

Encuesta de Satisfacción de la Calidad de los Servicios Públicos



Superintendencia del Mercado de Valores
de la República Dominicana

Junio 2023

Índice

Introducción	3
Ficha Técnica	4
Metodología	8
Resultados de satisfacción servicios a clientes externos	12
Índice de satisfacción de usuarios	21
Plan de acción	23

Introducción

La Superintendencia del Mercado de Valores, es un organismo autónomo y descentralizado del Estado, cuyo objetivo es promover un mercado de valores ordenado, eficiente y transparente, proteger a los inversionistas, velar por el cumplimiento de la Ley núm. 249-17 del Mercado de Valores y su normativa complementaria y mitigar el riesgo sistémico, mediante la regulación y la fiscalización de las personas físicas y jurídicas que operan en el mercado de valores.

Para ello ofrece un catalogo de servicios dirigidos a usuarios ciudadanos de manera presencial y virtual. Esta ley tiene por objeto regular, supervisar, desarrollar y promover un mercado de valores ordenado, eficiente y transparente, con la finalidad de proteger los derechos e intereses del público inversionista, minimizar el riesgo sistémico, además de fomentar una sana competencia y preservar la confianza en el mercado de valores, estableciendo las condiciones para que la información sea veraz, suficiente y oportuna, con la finalidad de contribuir con el desarrollo económico y social del país.

En este informe se presentan los resultados obtenidos de las mediciones de satisfacción a los usuarios respecto a la calidad de los servicios prestados de manera virtual y presencial durante el periodo marzo-junio 2023.

Ficha Técnica

S^ó SIMV

Ficha técnica

	<p>¿Cuáles serán las personas a las que se les aplicará el cuestionario?</p> <p>El cuestionario correspondiente será aplicado a los clientes externos de la Superintendencia del Mercado de Valores, de manera virtual. Según la exploración de estadísticas descriptivas de la población de clientes, se ha identificado tres (3) actividades principales, a los cuales se les ha calculado una población de 66 servicios promedio mensual, tomando como base el total de los</p>
	<p>¿Dónde serán aplicadas las encuestas?</p> <p>Las encuestas serán aplicadas vía correo electrónico, no de manera presencial.</p>
<p>Muestra</p>	<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/ Se prosiguió a calcular la muestra correspondiente para la institución.</p>

Ficha técnica

	Encuesta personal, auto-administrada, por correo electrónico. Las encuestas se realizarán vía correo electrónico.		
Fecha de levantamiento	Fecha del trabajo de campo (fecha de inicio-fin) Las encuestas serán realizadas durante un periodo de 15 días laborables, a partir del día viernes nueve		
	Las encuestas serán aplicadas por los colaboradores que imparten el servicio de forma regular a clientes externos. Estos servicios en su mayoría se realizan de forma virtual.		
	Servicios para clientes externos	Responsable de la encuesta	
	Solicitudes para credenciales de Corredores de Valores.		
	Solicitudes para credenciales de		
	Personas capacitadas.	Laura Contreras	
		Virma Balaguer	Dirección de Oferta Pública
	El procesamiento de los resultados de las encuestas será realizado por la División de Calidad en la Gestión, Dirección de Planificación y Desarrollo.		

Ficha técnica

Servicios presenciales frecuentes	Muestro por cada estrato (nh) = r(Nh)	
Solicitudes para credenciales de Corredores de Valores	8	6
Solicitudes para credenciales de Promotores de Fondos de Inversión	3	2
Personas capacitadas formalmente encuestadas	101	76
Solicitudes de Inscripción de oferta pública de valores	18	14
Total muestreo estratificado	130	98

Metodología SERVQUAL

SÍMIV

Metodología

SERVQUAL

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.

Dimensiones del modelo

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

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

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

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

Elementos tangibles: Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación. (Se suprimió esta dimensión en nuestro estudio, ya que la Superintendencia del Mercado de Valores ha rentado locales en CENTU, para poder impartir los exámenes de licencia de corredores, promotores y otras actividades).

Parámetros de valoración para la tabulación de los datos

Para establecer los niveles de satisfacción, el cuestionario tiene una escala del **0-10**, donde :

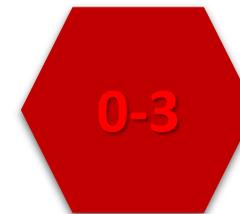
Satisfecho



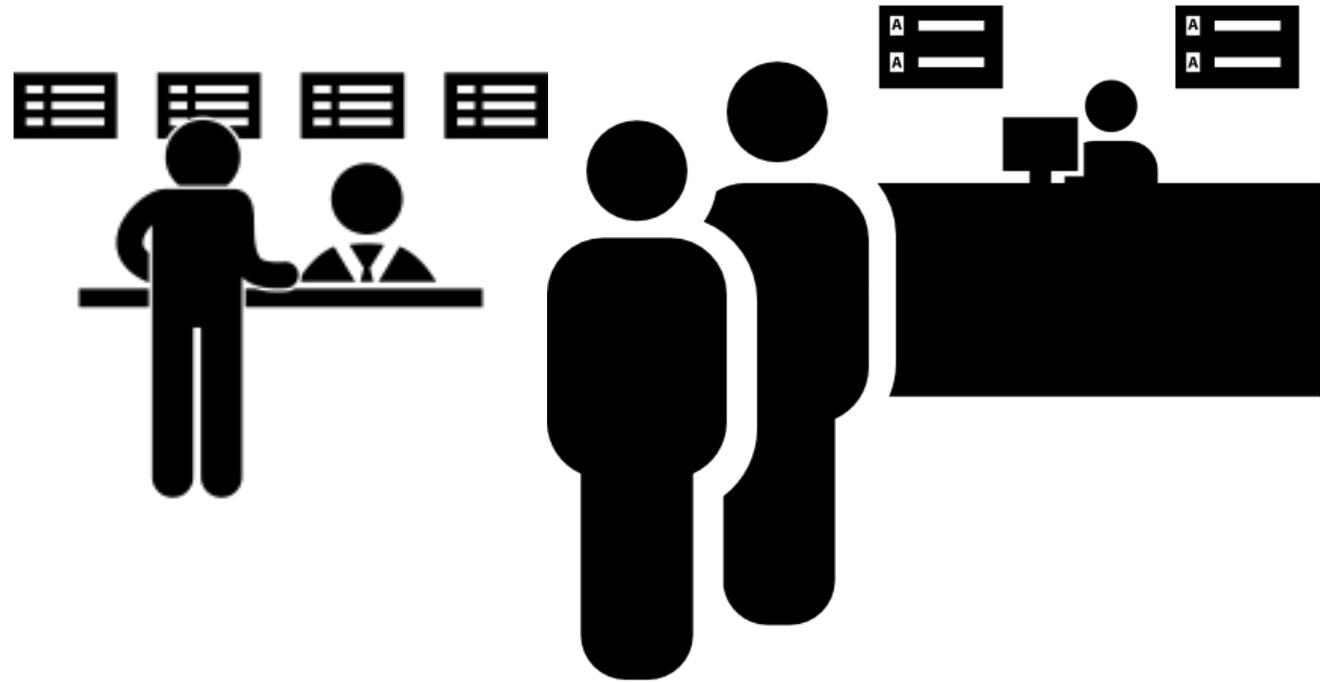
Poco satisfecho



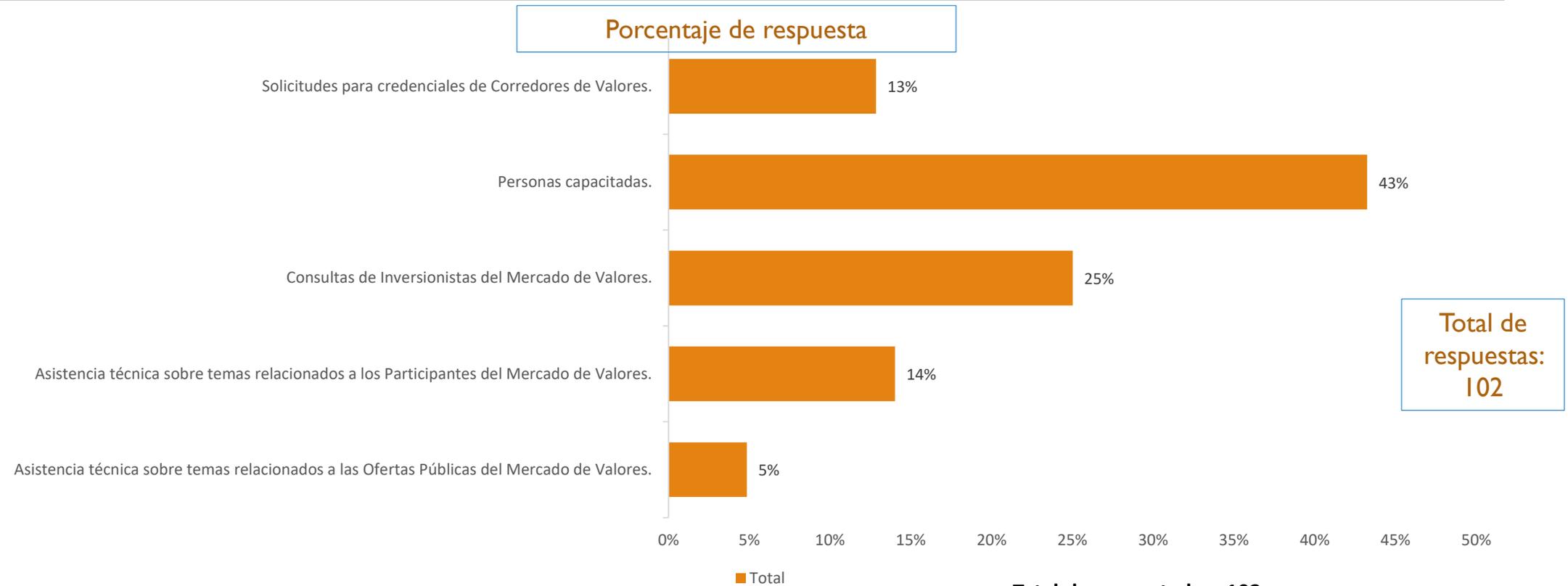
Insatisfecho



RESULTADOS DE SATISFACCIÓN: Servicios ofrecidos a clientes externos



SERVICIOS ENCUESTADOS A CLIENTES EXTERNOS



Total de encuestados: 102

(En el excel presentado una de las respuesta es inválida).

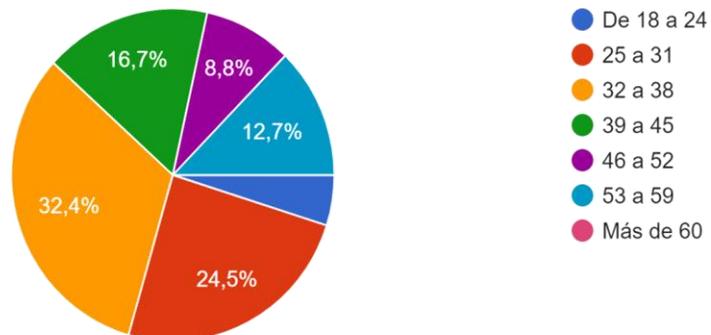
Perfil del encuestado Servicios Clientes Externos



Rango de edad

P.7 ¿Me podría decir en que rango de edad se encuentra actualmente?

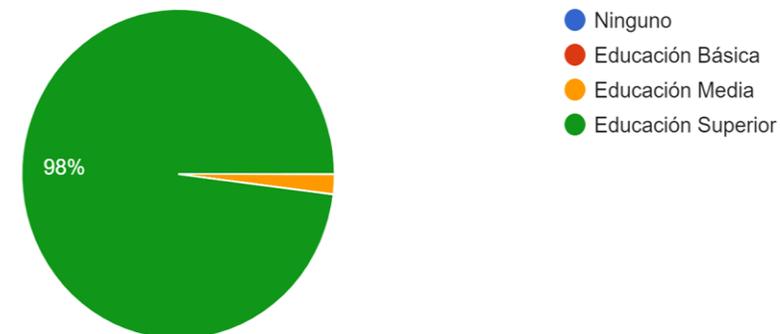
102 respuestas



Grado académico

P.8 ¿Me podría decir cuál fue el último grado de estudios que realizó?

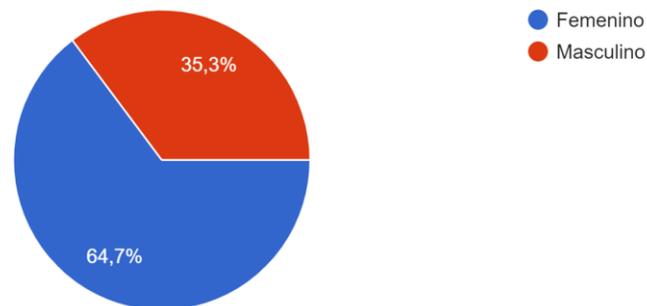
102 respuestas



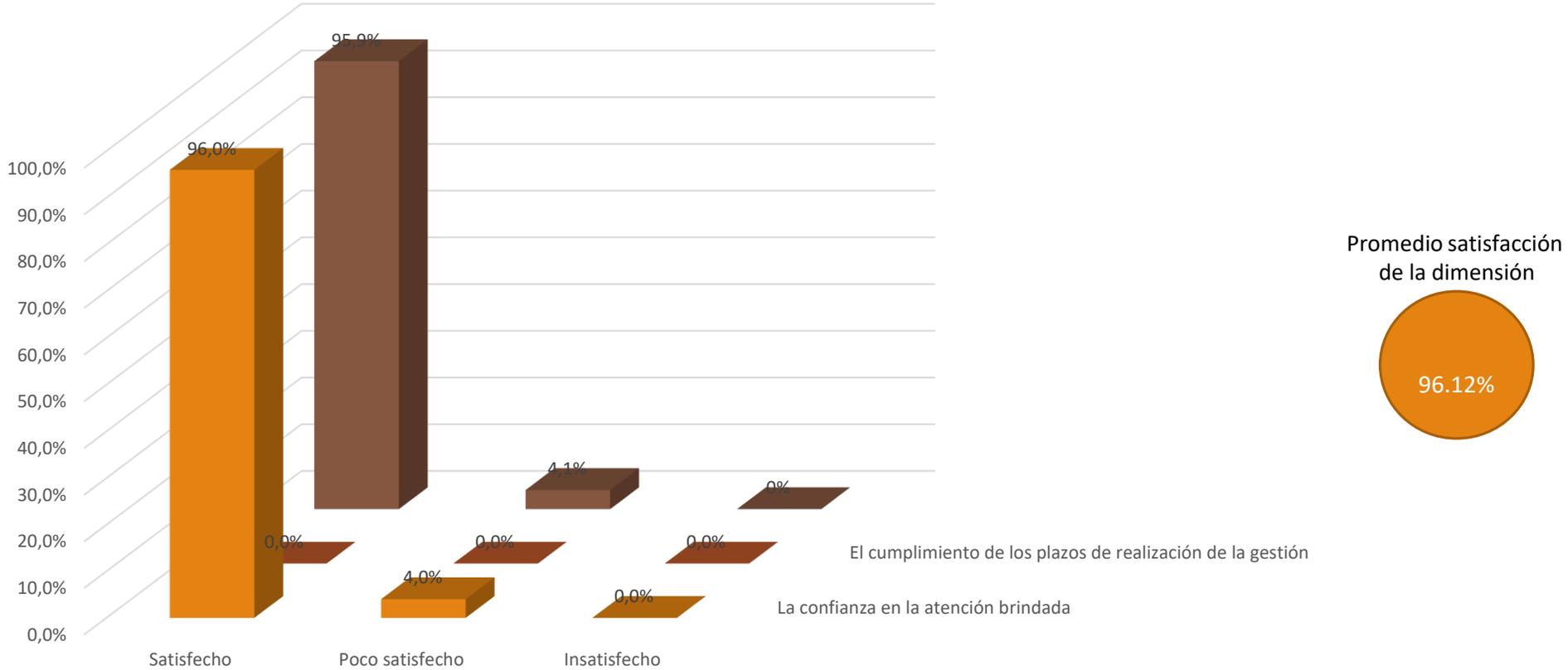
Sexo del encuestado

P.9 Sexo del encuestado:

102 respuestas



DIMENSION: FIABILIDAD



DIMENSION: CAPACIDAD DE RESPUESTA



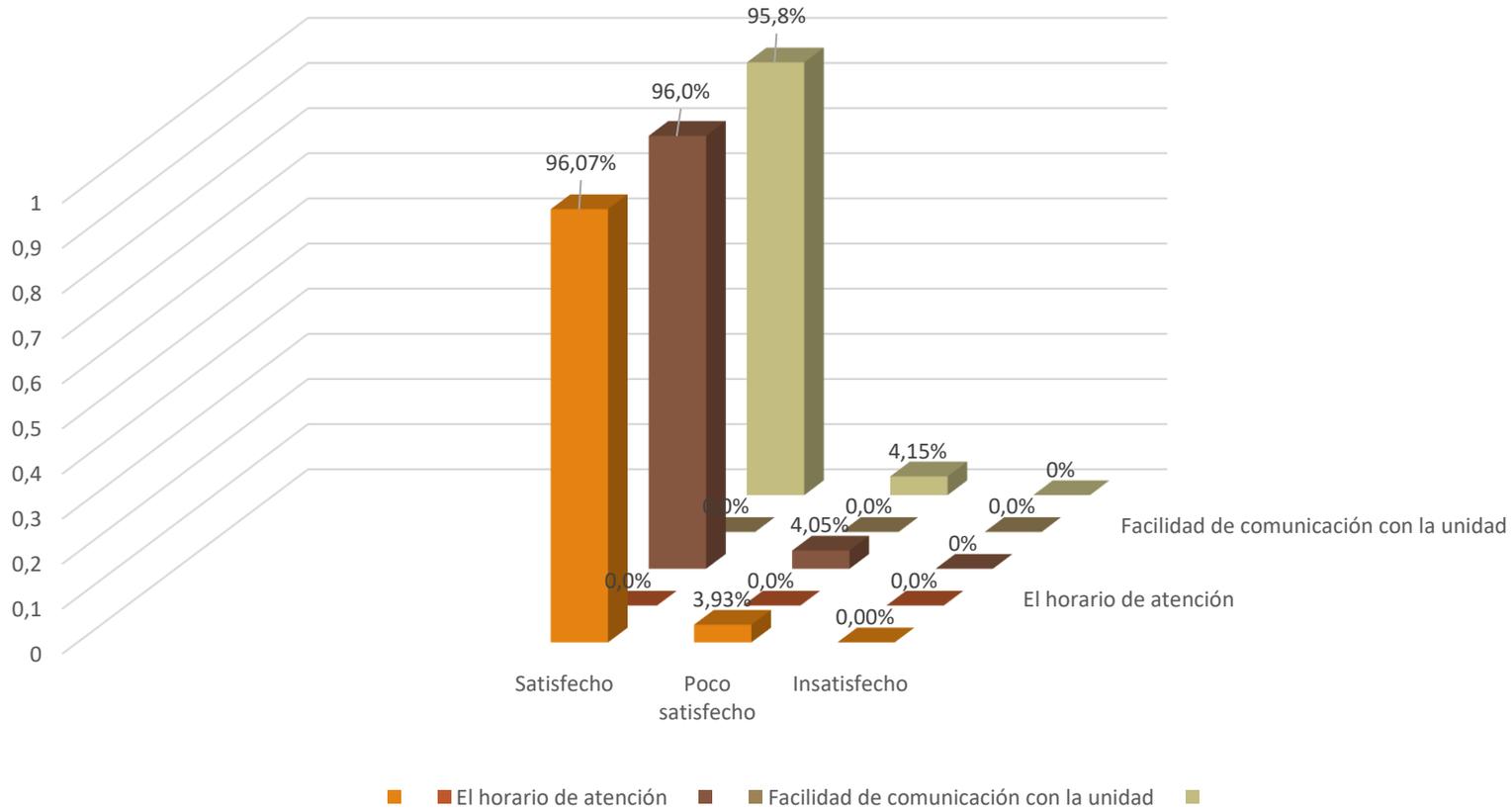
Promedio satisfacción de la dimensión



DIMENSION: SEGURIDAD



DIMENSION: EMPATÍA



Promedio satisfacción de la dimensión.



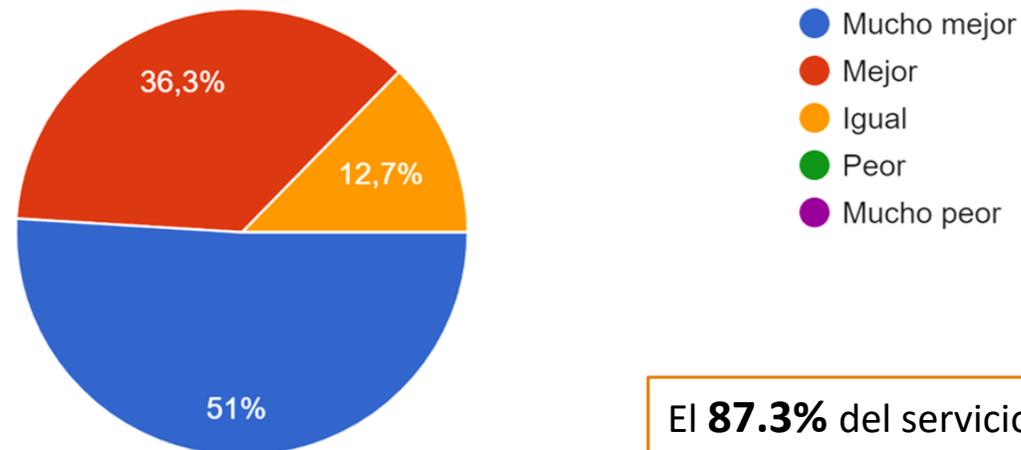
Satisfacción general del servicio esperado vs. el recibido

SÍMIV

SERVICIO ESPERADO

P6. ¿El servicio recibido, le ha parecido mucho mejor, mejor, peor o mucho peor que lo que usted esperaba?

102 respuestas



El **87.3%** del servicio recibido es mejor o mucho mejor de lo esperado.

Base: 100% Total muestra

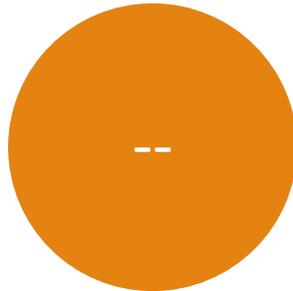
Índice de Satisfacción de Usuarios

SÍMIV

Índice de Satisfacción de Usuarios: Servicios Clientes Externos

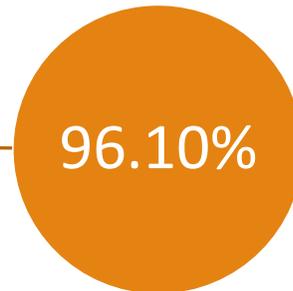
Índice de Satisfacción de Usuarios

Promedio de Satisfacción
de servicios presenciales
(a ciudadanos)



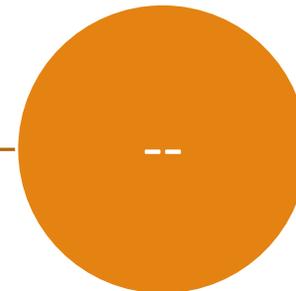
El 96.10% de los encuestados indican que el servicio recibido le ha parecido mucho mejor o mejor de lo que esperaba.

Promedio de Satisfacción
de Clientes Externos



96.10%

Promedio de Satisfacción
de Servicios Virtuales (a ciudadanos)



De acuerdo a lo presentado en la ficha técnica, hemos utilizado el instrumento de Clientes Externos (ciudadanos e instituciones), puesto que abarca todas las variables para el levantamiento de la Superintendencia. El instrumento que corresponde a las Encuestas Presenciales no se utilizó debido a que la institución está en proceso de restructuración física. Asimismo, el instrumento de servicios virtuales no contienen todas las dimensiones que se quieren recoger de los usuarios.

Índice de Satisfacción de Usuarios: Servicios Clientes Externos

Índice de Satisfacción de Usuarios

Promedio de Satisfacción
de Clientes Externos

96.10%

Plan de Acción

SÍMIV

Plan de Acción SIMV 2023

		Oportunidad de mejora		Fecha inicio	Fecha fin	
Servicios Clientes Externos	Accesibilidad	Tiempo de espera	Mejorar el tiempo de espera para solicitud	ago-23	dic-23	Departamento de Protección y
Servicios Clientes Externos	Accesibilidad			ago-23	oct-23	Departamento de Protección y
Servicios Clientes Externos	Accesibilidad		Mejorar el tiempo de entrega del servicio	ago-23	dic-23	Departamento de Protección y

¡GRACIAS!



simv.gob.do