre el ejercicio de las actividades de su competencia.

El mismo texto legal señala que se entenderá “por actas y expedientes” “todos aquellos documentos conservados o grabados de manera escrita, óptica, acústica o de cualquier otra forma, que cumplan fines u objetivos de carácter público”.

Este derecho a la información tiene en sentido general como sujetos pasivos, a órganos y entidades públicas, pero también comprende a sociedades comerciales con participación estatal, asociaciones sin fines de lucro y partidos políticos. De manera específica la Ley individualiza a los órganos y entidades de la administración central y descentralizada del Estado, al Poder Legislativo y al Poder Judicial, en cuanto a sus actividades administrativas, sociedades comerciales cuyo capital sea propiedad del Estado de manera total o parcial, e instituciones de derecho privado que reciban recursos provenientes del presupuesto nacional para la consecución de sus fines, como es el caso de las organizaciones no gubernamentales organizadas de conformidad a la Ley sobre asociaciones sin fines de lucro, y los partidos políticos.

Según la Ley 200-04, en su artículo 1, señala que toda persona tiene derecho a solicitar y a recibir información completa, veraz, adecuada y oportuna, de cualquier órgano del Estado Dominicano, y de todas las sociedades anónimas, compañías anónimas o compañías por acciones con participación estatal, incluyendo:

- a) Organismos y entidades de la administración pública centralizada;
- b) Organismos y entidades autónomas y/o descentralizados del Estado, incluyendo el Distrito Nacional y los organismos municipales;
- c) Organismos y entidades autárquicos y/o descentralizados del Estado;
- d) Empresas y sociedades comerciales propiedad del Estado;
- e) Sociedades anónimas, compañías anónimas y compañías por acciones con participación estatal.
- f) Organismos e instituciones de derecho privado que reciban recursos provenientes del presupuesto nacional para la consecución de sus fines.
- g) El Poder Legislativo, en cuanto a sus actividades administrativas.
- h) El Poder Judicial, en cuanto a sus actividades administrativas.

Este derecho de información comprende el derecho de acceder a las informaciones contenidas en actas y expedientes de la administración pública, así como a estar informada periódicamente, cuando lo requiera, de las actividades que desarrollan entidades y personas que cumplen funciones públicas, siempre y cuando este acceso no afecte la seguridad nacional, el orden público, la salud o la moral públicas o el derecho a la privacidad e intimidad de un tercero o el derecho a la reputación de los demás.

También comprende la libertad de buscar, solicitar, recibir y difundir informaciones pertenecientes a la administración del Estado y de formular consultas a las entidades y personas que cumplen funciones públicas, teniendo derecho a obtener copia de los documentos que recopilen

información sobre el ejercicio de las actividades de su competencia, con las únicas limitaciones, restricciones y condiciones establecidas en la presente ley.

El artículo 52 de la Ley Monetaria y Financiera, establece la Información al Público, donde describe:

“a) Horario de Atención al Público. Las entidades de intermediación financiera deben realizar sus operaciones con el público durante el horario a que se hubieren comprometido dentro de los mínimos establecidos reglamentariamente. Cualquier modificación del horario de atención al público deberá ser previamente autorizada por la Superintendencia de Bancos; b) Publicación de Informaciones. Las entidades de intermediación financiera harán públicos sus Estados Financieros por los medios que se determinen reglamentariamente. Asimismo, deberán publicar en forma visible en las oficinas abiertas al público las tasas de interés, gastos y comisiones que aplican a las diferentes operaciones activas y pasivas, calculados en términos anuales, así como las tasas de cambio.

También deberán tener disponible al público el precio de los diferentes servicios que presten a sus clientes. Queda prohibido el cobro de conceptos no expresamente pactados entre las partes y la realización de contratos verbales; c) Servicio de Reclamaciones del Cliente. Las entidades de intermediación financiera deberán remitir a la Superintendencia de Bancos copia de las reclamaciones que reciban de sus clientes por infracción de lo dispuesto en el literal b) anterior. Conforme Reglamento dictado por la Junta Monetaria, la Superintendencia de Bancos organizará un servicio de reclamaciones a los efectos de recibir las que formulen los clientes bancarios por infracciones de lo dispuesto en el presente Artículo y en el Artículo 53 de

esta Ley e imponer las correspondientes sanciones con independencia de la responsabilidad civil o penal que corresponda”.

Este articulado es una clara evidencia del legislador de reconocer al usuario del servicio financiero ciertas prerrogativas atinentes al derecho de información, también somete algunas actuaciones -cambios de horario- a la supe vigilancia de un órgano superior, en este caso de la Superintendencia de Bancos.

Por medio de este artículo se establece en favor de los usuarios un sistema de reclamaciones las cuales serán remitidas a la Superintendencia de Bancos cuando las entidades de intermediación financiera vulneren a los clientes el derecho de información que se establece en el literal b) de dicho articulado.

Por tanto, en el mismo artículo 53, referente a la Ley Monetaria y Financiera No. 183-02, la cual tiene como finalidad proteger al Usuario. Reglamentariamente, la Junta Monetaria determinará los supuestos de contratos abusivos en relación con los derechos de los consumidores y usuarios de servicios de entidades de intermediación financiera.

En tanto que las infracciones a las disposiciones de dicho Reglamento serán objeto de sanción administrativa, sin perjuicio de las acciones civiles que correspondan a la parte perjudicada.

Este tiene como la responsabilidad con las normas precisas sobre los aspectos siguientes: a) Disposiciones para asegurar que los contratos financieros reflejen de forma clara los compromisos contraídos por las partes y los derechos de las mismas. b) Obligación de entrega al cliente de un ejemplar del contrato debidamente suscrito por el banco, en el que se detalle

en la forma más desagregada posible, las diferentes partidas que integran el costo efectivo de la operación, expresado en términos anuales. c) Normas especiales sobre publicidad de las diferentes operaciones activas y pasivas, al objeto de que se reflejen las auténticas condiciones financieras de las mismas y se eviten situaciones engañosas.

El legislador en aras de salvaguardar los derechos de los usuarios de los servicios financieros, en lo referente a los contratos que se suscriben entre las entidades de intermediación financiera y sus clientes, determinó que la Junta Monetaria mediante reglamento establezca las circunstancias que deben consagrarse dentro de un contrato para que el mismo sea considerado abusivo; estableciendo sanciones de carácter administrativo para aquellas entidades que incurran en violación al reglamento al efecto dictado por la Junta en cuanto a los supuestos de contratos abusivos, sin desmedro de la acción civil que pueda ejercer la persona presuntamente lesionada. En este artículo se señalan algunos lineamientos que debe contener el reglamento que dictare la Junta Monetaria sobre los contratos.

Otro aspecto relevante de este Reglamento de Protección al Usuario de los Servicios Financieros en su décima versión de la Junta Monetaria de fecha 19 de enero 2006 actúa con principios rectores del Reglamento de Protección al Usuario de los Servicios Financieros Contratación justa Derecho a reclamación Equilibrio entre protección y costos accesibles Libre elección Publicidad y difusión Reglas de interpretación Transparencia Trato equitativo, no discriminatorio o abusivo Trato igualitario usuarios discapacitados.(Manzueta, 2010)

En este orden se considera “usuario” en el marco de la regulación monetaria y financiera, persona física o jurídica que contrata productos o recibe la prestación de servicios financieros contractuales o

extracontractuales, ofertados por una entidad de intermediación financiera y cambiaria.

Por tanto los derechos de los usuarios de servicios financieros, en su artículo 6 de dicho reglamento, en adición a los derechos conferidos en la Constitución de la República Dominicana, la Ley Monetaria y Financiera y otras leyes, toda persona física o jurídica que utilice los servicios o adquiera los productos de una entidad de intermediación financiera y cambiaria, es titular de los derechos que se consignan a continuación.

En otro orden de ideas los usuarios tienen derecho de recibir de las entidades de intermediación financiera y cambiaria, la información exacta, oportuna, completa y detallada sobre los productos y servicios ofertados o contratados con estas, por lo que el producto o servicio contratado en la forma y condiciones establecidas contractualmente, posee también la orientación sobre el funcionamiento de los productos y servicios que ofrecen, todos los documentos e informaciones que resulten propias del producto o servicio contratado o prestado, así como de toda modificación posterior a su contratación. La información sobre los costos en que pueden incurrir al solicitar una modificación o cancelación anticipada de los contratos.

Por tanto también dentro de los derechos de los usuarios se encuentra obtener de las entidades de intermediación financiera y cambiaria respuesta gratuita a sus reclamaciones e información de su estatus en los plazos reglamentarios, mejoras en las condiciones de los productos o servicios contratados, siempre que las condiciones del usuario, del mercado o las disposiciones legales así lo permitan, la liberalización de las garantías constituidas, en caso de pignoración de depósitos y otras similares dentro de la misma entidad para mantener la proporcionalidad con el saldo insoluto de las obligaciones contraídas. (Manzueta, 2010)

También son los encargados de la rectificación inmediata de la situación que originó la reclamación, cuando la decisión de la EIFC o la Superintendencia de Bancos sean favorables al usuario, las informaciones del usuario reportadas por las EIFC a la Central de Riesgo de la Superintendencia de Bancos, a las Sociedades de Información Crediticia (SIC) y cualquier registro de información existente.

Las obligaciones de las entidades de intermediación financiera y cambiaria (EIFC) (i) (Art. 7 Reglamento) a) Recabar información sobre los usuarios para asegurarse que los productos y servicios ofrecidos sean acordes a sus necesidades y capacidades crediticias o de pago. b) Capacitar al personal que trabaja en contacto directo con los usuarios.

También son los encargados de la protección de las informaciones de los usuarios a través de mecanismos que garanticen su confidencialidad, disponibilidad e integridad. Mantener a disposición del usuario las informaciones sobre el estado de sus cuentas y demás productos. Contar con mecanismos de protección contra el fraude, la apropiación y otros usos indebidos. Incorporar en su cultura organizacional una adecuada atención y protección a los usuarios. Disponer de una instancia interna de atención al usuario para consultas, quejas y reclamaciones.

Adicionalmente poseen obligaciones de las EIFC sobre información y publicidad (ii) (Art. 9 Reglamento) Publicar en forma exacta, completa, detallada, oportuna y actualizada: a) Las tasas de interés efectiva anual, activa o pasiva, su base de cálculo, desagregadas por producto, plazo y monto del capital; b) Los métodos de cálculo de los intereses; c) Las tasas de cambio de las monedas extranjeras; d) Los modelos de los contratos de adhesión empleados; e) Los tarifarios vigentes, características de los

productos y servicios, seguros o mecanismos de cobertura obligatorios; f) Orientación sobre los derechos de los usuarios y procedimientos para presentar reclamaciones; g) Las penalidades que se establezcan en los contratos; h) Las políticas de uso e intercambio de información personal del usuario.(Manzueta, 2010)

Por tanto PROUSUARIO tiene la responsabilidad de publicar las informaciones indicadas precedentemente “a través de medios fehacientes y disponibles para los usuarios, tales como, material escrito, difundido a través de medios de amplio acceso, brochures, portales de Internet y correo electrónico, entre otros.

Al momento de la contratación las EIFC tienen la obligación al momento de la contratación y durante la vigencia del contrato (iv) (Art. 18-20 del Reglamento) a) Entregar al usuario una copia del contrato suscrito hasta que le sea entregado el original correspondiente. b) Entregar los anexos del contrato que sirven como parte integral del mismo, incluyendo tarifario de servicios, tabla de amortización, pólizas de seguro, costos aplicables al producto contratado y demás cargos que no se encuentren expresamente establecidos en el contrato, con indicación de aquellos que son opcionales; tarifario de gastos y servicios legales extrajudiciales estimados que se pudieran generar por incumplimiento del contrato. c) Proporcionar el producto o servicio financiero contratado por el usuario en la forma y condiciones pactadas. d) Notificar al usuario toda modificación a los aspectos que se reservan como variables o cambiantes en el contrato, por escrito o por cualquier medio fehaciente, al menos treinta (30) días calendario previo a la implementación de la modificación.

Hay que destacar que la publicación engañosa es la información divulgada por las entidades de intermediación financiera y cambiaria que

induzca o pueda inducir a error al público en general, sea por omisión o cualquier otra maniobra, con la finalidad de promover la contratación de sus productos o la prestación de servicios.” b. Prohibición en el Párrafo II Art. 9 Reglamento: “Las entidades de intermediación financiera y cambiaria deberán abstenerse de hacer uso de publicidad engañosa.” c. Atribución de competencia Superintendencia de Bancos (Art. 9 párrafo IV del Reglamento): “Corresponderá a la Superintendencia de Bancos evaluar la publicidad divulgada por las entidades de intermediación financiera y cambiaria e iniciar el proceso sancionador correspondiente, cuando la misma sea calificada como engañosa.(Jiménez, 2009)

Para los efectos de esta Ley las infracciones cualitativas se clasifican en muy graves, graves y leves según, se tipifica a continuación: b) Infracciones Graves. Son infracciones graves las siguientes: 7) La realización de publicidad engañosa para la captación de clientes o de competencia desleal.” e. Sanción aplicable (Art. 18 numeral 2.3 literal b) del Reglamento de Sanciones).

Las entidades de intermediación financiera que cometan una de las infracciones calificadas y tipificadas por el literal b) del Artículo 68 de la Ley como Graves, serán sancionadas con una amonestación pública o privada por el Organismo Competente y al pago de multa de hasta dos millones quinientos mil pesos (RD\$2,500,000) cuantificada de conformidad con los criterios definidos anteriormente, conforme a la escala siguiente. Las infracciones con cargos entre RD\$ 1,000,001 y 1,500,000: b) La realización de publicidad engañosa para la captación de clientes o competencia desleal.

Toda entidad de intermediación financiera y cambiaria que incurra en publicidad engañosa estará obligada, sin perjuicio de las sanciones que correspondan a retirar de inmediato el mensaje publicitario de todo medio de

difusión donde haya sido colocado. También realizar una rectificación publicitaria o contra publicidad a través del mismo medio y con las características utilizadas originalmente haciendo las aclaraciones pertinentes sobre las omisiones o falsedades en que hubiese incurrido.

Es la acción u omisión reiterada o no, de una entidad de intermediación financiera y cambiaria que vulnere o afecte los derechos de los Usuarios o esté destinada a modificar la voluntad de los mismos. La prohibición de Prácticas Abusivas. Las entidades de intermediación financiera y cambiaria deberán abstenerse de incorporar en sus contratos cláusulas calificadas como prácticas abusivas por la Superintendencia de Bancos.

PROUSUARIO garantiza la armonía y el equilibrio de la relación entre las entidades financieras y los usuarios, en un marco de respeto recíproco, con transparencia de la no vulnerabilidad de los derechos de los usuarios del sistema.

Consignar dos o más cargos destinados a cubrir un mismo costo en los productos o servicios prestados u ofertados. Consignar o cobrar cargos por errores técnicos o deficiencias no atribuibles al Usuario de los instrumentos de pagos; y/o Emplear medidas para la recuperación o cobro de deudas que perjudiquen a los Usuarios de servicios financieros y que vayan en contra de sus derechos.(Mejía G. , 2010)

La Junta Monetaria ha dictado su Tercera Resolución de fecha 14 de agosto del 2014, establece en su artículo 6 que los Derechos de los Usuarios. En adición a los derechos conferidos en la Constitución de la República Dominicana, la Ley Monetaria y Financiera y otras leyes, toda persona física o jurídica que utilice los servicios o adquiera los productos de

una entidad de intermediación financiera y cambiaria, es titular de los derechos que se consignan a continuación:

a) Recibir de las entidades de intermediación financiera o cambiaria información exacta, oportuna, completa y detallada sobre los productos y servicios ofertados o contratados con éstas;

b) Recibir de las entidades de intermediación financiera y cambiaria, orientación sobre el funcionamiento de los productos y servicios financieros que ofrece;

c) Recibir conocimiento de todos los documentos y de las informaciones que resultan propias del producto o servicio contratado o prestado, así como de toda modificación posterior a su contratación;

d) Recibir el producto o servicio financiero, en la forma y condiciones establecidas;

e) Contratar libremente los productos o servicios complementarios prestados por un tercero;

f) Presentar sus quejas y reclamaciones cuando consideren que una acción u omisión de una entidad de intermediación financiera y cambiaria vulnere o afecte sus derechos, sin perjuicio de las acciones judiciales que correspondan según el caso, sin que ello conlleve pago por este servicio;

g) Obtener las respuestas a sus reclamaciones por parte de las entidades de intermediación financiera y cambiaria y de la Superintendencia de Bancos, en los plazos establecidos en este reglamento, así como su

estatus durante el proceso, de forma gratuita, salvo los costos derivados de servicios prestados por terceros para producción de documentos;

h) Solicitar la modificación o finalización de un servicio por la misma vía en que fue convenido;

i) Obtener la rectificación inmediata de las situaciones que originaron la reclamación, cuando los resultados le sean favorables;

j) Obtener las informaciones que sobre él son reportadas por las entidades de intermediación financiera y cambiaria a la Central de Riesgo de la Superintendencia de Bancos y burós de crédito y cualquier registro de información existente, sea público o privado, con excepción de las limitaciones legales establecidas;

k) Obtener mejoras en las condiciones de los productos o servicios, siempre que las condiciones del Usuario, del mercado o las disposiciones legales así lo permitan; y,

l) Obtener la liberalización de las garantías constituidas a fin de mantener la proporción entre éstas y el saldo insoluto de las obligaciones contraídas, cuando corresponda.

En su artículo 8, establece de la Información al Público por parte de las Entidades de Intermediación Financiera y Cambiaria. Las entidades de intermediación financiera y cambiaria están obligadas a publicar en forma exacta, completa, detallada y oportuna, al menos, las informaciones indicadas a continuación:

- a) Las Tasas de Interés Efectiva anual activa o pasiva, según corresponda, indicando de manera desagregada la tasa nominal, los cargos y las comisiones;
- b) Los métodos de cálculo de los intereses;
- c) Las tasas de cambio de las monedas extranjeras en relación a la nacional;
- d) Los modelos de los Contratos de Adhesión empleados;
- e) Los tarifarios vigentes;
- f) El funcionamiento de los productos y servicios;
- g) La orientación al Usuario sobre sus derechos y procedimientos para presentar reclamaciones;
- h) Los horarios de atención al público;
- i) Las estadísticas sobre las reclamaciones;
- j) Las memorias y estados financieros;
- k) Los seguros o mecanismos de cobertura obligatorios; y,
- l) Las penalidades.

Párrafo I. Las entidades de intermediación financiera y cambiaria deberán publicar en sus oficinas de servicio al público las tasas de referencia de la moneda nacional respecto de las monedas extranjeras, que haya publicado el Banco Central de la República Dominicana, actualizadas al día anterior.

Párrafo II. Las entidades de intermediación financiera y cambiaria deberán abstenerse de hacer uso de publicidad engañosa.

Párrafo III. La entidad de intermediación financiera y cambiaria que incurra en publicidad engañosa estará obligada, sin perjuicio de las sanciones que correspondan, a:

- a) Retirar de inmediato el mensaje publicitario de todo medio de difusión donde haya sido colocado;

b) Realizar una rectificación publicitaria o contra publicidad a través del mismo medio y con las características utilizadas originalmente, haciendo las aclaraciones pertinentes sobre las omisiones o falsedades en que hubiese incurrido.

Párrafo IV. Corresponderá a la Superintendencia de Bancos evaluar la publicidad divulgada por las entidades de intermediación financiera y cambiaria e iniciar el proceso sancionador correspondiente, cuando la misma sea calificada como engañosa.

Párrafo V. Cuando entidades de intermediación financiera realicen actividades publicitarias para la promoción de sus servicios financieros, que incluyan ofertas sobre tasas de interés, éstas deberán ser expresadas en forma anualizada.

Párrafo VI. Las entidades de intermediación financiera deberán indicar el período de vigencia de cualquier oferta sobre el precio de productos y servicios financieros, independientemente de que sean expresadas en tasas de interés u otra modalidad de cargos y comisiones.

Párrafo VII. La Superintendencia de Bancos podrá, mediante Instructivo, detallar los tipos de informaciones enumeradas en este Artículo.

2.4.1 Los pasos para interponer una Reclamación e Prouuario

- Reclame por escrito ante la Entidad de Intermediación Financiera (EIF).
- Firme su reclamación y asegúrese que le sellen su acuse de recibido en la entidad.

- Aguarde los treinta (30) días calendario que tiene la EIF de plazo para darle una respuesta por escrito.
- Si la entidad no le responde pasado el plazo o se siente inconforme con la respuesta, dirijase a PROUSUARIO con la copia de la reclamación, los documentos que soportan la reclamación, así como con la respuesta del banco, para hacer una reclamación en segundo grado.(Garrido, 2013)

2.4.2 Evaluación del Proceso que sigue una Reclamación en Prouuario.

Esta entidad es la encargada de que el proceso de reclamación se realice apegado a las normas de calidad garantizando al usuario la armonía y el equilibrio de la relación entre las entidades financieras y los usuarios, en un marco de respeto recíproco, con transparencia de la no vulnerabilidad de los derechos de los usuarios del sistema. ¿Cuáles son las vías legales a disposición del usuario de servicios financieros para reclamar ante la vulneración de sus derechos? (Art. 5 Reglamento) “e) Denuncia: Acción por la cual se informa a la Superintendencia de Bancos sobre un hecho o práctica que se reputa contrario a las disposiciones legales aplicables, que afecta a personas distintas al denunciante, con el objeto de que esta proceda a su investigación y a la aplicación de los correctivos pertinentes.(Marte, 2005)

Por lo que la queja es la acción por la cual el Usuario informa a la Superintendencia de Bancos sobre un hecho que le afecta, que se reputa contrario a las disposiciones legales aplicables, con el objeto de que proceda a su investigación y aplique los correctivos pertinentes.” “m) Reclamación: Solicitud por la cual un Usuario requiere a la entidad de intermediación financiera y cambiaria, siempre que exista entre ésta y el reclamante una relación contractual o un interés legítimo, o a la Superintendencia de Bancos,

si aplica, la investigación sobre hechos que han violado o limitado sus derechos, exigiendo las medidas y rectificaciones pertinentes.

Dentro de la evaluación las reclamaciones tienen un efecto que no exime al usuario de pagar el capital, intereses, moras y cargos aplicables hasta tanto culmine el proceso, excepto en reclamaciones por transacciones o cargos no reconocidos.

Para esto esa dependencia posee un instructivo para Estandarización de las Reclamaciones Realizadas por los Usuarios de los Servicios Financieros.

2.4.2.1 Respuesta positiva de una Reclamación

Esta dependencia de la Superintendencia de Bancos tiene como responsabilidad fundamental recibir las reclamaciones y ofrecer al usuario una respuesta positiva en lo que respecta a sus reclamaciones, tomando en consideración que las decisiones tomadas por la SB están amparadas por la Ley No. 183–02 Monetaria y Financiera de fecha 21 de noviembre del año 2002 por el Reglamento de Protección al Usuario de los Servicios Financieros, y a fin de garantizar la ejecución de las decisiones que la SB adopte a favor de los Usuarios, cuando se determine que las EIF no han obtemperado al requerimiento efectuado por este Organismo Supervisor, la misma será pasible de la aplicación de las sanciones previstas en la Ley antes mencionada y en el Reglamento de Sanciones.(Ramirez, <http://www.docfoc.com/la-proteccion-de-los-derechos-de-los-usuarios-de-servicios-financieros-rd>, 2009)

El reglamento utilizado fue el proceso del usuario, donde con este reglamento se conocerá todo lo relacionado con el tema de investigación.

2.4.2.2 Respuesta Negativa de una reclamación

. Esta institución tiene como prioridad que las respuestas ofrecidas al usuario sean positivas, ya que ellos acuden a ese departamento con la esperanza de que le resuelvan su situación financiera, por tanto, una respuesta negativa refleja de inmediato su inconformidad con una acción u omisión de una EIFC específica. Por tanto, las denuncias y quejas directamente ante la Superintendencia de Bancos (Art. 37 Reglamento): No se requiere existencia de vínculo contractual ni reclamación previa ante EIFC.(Rodriguez E. , 2012)

2.5 Tipo de investigación

Esta investigación de tipo documental, en virtud de que el presente trabajo se basará en análisis de documentos y libros para la elaboración del informe final.

También este tipo de estudio será explicativo, ya que busca encontrar las razones o causas que ocasionan ciertos fenómenos. Su objetivo último es explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se da éste.

Esta investigación es de campo porque el investigador se traslada donde se desarrollan los hechos y se centran en observar directamente los fenómenos.

2.6 Métodos

Los métodos con los que se pretende lograr los fines de la presente investigación serán los Métodos de Observación, Análisis y de Síntesis. Se utilizara la Observación en la evaluación y análisis de las características de los componentes importantes del estudio, para percibir y conocer los rasgos y peculiaridades e identificar como cada uno de cada de las partes inciden en la realidad estudiada. Por medio del Análisis, se establecerá la relación

causa-efecto entre los elementos que componen el objeto de investigación. Y a través de la Síntesis se pasara del análisis simple al más complejo en la medida que la investigación avance y profundice.

Asimismo, pretenden tomar como referencia y base de comparación a la Oficina de Protección al Consumidor de la Superintendencia de Electricidad (PROTECOM), por ofrecer un servicio similar al de Prouuario, pero orientado a los usuarios de los servicios de las distribuidoras de energía eléctrica (Edenorte, Edesur y Edeeste).

a.- *Fuentes secundarias*: A través de consulta de fuentes escritas como libros, revistas, leyes y reglamentos.

b.- *Fuentes primarias*: Estas informaciones se recogerán a través de visitas a la Oficina de Protección al Usuario, donde se entrevistarán a empleados, funcionarios y usuarios del servicio.

2.7 Herramientas

Con estas herramientas se conocerá a la persona que se va entrevista donde se conocerá las informaciones necesarias para el tema de investigación y por medio de las encuestas se conocerán las inquietudes y necesidades de los usuarios del sistema financiero en general.

2.7.1 Encuestas y entrevista.

Se le aplicarán encuestas los usuarios del sistema financiero en general y una entrevista al Encargado de la División de Reclamaciones, por medio de preguntas escritas para conocer las opiniones e intereses de los sectores involucrados o grupos de interés en el tema.

2.7.1.1 Objetivos de la encuesta

- a. Establecer motivo de visita de los usuarios a la oficina de PROUSUARIO.
- b. Investigar el servicio procurado y a que producto financiero se vincula
- c. Valorar de la atención recibida en la recepción de PROUSUARIO.
- d. Apreciar la cortesía del personal de servicio.
- e. Evaluarla atención que ha recibido al reclamo
- f. Comprobar las instalaciones físicas.
- g. Valorarla respuesta recibida.
- h. Calificarla atención que ha recibido de PROUSUARIO.

De la población sujeta a estudio se procederá a tomar una muestra de 300 que represente dicha población, utilizando la siguiente formula, la población sujeta será de 1,006 reclamaciones y 40 denuncias del año 2015 y lo que va del 2016 .

N = Población 1046

C = Confiabilidad un 95%

Z = Nivel de Confianza 1.96

P = Posición positiva 0.5

Q = Posición negativa 0.5

E = Error Muestra 5% = 0.05:

$$n = \frac{k^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{(e^2 \cdot (N-1)) + k^2 \cdot p \cdot q}$$

$$\underline{N = (Z)^2 (p \cdot q) (N)}$$

$$(e)^2 (N-1) + (Z)^2 (p \cdot q)$$

$$N = \frac{(1.96)^2(0.5 \times 0.5) (1046)}{(0.5)^2 (1046-1) + (1.96)^2 (0.5 \times 0.5)}$$

$$N = \frac{3.8416 \times 0.25 \times 1046}{(0.25) (1045) + (3.8416) (0.25)}$$

$$N = \frac{1004.57}{262.2104 + 0.9604} = 383$$

$$N = \frac{1004.57}{262.2104 + 0.9604} = 383$$

$$N = \frac{1004.57}{262.2104 + 0.9604} = 383$$

$$262.2104 + 0.9604$$

N = Según la reclamaciones y denuncias del enero – abril 2015 será de 383

2.7.1.2 Análisis e Interpretación de los resultados

Tabla 1. Motivo de visita a la oficina.

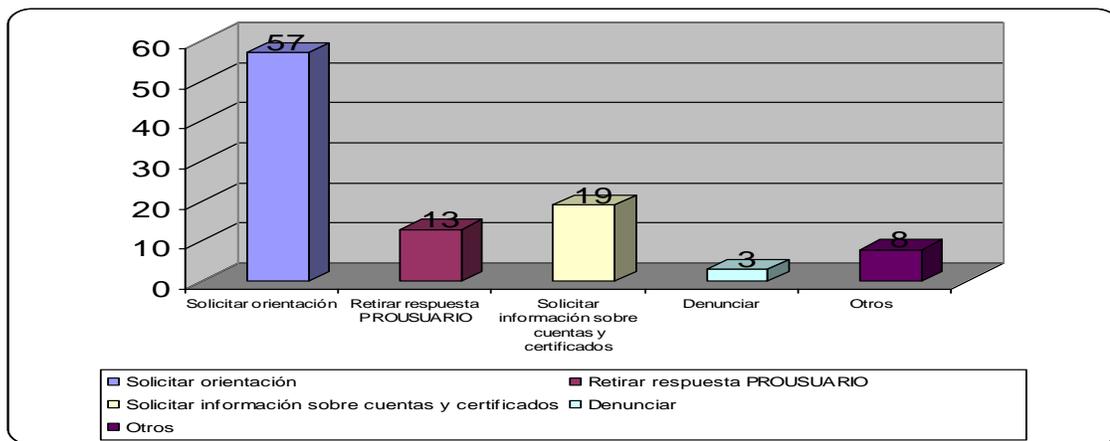
Variables	Frecuencia	Porcentual
Solicitar orientación	220	57%
Retirar respuesta PROUSUARIO	50	13%
Solicitar información sobre cuentas y certificados	73	19%
Denunciar	10	3%
Otros	30	8%
Total	383	100%

Fuente: 383 Usuarios de Prouuario

En cuanto a los datos obtenidos en cuanto a si cuál el motivo de visita de los usuarios a la oficina de PROUSUARIO, se observar que el mayor porcentaje lo obtiene, solicitar orientación con un la frecuencia de 220 tiene como 57%, seguido con un frecuencia de 73 tiene como un 19% solicitar información sobre cuentas y certificados, frecuencia de 50 tiene como un el 13% retirar

respuesta PROUSUARIO, frecuencia de 30 tiene como un 8% otros, mientras que la frecuencia de 10 tiene como un 3% denunciar

Gráfico 1. Motivo de visita a la oficina.



Fuente: Tabla No. 1

Tabla 2. Servicio que procuran los usuarios.

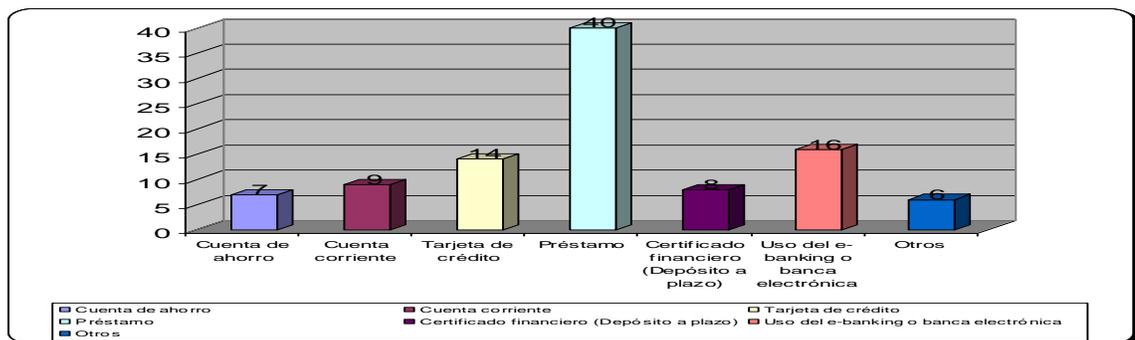
Variables	Frecuencia	Porcentual
Cuenta de ahorro	28	7%
Cuenta corriente	35	9%
Tarjeta de crédito	55	14%
Préstamo	153	40%
Certificado financiero (Depósito a plazo)	32	8%
Uso del e-banking o banca electrónica	60	16%
Otros	20	6%
Total	383	100%

Fuente: 383 Usuarios de Prousuario

En cuanto a los datos obtenidos en cuanto al servicio que procura está relacionado, se observar que el mayor porcentaje lo obtiene, préstamo con

la frecuencia de 153 tiene como un 40%, seguido la frecuencia de 60 tiene un 16% uso del e-banking o banca electrónica, la frecuencia de 55 tiene como el 14% tarjeta de crédito, la frecuencia de 35 tiene como el 9% cuenta corriente, seguido con la frecuencia de 28 tiene como un 8% certificado financiero (Depósito a plazo), la frecuencia de 32 tiene como el 7% cuenta de ahorro, mientras la frecuencia de 20 con un 6%-

Gráfico 2. Servicio que procuran los usuarios.



Fuente: Tabla No. 2

Tabla 3. Atención recibida de parte de los representantes?

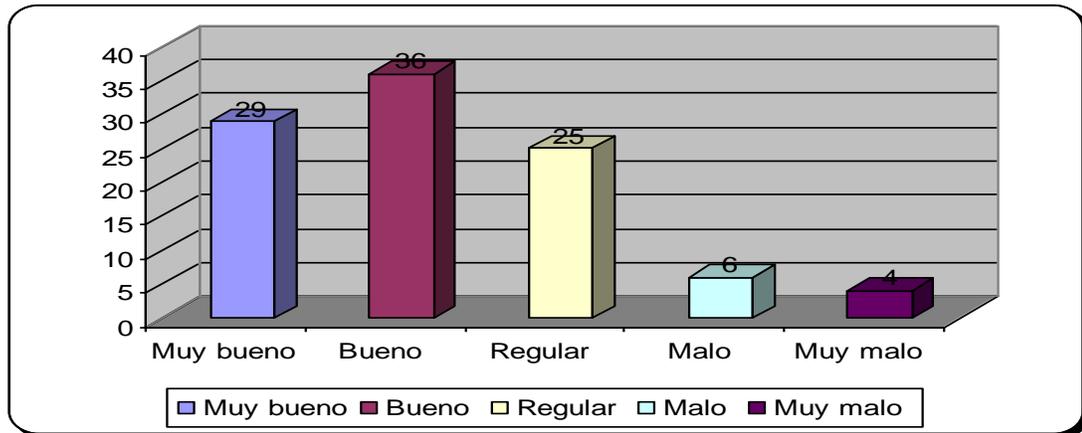
Variables	Frecuencia	Porcentual
Muy bueno	113	29%
Bueno	135	36%
Regular	95	25%
Malo	25	6%
Muy malo	15	4%
Total	383	100%

Fuente: 383 Usuarios de Prouuario

En cuanto atención recibida en la recepción, se observar que el mayor porcentaje lo obtiene, bueno con una frecuencia de 135 para 36%, seguido con una la frecuencia de 113 para con un 29% muy bueno, la frecuencia de 95 para el

25% regular, la frecuencia de 25 para el 6% malo, mientras que muy mal con una la frecuencia de 15 para un 4%.

Gráfico 3. Atención de parte de los representantes.



Fuente: Tabla No. 3

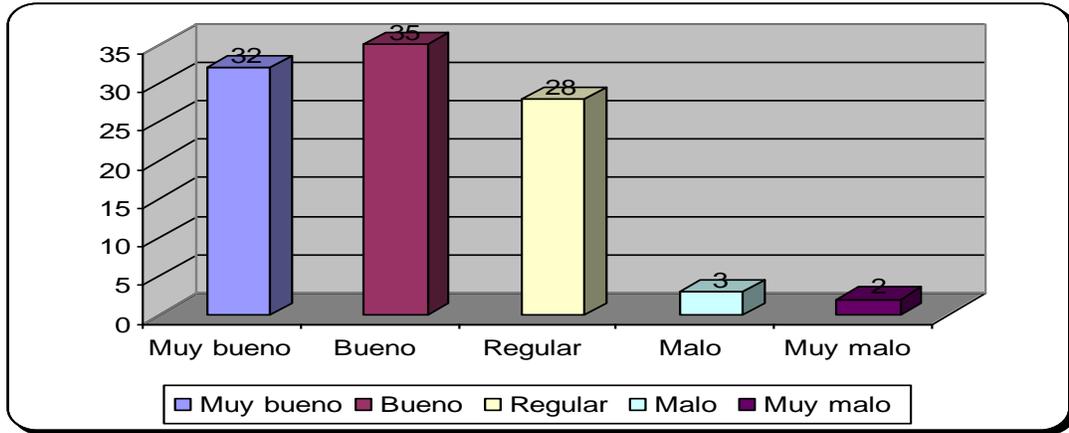
Tabla 4. Cortesía del personal de la oficina es:

Variables	Frecuencia	Porcentual
Muy bueno	124	32%
Bueno	135	35%
Regular	108	28%
Malo	10	3%
Muy malo	6	2%
Total	383	100%

Fuente: 383 Usuarios de Prouuario

En cuanto a la Cortesía del personal de servicio, se observar que el mayor porcentaje lo obtiene, bueno con una frecuencia de 135 para un 35%, seguido con una frecuencia de 124 para un 32% muy bueno, la frecuencia de 108 para un 28% regular, la frecuencia de 10 para el 3% malo, mientras que muy mal con un frecuencia de 6 para un 2%.

Gráfico 4. Cortesía del personal de la oficina es:



Fuente: Tabla No. 4

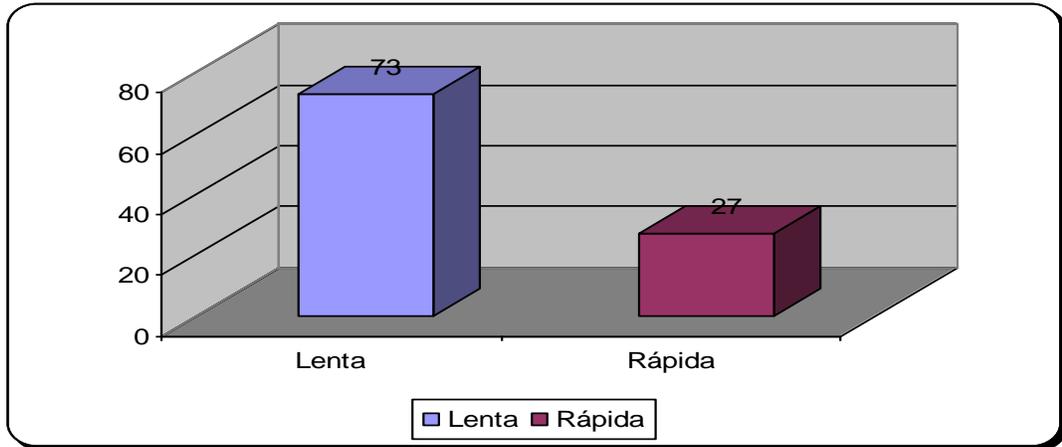
Tabla 5. La atención a reclamo por el Usuario es:

Variables	Frecuencia	Porcentual
Lenta	280	73%
Rápida	103	27%
Total	383	100%

Fuente: 383 Usuarios de Prouuario

En cuanto a la atención que ha recibido a su reclamo ha sido, se observar que el mayor porcentaje lo obtiene, lenta con una frecuencia de 280 para un 73%, mientras que la frecuencia de 103 para el 27% rápida.

Gráfico 5. La atención a reclamo por el Usuario es:



Fuente: Tabla No. 5

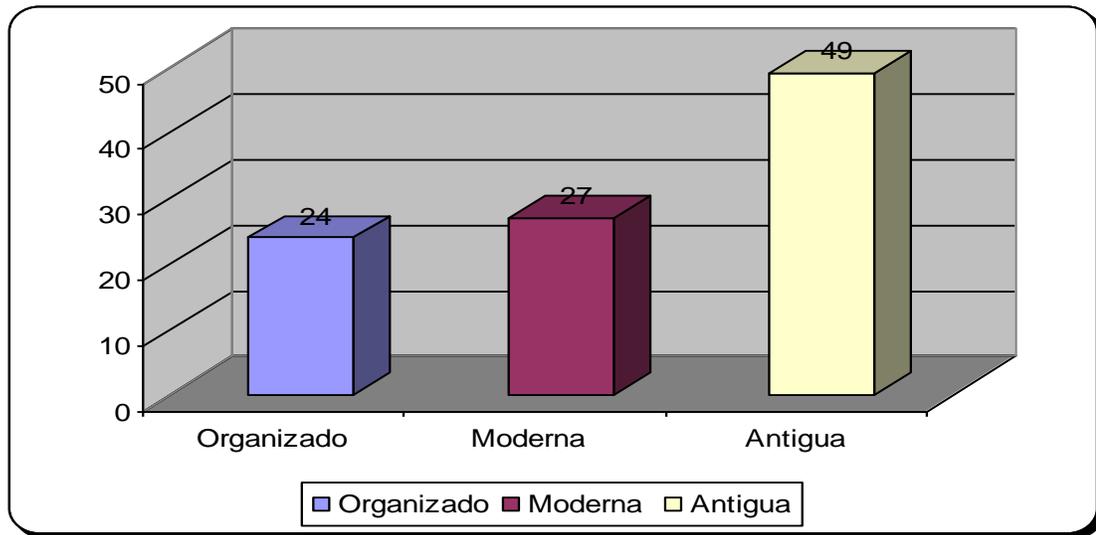
Tabla 6. Instalaciones físicas de la oficina.

Variables	Frecuencia	Porcentual
Organizado	95	24%
Moderna	105	27%
Antigua	183	49%
Total	383	100%

Fuente: 383 Usuarios de Prouuario

En cuanto a las instalaciones físicas, se observar que el mayor porcentaje lo obtiene, antigua con una frecuencia de 183 para un 49%, seguido con una frecuencia de 105 para el 27% moderna, mientras que moderna con una frecuencia de 95 para un 24%

Gráfico 6. Instalaciones físicas de la oficina.



Fuente: Tabla No. 6

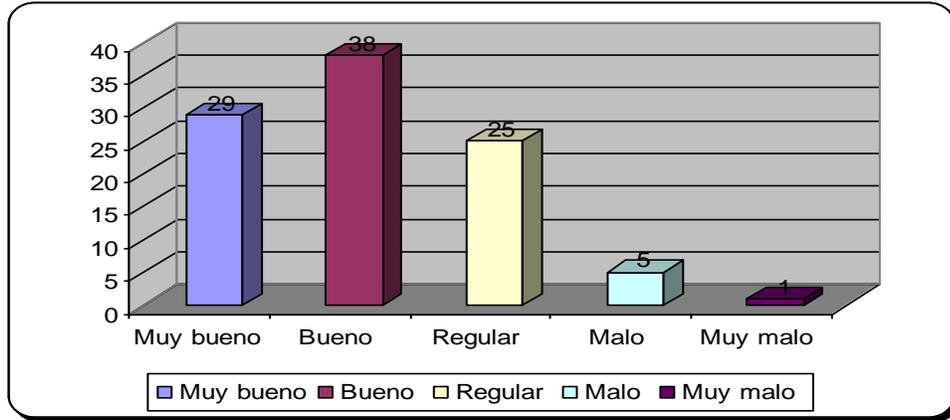
Tabla 7. Respuesta a su reclamo ha sido:

Variables	Frecuencia	Porcentual
Muy bueno	114	29%
Bueno	145	38%
Regular	99	25%
Malo	18	5%
Muy malo	7	1%
Total	383	100%

Fuente: 383 Usuarios de Prouuario

En cuanto a la claridad y precisión en la respuesta recibida, se observó que el mayor porcentaje lo obtiene, bueno con una frecuencia de 145 para un 38%, seguido con una frecuencia de 114 para un 29% muy bueno, la frecuencia de 99 para el 25% regular, la frecuencia de 18 con el 5% malo, mientras que muy mal con una frecuencia de 7 con un 1%.

Gráfico 7. Respuesta a su reclamo ha sido.



Fuente: Tabla No. 7

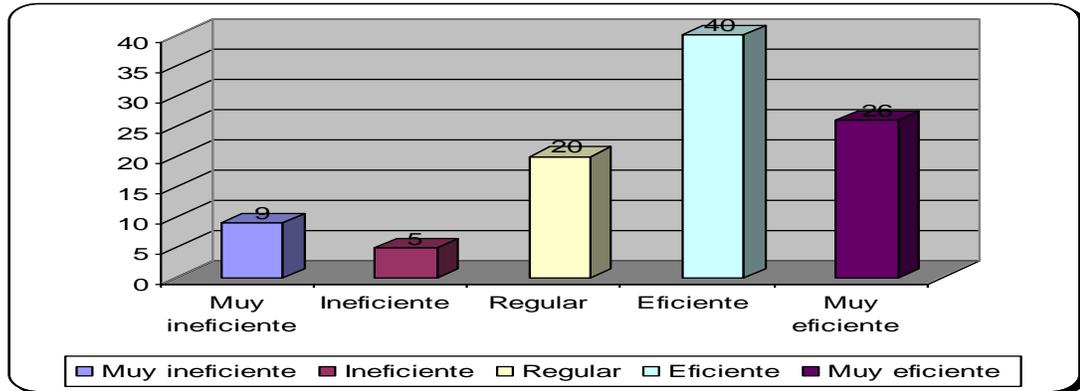
Tabla 8. Atención y servicio que recibe:

Variables	Frecuencia	Porcentual
Muy ineficiente	35	9%
Ineficiente	20	5%
Regular	80	20%
Eficiente	155	40%
Muy eficiente	93	26%
Total	383	100%

Fuente: 383 Usuarios de Prouuario

En cuanto a la atención que ha recibido de PROUSUARIO, se observó que el mayor porcentaje lo obtiene, eficiente con una frecuencia de 155 con un 40%, seguido con una frecuencia 93 para un 26% muy eficiente, la frecuencia de 80 para el 20% regular, la frecuencia de 35 para un 9% muy ineficiente, mientras que las frecuencias con 20 para el 5% ineficiente.

Gráfico 8. Atención y servicio que recibe.



Fuente: Tabla No. 8

2.7.1.3 Análisis de la encuesta

En el análisis de la encuesta que se presentará a continuación se dará los detalles claros de los objetivos de investigación.

Sobre el motivo de visita de los usuarios a la oficina de PROUSUARIO, se observa que el mayor porcentaje lo obtiene, solicitar orientación con un 57%, seguido con un 19% solicitar información sobre cuentas y certificados, el 13% retirar respuesta PROUSUARIO, el 8% otros, mientras que denunciar con un 3%.

En cuanto al servicio que procura está relacionado, se observa que el mayor porcentaje lo obtiene, préstamo con un 40%, seguido con un 16% uso del e-banking o banca electrónica, el 14% tarjeta de crédito, el 9% cuenta corriente, seguido con un 8% certificado financiero (Depósito a plazo), el 7% cuenta de ahorro, mientras que otros con un 6%.

En la atención recibida en la recepción, se observa que el mayor porcentaje lo obtiene, bueno con un 36%, seguido con un 29% muy bueno, el 25% regular, el 6% malo, mientras que muy mal con un 4%.

En cuanto a la cortesía del personal de servicio, se observar que el mayor porcentaje lo obtiene, bueno con un 35%, seguido con un 32% muy bueno, el 28% regular, el 3% malo, mientras que muy mal con un 2%.

Sobre la atención que ha recibido a su reclamo ha sido, se observar que el mayor porcentaje lo obtiene, lenta con un 73%, mientras que el 27% rápida.

En las instalaciones físicas, se observar que el mayor porcentaje lo obtiene, antigua con un 49%, seguido con el 27% moderna, mientras que moderna con un 24% En cuanto a la claridad y precisión en la En el objetivo VII respuesta recibida, se observar que el mayor porcentaje lo obtiene, bueno con un 38%, seguido con un 29% muy bueno, el 25% regular, el 5% malo, mientras que muy mal con un 1%.

Sobre la atención que ha recibido de PROUSUARIO, se observar que el mayor porcentaje lo obtiene, eficiente con un 40%, seguido con un 26% muy eficiente, el 20% regular, el 9% muy ineficiente, mientras que el 5% ineficiente.

2.7.1.4Objetivos de entrevista a Encargado de la División Técnica de PROUSUARIO

- a. Analizar el proceso seguido por las reclamaciones recibidas.
- b. Determinar qué elementos de los procedimientos y reglamentos utilizados en la Oficina deben ser mejorados.
- c. Conocer los medios de difusión utilizados por PROUSUARIO para dar a conocer los servicios que presta.

El presente trabajo analiza un resumen de una entrevista personal de 30 minutos con el señor Randy de Jesus Hernández Taveras, administrador de empresas, encargado de la División de Técnica de Reclamaciones, oficina PROUSUARIO,

La entrevista se realizó el día martes 16 de julio de 2016, en la oficina del señor Hernández, ubicada en la avenida Lincoln# 406 en la ciudad de Santo Domingo, República Dominicana.

Por tanto el señor Hernandez explica que la supervisión se hace diaria por medio de Reportes; respuestas de Reclamaciones, decisiones de Solicitudes, entradas Reclamaciones y estadísticas generales de la Oficina de Prouuario.

Por otra parte el proceso de reestructuración y seguimiento de una reclamación se realiza primero con la entrada de una reclamación a la Oficina de Prouuario, luego de haber cumplido con todos los requerimientos reglamentarios para esto, primero, si es posible la solución o aclaración al Usuario se le brinda cualquier información pertinente por parte de las Representantes de Atención al Usuario, de lo contrario, (proceso normal para dar respuesta a una Reclamación), se hace un levantamiento de hechos del caso con los Requerimientos Iniciales por parte del Técnico a cargo para hacer el análisis del mismo, luego de que todo este proceso culmine, en el Sin embargo el informe a ser entregado al Usuario, se le responde punto por punto su Reclamación para sustentar la respuesta de esta Oficina. Buscando siempre la satisfacción del mismo y si en el caso que no estuviera satisfecho con la misma, se le da un tiempo para que interponga un recurso de reconsideración de la decisión tomada por PROUSUARIO.

No obstante existe un proceso diseñado basado en la eficiencia de los procesos que busca maximizar la salida de un caso por cada área que pasa en la Oficina. Cada persona involucrada en el proceso conoce el tiempo de respuesta que debe dar para que pase a la siguiente fase.

Esto se debe a una decisión conjunta de parte de cada colaborador de la Oficina de Prouuario y de las autoridades de la Superintendencia de

Bancos. Constantemente se busca que el Usuario de los productos y servicios financieros esté más protegido y que conozca de sus Derechos y Deberes. Y esto se hace día a día.

Debido a que se busca siempre la satisfacción del Usuario que visita las Oficinas de Prouuario, se les pide a las representantes que sean meticulosas a la hora de recibir una reclamación, de los detalles que pueda aportar el reclamante. La práctica constante de buenas costumbres y corrección de errores es en donde se enfocaron, a la mejora continua de su personal

Necesidades y solicitudes que presenten Instituciones, ya sean gubernamentales, educativas, comerciales, y del comportamiento del mercado financiero, se prepara el material y el personal capacitado para impartir las charlas de educación financiera y mejorar de los procedimientos.

El Departamento de Comunicaciones prepara un programa cada cuatro años que se revisa anualmente que satisfaga las necesidades de la Superintendencia de Bancos.

Tal como la Superintendencia de Bancos pone a disposición de los Usuarios un correo electrónico de consultas donde pueden canalizar cualquier duda o pregunta que los mismos tengan, participan en todas las actividades dirigidas al mercado, ferias, ofrecen las charlas de educación financiera, brochures informativos, cualquier tipo de consulta que necesite un usuario puede realizarla en esta Oficina y se están desarrollando varios proyectos para abarcar la mayor cantidad de Usuarios posibles y que el mensaje llegue de un manera más constante.

Por lo tanto, la presente gestión está preparando un rediseño del portal Prouuario que sea más interactivo, funcional e informativo y que el Usuario pueda sacarle todo el provecho posible a esta herramienta, implementado algunas novedades de países vecinos adecuados a los estándares de nuestro país.

Finalmente en conclusión analizando esta entrevista se ha observado que se necesitan mejoras organizacionales para reducir el tiempo de respuesta en las solicitudes de consultas y reclamaciones, baja calidad en el servicio, mucho tiempo de respuestas y no estandarización de los procesos, entre otras. Lo que ocasiona que las reclamaciones de los usuarios no sean atendidas adecuadamente.

2.7.1.5 Análisis comparativo de las encuestas realizadas y entrevista encargado división.

De acuerdo al análisis comparativo de la encuesta es importante destacar que el porcentaje más relevante lo obtuvo el motivo de visita, para solicitar información que procuran los usuarios, con frecuencia de 220 con un porcentaje de un 57%, seguido de servicio que procura también que es el de solicitud préstamo con la frecuencia de 153 tiene como un 40%, mientras que en la atención recibida en la recepción la mayor respuesta lo obtuvo bueno con una la frecuencia de 135 para 36%.

Por otra parte sobre cortesía del personal de servicio el mayor porcentaje lo obtiene bueno con una frecuencia de 135 para un 35%, mientras que sobre atención que ha recibido a su reclamo ha sido, se observar que el mayor porcentaje lo obtiene, lenta con una frecuencia de 280 para un 73%.

Sobre las instalaciones físicas, se observar que el mayor porcentaje lo obtiene, antigua con una frecuencia de 183 para un 49%, mientras que para la claridad y precisión en la respuesta recibida, se observar que el mayor

porcentaje lo obtiene, bueno con una frecuencia de 145 para un 38, finalmente sobre la atención que ha recibido de PROUSUARIO, se observa que el mayor porcentaje lo obtiene, eficiente con una frecuencia de 155 con un 40%.

De acuerdo a lo expresado en la entrevista los datos más relevantes fue como la Superintendencia de Bancos pone a disposición de los Usuarios un correo electrónico de consultas donde pueden canalizar cualquier duda o pregunta que los mismos tengan, participan en todas las actividades dirigidas al mercado, ferias, ofrecen las charlas de educación financiera, brochures informativos, en la entrevista realizada se ha observado que se necesitan mejoras organizacionales para reducir el tiempo de respuesta en las solicitudes de consultas y reclamaciones, baja calidad en el servicio, mucho tiempo de respuestas y no estandarización de los procesos, entre otras. Lo que ocasiona que las reclamaciones de los usuarios no sean atendidas adecuadamente.

CAPITULO III

ELABORACIÓN DE UN PLAN DE OPTIMIZACIÓN DEL SERVICIO DE RECLAMACIONES DE LOS USUARIOS, EN LA OFICINA DE PROTECCIÓN AL USUARIO DEL SISTEMA FINANCIERO

Se han ejecutado una serie de medidas para procurar la optimización del servicio, tomando en consideración la necesidad del Usuario de obtener sus respuestas en el menor tiempo posible. En ese sentido se establecieron metas de calidad a través de las cuales se redujeran los tiempos de respuestas de los servicios de las reclamaciones de los usuarios; sin embargo, esta medida sólo beneficiará a un gran número limitado de usuarios, aquellos que interponen sus reclamaciones ante esta oficina. Por esta razón se elaborará un plan de optimización de los servicios de reclamaciones de los usuarios, con la finalidad de que todos los ciudadanos en general conozcan y utilicen los servicios financieros que ofrece la oficina de PROUSUARIO, en especial la división de reclamaciones.

3.1. Descripción de la Propuesta

La presente propuesta de optimización del Servicio de Reclamaciones de los Usuarios, que brinda la Oficina de Protección al Usuario del Sistema Financiero Dominicano, permitirá a la gerencia contar con una herramienta, la cual podrá ser utilizada para lograr una mejor percepción del usuario, así como al personal le permitirá desarrollarse mejor en sus funciones.

Se describirán los objetivos y plan estratégico, para brindar una atención con rapidez al usuario, contiene explicaciones sobre como la satisfacción del cliente se convierte en una ventaja competitiva, también los

factores esenciales que este departamento debe poseer, para administrar la calidad en la atención al usuario.

Se espera que la aplicación de la propuesta contribuya a que el usuario reciba una respuesta rápida y oportuna a sus solicitudes.

3.2. Objetivos Propuestas de Mejoras

Con la finalidad de mejorar el servicio que se les brinda a los usuarios en la Oficina de Protección al Usuario del Sistema Financiero, una dependencia de la Superintendencia de Bancos, la estrategia clave consistirá en fortalecer la imagen de éste Departamento de Protección al Usuario y de los servicios que éste ofrece.

Por lo que las acciones que estará orientado es, en primer lugar, en dar a conocer la Oficina de Protección al Usuario y los servicios que ofrece, de manera que el usuario esté debidamente edificados en torno a los derechos que le asisten como usuarios de los servicios financieros y en lo referente a los procedimientos para la realización de consultas y reclamaciones. Las tareas que con éste propósito Superintendencia de Bancos se realizan, toman en cuenta el diseño e implementación de una campaña de educación a los usuarios de los servicios financieros, además de mecanismos para mejorar el tiempo de respuesta en las solicitudes de consultas y reclamaciones.

En segundo lugar, se contempla que con estas medidas se fortalezcan los mecanismos de comunicación de la Oficina de Protección al Usuario, mediante el establecimiento de un sistema de denuncias abierta, revisar el marco normativo, y la capacitación del personal de la oficina PROUSUARIO,

de manera que los usuarios del Sistema Financiero reciban retroalimentación precisa de sus consultas y reclamaciones.

3.3 Plan

Objetivos propuestos:

- a) Mejorar el tiempo de respuesta en el servicio
- b) Diseñar mejoras en el Departamento de Reclamación y Quejas.
- c) Dar a conocer la imagen institucional.
- d) Concientizar al personal sobre el servicio a los usuarios
- e) Implementar Sistema 311 en la Oficina de PROUSUARIO
- f) Crear un departamento de comunicación interna
- g) Incentivar el crecimiento profesional de la institución
- h) Crear un modelo de desarrollo Personal Institucional

Estrategias:

a.1) Brindar comunicación directa y respuesta a tiempo al usuario del sistema financiero.

Tácticas:

- a.1.1)** Abordar el proceso de elaboración de objetivos para identificar la debilidad en la calidad del servicio al usuario.
- a.1.2)** Introducir mejoras que aumente la satisfacción del usuario.
- a.1.3)** Organizar a nivel metodológico las actividades para medir la calidad en el servicio al usuario, en dos etapas: Organización del trabajo y Diagnosticar e identificar oportunidades para mejorar
- a.1.4)** Proponer acciones para mejorar la calidad del servicio al usuario

a.1.4.1) Elaborar mensajes eficaces que sean entendible al usuario sobre los servicios que ofrece la Oficina de Protección al Usuario.

a.1.4.2) Fortalecer el equipo humano que representa la Oficina de Protección al Usuario.

a.1.4.3) Impulsar la imagen de la Oficina de Protección al Usuario, a través de la calidad de sus servicios, brindando un servicio más ágil.

a.1.4.4) Crear estrategias que consigan que los usuarios tengan la mejor imagen de la Oficina.

a.1.5) Proponer un plan para mejorar la calidad del servicio al usuario.

b.1) Asignar un personal responsable que brinde los servicios requeridos por el usuario, para así proporcionar respuestas en el menor tiempo posible.

Tácticas:

b.1.1) Procurará mantener una relación con el usuario a través de que se cumpla a tiempo sus pedidos y atendiendo su respuesta de los reclamos, quejas y sugerencias presentados.

b.1.2) Implementará un monitoreo constante para controlar la gestión de reclamos, quejas y sugerencias.

b.1.3) Promoverá la toma de conciencia sobre el procedimiento de gestión de reclamos, quejas y sugerencias.

b.1.4) Mantendrá el sistema de registro de reclamos, quejas y sugerencias de forma eficiente incluyendo:

Control de los requisitos tecnológicos

Formación apropiada del personal

Control y monitoreo de los registros y cumplimiento del tiempo límite establecido por la ley.

Control de las acciones que se deben tomar para corregir un problema, prevenir su ocurrencia en el futuro y asegurar que el suceso sea registrado:

- ✓ Controlar que la información sobre la gestión de reclamos, quejas y sugerencias sea de fácil acceso
- ✓ Coordinar y dirigir a los responsables de los sectores involucrados en la resolución de los problemas y oportunidades de mejora.
- ✓ Agilizar los procesos de resolución para que las soluciones se implementen eficaz y eficientemente.
- ✓ Informar a los usuarios sobre acciones y decisiones sobre la gestión de reclamos, quejas y sugerencias.
- ✓ Informar a la Dirección de la Superintendencia de Bancos sobre la gestión de reclamos, quejas y sugerencias con recomendaciones para la mejora.
- ✓ Suministrar estadísticas para la toma de decisiones en procura de una mejora continua de los distintos servicios de la Superintendencia de Bancos.
- ✓ Utilizar la información para buscar las causas raíz y desarrollar el compromiso y los procedimientos para erradicarla.

c.1) Brindar los servicios que ofrecen la oficina de PROUSUARIO, en especial la división técnica de reclamaciones al ciudadano en general.

Tácticas:

c.1.1) Como parte del proceso del plan de optimización de los servicios al usuario del sistema financiero, se fortalecerá la imagen de la Oficina de Protección al Usuario, lo cual se verá bien ante el usuario, por lo que se deberá realizar una consolidación de la cultura de

transparencia institucional, según lo estipula la Ley 200-04, a través de la divulgación oportuna de las informaciones financieras y de riesgo solicita, lo cual también ayudará a mantener una actualización de las estadísticas del departamento.

c.1.2) Asimismo, se contempla mejorar en el flujo de las informaciones internas, a través del mejoramiento de la intranet, de los procesos de consulta de informaciones, mediante la creación y difusión del Manual de Identidad Institucional, así como la implementación de un plan de homogeneización de la imagen institucional.

c.1.3) A nivel externo, las estrategias consideran el uso de herramientas de comunicación social en campañas de difusión de la gestión institucional. En ese sentido, se destaca el diseño de una Campaña de Reforzamiento de la Imagen Institucional, que proporcione orientación en torno a los derechos y deberes de los usuarios de los servicios financieros, y que permita ampliar la proyección cultural y la imagen externa de la Oficina de Protección al Usuario.

d.1) Brindar buen servicio a los usuarios, teniendo la mejor disposición para atender las inquietudes de estos en el menor tiempo posible.

Tácticas:

d.1.1) La Superintendencia de Bancos, brindará a su personal de la Oficina de Protección al Usuario (División de Reclamaciones) cursos de capacitación interna con el fin de transmitir la importancia que tiene practicar los valores del centro de servicio:

- ✓ Atención inmediata
- ✓ Comprensión de lo que el usuario requiere

- ✓ Atención completa y exclusiva
- ✓ Trato cortés
- ✓ Expresión de interés hacia el usuario
- ✓ Receptividad a preguntas
- ✓ Prontitud en la respuesta
- ✓ Eficiencia al prestar un servicio
- ✓ Explicación del procedimiento:
 - ✓ Expresión de placer al servir al usuario
 - ✓ Expresión de agradecimiento
 - ✓ Atención a los reclamos
- ✓ Solución a los reclamos teniendo en cuenta la satisfacción del usuario.
- ✓ Aceptar la responsabilidad por incumplimientos cometidos por el personal de la institución.

e.1) Implementar en la Oficina de Protección al Usuario el Sistema 311 como medio de atención de reclamos personalizada.

Tácticas:

e.1.1) Instalar en la oficina este sistema, lo cual fue creada en el año 2009, a través del Decreto No. 694-09, donde se busca que el usuario pueda canalizar sus reclamos y quejas, de manera directa, por lo que su implementación en la Oficina de Protección al usuario del Sistema Financiero buscaría:

- ✓ La transparencia del servicio brindado a la ciudadanía.
- ✓ Protección de la información que se brinde, se clasifique como reservada, según lo estipulado en el artículo 17 de la Ley 200-04 de Libre Acceso a la Información Pública.

e.1.2) Promover la creación de una cultura de calidad, eficiencia y transparencia, tanto en la gestión de las instituciones como en el desempeño de los servidores públicos.

f.1) Fortalecer el equipo humano que representa la Oficina de Protección al Usuario a través de la creación de un departamento de comunicación interna.

Tácticas:

f.1.1) A través de la creación de un departamento de comunicación interna, los empleados podrán mantener buenas relaciones entre sí, por medio de los diversos medios de comunicación que los mantengan informados, integrados y motivados, lo cual contribuirá en beneficio de su labor, y en los logros de la Oficina de Protección al Usuario del Sistema Financiero dominicano.

f.1.2) El objetivo es permitir el alineamiento del esfuerzo de todos los integrantes de la Oficina de Protección al Usuario. La comunicación interna, constituye uno de los elementos centrales para articular las relaciones entre los diferentes departamentos de la organización.

Este objetivo, plantea a su vez los siguientes aspectos:

- ✓ El desarrollo y sostenimiento de las relaciones interpersonales.
- ✓ La facilitación de las relaciones entre la Oficina de Protección al Usuario y las personas que lo integran.
- ✓ La elaboración de la información que recibirá el personal respecto a los objetivos de la organización.
- ✓ La orientación y desarrollo de la información para la motivación del comportamiento de los trabajadores.

g.1) Desarrollar el fortalecimiento profesional de los empleados de la institución.

Tácticas:

g.1.1) Motivar a los empleados que terminen la universidad.

g.1.2) Realizar entrenamientos o coaching de capacitación para que se desarrollen profesionalmente.

g.1.3) Fomentar el crecimiento profesional para que los empleados se sientan motivados.

g.1.4) Sortear becas de estudios a nivel de post-grado, diplomados y especialidades entre los empleados profesionales.

h.1) Crear modelo de desarrollo personal Institucional considerando que todos los miembros de la institución son elementos valiosos, capaces de aportar mucho más de lo que comúnmente se cree.

Tácticas:

h.1.1) Enfatizar sobre la necesidad de recuperar los valores morales y éticos para que sean considerados siempre en nuestras actuaciones.

h.1.2) Familiarizar al empleado con el concepto de sistema en forma genérica para posteriormente entrar a conocer sobre los sistemas sociedad, país, familia y persona.

h.1.3) Enfatizar sobre la importancia y el verdadero valor que tiene la persona como tal dentro de cualquier sistema, para que no sea considerada como un simple elemento productivo dentro de la institución, sino como un valioso elemento con capacidad de aporte a la gestión organizacional, principalmente al departamento de Servicios al Usuario, así como la necesidad que tiene esta de ser respetada, educada, preparada, de facilitarle su superación, de ser reconocida en sus actos, estimulado en sus logros y sobre su necesidad de protección.

h.1.4) Darle claridad para conocer y dar la verdadera importancia a los conceptos productividad y competitividad, válidos para la operación de cualesquier sistema, así como sobre el concepto de ventaja competitiva, de gran valor dentro de la gestión global de la de la Oficina de Protección al Usuario y personal.

h.1.5) Familiarizarlo sobre los conceptos de entorno, los diferentes tipos o niveles de entorno que existen y como pueden estos afectar positiva o negativamente a cualquier sistema, así como la forma de interactuar, como se afectan entre ellos, unos con mayor primacía sobre los otros, y el respeto que debemos de tener para con cada uno de ellos.

h.1.6) Familiarizarlo con la existencia de gran cantidad de modelos administrativos, fruto de la evolución de este pensamiento, y sobre cómo estos pueden contribuir a la maximización en la utilización de los recursos humanos, técnicos y financieros al servicio de la institución, siempre garantizando la integridad y respeto de los mismos. Algunos de ellos: DOFA, mejoramiento continuo, calidad total, kaizen, benchmarking, reingeniería, método Deming, evaluación del desempeño, tablero de control, etc.

h.1.7) Familiarizarlo sobre el funcionamiento interno de la Oficina de Protección al Usuario, cual es el papel específico del área donde labora, y sobre la importancia de que su desempeño conjunto y armonioso para así lograr el éxito de la gestión global de la misión institucional.

h.1.8) Enfatizar sobre la importancia de estimular los procesos creativos e innovadores en las personas, de gran valor para cualquier sistema y para los profesionales mismos.

3.4. Los Recursos

Aquí se presentan los recursos, que debe implementar la Oficina de Servicios a Clientes del Sistema Financiero, para obtener un buen servicio al usuario. Estos recursos se subdividen en Humano, financiero y tecnológico, los cuales deben de ir de la mano, para obtener un buen resultado en el área del servicio.

3.4.1. Humano

PROUSUARIO posee una infraestructura física amplia y adecuada para sus funciones, además de muy bien ubicada (Ave. 27 de Febrero esq. Abraham Lincoln, Unicentro Plaza), pero mal distribuida.

La oficina tiene mucho espacio ocioso en el área de entrada (recepción y sala de recibo), y muy poco en la parte operativa, para la cantidad de empleados que allí laboran, dificultando realizar el trabajo adecuadamente. Se hace necesaria una redistribución del espacio, para darle un mejor uso a la estructura y facilitar el trabajo de los técnicos.

Recursos Humanos constituye la manera de hacer que las cosas se hagan de la mejor forma posible, mediante los recursos disponibles a fin de alcanzar los objetivos. La Dirección General incluye la coordinación de recursos humanos y materiales para lograr los objetivos.

En esta concepción están configurados cuatro elementos básicos:

1. Alcance de los objetivos.
2. Por medio de personas.
- 3 .A través de técnicas.
4. En una organización.

La Gerencia de Recursos Humanos se encargará en la coordinación del personal de la Oficina de Protección al Usuario, así como su evaluación y receptora de cualquier problema que suscite con el grupo.

Así como la contratación de nuevo personal para la expansión de esta oficina. Actualmente existen 38 personas y la gerencia, por lo que, con la estrategia a implementar, este departamento será ampliado a 50 personas, o sea, 15 personas más, incluyendo los encargados del monitoreo interno.

Sin esta intervención activa de la administración, las personas serían pasivas ante las necesidades de la Oficina de Protección al Usuario o incluso se resistirían a ellas.

La Oficina de Prouuario cuenta con 38 empleados, de los cuales:

4 son puestos de dirección (Director, Subdirector y dos Encargados de División)

3 Encargados de unidades

5 Especialistas

16 Analistas

4 Representantes de Atención al Usuario

1 Secretaria

1 Recepcionista

4 Empleados para manejar aspectos administrativos y documentarios

Por lo que se hace necesario, para una buena efectividad en el servicio que se les brinde a los usuarios, realizar una reingeniería en los puestos de informática, así como en el área de servicio al usuario, con la ampliación de éstas ramas, para que estos puedan atender a la demanda de

reclamaciones y servicios que solicitan los usuarios a diario.

Se creará adicional al departamento existente en la Superintendencia de Bancos el departamento de Sistema, el cual se encargará de administrar los guardados por la Superintendencia de Bancos en forma de red, para así agilizar los datos solicitados por los usuarios, el mismo estará conformado por el personal detallado a continuación:

Dentro del departamento existen diferentes puestos, a los cuales se les asignan diferentes actividades y responsabilidades, a continuación se describen las características de cada uno de estos.

DESCRIPCION DEL PUESTO

Departamento.....: Sistemas

Puesto.....: Gerente Del Departamento de Sistemas

Definición de responsabilidad:

Será responsable ante la dirección del establecimiento y funcionamiento del departamento, de forma que satisfaga las necesidades de la Oficina de Atención al Usuario a corto y largo plazo.

Es el asesor en cuanto a la utilización de las computadoras y es el encargado técnico y administrativo de todas las actividades del procesamiento de datos.

Ayuda a la dirección a determinar las necesidades en lo referente a la información y equipo necesario para que se puedan alcanzar los objetivos del departamento de atención al usuario.

Define y controla el presupuesto y medios necesarios para el departamento.

Interpreta las necesidades del departamento y confecciona y da a conocer el plan de automatización.

Prepara los proyectos con los usuarios vigilando que los trabajos se integren de un modo apropiado y sean justificados y aprobados.

Elabora estudios para la elección y adquisición de equipo de cómputo accesorios.

Sugiere la ampliación o sustitución de las instalaciones existentes

Estandariza los métodos y establece las normas de eficacia y los costos asegurándose que el personal las conoce y acepte.

Se informa de los distintos problemas por medio de subordinados y da seguimiento para aplicar soluciones rápidas y efectivas.

Establece la comunicación entre el personal del departamento y fomenta las buenas relaciones entre ellos.

Se asegurara que los responsables de los servicios a usuarios cumplan de tal manera, que dicho usuario quede satisfecho.

DESCRIPCION DEL PUESTO

Departamento.....: Sistemas.

Puesto.....: Encargado de Redes y comunicaciones.

Definición del cargo:

Es el responsable del establecimiento y funcionamiento de las redes computacionales del grupo.

Es el encargado del diseño e implementación de dichas redes.

Es el responsable de la configuración e instalación del software necesario.

Es el responsable de los equipos de comunicación.

Es el encargado de mantener comunicados los equipos de cómputo.

Es el encargado de investigar y proponer soluciones de redes y comunicación.

Es el responsable de mantener y controlar el cableado.

DESCRIPCION DEL PUESTO

Departamento.....: Sistemas

Puesto.....: Encargado de desarrollo de software para Redes y Pcs.

Definición del Cargo:

Es el responsable de la elaboración y mantenimiento de los sistemas que corren en la red y las pcs.

Es el responsable de los paquetes instalados en la red y pcs.

Interpreta las necesidades de los usuarios y confecciona las soluciones pertinentes.

Prepara los proyectos con los usuarios vigilando que los trabajos se integren de un modo apropiado.

Elabora estudios para la elección y adquisición de software para redes y pcs.

Es el encargado de estandarizar los paquetes y software que corre bajo redes y pcs.

Es el encargado de investigar y probar nuevos productos para redes y pcs.

Es el responsable de la integridad de la información que se genera y manipula en las redes y pcs.

DESCRIPCION DEL PUESTO

Departamento.....: Sistemas

Puesto.....: Encargado de desarrollo de software para As/400.

Definición de cargo:

Es el responsable de la elaboración y mantenimiento de los sistemas que corren la As/400.

Es el responsable de los paquetes instalados en la As/400.

Interpreta las necesidades de los usuarios y confecciona las soluciones pertinentes.

Prepara los proyectos con los usuarios vigilando que los trabajos se integren de un modo apropiado.

Elabora estudios para la elección y adquisición de software para As/400.

Es el encargado de estandarizar los paquetes y software que corre bajo As/400.

Es el encargado de investigar y probar nuevos productos para As/400.

Es el responsable de la integridad de la información que se genera y manipula en la As/400.

DESCRIPCION DEL PUESTO

Departamento.....: Sistemas

Puesto.....: Encargado de Soporte técnico As/400.

Definición de cargo:

Será el responsable de la instalación y mantenimiento del sistema operativo de la As/400.

Así como también de la configuración de la As/400.

Será el encargado de detectar fallas y de su corrección, así como del buen rendimiento del equipo.

Elabora estudios para la elección y adquisición de software para As/400.

Es el encargado de instalar y configurar el software de emulación y comunicación PC-As/400.

Es el encargado de investigar y probar nuevos productos para As/400.

DESCRIPCION DEL PUESTO

Departamento.....: Sistemas.

Puesto.....: Secretaria.

Definición de cargo:

Estará encargada de auxiliar en los procesos administrativos del departamento, así como de controlar las operaciones de mensajería, tanto interna como externa.

Elaborará y recibirá pedidos, correspondencia, memorándums, faxes y documentos en general.

Es la encargada de recibir y contestar llamadas telefónicas, así como de organizar y mantener en óptimas condiciones el archivo.

DESCRIPCION DEL PUESTO

Departamento.....: Sistemas.

Puesto.....: Operador e Instalador.

Definición de cargo:

Es el encargado de ejecutar y controlar todos los respaldos de la información de los distintos equipos.

Es el encargado de controlar el inventario de equipo, y accesorios así como de los paquetes de software para Pc.

Es el encargado de elaborar pedidos de consumibles (CD, Cintas, Tonners, Cartuchos para respaldos, Etc.).

Es el encargado de dar mantenimiento preventivo a las PCs.

Es el encargado de hacer las instalaciones de Hardware y Software a las Pcs.

Es el encargado de hacer revisiones y reparaciones menores a las Pcs.

3.4.2. Recursos Financieros

Para la Capacitación en Servicio al Usuario

Se le instruirá en

Mensajes de Textos
Llamadas telefónicas
Envío

Será organizado por el encargado de la Oficina de Protección al Usuario
Ejecutado por el Personal de Servicio al Cliente
Se realizará durante el mes de Septiembre

Tendrá un costo de RD\$533,700.00

Con respecto a la capacitación del personal en entrenamiento esporádico
Se realizará durante el mes de Enero-Mayo-Septiembre-Octubre Costo
RD\$200,000.00.

Compra de Equipos, para el personal complementario

Teléfonos	RD\$ 60,000.00
Fax	RD\$ 10,000.00
Computadoras	RD\$ 50,000.00
Escritorios y sillas	RD\$ 75,000.00

3.4.3. Recursos Tecnológicos

La Oficina de Protección al Usuario cuenta con el financiamiento necesario para capacitar a su personal de Servicio al Cliente, aunque en estos momentos lo ha suspendido, por los cambios internos que se están produciendo.

Capacidad en la comunicación y control por parte del personal. Una gran fortaleza para ésta Oficina.

La Superintendencia de Bancos, por ser una institución encargada del Sistema Financiero dominicano, de donde se desprende la Oficina de Protección al Usuario, posee una tecnología que le ayuda a mantener una comunicación eficaz con respecto a su capacidad operativa de información, data y vídeo, con manejo de los diversos sistemas y frecuencias de comunicación en la República Dominicana.

Esta tecnología, ayuda en su programa de optimización del Servicio de Reclamaciones de los Usuarios, ya que puede almacenar los datos por orden de interés o fecha, ya que tiene la facilidad de mantener una intercomunicación directa con el receptor de la ayuda, así como un monitoreo constante a través del internet.

Utilizar en la Gestión de Reclamos el Sistema de Gestión de Reclamos es un programa que le permitirá a la Superintendencia de Bancos el manejo de todo el proceso que tenga que ver con los reclamos, quejas y sugerencias a través del registro de diferentes tipos de incidentes provenientes de la Oficina de Servicios a Clientes del Sistema Financiero.

PBX: Dispositivo que actúa como una ramificación de la red primaria pública de teléfono, por lo que los usuarios no se comunican al exterior mediante líneas telefónicas convencionales, sino que al estar el PBX directamente conectado a la RTC (red telefónica pública).

El uso de un PBX evita conectar todos los teléfonos de una oficina de manera separada a la red de telefonía local pública (RTC), evitando a su vez que se tenga que tener una línea propia con salidas de llamadas y cargos mensuales hacia la central telefónica que regresan nuevamente para establecer comunicación interna.

IP: Una dirección IP es una etiqueta numérica que identifica, de manera lógica y jerárquica, a una interfaz (elemento de comunicación/conexión) de un dispositivo (habitualmente una computadora) dentro de una red que utilice el protocolo IP (Internet Protocol), que corresponde al nivel de red del protocolo TCP/IP.

El Computador: En las computadoras se produce lo que se conoce como el Ciclo de Procesamiento de la Información, que consta de entrada, procesamiento, salida y almacenamiento.

El uso del fax: El fax es un dispositivo que permite el envío y recepción de documentos escritos a la Oficina de Protección al Usuario.

Intranet: Esto nos permitirá aglutinar la información que generan los distintos departamentos de la Superintendencia de Bancos. Esto implica la posibilidad de consultar por un dato que puede estar localizado en distintas fuentes de información que la institución posee.

3.5. Balanced Score Card

Objetivos	Estrategias	Tácticas	Responsable	Tiempo	RD\$
<p>a) Ofrecer calidad en el servicio.</p>	<p>a.1) Brindar comunicación directa y respuesta a tiempo al usuario del sistema financiero.</p>	<p>a.1.1) Abordar el proceso de elaboración de objetivos para identificar la debilidad en la calidad del servicio al usuario.</p> <p>a.1.2) Introducir mejoras que aumente la satisfacción del usuario.</p> <p>a.1.3) Organizar a nivel metodológico las actividades para medir la calidad en el servicio al usuario, en cuatro etapas:</p> <p>1.Organización del trabajo</p> <p>2.Diagnosticar e identificar oportunidades para mejorar</p> <p>a.1.4) Proponer acciones para mejorar la calidad del servicio al usuario</p>	<p>Encargado de Mercadeo</p>	<p>2 meses</p>	<p>RD\$70,000 (idea propia de la sustentante)</p>

		<p>a.1.4.1) Elaborar mensajes eficaces que sean entendibles al usuario sobre los servicios que ofrece la Oficina de Protección al Usuario.</p> <p>a.1.4.2) Fortalecer el equipo humano que representa la Oficina de Protección al Usuario.</p> <p>a.1.4.3) Impulsar la imagen de la Oficina de Protección al Usuario, a través de la calidad de sus servicios, brindando un servicio más ágil.</p> <p>a.1.4.4) Crear estrategias que consigan que los usuarios tengan la mejor imagen de la Oficina.</p> <p>a.1.5) Proponer un plan para mejorar la</p>			
--	--	--	--	--	--

		calidad del servicio al usuario			
b) Mejorar el Departamento de Reclamación y Quejas.	b.1.) Asignar perdonas responsables que brinde los servicios requeridos por el usuario, para así proporcionar respuestas en el menor tiempo posible.	<p>b.1.1) Procurará mantener una relación con el usuario a través de que se cumpla a tiempo sus pedidos y atendiendo su respuesta de los reclamos, quejas y sugerencias presentados.</p> <p>b.1.2) Implementará un monitoreo constante para controlar la gestión de reclamos, quejas y sugerencias.</p> <p>b.1.3) Promoverá la toma de conciencia sobre el procedimiento de gestión de reclamos, quejas y sugerencias.</p> <p>b.1.4) Mantendrá el sistema de registro de reclamos, quejas y sugerencias de forma eficiente</p>	Encargado de Oficina Atención al Usuario	3 meses	RD\$180,000 (idea propia de la sustentante)

		<p>incluyendo:</p> <p>Control de los requisitos tecnológicos</p> <p>Formación apropiada del personal</p> <p>Control y monitoreo de los registros y cumplimiento del tiempo límite establecido por la ley.</p> <p>Control de las acciones que se deben tomar para corregir un problema, prevenir su ocurrencia en el futuro y asegurar que el suceso sea registrado:</p> <p>1. Controlar que la información sobre la gestión de reclamos, quejas y sugerencias sea de fácil acceso</p> <p>2. Coordinar y dirigir a los responsables de los</p>			
--	--	---	--	--	--

		<p>sectores involucrados en la resolución de los problemas y oportunidades de mejora.</p> <p>3. Agilizar los procesos de resolución para que las soluciones se implementen eficaz y eficientemente.</p> <p>4. Informar a los usuarios sobre acciones y decisiones sobre la gestión de reclamos, quejas y sugerencias.</p> <p>5. Informar a la Dirección de la Superintendencia de Bancos sobre la gestión de reclamos, quejas y sugerencias con recomendaciones para la mejora.</p> <p>6. Suministrar estadísticas para la toma de decisiones en procura de una</p>			
--	--	---	--	--	--

		<p>mejora continua de los distintos servicios de la Superintendencia de Bancos.</p> <p>7. Utilizar la información para buscar las causas raíz y desarrollar el compromiso y los procedimientos para erradicarla.</p>			
<p>c) Dar a conocer la imagen institucional.</p>	<p>c.1) Brindar los servicios que ofrecen la oficina de PROUSUARIO, en especial la división técnica de reclamaciones al ciudadano en general.</p>	<p>c.1.1) Como parte del proceso del plan de optimización de los servicios al usuario del sistema financiero, se fortalecerá la imagen de la Oficina de Protección, lo cual se vería bien ante el usuario, por lo que se deberá realizar una consolidación de la cultura de transparencia institucional, según lo estipula la Ley 200-04, a través de la divulgación oportuna de las</p>	<p>Encargado de Recursos Humanos</p>	<p>15 días</p>	<p>RD\$40,000 (idea propia de la sustentante)</p>

		<p>informaciones financieras y de riesgo solicita, lo cual también ayudará a mantener una actualización de las estadísticas del departamento.</p> <p>c.1.2) Asimismo, se contempla mejorar en el flujo de las informaciones internas, a través del mejoramiento de la intranet, de los procesos de consulta de informaciones, mediante la creación y difusión del Manual de Identidad Institucional, así como la implementación de un plan de homogeneización de la imagen institucional.</p> <p>c.1.3) A nivel externo, las estrategias</p>			
--	--	--	--	--	--

		consideran el uso de herramientas de comunicación social en campañas de difusión de la gestión institucional. En ese sentido, se destaca el diseño de una Campaña de Reforzamiento de la Imagen Institucional, que proporcione orientación en torno a los derechos y deberes de los usuarios de los servicios financieros, y que permita ampliar la proyección cultural y la imagen externa de la Oficina de Protección al Usuario.			
--	--	---	--	--	--

<p>d) Concientizar al personal sobre el servicio a los usuarios</p>	<p>d.1) Brindar buen servicio a los usuarios, teniendo la mejor disposición para atender las inquietudes de estos en el menor tiempo posible.</p>	<p>d.1.1)La Superintendencia de Bancos, brindará a su personal de la Oficina de Protección al Usuario (División de Reclamaciones) cursos de capacitación interna con el fin de transmitir la importancia que tiene practicar los valores del centro de servicio:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Atención inmediata 2. Comprensión de lo que el usuario requiere 3. Atención completa y exclusiva 4. Trato cortés 5. Expresión de interés hacia el usuario 6. Receptividad a preguntas 7. Prontitud en la respuesta 8. Eficiencia al 	<p>Encargado de Mercado</p>	<p>8 horas</p>	<p>RD\$30,000.00 (idea propia de la sustentante)</p>
--	--	---	-----------------------------	----------------	--

		<p>prestar un servicio</p> <p>9. Explicación del procedimiento</p> <p>10. Expresión de placer al servir al usuario</p> <p>11. Expresión de agradecimiento</p> <p>12. Atención a los reclamos</p> <p>13. Solución a los reclamos teniendo en cuenta la satisfacción del usuario.</p> <p>14. Aceptar la responsabilidad por incumplimientos cometidos por el personal de la institución.</p>			
<p>e) Implementar Sistema 311 ..</p>	<p>e.1) Implementar en la Oficina de Protección al Usuario el Sistema 311 como medio</p>	<p>e.1.1) Este sistema fue creada en el año 2009, a través del Decreto No. 694-09, donde se busca que el usuario pueda canalizar sus</p>	<p>Encargado Oficina de Atención al Usuario</p>	<p>15 días</p>	<p>RD\$60,000.00 (idea propia de la sustentante)</p>

	<p>de atención de reclamos personalizada .</p>	<p>reclamos y quejas, de manera directa, por lo que su implementación en la Oficina de Protección al usuario del Sistema Financiero buscaría:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La transparencia del servicio brindado a la ciudadanía. 2. Protección de la información que se brinde, se clasifique como reservada, según lo estipulado en el artículo 17 de la Ley 200-04 de Libre Acceso a la Información Pública. <p>e.1.2) Promover la creación de una cultura de calidad, eficiencia y transparencia, tanto en la gestión de las instituciones como en el desempeño de los servidores públicos.</p>			
--	--	--	--	--	--

<p>f) Crear de un departamento de comunicación interna</p>	<p>f.1) Fortalecer el equipo humano que representa la Oficina de Protección al Usuario a través de la creación de un departamento de comunicación interna.</p>	<p>f.1.1) A través de la creación de un departamento de comunicación interna, los empleados podrán mantener buenas relaciones entre sí, por medio de los diversos medios de comunicación que los mantengan informados, integrados y motivados, lo cual contribuirá en beneficio de su labor, y en los logros de la Oficina de Protección al Usuario del Sistema Financiero dominicano.</p> <p>f.1.2) El objetivo es permitir el alineamiento del esfuerzo de todos los integrantes de la Oficina de Protección al Usuario. La comunicación interna, constituye</p>	<p>Recursos Humanos</p>	<p>1 mes</p>	<p>RD\$45,000.00 (idea propia de la sustentante)</p>
--	--	--	-------------------------	--------------	--

		<p>uno de los elementos centrales para articular las relaciones entre los diferentes departamentos de la organización.</p> <p>Este objetivo, plantea a su vez los siguientes aspectos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. El desarrollo y sostenimiento de las relaciones interpersonales. 2. La facilitación de las relaciones entre la Oficina de Protección al Usuario y las personas que lo integran. 3. La elaboración de la información que recibirá el personal respecto a los objetivos de la organización. 4. La orientación y desarrollo de la 			
--	--	---	--	--	--

		información para la motivación del comportamiento de los trabajadores.			
g) Incentivar el crecimiento profesional de la institución	g.1) Desarrollar el fortalecimiento profesional de los empleados de la institución.	<p>g.1.1) Motivar a los empleados que terminen la universidad.</p> <p>g.1.2) Realizar entrenamientos o coaching de capacitación para que se desarrollen profesionalmente.</p> <p>g.1.3) Fomentar el crecimiento profesional para que los empleados se sientan motivados.</p> <p>g.1.4) Sortear becas de estudios a nivel de post-grado, diplomados y especialidades entre los empleados profesionales.</p>	Encargado Oficina Atención al Usuario	1 semana	RD\$35,000.00 (idea propia de la sustentante)

<p>h)h) Crear un modelo de desarrollo Personal Institucional</p>	<p>h.1) Crear modelo de desarrollo personal Institucional considerando que todos los miembros de la institución son elementos valiosos, capaces de aportar mucho más de lo que comúnmente se cree.</p>	<p>h.1.1) Enfatizar sobre la necesidad de recuperar los valores morales y éticos para que sean considerados siempre en nuestras actuaciones.</p> <p>h.1.2) Familiarizar al empleado con el concepto de sistema en forma genérica para posteriormente entrar a conocer sobre los sistemas sociedad, país, familia y persona.</p> <p>h.1.3) Enfatizar sobre la importancia y el verdadero valor que tiene la persona como tal dentro de cualquier sistema, para que no sea considerada como un simple elemento productivo dentro de la institución, sino como un valioso elemento con capacidad de aporte a la gestión</p>	<p>Recursos Humano</p>	<p>1 mes</p>	<p>RD\$60,000.00 (idea propia de la sustentante)</p>
---	---	---	------------------------	--------------	--

		<p>organizacional, principalmente al departamento de Servicios al Usuario, así como la necesidad que tiene esta de ser respetada, educada, preparada, de facilitarle su superación, de ser reconocida en sus actos, estimulado en sus logros y sobre su necesidad de protección.</p> <p>h.1.4) Darle claridad para conocer y dar la verdadera importancia a los conceptos productividad y competitividad, válidos para la operación de cualesquier sistema, así como sobre el concepto de ventaja competitiva, de gran valor dentro de la gestión global de la de la Oficina de</p>			
--	--	--	--	--	--

		<p>Protección al Usuario y personal.</p> <p>h.1.5) Familiarizarlo sobre los conceptos de entorno, los diferentes tipos o niveles de entorno que existen y como pueden estos afectar positiva o negativamente a cualquier sistema, así como la forma de interactuar, como se afectan entre ellos, unos con mayor primacía sobre los otros, y el respeto que debemos de tener para con cada uno de ellos.</p> <p>h.1.6) Familiarizarlo con la existencia de gran cantidad de modelos administrativos, fruto de la evolución de este pensamiento, y sobre cómo estos pueden contribuir a la maximización en la utilización de los</p>			
--	--	--	--	--	--

		<p>recursos humanos, técnicos y financieros al servicio de la institución, siempre garantizando la integridad y respeto de los mismos. Algunos de ellos: DOFA, mejoramiento continuo, calidad total, kaizen, benchmarking, reingeniería, método Deming, evaluación del desempeño, tablero de control, etc.</p> <p>h.1.7) Familiarizarlo sobre el funcionamiento interno de la Oficina de Protección al Usuario, cual es el papel específico del área donde labora, y sobre la importancia de que su desempeño conjunto y armonioso para así lograr el éxito de la gestión global de la</p>			
--	--	---	--	--	--

		misión institucional. h.1.8) Enfatizar sobre la importancia de estimular los procesos creativos e innovadores en las personas, de gran valor para cualquier sistema y para los profesionales mismos.			
--	--	--	--	--	--

FUENTE: idea propia de la sustentante.

La Oficina de Servicios a Clientes del Sistema Financiero es una dependencia de la Superintendencia de Bancos de la República Dominicana, la razón principal es recibir solicitudes y entrega de la misma de los usuarios con respecto al sistema financiero del país. Uno de los inconvenientes que presenta es la lentitud de la entrega de las solicitudes y cualquier información pertinente a esta institución, debido a que no cuenta con un sistema informático adecuado, descentralizado de la Superintendencia, así como la preparación adecuada del personal para atender a los usuarios.

Por lo que sugerimos la creación de un departamento de informática exclusivo para la Oficina de Servicios al Usuario, la cual se encargue de manejar y administrar las informes que son procesada por la Superintendencia, para así mantener un registro-archivo adecuado, que les brinde facilidades a la hora de buscar lo que desee el usuario.

Asimismo capacitar al personal de Servicio al Cliente, para que estas tengan la preparación necesaria para manejar los inconvenientes que se presente, y tengan a mano las informaciones que les soliciten.

De igual forma, la creación del departamento de quejas, ya que de esta forma es más fácil saber en qué está fallando la institución, para resolver en la mayor brevedad posible.

Se considera necesario evaluar el servicio recibidos por los clientes, por lo que se debe implementar un área que mida el servicio brindado, para saber cómo el usuario percibió el servicio solicitado.

Además, se debe trabajar la motivación laboral o personal, para mejorar las habilidades y destrezas de los empleados, la integración con sus compañeros para así expresar a través de la evaluación el ambiente laboral de cómo se siente con la institución.

Es importante señalar, que como se siente el empleado, así mismo brindará sus servicios al frente de la institución, por lo que deben realizar, de manera esporádica charlas motivacionales, así como actividades recreativas, celebración de cumpleaños, pasadías, entre otros.

CONCLUSIÓN

Con respecto al nivel de calidad del servicio que reciben los usuarios, se pudo evidenciar sobre el motivo de visita de los usuarios a la oficina de PROUSUARIO, se observó que el mayor porcentaje lo obtiene, solicitar orientación con un 57%, seguido con un 19% solicitar información sobre cuentas y certificados, el 13% retirar respuesta PROUSUARIO, el 8% otros, mientras que denunciar con un 3%.

En la atención recibida en la recepción, se observar que el mayor porcentaje lo obtiene, bueno con un 36%, seguido con un 29% muy bueno, el 25% regular, el 6% malo, mientras que muy mal con un 4%.

El servicio y la atención al cliente, tanto externos como internos, constituye un elemento estratégico para las organizaciones.

Orientar los servicios profesionales a los clientes, implica interactuar en forma adecuada con cada uno de ellos, negociar tiempos y soluciones con el objetivo de satisfacer sus expectativas.

La forma de relacionarse con los clientes ha variado drásticamente, orientándose hacia del desarrollo de la lealtad de sus clientes como fuerza de crecimiento, rentabilidad y permanencia en el mercado.

Con respecto al impacto de la implementación del Sistema de Gestión de Calidad en PROUSUARIO, con la creación de un departamento de informática para la Oficina de Servicios al Usuario, la cual se encargue de manejar y administrar las informes que son procesada por la Superintendencia, para así mantener un registro-archivo adecuado, que les brinde facilidades a la hora de buscar lo que desee el usuario.

Asimismo capacitar al personal de Servicio al Cliente, para que estas tengan la preparación necesaria para manejar los inconvenientes que se presente, y tengan a mano las informaciones que les soliciten.

Referente a si la Superintendencia de Bancos está cumpliendo su Rol de salvaguarda de los intereses de los usuarios de los servicios financieros a través de la Oficina de Protección al Usuario de los Servicios Financieros, se pudo observar en el estudio de campo que sobre la atención que ha recibido de PROUSUARIO, se observar que el mayor porcentaje lo obtiene, eficiente con un 40%, seguido con un 26% muy eficiente, el 20% regular, el 9% muy ineficiente, mientras que el 5% ineficiente.

El Superintendente de Bancos, Luis Armando Asunción, destacó los avances experimentados respecto a la protección de los derechos de los usuarios financieros y la Supervisión Basada en Riesgos en República Dominicana.

Asunción dijo que el nuevo Reglamento de Protección al Usuario viene a fortalecer el marco general de protección a los usuarios de los servicios financieros.

Esta nueva regulación incorpora, entre otros avances, el principio de “Trato Igualitario para los Usuarios Discapacitados, con el fin de garantizar el acceso a espacios físicos, documentación e información, así como la prestación de los servicios financieros en condiciones de igualdad.

Actualmente la Superintendencia de Bancos, se encuentra en el proceso de elaboración del instructivo que permitirá hacer valer este derecho a los usuarios con algún tipo de discapacidad.

BIBLIOGRAFÍA

Alvarez. (2010). *Manual sobre Protección de Consumidores y Usuarios*. Madrid: DYinson. 4a edición.

Baez, Y. (17 de Marzo de 2013). <http://www.oei.es/cultura2/rdominicana/informe4.htm>.

Bancos, S. d. (18 octubre del 2014). El Sector Financiero de la Republica Dominicana.

Bancos, S. d. (Noviembre de 2002). <http://www.sb.gob.do/pdf/presentaciones/TEMA-1-SURGIMIENTO-Y-EVOLUCION-DE-SISTEMA-%20FINANCIERO-DOMINICANO.pdf>. Obtenido de <http://www.sb.gob.do/pdf/presentaciones/TEMA-1-SURGIMIENTO-Y-EVOLUCION-DE-SISTEMA-%20FINANCIERO-DOMINICANO.pdf>: <http://www.sb.gob.do/pdf/presentaciones/TEMA-1-SURGIMIENTO-Y-EVOLUCION-DE-SISTEMA-%20FINANCIERO-DOMINICANO.pdf>

Banreservas, B. (s.f.). <http://www.banreservas.com/Pages/Historia.aspx>. Obtenido de <http://www.banreservas.com/Pages/Historia.aspx>: <http://www.banreservas.com/Pages/Historia.aspx>

Betance, D. (28 de Julio de 2014). <http://www.cnss.gob.do/app/do/noticia.aspx?id=174>.

Br. Ariani A., C. (junio de 2013). PLAN DE MOTIVACIÓN PARA LOS TRABAJADORES DEL DEPARTAMENTO DE COORDINACIÓN DE ADMINISTRACIÓN DEL HOTEL. Venezuela.

Candelario. (2013). *Naturaleza, Perfil y características del usuario*. Santo Domingo, D.N.

Caneiro. (2005). *Educación Dominicana*. Santo Domingo, República Dominicana: Mellidin.

Cantero, F. P. (2011). Manual de teorías motivacionales y emocionales . *Publicacions de la Universitat Jaume I. Servei de Comunicació* .

DARIS JAVIER CUEVAS, M. M. (s.f.). Surgimiento y Evolucion del Sistema Financiero Dominicano .

Díaz. (16 de Marzo de 2009). <http://www.eumed.net/rev/cccss/0712/vrm.htm>.

DIGENOR. (18 de Enero de 2014). <http://www.indocal.gob.do>.

DIGITAL, H. (29 de Diciembre de 2013). <http://hoy.com.do/banco-popular-dominicano-una-historia-con-futuro/>. Obtenido de <http://hoy.com.do/banco-popular-dominicano-una-historia-con-futuro/>: <http://hoy.com.do/banco-popular-dominicano-una-historia-con-futuro/>

DOMinicana, S. d. (2009). <http://www.sb.gob.do/pdf/memoria-2009.pdf>. Obtenido de <http://www.sb.gob.do/pdf/memoria-2009.pdf>.

DOMINICANO, B. P. (s.f.). *El Popular: un exitoso modelo de negocios basado en la etica y el compromiso social* . Obtenido de El Popular: un exitoso modelo de negocios basado en la etica y el compromiso social : <http://map.gob.do/wp-content/uploads/2012/07/Banco-Popular.pdf>

DOMinicano, B. P. (s.f.). <http://bancopopulardominicano.blogspot.com/p/mision.html>. Obtenido de <http://bancopopulardominicano.blogspot.com/p/mision.html>: <http://bancopopulardominicano.blogspot.com/p/mision.html>

ENGEL, P. Y. (1987). *"Casos sobre motivación y dirección de personal"*. . Deusto, Bilbao.

Garcia, M. (15 de Noviembre de 2013). Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Educaci%C3%B3n_preescolar

Garcia, R. (20 de Noviembre de 2010). <http://www.listindiario.com/la-republica/2015/02/10/355712/estancias-impulsan-una-mejor-crianza>.

Garrido, R. (26 de Enero de 2013). <http://revistamidinero.com.do/prousuario-una-puerta-abierta-para-canalizar-las-reclamaciones-de-entidades-financieras/>.

Gil, C. (14 de Febrero de 2008). Obtenido de http://www.minerd.gob.do/sitios/rev_curricular/Documents/Curriculo%20Dominicano/SEE_CurriculoNivelInicial.pdf.

Gil, C. (2007). *Calidad en los servicios públicos*. Santo Domingo, República Dominicana: 1era Edición.

Gil, R. (19 de abril de 2012). <http://www.docfoc.com/la-proteccion-de-los-derechos-de-los-usuarios-de-servicios-financieros-rd>.

Gobat, J. (Marzo 2012). Que es un banco. *Finanzas & Desarrollo* , 2.

Guzmán, J. M. (Septiembre de 2008). Notas Introductorias al Derecho Bancario Dominicano. *Comisionado de Apoyo a la Reforma y Modernización de la Justicia* . Santo Domingo,, DN, Republica Dominicana.

HERZBERG, F. M. (1967). HERZBERG, F, MAUSNER, B Y SNYDERMAN, B. En J. Wiley, *"The motivation to work"*, .

<http://bancopopulardominicano.blogspot.com>. (s.f.). Obtenido de <http://bancopopulardominicano.blogspot.com>: <http://bancopopulardominicano.blogspot.com/p/mision.html>

<http://map.gob.do>. (7 de 2012). Obtenido de <http://map.gob.do>: <http://map.gob.do/wp-content/uploads/2012/07/Banco-Popular.pdf>

[http://www.bing.com/search?q=Bonneau,+Thierry+%E2%80%9CDroit+Bancaire%E2%80%9D.+4ed+Montchrestien,+Paris,+2001.+No.2\).&src=ie9tr](http://www.bing.com/search?q=Bonneau,+Thierry+%E2%80%9CDroit+Bancaire%E2%80%9D.+4ed+Montchrestien,+Paris,+2001.+No.2).&src=ie9tr). (s.f.).

Jiménez, C. (2009). *Estructura y funcionamiento*. Santo Domingo, República Dominicana: 2da edición.

LEIDECKER, J. K. (1989.). "Motivación: buena teoría, pobre aplicación" en A. Dale Timpe <> Plaza y Janes, Barcelona 1989. Plaza y Janes, Barcelona.

Lopez., A. (1 Mayo del 2012). <http://www.monografias.com/trabajos5/moti/moti.shtml> , Autor Adrianna Lopez. .

Manzueta, G. (2010). *Rol en la protección de los derechos de los usuarios*. Santo Domingo, República Dominicana: 3ra, edición.

Marino Ramírez, A. T. (2011). <http://www.sb.gob.do/pdf/La-Banca-en-Republica-Dominicana-Ayer-y-Hoy.pdf>. Obtenido de <http://www.sb.gob.do/pdf/La-Banca-en-Republica-Dominicana-Ayer-y-Hoy.pdf>.

Marino Ramírez, A. T. (2011). *La Banca en República Dominicana. Ayer y Hoy . Superintendencia de Bancos , 124.*

Marte, G. (15 de Abril de 2005). <http://www.docfoc.com/la-proteccion-de-los-derechos-de-los-usuarios-de-servicios-financieros-rd>.

Martinez. (25 de Enero de 2007). <http://www.eumed.net/rev/cccss/0712/vrm.htm>.

Martinez, R. (21 de Marzo de 2013). <http://www.listindiario.com/la-republica/2015/02/10/355712/estancias-impulsan-una-mejor-crianza>.

Maslow, A. H. (1954). "Motivación y personalidad", Sagitario. En D. d. Santos.

Medina. (2005). *Naturaleza de la Salud*. Santo Domingo, República Dominicana: 2da, ed.

Mejía. (2014). *Educación Inicial*. Santo Domingo, Distrito Nacional: Rocial.

Mejía. (2015). *Reglamento de Protección al Usuario de los Productos y Servicios Financieros*., Santo Domingo, República Dominicana.

- Mejía, C. (25 de Noveimebre de 2010). <http://revistamidinero.com.do/prouuario-una-puerta-abierta-para-canalizar-las-reclamaciones-de-entidades-financieras/>.
- Mejía, G. (23 de Febrero de 2010). <http://www.docfoc.com/la-proteccion-de-los-derechos-de-los-usuarios-de-servicios-financieros-rd>.
- Melendez. (17 de Febrero de 2003). http://bancamerica.com.do/pdf/proteccionusuario_descargue_aqui.pdf.
- Monetaria, J. (5 de Febrero de 2015). Administracion Monetaria y Financiera. Republica Dominicana, DN, SANTO DOMINGO .
- Montero. (21 de Novimebre de 2011). *Código Monetario y Financiero, Ley 183-02. República Dominicana, Santo Domingo.*
- Naturaleza, O. y. (14 de Marzo de 2008). <http://revistamidinero.com.do/prouuario-una-puerta-abierta-para-canalizar-las-reclamaciones-de-entidades-financieras/>.
- Ogando, R. (19 de Diciembre de 2015). <http://www.listindiario.com/la-vida/2008/9/15/73856/Trabajos-grandes-para-los-pequenos>. Obtenido de Trabajo de Investigación Listin Diario.
- Parra, M. E. (Julio-Septiembre 2013). *Importancia de la Calidad del sericio al cliente*. Ciudad Obregón, Sonora, México,.
- Pérez, J. M. (23 de abril de 2010). *Teoria Motivaciones de Frederick Irving Herzberg* .
- Pérez, J. M. ((23 de abril de 2010). *Teorias de Frederick Irving Herzberg* .
- Pimentel. (2013). *Curriculo Educativo del Nivel Inicial Dominicano*. Santo Domingo, Republica Dominicana: Sant.
- Ramirez. (2011). *Generalidades de los servicios públicos*. . Santo Domingo, República Domnicana.
- Ramirez. (28 de Enero de 2009). <http://www.docfoc.com/la-proteccion-de-los-derechos-de-los-usuarios-de-servicios-financieros-rd>.
- ROBBINS, S. P. ((2009). *Comportamiento Organizacional*. Ed. Pearson. Mexico.
- ROBBINS, S. P. ((2009). *Comportamiento Organizacional*. Ed. Pearson. Mexico.
- Rodriguez. (2011). *Educacion Inicial*. Venezuela: Venid.
- Rodriguez. (2013). *Naturaleza, Perfil y característica del usuario* . México: 2da Edición Mc Hill.

- Rodriguez, C. (2008). *Hidtoria de la Educacion Inicial*. Santo Domingo, Republica Dominicana.: Caraballo.
- Rodriguez, E. (2012). *Respuesta Negativa de una reclamación*. Santo Domingo, República Dominicana: Editel.
- Rodriguez, J. Y. (2015). *Análisis Sectorial*. Santo Domingo, Distrito Nacional: Galery, 2da. Edicción.
- Rodriguez, R. (2005). *Educacion Inicial*. Santo Domingo, Republica Dominicana.: Sadita.
- Rosario. (14 de Marzo de 2008). <http://revistamidinero.com.do/prouuario-una-puerta-abierta-para-canalizar-las-reclamaciones-de-entidades-financieras/>.
- Santillán, M. T. (28 ago. 2010). *Desarrollo y Comportamiento de la motivacion del Trabajo*.
- Silfa. (2005). *Servicios Financieros*. Santo Domingo, D.N.: 2da Edicción.
- Velez, M. (10 de Marzo de 2015). <http://www.oei.es/cultura2/rdominicana/informe4.htm>.

ANEXO1

Encuesta a los usuarios del servicio financiero:

Perfil de las personas: Ciudadanos en General

Edad: entre 18 a 65 años (joven-adultos) **Sexo:** masculino y femenino

1) Cual es el motivo de visita de los usuarios a la oficina de PROUSUARIO?

- A. Solicitar orientación
- B. Retirar respuesta PROUSUARIO
- C. Solicitar información sobre cuentas y certificados
- D. Denunciar
- E. otros (Especifique)_____

2) A que producto financiero se relaciona el servicio que procura?

- A. Cuenta de ahorro.
 - B. Cuenta corriente.
 - C. Tarjeta de crédito.
 - D. Préstamo.
 - E. Certificado financiero (Depósito a plazo).
 - F. Uso del e-banking o banca electrónica
- Otro (Especifique)_____

3. Cómo valora la atención recibida a su llegada a la recepción?

- A. Muy bueno

- B. Bueno
- C. Regular
- D. Malo
- E. Muy malo

4. Como considera la cortesía del personal de servicio?

- A. Muy buena
- B. Buena
- C. Regular
- D. Mala
- E. Muy mala

5. La atención que ha recibido a reclamo ha sido:

- A. Lenta
- B. Rápida

6. Como considera las instalaciones físicas de la oficina de PROUSUARIO?

- A. Organizada
- B. Moderna
- C. Antigua

7. La respuesta a su reclamo ha sido:

- A. Muy buena
- B. Buena
- C. Regular
- D. Mala

E. Muy mala

8. En general, la atención y servicio que ha recibido de PROUSUARIO, la considera:

A. Muy ineficiente _____

B. Ineficiente _____

C. Regular _____

D. Eficiente _____

E. Muy Eficiente _____

ANEXO 2

Entrevista al Encargado de la División de Reclamaciones

Nombre: Randy de Jesús Hernández Taveras **Edad:** 35 años

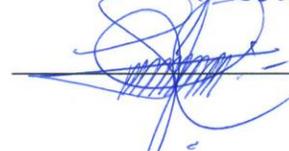
Sexo: Masculino **Profesión:** Administrador de Empresas

1. Cuál es el proceso de estructuración, seguimiento y respuesta a las reclamaciones que interponen los usuarios de los servicios financieros?
2. Que aspecto del proceso pueden ser mejorados para agilizar la entrega de respuestas a los reclamaciones de los usuarios?
3. Cuáles cambios propone usted a los procedimientos y reglamentos utilizados en el proceso de respuesta a las reclamaciones?
4. Que aspectos del servicio y atención al usuario deben ser mejorados?
5. Posee alguna propuesta de entrenamiento a los representantes de servicio al usuario?
6. Que elementos contiene el informe mensual del trabajo que realiza la División?
7. Prouuario elabora y/o gestiona programas de educación financiera para los usuarios?
8. Cuáles son las informaciones y aspectos del servicio que más se difunden y se dan a conocer a los usuarios de los servicios financieros y el público en general?
9. Por cuales medios de comunicación se difunden y se dan a conocer los servicios de la Oficina PROUSUARIO?
10. Cuales informaciones de interés mantiene PROUSUARIO actualizados en el Portal Web?.

SOLICITUD Y AUTORIZACIÓN EMPRESARIAL PARA REALIZACIÓN DE TRABAJO FINAL

Yo, Carmen Lucia Sierra, cédula 002-00462145, matrícula de la Universidad APEC 2014-1409 estudiante de término del programa de Maestría en Gerencia y Productividad, cursando la asignatura de trabajo final, solicita la autorización de (nombre de la empresa) para realizar mi trabajo final sobre (nombre o título de la investigación) y acceder a las informaciones que precisaré para este fin.

Este trabajo tiene por objetivo aportar en la calidad del servicio y respuestas de los usuarios del Servicio Forense

 (Firma)

Yo, José Néstor Cáceres (nombre de quien autoriza) Director, (cargo que ocupa), cédula 001-0000339-4 autoriza a realizar el trabajo final arriba señalado y que el mismo podrá:

- Utilizar el nombre de la empresa Utilizar un pseudónimo
- Ser expuesto ante compañeros, profesores y personal de la Universidad APEC
- Incluirlo dentro del acervo de la Biblioteca de UNAPEC
- Aplicado en el área correspondiente dentro de la empresa si responde a las necesidades diagnosticadas.

 (Firma y sello)

OFICINA DE SERVICIOS Y PROTECCIÓN AL USUARIO (PROUSUARIO)

