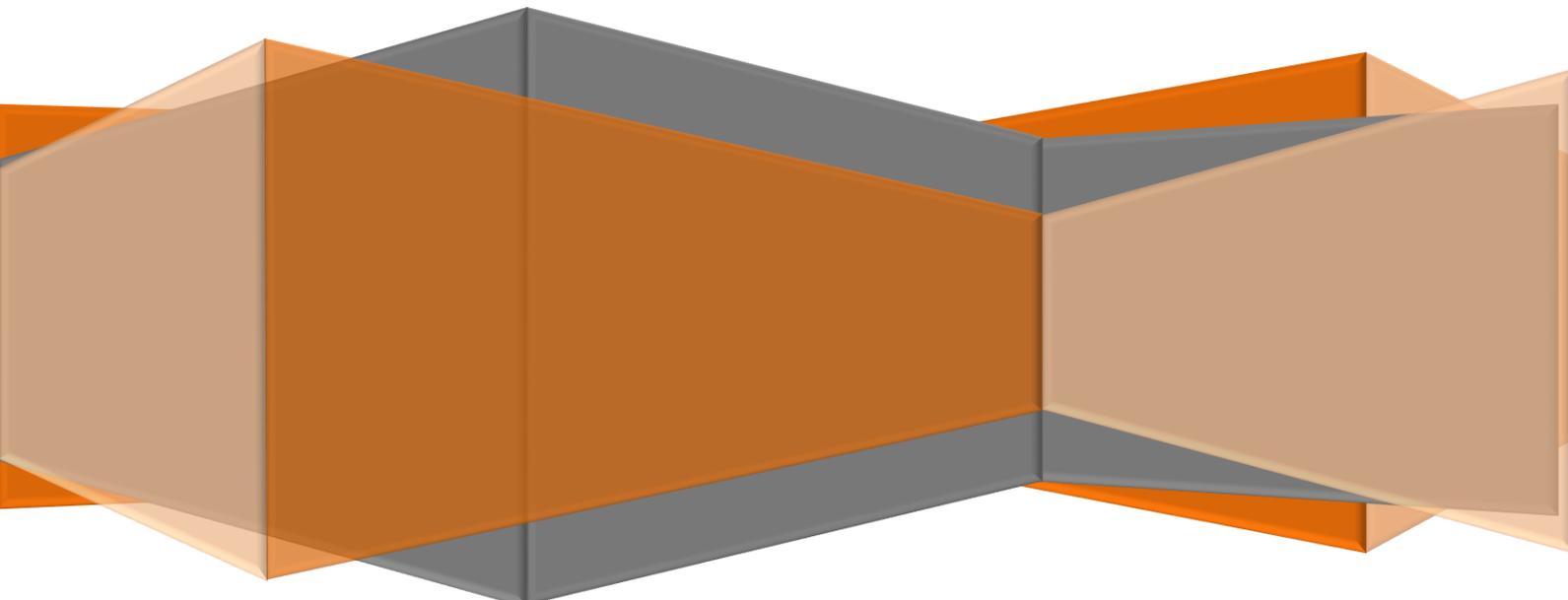




Superintendencia del Mercado de Valores
de la República Dominicana

Superintendencia del Mercado de Valores

I. Reporte de Resultados Encuesta Institucional de Satisfacción Ciudadana sobre la Calidad de los Servicios Públicos



Santo Domingo
Julio de 2020

	Gestión de Satisfacción al Cliente
	Informe de Encuesta Satisfacción Ciudadana
	<i>Fecha de Vigencia SC: 27/06/19</i>

Índice

I. Introducción.....	1
II. Información general o metodológica	2
III. Descripción y análisis de los resultados	5
<i>Elementos tangibles.....</i>	<i>5</i>
<i>Eficacia/Confiabilidad</i>	<i>7</i>
<i>Capacidad de Respuesta</i>	<i>9</i>
<i>Profesionalidad/confianza.....</i>	<i>11</i>
<i>Empatía/accesibilidad.....</i>	<i>12</i>
<i>Valoración Global.....</i>	<i>13</i>
<i>Otros Hallazgos.....</i>	<i>14</i>
<i>Descripción de los clientes.....</i>	<i>16</i>

	Gestión de Satisfacción al Cliente
	Informe de Encuesta Satisfacción Ciudadana
	<i>Fecha de Vigencia SC: 27/06/19</i>

I. Introducción

La Encuesta de Encuesta Institucional de Satisfacción Ciudadana sobre la Calidad de los Servicios Públicos, es una herramienta que permite al ciudadano expresar su satisfacción con respecto a los servicios brindados en el sector público. Esta encuesta se encuentra establecida en la Resolución Núm. 03-2019, que establece el proceso para la realización de la Encuesta de Satisfacción Ciudadana en los órganos y entes que conforman la Administración Pública.

El Sistema de Monitoreo de Administración Pública (SISMAP) exige la realización de encuestas de satisfacción ciudadana para la alimentación de dos sub-indicadores: 01.6: Monitoreo sobre la calidad de los servicios ofrecidos y 01.7: Índice de Satisfacción Ciudadana.

El cuestionario comprende las preguntas que dan respuesta a las cinco dimensiones del modelo SERVQUAL, con la finalidad de determinar los niveles de satisfacción ciudadana respecto a la calidad de los servicios que ofrece cada institución pública.

Los servicios evaluados en la encuesta han sido aquellos que son entregados a los usuarios en las instalaciones de la institución de forma física, a la vez que mantienen un flujo de usuarios suficiente como para ser evaluados.

Los servicios seleccionados para ser evaluados fueron:

- Solicitudes para Credenciales de Corredores de Valores.
- Solicitudes para Credenciales de Promotores de Fondos de Inversión.
- Personas capacitadas, formalmente encuestadas.
- Solicitudes de Inscripción de oferta pública de valores.
- Respuestas a las Consultas técnicas sobre el mercado de valores.

	Gestión de Satisfacción al Cliente
	Informe de Encuesta Satisfacción Ciudadana
	<i>Fecha de Vigencia SC: 27/06/19</i>

II. Información general o metodológica

La metodología aplicada fue aprobada por los analistas del MAP mediante correo electrónico de fecha 18 de febrero de 2020. Con el visto bueno de sus técnicos se procedió a ejecutar las directrices comunicadas en la ficha técnica aprobada, donde se resumieron los siguientes acápite:

Tabla 1. Resumen Ficha Técnica

Universo	<p>¿Cuáles serán las personas a las que se les aplicará el cuestionario?</p> <p>Los cuestionarios serán aplicados a los clientes de la Superintendencia del Mercado de Valores.</p> <p>Según la exploración de estadísticas descriptivas de la población de clientes, se ha identificado un promedio mensual de 151 servicios prestados a clientes, tomando como base la totalidad de los servicios realizados durante el año 2019.</p>
Ámbito	<p>¿Dónde serán aplicadas las encuestas?</p> <p>Las encuestas serán aplicadas en la instalaciones de la Superintendencia del Mercado de Valores, Av. César Nicolás Penson No. 66, Gazcue, Santo Domingo, República Dominicana</p>
Muestra	<p>Definir la muestra, con un error general de +5.0 %, con un nivel de confianza del 95% y un p/q=50/50.</p> <p>Luego de ingresar al link provisto por los coordinadores de la encuesta de satisfacción ciudadana: https://www.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/</p> <p>Se prosiguió a calcular la muestra correspondiente para la institución.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tamaño de la población: 151 • Nivel de confianza: 95% • Margen de error: 5% • Tamaño de la muestra: 109
Método a utilizar	<p>Encuesta personal, auto-administrada, por correo electrónico.</p> <p>Las encuestas se realizarán vía correo electrónico.</p>
Fecha de trabajo	<p>Fecha del trabajo de campo (fecha de inicio-fin).</p> <p>Las encuestas serán realizadas durante un periodo de 44 días calendario, a partir del día 14 de febrero de 2020, hasta el día 27 de marzo de 2020.</p>

	Gestión de Satisfacción al Cliente
	Informe de Encuesta Satisfacción Ciudadana
	<i>Fecha de Vigencia SC: 27/06/19</i>

Realización	<p>¿Quién o quiénes serán los responsables de aplicar las encuestas y procesar la información?</p> <p>Las encuestas serán aplicadas por los colaboradores que imparten el servicio de forma regular.</p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;">SERVICIO PRESENCIALES FRECUENTES</th> <th style="text-align: center;">Responsable de encuesta</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Solicitudes para Credenciales de Corredores de Valores</td> <td>Jenniffer Florimón</td> </tr> <tr> <td>Solicitudes para Credenciales de Promotores de Fondos de Inversión.</td> <td>Sócrates Fersobe</td> </tr> <tr> <td>Personas capacitadas, formalmente encuestadas</td> <td>Laura Contreras</td> </tr> <tr> <td>Solicitudes de Inscripción de oferta pública de valores</td> <td>Virma Balaguer</td> </tr> </tbody> </table> <p>El procedimiento de los resultados de las encuestas será realizado por los colaboradores de la División de Calidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ligia Fondeur, Encargada de Calidad. • Jeisson Miguel Encarnación, Especialista de Gestión de Calidad de los Procesos. 	SERVICIO PRESENCIALES FRECUENTES	Responsable de encuesta	Solicitudes para Credenciales de Corredores de Valores	Jenniffer Florimón	Solicitudes para Credenciales de Promotores de Fondos de Inversión.	Sócrates Fersobe	Personas capacitadas, formalmente encuestadas	Laura Contreras	Solicitudes de Inscripción de oferta pública de valores	Virma Balaguer
SERVICIO PRESENCIALES FRECUENTES	Responsable de encuesta										
Solicitudes para Credenciales de Corredores de Valores	Jenniffer Florimón										
Solicitudes para Credenciales de Promotores de Fondos de Inversión.	Sócrates Fersobe										
Personas capacitadas, formalmente encuestadas	Laura Contreras										
Solicitudes de Inscripción de oferta pública de valores	Virma Balaguer										

La aplicación de las encuestas fue ejecutada según los parámetros definidos en la ficha técnica. Sin embargo, debido a la pandemia global del COVID-19 no fue posible recolectar la totalidad de las encuestas. Fue necesario realizar un corte y utilizar el número disponible de encuestas, ya que nuestra institución ha dejado de recibir clientes en la modalidad física.

Tabla 2. Cantidad de clientes a ser encuestados por tipo de servicio

SERVICIO PRESENCIALES FRECUENTES	Población del estrato	Muestro por cada estrato (nh) = r(Nh)
Solicitudes para Credenciales de Corredores de Valores	19	14
Solicitudes para Credenciales de Promotores de Fondos de Inversión.	1	1
Personas capacitadas, formalmente encuestadas	128	92
Solicitudes de Inscripción de oferta pública de valores	3	2
Total Muestreo estratificado	151	109

	Gestión de Satisfacción al Cliente
	Informe de Encuesta Satisfacción Ciudadana
	<i>Fecha de Vigencia SC: 27/06/19</i>

Tabla 3. Cantidad de clientes que fueron encuestados por tipo de servicio

SERVICIO PRESENCIALES FRECUENTES	Numero esperado	Numero adquirido
Solicitudes para Credenciales de Corredores de Valores	14	12
Solicitudes para Credenciales de Promotores de Fondos de Inversión.	1	1
Personas capacitadas, formalmente encuestadas	92	37
Solicitudes de Inscripción de oferta pública de valores	2	2
Total Muestreo estratificado	109	52

El modelo de la encuesta es la SERVQUAL es un cuestionario con preguntas para medir la calidad del servicio. Este modelo fue desarrollado en Estados Unidos con la ayuda del Marketing Science Institute y se validó en América Latina por Michelsen Consulting. Está basado en el modelo clásico de evaluación al cliente, que considera que todo cliente que adquiere un servicio genera expectativas del mismo.

Del análisis de los resultados de SERVQUAL se obtiene un índice de calidad del servicio y con base en éste, se puede determinar lo cerca o lejos que los clientes se encuentran respecto a la satisfacción del servicio recibido. Es una excelente herramienta para que las empresas evalúen la percepción de sus clientes.

Las dimensiones del modelo son las siguientes:

Elementos tangibles: Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación.

Eficacia/confiabilidad: Habilidad para realizar el servicio de modo cuidadoso, eficiente y fiable.

Capacidad de respuesta: Disposición y voluntad para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido.

Profesionalidad/confianza: Conocimientos y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para concitar credibilidad y confianza.

Empatía/accesibilidad: Atención personalizada que dispensa la organización a sus clientes.

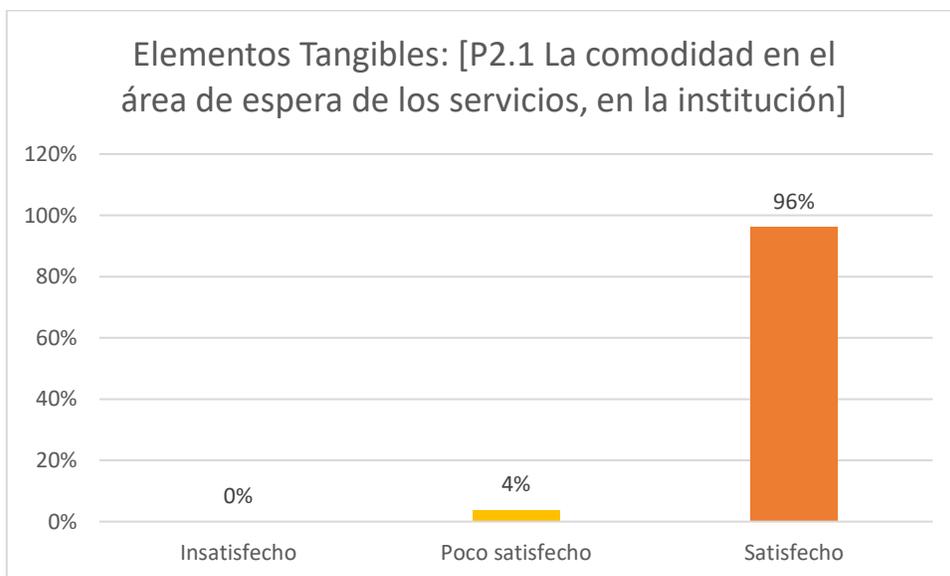
	Gestión de Satisfacción al Cliente
	Informe de Encuesta Satisfacción Ciudadana
	<i>Fecha de Vigencia SC: 27/06/19</i>

III. Descripción y análisis de los resultados

Los resultados de las encuestas responden a las cinco dimensiones del modelo SERVQUAL, donde cada sección contempló entre cuatro (4) a siete (7) preguntas:

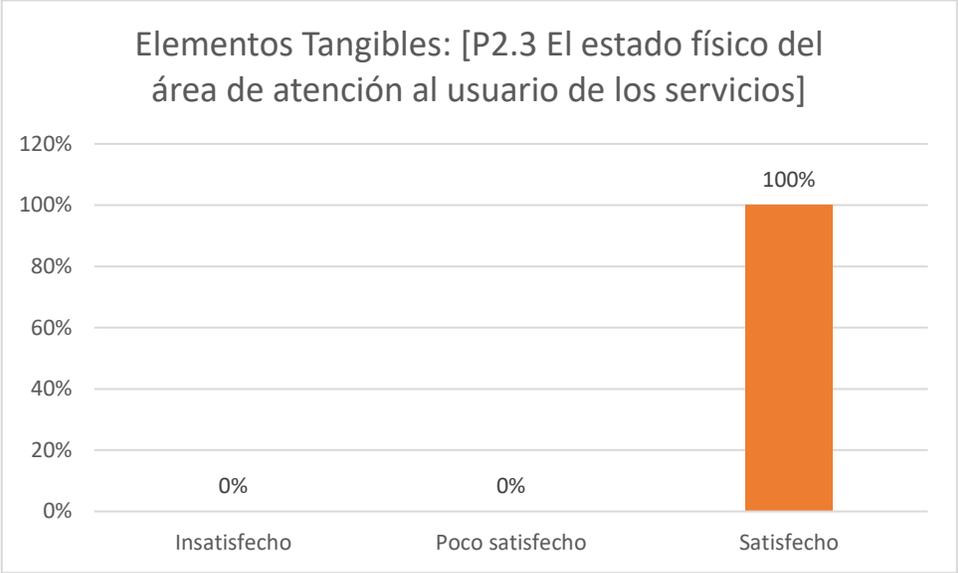
Elementos tangibles

La institución obtuvo buenos resultados en la mayoría de las categorías de elementos tangibles, los clientes valoraron la comodidad en el área de espera de la institución, con un 96% de satisfacción, mientras que solo el 4% de los clientes mostraron poca satisfacción por las acomodaciones, se ha identificado que la recepción sufre de falta de espacio, en especial los días límites para la remisión de información por parte de los participantes del mercado de valores.

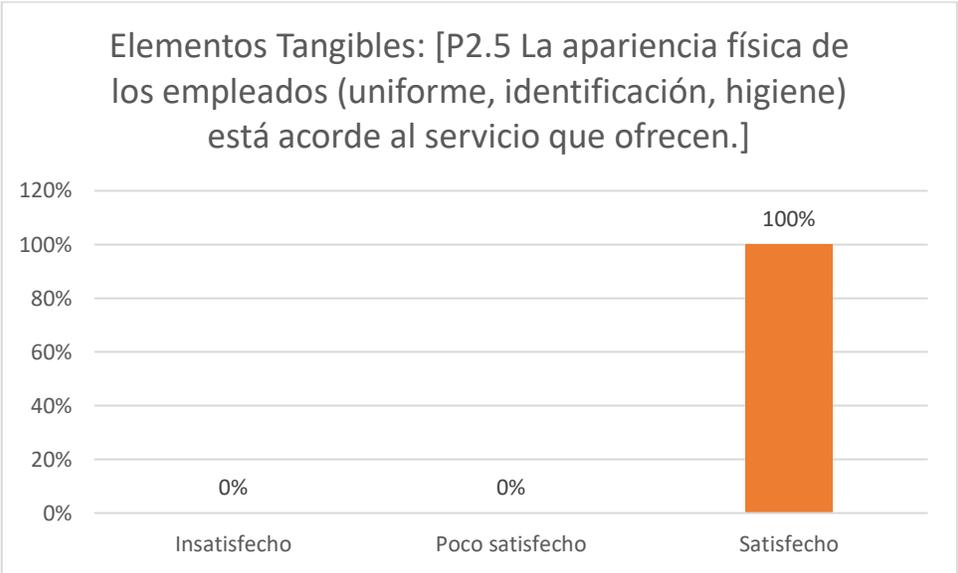


El área de atención a los usuarios de consultas fue desplazado a un nuevo local cerca de nuestra sede, el mismo se encuentra acondicionado con salones para mayor privacidad de los visitantes. Estas áreas se encuentran bajo aire acondicionado y con televisores de pantalla plana. Los usuarios valoraron estas áreas con un 100% de satisfacción, esto incluye la nueva Escuela Bursátil la cual se encuentra recién reconstruida y cuenta con la habilidad de dividirse en dos salones para reuniones.

	Gestión de Satisfacción al Cliente
	Informe de Encuesta Satisfacción Ciudadana
	<i>Fecha de Vigencia SC: 27/06/19</i>

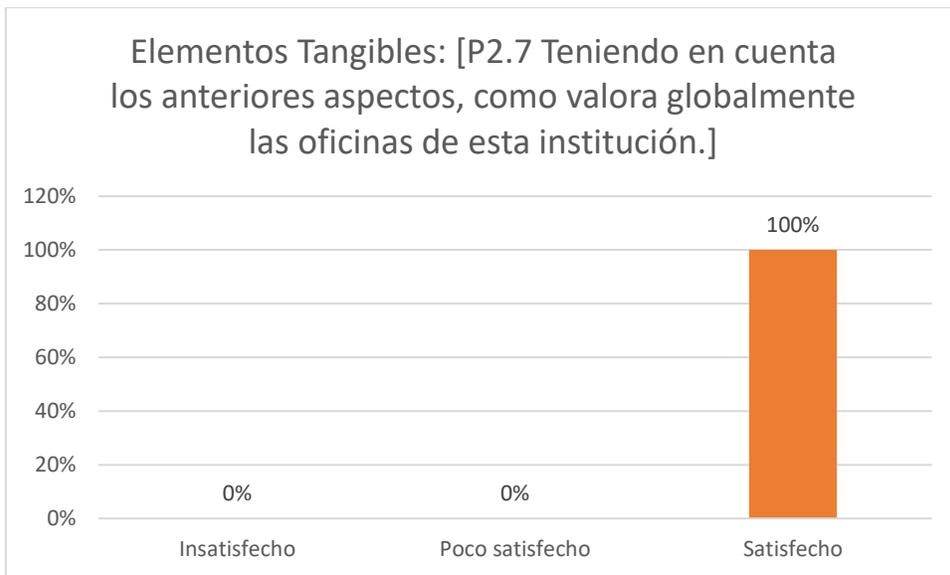


La apariencia de nuestros empleados es muy importante para nuestra institución, de lunes a jueves es implementado un rígido código de vestimenta, donde los empleados en general deben asistir vestidos formales, saco y corbata para los hombres y blazers o blusas para las mujeres. En las áreas de servicios se facilitan uniformes para que los mismos estén bien presentados e identificados. Nuestros clientes valoraron este elemento de higiene y apariencia física con un 100% de satisfacción, esta es una respuesta a un nuevo estilo de formalidad en la institución.



	Gestión de Satisfacción al Cliente
	Informe de Encuesta Satisfacción Ciudadana
	<i>Fecha de Vigencia SC: 27/06/19</i>

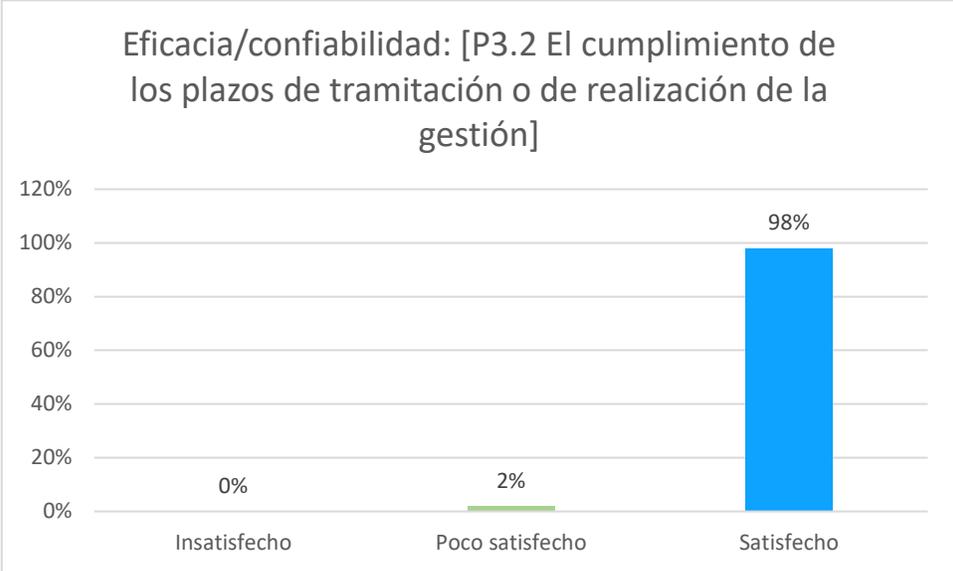
De forma global la totalidad de los elementos tangibles de la institución fueron valorados con un 100% de satisfacción. Este resultado representa un indicador importante de la gestión de higiene e infraestructura de la entidad, donde contamos con personal de servicios general, un equipo de limpieza nocturno y empleados que de forma constante verifican la infraestructura de la entidad.



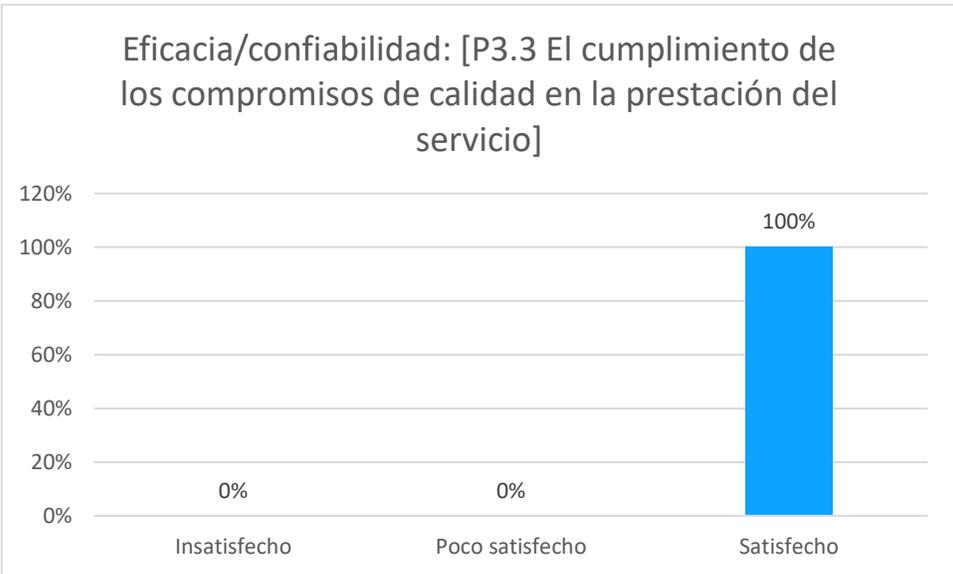
Eficacia/Confiabilidad

La eficiencia es parte neurálgica de toda administración, por lo cual la Superintendencia del Mercado de Valores se ha dado a la tarea de mejorar drásticamente los tiempos necesarios para aprobar la inscripción en el registro de los nuevos participantes y emisiones de oferta pública de valores. Los clientes valoraron el cumplimiento de los plazos de tramitación o de realización de la gestión, con un 98% de satisfacción, mientras que solo el 2% de los clientes mostraron poca satisfacción, este ha sido uno de los elementos más criticados de la SIMV, y a pesar de que estos servicios varían bastante en sus plazos el cumplimiento actual ha logrado la satisfacción de nuestros clientes, en especial con la aplicación de la nueva Ley del Mercado de Valores, la cual contempla plazos más severos y mejores controles.

	Gestión de Satisfacción al Cliente
	Informe de Encuesta Satisfacción Ciudadana
	<i>Fecha de Vigencia SC: 27/06/19</i>

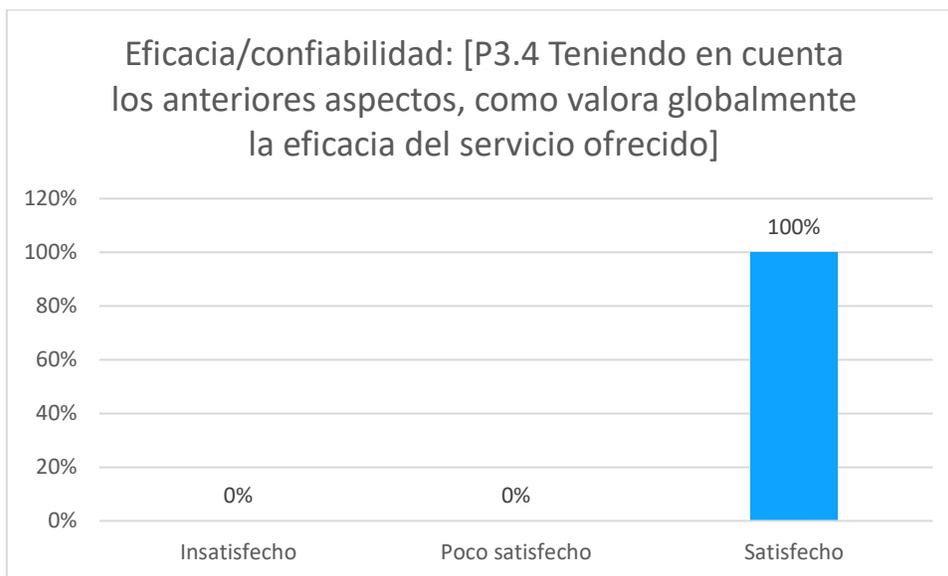


Los compromisos de calidad en la prestación de los servicios fueron valorados ampliamente, en la entidad contamos en la actualidad con cuatro (4) servicios comprometidos en nuestra carta compromiso, los cuales se encuentran todos entre los servicios de la encuesta de satisfacción ciudadana. Contar con la Carta Compromiso ha facilitado la gestión de cumplimiento de estos plazos, ya que permitido a los clientes conocer los servicios y cual información es necesario para llevar a cabo la gestión. Los clientes valoraron el cumplimiento de los compromisos de servicio, con un 100% de satisfacción.



	Gestión de Satisfacción al Cliente
	Informe de Encuesta Satisfacción Ciudadana
	<i>Fecha de Vigencia SC: 27/06/19</i>

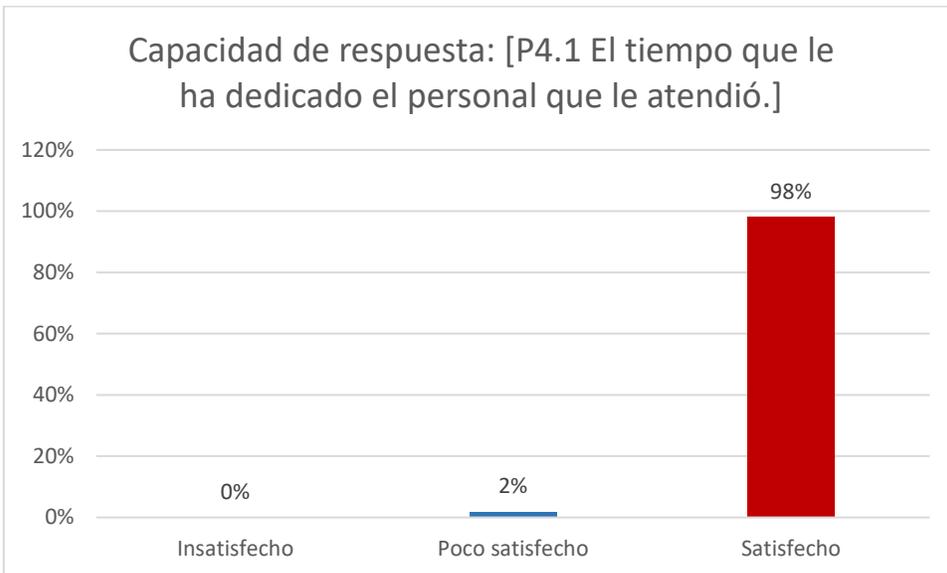
En general la eficiencia y confiabilidad de los clientes en los servicios obtuvo globalmente una valoración de un 100% de satisfacción por parte de los ciudadanos clientes. Estos resultados exponen los grandes logros de la gestión, la cual es diligente y proactiva en la resolución de temas complejos como lo son las disyuntivas que se presenta en el mercado de valores, al mismo tiempo que se sigue acelerando el procedimiento de autorización de participantes y oferta pública.



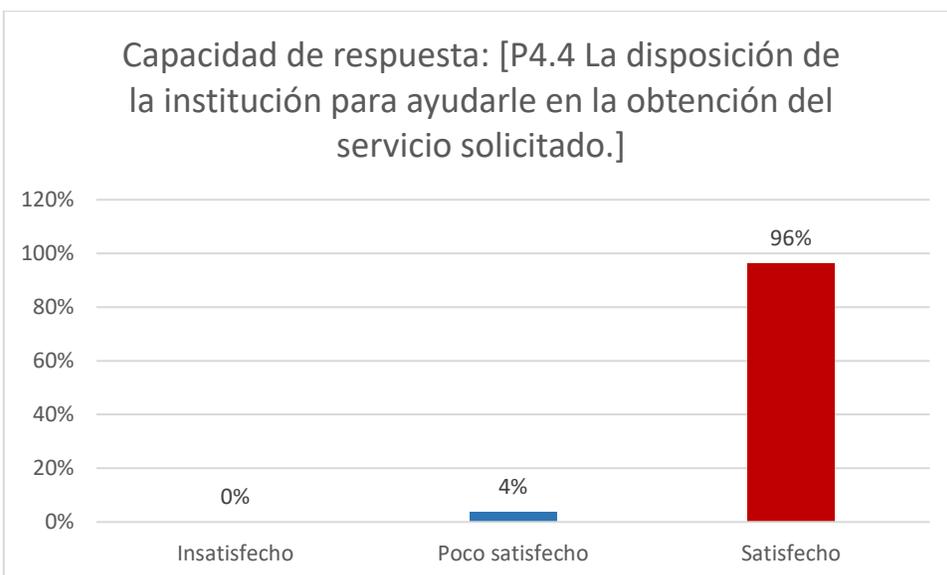
Capacidad de Respuesta

El equipo de la SIMV dedica personal en tiempo completo para dar un mejor servicio, impartiendo charlas de sensibilización para mantener bien informados a los clientes y actualizando la información publicada en la web de la institución. De igual forma, equipos multidisciplinarios son formados para dar respuesta rápida y precisa a las consultas de los clientes, permitiendo que estos resulten satisfechos una vez se concluyan las gestiones por parte de la institución. Esto resulto en un 98% de nuestros clientes indicando sentirse satisfechos con el tiempo dedicado por nuestros colaboradores, donde solo 2% se encontró poco satisfecho.

	Gestión de Satisfacción al Cliente
	Informe de Encuesta Satisfacción Ciudadana
	<i>Fecha de Vigencia SC: 27/06/19</i>



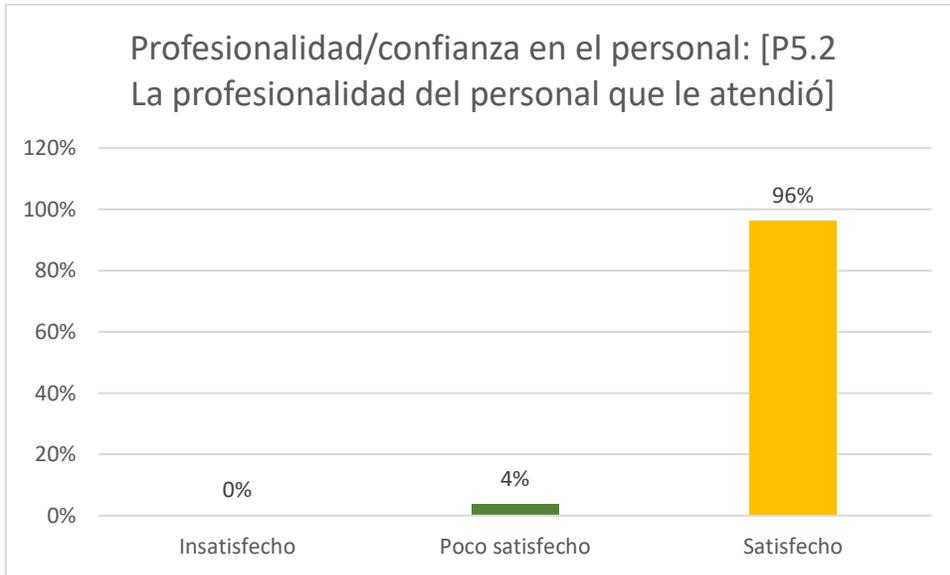
La SIMV cuenta con la Carta Compromiso al ciudadano, además mantiene bien señalizadas todas las áreas de la entidad, a esto se suma el hecho de que la totalidad de los servicios de la institución pueden ser inicializados vía web, debiendo el cliente solo presentarse para la autorización como participante o para recibir capacitación en caso de que ese sea el servicio deseado. Esta gestión dio por resultado una valoración de los ciudadanos de un 96% de satisfacción con respecto al esfuerzo de la institución de ayudarlo a obtener el servicio, donde 4% se encontró poco satisfecho. En general una vez le fue preguntado cómo valora globalmente la facilidad que le ofrece la institución para obtener el servicio solicitado el 96% de clientes dijo estar satisfecho.



	Gestión de Satisfacción al Cliente
	Informe de Encuesta Satisfacción Ciudadana
	<i>Fecha de Vigencia SC: 27/06/19</i>

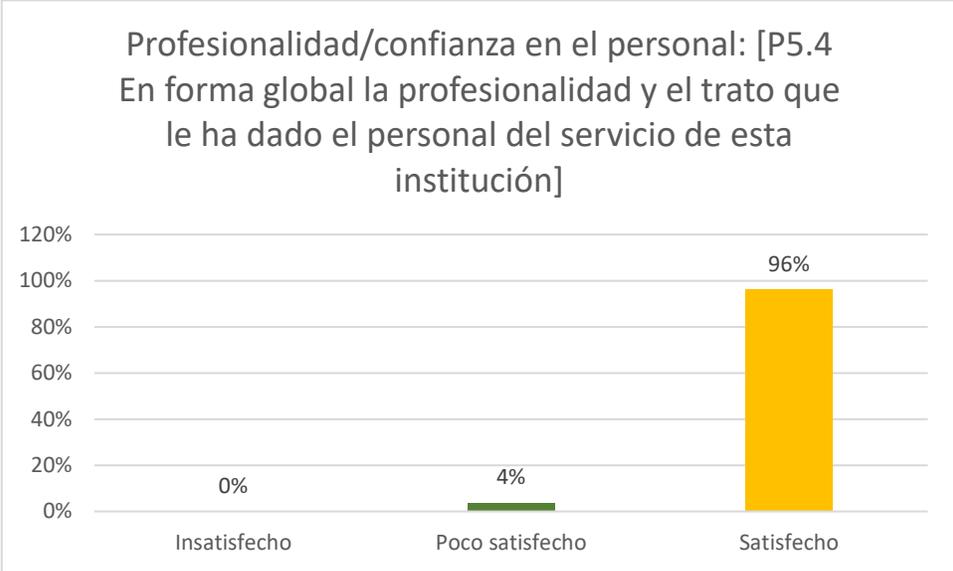
Profesionalidad/confianza

La profesionalidad en el sector financiero es una variable indispensable, esto nos ha permitido continuar trabajando para generar confianza y aumentar la transparencia del Mercado de Valores de la República Dominicana. La profesionalidad/confianza resultó ser nuestro elemento mejor valorado por los clientes con un 96% de satisfacción. Esto indica una gestión confiable la cual pone a disposición del público información clara y certera.



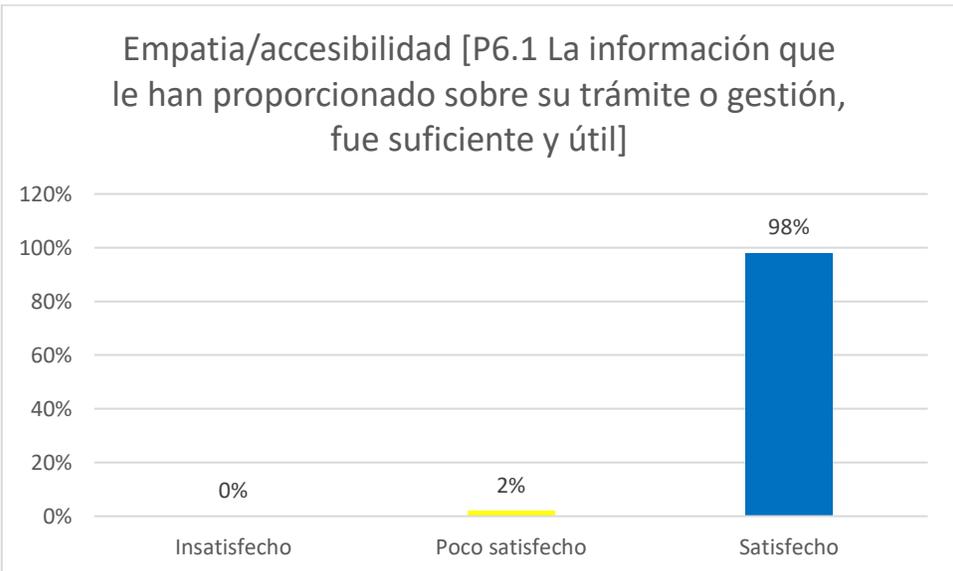
Los clientes otorgaron un 96% de satisfacción a la valoración global de la profesionalidad y el trato que les fue dado por el personal de servicio de la institución, donde siempre nos mantenemos capacitando al personal, para ampliar su capacidad de dar respuestas claras y precisas.

	Gestión de Satisfacción al Cliente
	Informe de Encuesta Satisfacción Ciudadana
	<i>Fecha de Vigencia SC: 27/06/19</i>



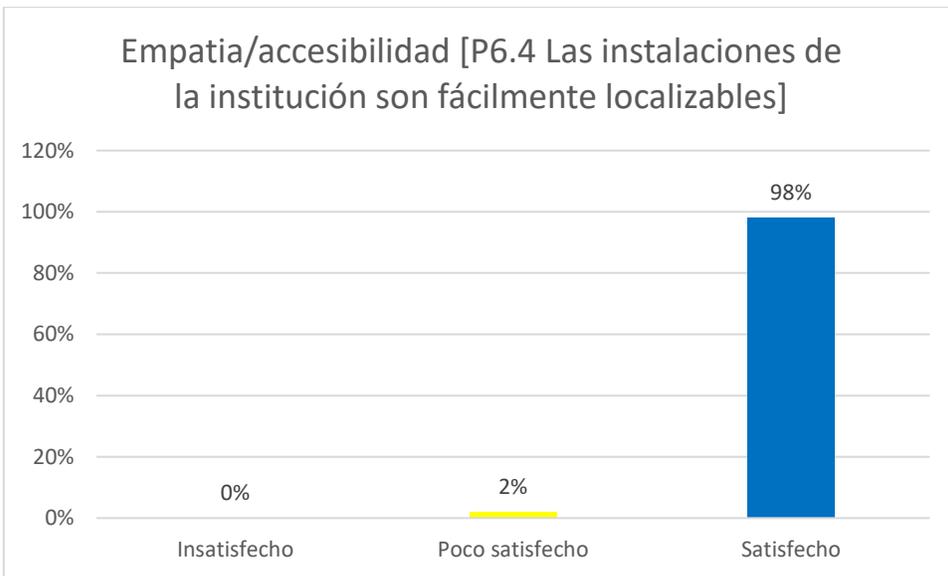
Empatía/accesibilidad

En cuanto al renglón de empatía/accesibilidad la institución se ha propuesto facilitar sus servicios de cara al cliente, es decir, un usuario que inicia una gestión en línea fácilmente puede contactar con el equipo de la SIMV, ya sea vía telefónica o mediante reunión física para agilizar las gestiones. Esto permitió que en las mediciones los clientes valorarán esta dimensión del servicio con un 98% de satisfacción, y un 0% de insatisfacción.



	Gestión de Satisfacción al Cliente
	Informe de Encuesta Satisfacción Ciudadana
	<i>Fecha de Vigencia SC: 27/06/19</i>

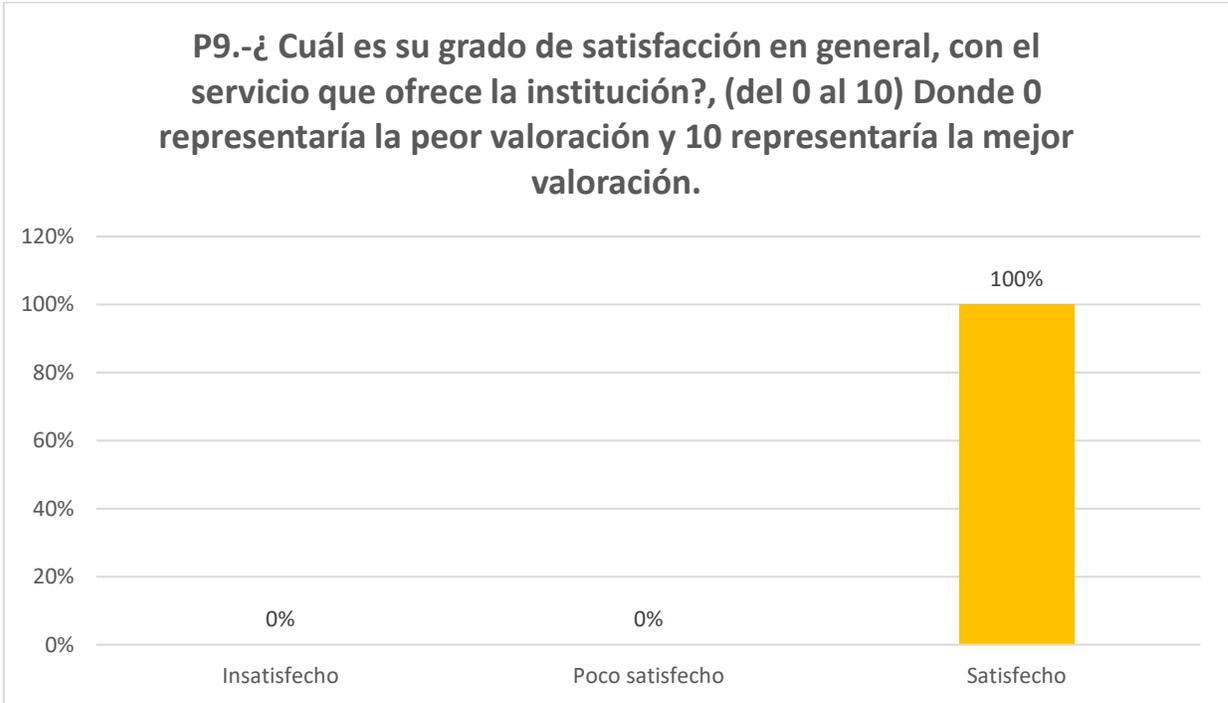
Una pregunta curiosa del renglón de empatía/accesibilidad fue la facilidad para localizar las oficinas de la institución, en nuestro caso al momento de la encuesta solo contábamos con una edificación fácilmente localizable en el sector Gazcue. Nuestra nueva edificación fue habilitada a una distancia donde los visitantes de nuestras oficinas principales puedan visitar la otra sucursal, esta distribución fue diseñada para agilizar la recepción de servicios en las oficinas. Esta gestión fue valorada con un 98% de satisfacción, y un 0% de insatisfacción.



Valoración Global

En la calificación global otorgada por nuestros clientes la Superintendencia del Mercado de Valores obtuvo un 100% de satisfacción. Esto indica que nuestros servicios y atenciones se han encontrado entre los mejores del sector público, esto coincide con el prestigio y buena calificación que permanentemente mantiene la SIMV, donde lo más importante son nuestros clientes y proteger lo que para ellos es valioso.

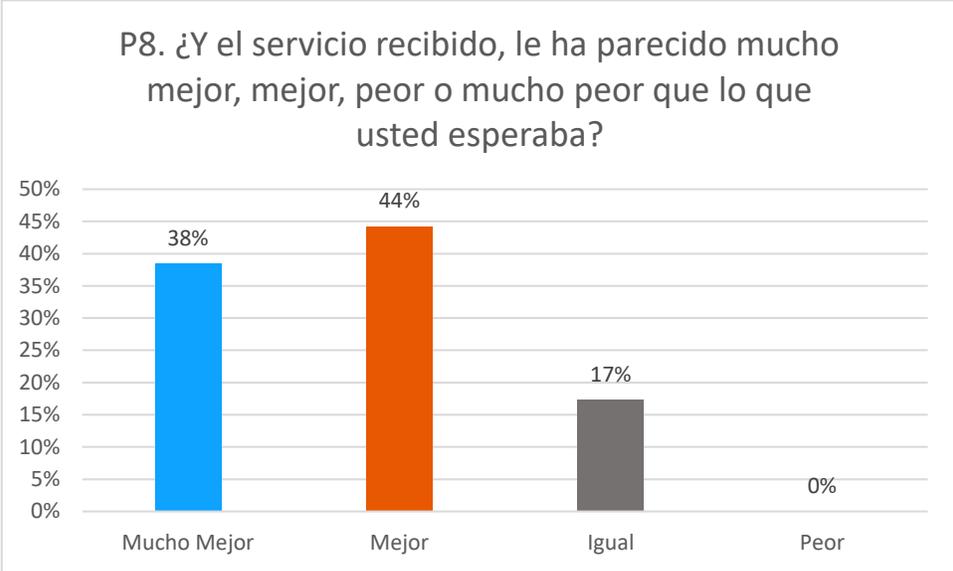
	Gestión de Satisfacción al Cliente
	Informe de Encuesta Satisfacción Ciudadana
	<i>Fecha de Vigencia SC: 27/06/19</i>



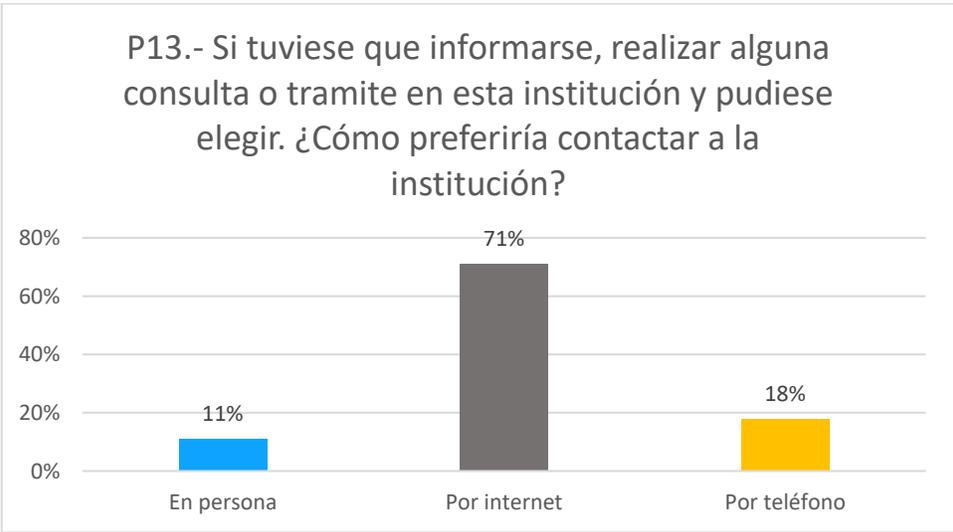
Otros Hallazgos

Este renglón dio algunos de los resultados más variables, es interesante ver como mucho de los servicios de la superintendencia aun después de ser altamente valorado por los clientes, una alta cantidad de ellos, un 17% específicamente dio a conocer que el servicio le pareció igual a lo que esperaba, esto refleja que las exigencias para institución y las expectativas de los clientes son altas. El 44% expreso que el servicio le pareció mejor que lo esperado y en el 38% dijo que el servicio le pareció mucho mejor que lo esperado. Por otro lado, nos enorgullece que los clientes otorgaran un 0% al renglón peor que lo esperado, lo cual nos indica que estamos cumpliendo con sus expectativas y todavía contamos con muchos planes para mejorar nuestros servicios.

	Gestión de Satisfacción al Cliente
	Informe de Encuesta Satisfacción Ciudadana
	<i>Fecha de Vigencia SC: 27/06/19</i>



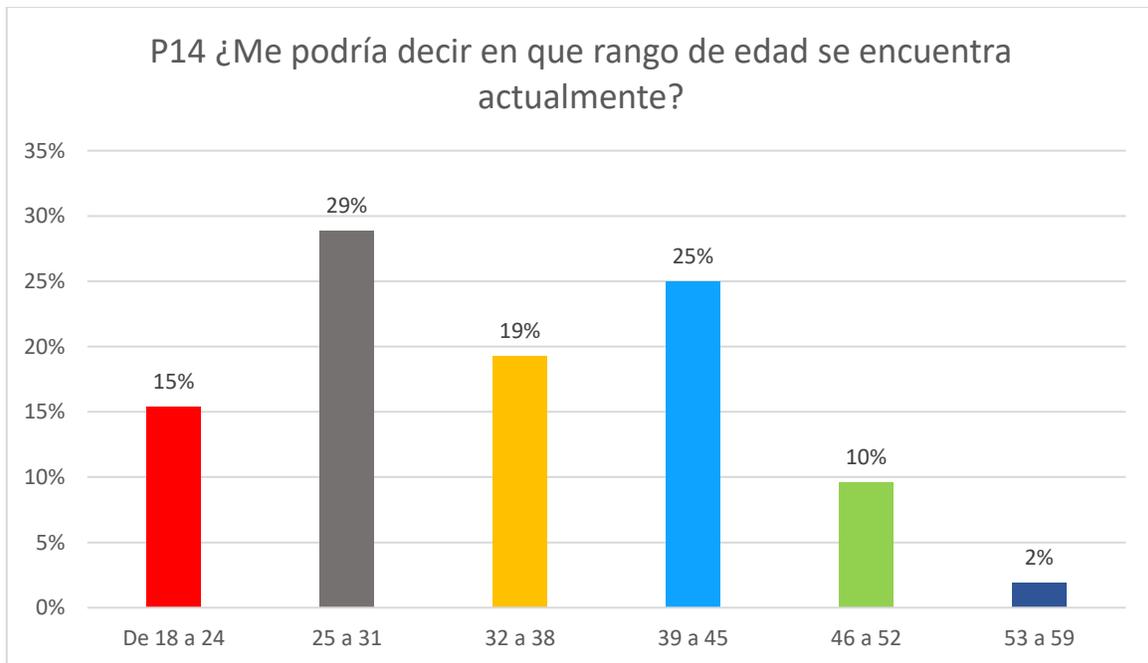
Los clientes han expresado que el 71% de ellos prefiere contactarse con nuestros colaboradores de forma digital vía internet, esto garantiza una gestión rápida y segura, donde la persona desde cualquier parte del país puede acceder a los servicios, en especial con la pandemia global y el distanciamiento social, el cual afectó los servicios de muchas instituciones. La entidad se encuentra implementando un proyecto de automatización para la remisión de información, por este motivo utilizando los formularios digitales. Sin embargo, no todos los servicios pueden ser entregados al público de forma virtual, ya que requieren la presencia física del cliente a ser certificados y en algunos casos del representante de la entidad que requiere una autorización para inscripción en el Registro del Mercado de Valores.



	Gestión de Satisfacción al Cliente
	Informe de Encuesta Satisfacción Ciudadana
	<i>Fecha de Vigencia SC: 27/06/19</i>

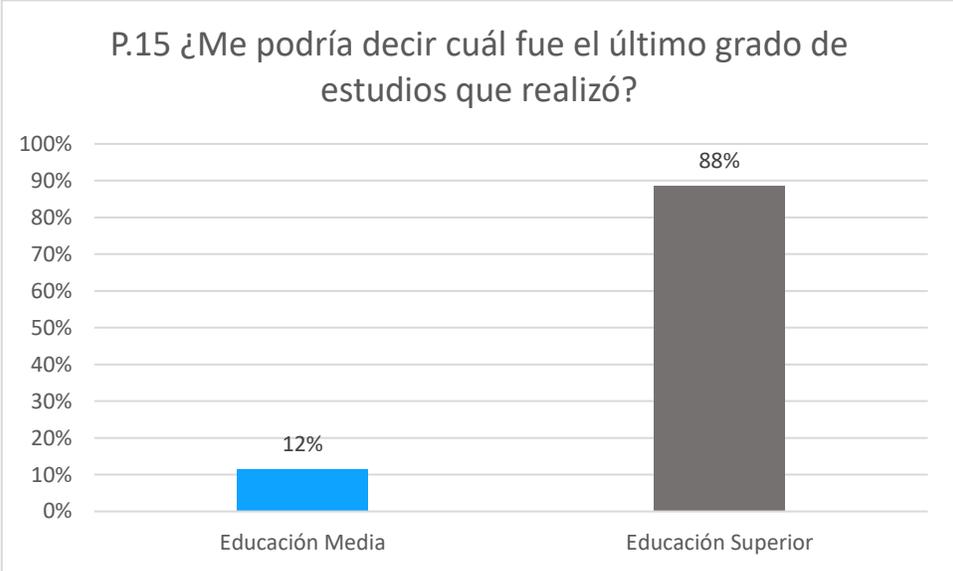
Descripción de los clientes

El principal grupo de clientes de la SIMV son los adultos que van desde 25 a 45 años de edad con más del 70% de los clientes dentro de este rango, se han identificado dos grupos fundamentales como objetivo de futuras estrategias, los envejecientes y los más jóvenes. Estos datos son una llamada de atención a los grupos más susceptibles, ya que el riesgo para una persona envejecientes de quedarse sin fondos al ser engañado con respecto a inversiones es bastante alto. Mientras, por otro lado, el futuro del mercado son los jóvenes, por eso otro reto debe ser cerrar la brecha entre las diferentes generaciones de clientes.



Nuestros clientes en su gran mayoría cuentan con educación superior con un 88%, este es uno de los grandes mitos del mercado de valores, que solo es para personas con amplia educación debido a la complejidad de los servicios. Debemos educar a nuestros clientes en cuales son los servicios y productos que pueden adquirir aún con conocimiento básico o sin conocimiento alguno sobre los temas más complejos del mercado de valores.

	Gestión de Satisfacción al Cliente
	Informe de Encuesta Satisfacción Ciudadana
	<i>Fecha de Vigencia SC: 27/06/19</i>



Los resultados de la encuesta mostraron que, entre los clientes de ambos sexos, prevalece el sexo masculino con un 52%, esto refleja el interés de los hombres por la educación financiera y su desarrollo profesional para insertarse al mercado laboral, identificando la necesidad de prepararse y certificarse como corredores de valores o promotores de inversión. Por otro lado, las mujeres obtuvieron un 48%, el porcentaje es similar y seguiremos trabajando para mantener la brecha de género en el mínimo posible.

