

Noti Valores

VOL. IV • No.4 • JULIO-AGOSTO 1999 • SANTO DOMINGO, R.D.

Bolsa de Valores de la República Dominicana, Inc.

Entendimiento claro: ACCION CORRECTA

Por Sra. Julie Cerdeiros, Vice-Presidente Ejecutivo de VALCORP, S.A.

Muchos hemos oído la expresión "el pastel da para todos" cuando se trata de incursionar en una área de negocios. Sin embargo, hay quienes opinan que "no todos comerán del pastel".

El aumento de la competencia en la búsqueda de individuos con disponibilidad de efectuar inversiones trae nuevos retos a las empresas dedicadas a ofrecer servicios financieros. De hecho, mantener los clientes existentes es más arduo que captar nuevos clientes.

Cuando hablamos de calidad en el servicio no debemos perder de vista dos factores importantes:

- 1) Individualidad del cliente.
- 2) Reconocimiento a la individualidad del cliente.

Los inversionistas no son ni se ven ellos mismos iguales a los demás. Debemos tomar en cuenta sus motivaciones, necesidades y preocupaciones, particularmente en lo relativo a inversión.

Al diseñar un plan de inversión hecho "a la medida" y tomando en



cuenta estos factores, estamos reconociendo su individualidad y podemos lograr la satisfacción del cliente al conocer sus gustos.

Cualquier relación es de doble vía. Así como los asesores deben conocer su cliente, así también los inversionistas analizan su asesor, muchas veces de manera equivocada. El inversionista demanda muchas veces, que exista una relación interpersonal entre él y su asesor financiero y su fundamento en la confianza, punto clave que nos ayuda a determinar un perfil de nuestro cliente. De ahí podemos partir para ofrecer una atinada respuesta a sus necesidades y elaborar un plan personalizado. Estos conceptos de importancia marcan indefectiblemente la diferencia para poder entonces

“comer del pastel”.

Muchos asesores de éxito se preguntan constantemente cómo piensan los inversionistas de su persona, cómo enseñarlos, qué criterios utilizan para escoger su asesor, qué producto o servicios demandan, cómo llegan a una relación en la cual se sientan satisfechos, qué hace que un inversionista cambie de asesor y escoja otro, y así por el estilo.

Una gran cantidad de encuestas arrojan datos abrumadores que nos dejan insatisfechos luego de los trabajos realizados para mejorar los servicios. La calidad en el servicio es un asunto de imagen y sentido operacional. La respuesta podría estar en la brecha comprendida entre la “realidad” de la imagen del servicio y la

“percepción” del servicio. Basta con un planteamiento simple: no solo debemos “ser buenos” en el servicio, sino que “debemos ser percibidos como buenos”. Las firmas proveedoras de servicios financieros por lo general tienen una falsa percepción de ellas mismas que difiere de la que tienen los clientes. Para cubrir esta falta, es importante que la firma efectúe un análisis para evaluar su imagen y tratar de determinar las expectativas del cliente con el objetivo de alcanzarlas o bien excederlas. Lo más interesante de este proceso es el surgimiento de nuevas oportunidades de negocios a la vez que se trabaja en ambos procesos de mejoramiento de la imagen y servicio.

Obviamente, no debemos

perder de vista otro punto no menos importante: la experiencia y capacidad en el manejo del área financiera. Resulta incongruente ofrecer un servicio de calidad si esta condición no se cumple. En el caso de nuestro país, la integración de las bolsas del

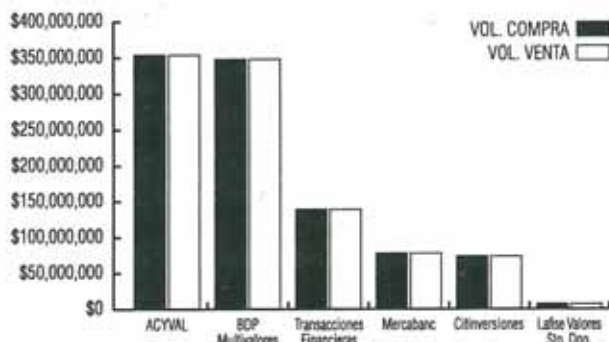
área en la que estamos actualmente participando, demandará un mayor esfuerzo en la especialización de los agentes de bolsa.

La fuerte competencia que existe hoy en obtener clientes ha hecho que los asesores se

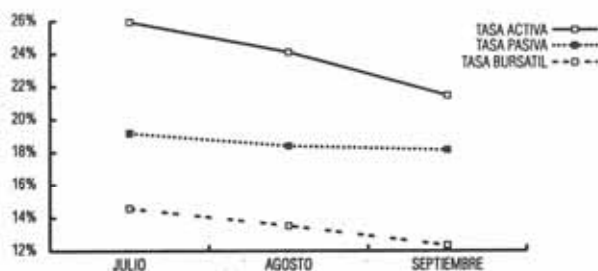
diferencien entre ellos mismos y que ofrezcan una mejor calidad de servicio. El lograr entenderlos hará que le podamos ofrecer lo que ellos necesitan. Un entendimiento claro nos llevará a tomar la acción correcta.

NotiOPERATIVAS

VOLUMEN DE OPERACIONES POR PUESTO JULIO - SEPTIEMBRE 1999



COMPARACION TASA ACTIVA BANCARIA, PASIVA BANCARIA Y BURSATIL ACTIVIDAD JULIO - SEPTIEMBRE 1999



Noticias BVRD

CHARLAS DE ORIENTACION BURSATIL

BOLSA DE VALORES:

- 1) *Cómo opera una Bolsa de Valores. (Enero 18, 2000)*
- 2) *Marco Operativo de la BVRD. (Enero 31, 2000)*
- 3) *Operación de los Puestos de Bolsa. (Febrero 17, 2000)*
- 4) *La BVRD y su incidencia en la Macroeconomía de un País. Sector Industrial, Comercial, Turístico, Oficial y Rural. Ventajas para los Diferentes Tipos de Inversionistas. La Pequeña y Mediana Empresa. (Febrero 29, 2000)*
- 5) *La Bolsa Electrónica. Su Operatividad y Ventajas. (Marzo 16, 2000)*

MERCADO:

- 6) *El Mercado de Valores y su impacto en la Economía Dominicana. (Marzo 28, 2000)*
- 7) *El Desarrollo Accionario en la República Dominicana. (Abril 13, 2000)*
- 8) *El Mercado Accionario. Las Acciones Comunes vs. las Acciones Preferentes. Ventajas y efectos de unas y otras. Problema de las valuaciones, la liquidez de las acciones. Derechos de accionistas e índice de interpretación de información bursátil. (Abril 27, 2000)*

INSTRUMENTOS:

- 9) *Diseño de Instrumentos Financieros para el Mercado de Valores Dominicano. (Mayo 16, 2000)*
- 10) *Marketing y Ventas de Instrumentos Financieros. (Mayo 31, 2000)*
- 11) *Otros Instrumentos del Mercado e Integración de la BVRD a otras Bolsas de la Región. (Junio 15, 2000)*

JURIDICO:

- 12) *Importancia y Estructura del Anteproyecto de Ley de Mercado de Valores. (Junio 31, 2000)*
- 13) *Marco Jurídico del Mercado Bursátil. (Julio 12, 2000)*
- 14) *La Preparación de una Empresa para entrar al Mercado Bursátil. El Papel de los Asesores Jurídicos y de Negocios y los Auditores. El papel de Bolsa el Prospectus. (Julio 27, 2000)*
- 15) *Emisión y Registro de Títulos a través de la BVRD. (Agosto 16, 2000)*
- 16) *Títulos de Renta Fija. Características, tipos, funciones y su incidencia en el Mercado Monetario. Derechos de los Inversionistas. Valuación de un Portafolio de Inversiones. (Agosto 31, 2000)*
- 17) *El Gerente Financiero y su Papel en la Elaboración de un Portafolio de Inversiones. (Septiembre 12, 2000)*

GOBIERNO:

- 18) *El Papel y la Participación del Estado en los Mercados Capitales. (Septiembre 28, 2000)*
- 19) *La Capitalización de las Empresas. Financiamiento Empresarial y Títulos y Valores. (Octubre 10, 2000)*
- 20) *La Oferta Pública de Acciones vs. la Oferta Privada. (Octubre 28, 2000)*
- 21) *Importancia de la Emisión de Bonos Públicos y su Incidencia en el Mercado de Valores Dominicano. (Noviembre 16, 2000)*
- 22) *La Administración de Fondos de Pensiones y los Fondos de Inversión. (Noviembre 30, 2000)*