



**SUPERINTENDENCIA  
DE SOCIEDADES**

# Informe de resultados

Encuesta sobre la percepción, satisfacción y expectativas de los grupos de interés de la Superintendencia de Sociedades

**2022**

Estudio realizado por el consultor Ricardo Saavedra Sierra para la Superintendencia de Sociedades



SUPERINTENDENCIA  
DE SOCIEDADES

# Informe de resultados

Encuesta sobre la percepción, satisfacción y expectativas de los grupos de interés de la Superintendencia de Sociedades

La Superintendencia de Sociedades contrató el **diseño, aplicación y análisis de una encuesta a nivel nacional**, cuya finalidad es contar con un documento que contenga información adecuada y precisa sobre el estado de **satisfacción de las sociedades que están bajo la supervisión de la Entidad, de las Cámaras de Comercio y de las Agremiaciones**, que sirva como insumo tanto para la planeación institucional como para el mejoramiento del servicio ciudadano que se ofrece actualmente a través de diversos canales de comunicación y contacto, y de esta manera determinar los retos que se requieren abordar en el inmediato, corto y mediano plazo, evaluando y definiendo el valor público agregado que debe garantizar la Entidad.

Las encuestas de percepción y satisfacción se constituyen en mecanismos idóneos que permiten el acercamiento de la Entidad con sus grupos de Interés, **facilitando el conocimiento y análisis de sus características, necesidades y expectativas**, entre otros aspectos. Desde esta perspectiva el estudio se concentró en encuestas que midieran los anteriores criterios a cinco grupos de interés específicos seleccionados por la entidad, estos son:

- Sociedades inspeccionadas.
- Sociedades vigiladas.
- Sociedades controladas.
- Cámaras de Comercio
- Agremiaciones

Estudio realizado por el consultor Ricardo Saavedra Sierra para la Superintendencia de Sociedades



SUPERINTENDENCIA  
DE SOCIEDADES

# Informe de resultados

Encuesta sobre la percepción, satisfacción y expectativas de los grupos de interés de la Superintendencia de Sociedades

## Datos generales del estudio



### Grupos de interés:

- Sociedades inspeccionadas
- Sociedades Vigiladas
- Sociedades Controladas
- Cámaras de Comercio
  - Agremiaciones



### Aspectos incluidos:

- Perfil de los representantes legales
- Calidad de los servicios
- Satisfacción con los trámites
  - Impacto en la gestión
- Percepción sobre la entidad
- Expectativas sobre la gestión



### Medio de encuesta:

- Formulario web dispuesto en la página [www.supersociedades.gov.co](http://www.supersociedades.gov.co)
- Contacto a través de correo electrónico, llamadas telefónicas y comunicaciones escritas.



### Regionales incluidas:

- Barranquilla
- Cartagena
- Medellín
- Bucaramanga
- Manizales
  - Cali
  - Bogotá



### Tamaño del universo:

- Inspeccionadas: 39.691
  - Vigiladas: 8.130
  - Controladas: 26
- Cámaras de Comercio: 57
  - Agremiaciones: 24



### Tamaño de la muestra con un 95% de nivel de confianza y 4% como margen de error:

- Inspeccionadas: 591
  - Vigiladas: 567
  - Controladas: 26
- Cámaras de Comercio: 57
  - Agremiaciones: 24



SUPERINTENDENCIA  
DE SOCIEDADES

# Informe de resultados

Encuesta sobre la percepción, satisfacción y expectativas de los grupos de interés de la Superintendencia de Sociedades

## • SOCIEDADES INSPECCIONADAS



### Grupo de interés:

- Sociedades inspeccionadas



### Aspectos incluidos:

- Perfil de los representantes legales
- Calidad de los servicios
- Satisfacción con los trámites
  - Impacto en la gestión
- Percepción sobre la entidad
- Expectativas sobre la gestión



### Medio de encuesta:

- Formulario web dispuesto en la página [www.supersociedades.gov.co](http://www.supersociedades.gov.co)
- Contacto a través de correo electrónico, llamadas telefónicas y comunicaciones escritas.



### Regionales incluidas:

- Barranquilla
- Cartagena
- Medellín
- Bucaramanga
- Manizales
  - Cali
  - Bogotá



### Tamaño del universo:

- Base inicial: 49.415
  - Válidos: 39.691
- **Tamaño de la muestra con el 95% de confiabilidad y 4% de margen de error:**
  - 591



### Número de encuestas realizadas:

- 668 sociedades para los aspectos sobre perfil, percepción y expectativas.
- 461 sociedades para los aspectos sobre servicios, trámites e impacto en la gestión.



### Aspectos incluidos:

- Perfil de los representantes legales.
- Género con el que se identifica el representante legal principal.
- Rango de edad en el que se encuentra el presentante legal principal.
  - Nivel máximo de formación del representante principal.



### Opciones susceptibles de ser seleccionadas:

- Género con el que se identifica el representante legal principal: hombre, mujer, otro, prefiero no decirlo
- Rango de edad en el que se encuentra el presentante legal principal: 18 a 27 años, 28 a 40 años, 41 a 59 años, 60 o más años, prefiero no decirlo.
- Nivel máximo de formación del representante legal principal: Secundaria o menos, universitario, especialización, maestría o doctorado, prefiero no decirlo.



### Numero de encuestas realizadas:

- 668 encuestados nivel nacional.

**668** Inspeccionadas  
encuestadas

- **7 de cada 10** representantes legales principales son hombres
- **Solo el 12%** de los representantes tienen maestría o doctorado
- El **90%** tienen más de 40 años



Perfil



18 – 27 años  
**1%**



28 – 40 años  
**8%**

41 – 59 años  
**51%**



Más de 60 años  
**39%**



**30%**  
Representantes legales  
mujeres



**70%**  
Representantes legales  
hombres



**12%** Maestría o doctorado



**29%** Especialización



**42%** Universitario



**9%** Secundaria o menos

**8%** No responden

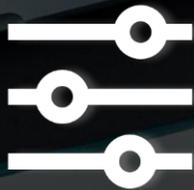
• **Género con el que se identifica**

• **Máximo nivel educativo**

• **Rango de Edad**



Servicio



### Aspectos incluidos:

- Nivel de satisfacción con los canales de servicio de la Superintendencia de Sociedades
- Sede en la que se hace uso más habitual de los servicios de la entidad.
  - Satisfacción con el servicio de la página web
    - Satisfacción con el chat
  - Satisfacción con la atención telefónica
  - Satisfacción con la atención presencial.
  - Satisfacción con las comunicaciones escritas.
  - Satisfacción con la atención por correo electrónico.

### Opciones susceptibles de ser seleccionadas:

- Sede más habitual: Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Manizales, Bucaramanga, No sabe/No responde
- La satisfacción frente a los servicios provistos a través de los diferentes canales se mide con la siguiente escala: (1) malo, (2) regular, (3) aceptable, (4) bueno, (5) excelente y no sabe/no responde.
- Los atributos calificados para cada uno de los canales con la escala anterior fueron: agilidad, confiabilidad, solución de fondo, amabilidad y disponibilidad. A excepción de la página web en la que el atributo de amabilidad fue reemplazado por el atributo diseño.

### Número de encuestas realizadas:

- 461 sociedades de las 668 de la muestra. Esta sección de la encuesta solo aplica para aquellas sociedades que contestaron haber tenido contacto con la entidad durante los últimos dos años previos al diligenciamiento de la encuesta.



Servicio

- **69%** de las sociedades tuvieron contacto con la Superintendencia en los **últimos 2 años en cualquiera de sus canales.**
- El **canal con mejor** calificación es la página web con 4,3 sobre 5
- El **atributo mejor calificado** es confiabilidad

**668** Inspeccionadas  
encuestadas

**461** Inspeccionadas  
accedieron a servicios en los últimos 2 años

**207** Inspeccionadas  
NO accedieron a servicios en los últimos 2 años

Evaluación de atributos de los canales



Página Web		Chat		Atención telefónica	
Agilidad	4,3	Agilidad	3,9	Agilidad	4,1
Confiabilidad	4,4	Confiabilidad	4,1	Confiabilidad	4,3
Solución de fondo	4,2	Solución de fondo	4,0	Solución de fondo	4,2
Diseño	4,3	Amabilidad	4,2	Amabilidad	4,3
Disponibilidad	4,3	Disponibilidad	4,0	Disponibilidad	4,1
Promedio	<b>4,3</b>	Promedio	<b>4,0</b>	Promedio	<b>4,2</b>



Servicio

- **69%** de las sociedades tuvieron contacto con la Superintendencia en los **últimos 2 años en cualquiera de sus canales.**
- El **canal con mejor** calificación es la página web con 4,3 sobre 5
- El **atributo mejor calificado** es confiabilidad

**668** Inspeccionadas  
encuestadas

**461** Inspeccionadas  
accedieron a servicios en los últimos 2

**207** Inspeccionadas  
NO accedieron a servicios en los últimos 2 años

Evaluación de atributos de los canales



Atención presencial		Atención escrita		Correo electrónico	
Agilidad	4,0	Agilidad	4,2	Agilidad	4,2
Confiabilidad	4,1	Confiabilidad	4,3	Confiabilidad	4,3
Solución de fondo	4,0	Solución de fondo	4,2	Solución de fondo	4,2
Amabilidad	4,1	Amabilidad	4,3	Amabilidad	4,3
Disponibilidad	4,1	Disponibilidad	4,2	Disponibilidad	4,2
Promedio	4,0	Promedio	4,2	Promedio	4,2



## Trámites



### Aspectos incluidos:

- Trámites (máximo 3) a los que accedió la sociedad durante los últimos dos años previos a la encuesta
  - Información previa sobre el término de respuesta o resolución del trámite
    - Tiempo de atención del trámite
    - Facilidad para su desarrollo
    - Solución completa y de fondo
  - Amabilidad de los servidores públicos involucrados
  - Conocimiento de los servidores públicos involucrados

### Opciones susceptibles de ser seleccionadas:

- Trámites a los que accedió la sociedad: del portafolio de trámites de la Superintendencia de Sociedades fueron seleccionados los veinte(20) más recurrentes. El encuestado podía seleccionar y evaluar la experiencia vivida hasta con máximo tres(3) trámites.
- Los atributos de tiempo, facilidad, solución de fondo, amabilidad y conocimiento se evaluó con la siguiente escala: (1) muy insatisfecho, (2) insatisfecho, (3) indiferente, (4) satisfecho, (5) muy satisfecho y no sabe/no responde.
- En las gráficas se muestran los dos trámites seleccionados como los más recurrentes en el grupo de interés.

### Numero de encuestas realizadas

- 461 sociedades de las 668 de la muestra. Esta sección de la encuesta solo aplica para aquellas sociedades que contestaron haber tenido contacto con la entidad durante los últimos dos años previos al diligenciamiento de la encuesta.



## Trámites

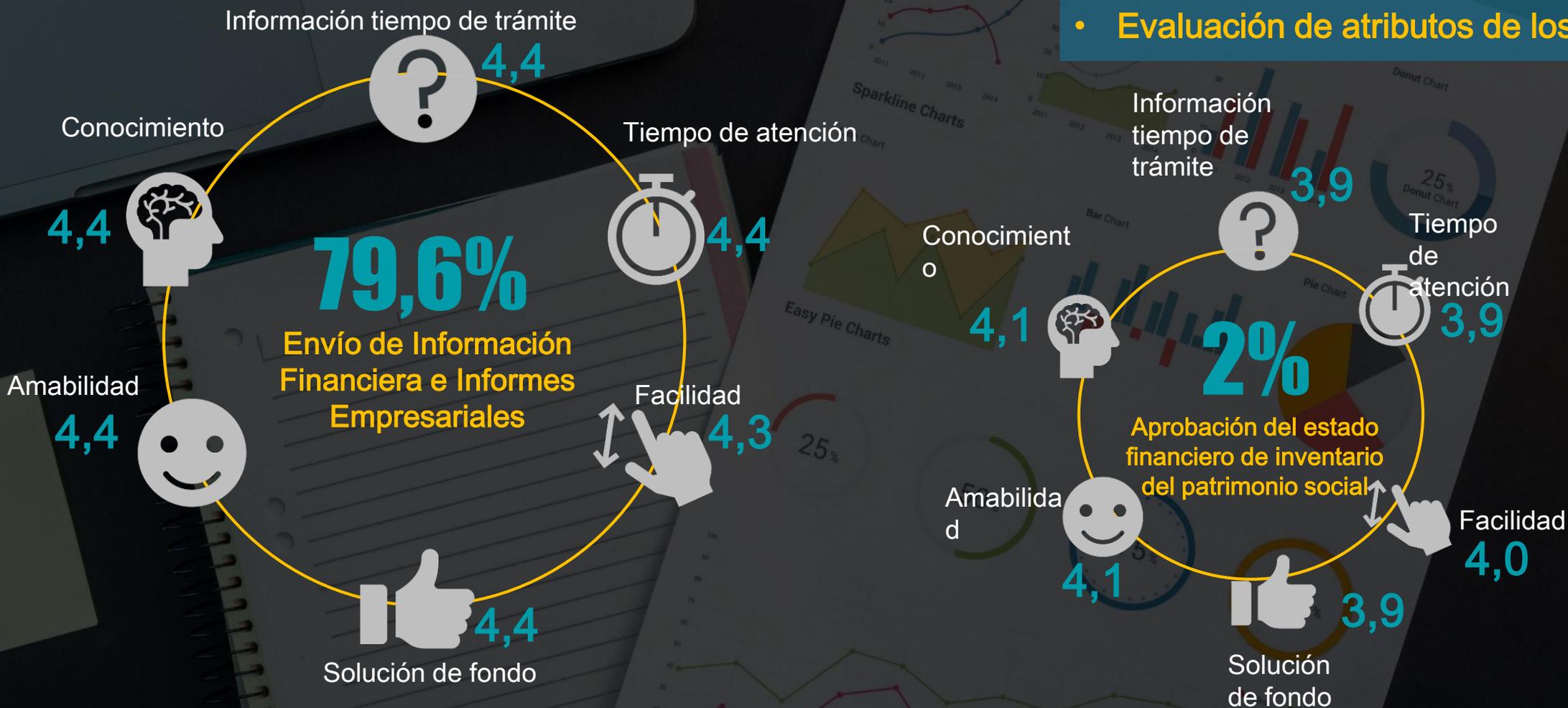
- Casi el **80%** de los encuestados se concentran en **un solo trámite**.
- El **segundo trámite** más recurrente apenas llega al **2%**
- El consolidado de la **satisfacción** de los **dos trámites** más recurrentes se encuentran **por encima de 4** sobre 5.
- En las gráficas se muestran los dos trámites seleccionados como los más recurrentes en el grupo de interés

**668** Inspeccionadas  
encuestadas

**461** Inspeccionadas  
accedieron a servicios en los últimos 2

**207** Inspeccionadas  
NO accedieron a servicios en los últimos 2 años

## Evaluación de atributos de los trámites





### Aspectos incluidos:

- Impacto de la Superintendencia de Sociedades al interior de la sociedad
  - Impacto general en la sociedad
    - Impacto administrativo
    - Impacto contable
    - Impacto económico
    - Impacto jurídico

### Opciones susceptibles de ser seleccionadas:

- Impacto general: (1) muy negativo, (2) negativo, (3) indiferente, (4) positivo, (5) muy positivo
- El impacto a nivel administrativo, contable, económico y jurídico fue valorado con la siguiente escala: 1) muy negativamente, (2) negativamente, (3) indiferente, (4) positivamente, (5) muy positivamente

### Número de encuestas realizadas:

- 461 sociedades de las 668 de la muestra. Esta sección de la encuesta solo aplica para aquellas sociedades que contestaron haber tenido contacto con la entidad durante los últimos dos años previos al diligenciamiento de la encuesta.



Impacto

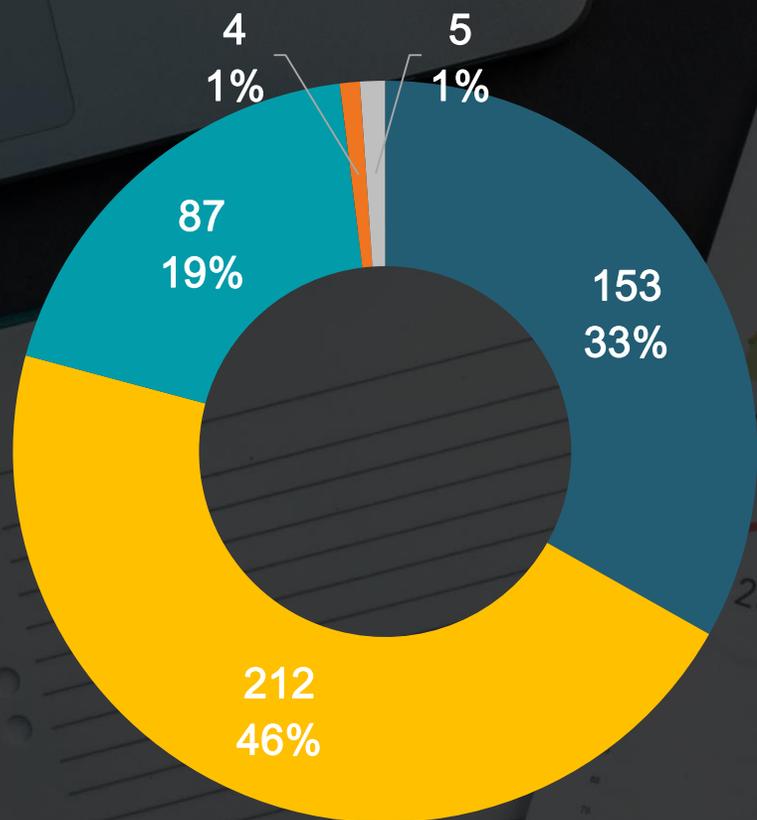
- **79% de encuestados** evalúan como positivo el impacto de la SuperSociedades.
- Los conceptos sobre los que se percibe un impacto **más positivo** son el **administrativo y contable**.
- Para un **19% es indiferente** el impacto en la gestión de la sociedad

**668** Inspeccionadas  
**encuestadas**

**461** Inspeccionadas  
accedieron a servicios en los últimos 2

**207** Inspeccionadas  
NO accedieron a servicios en los últimos 2 años

- **Impacto general de la SuperSociedades al interior de la sociedad**



■ Muy positivo ■ Positivo ■ Indiferente ■ Negativo ■ Muy negativo



## Impacto

- **79% de encuestados** evalúan como positivo el impacto de la SuperSociedades.
- Los conceptos sobre los que se percibe un impacto **más positivo** son el **administrativo y contable**.
- Para un **19% es indiferente** el impacto en la gestión de la sociedad

**668** Inspeccionadas  
encuestadas

**461** Inspeccionadas  
accedieron a servicios en los últimos 2

**207** Inspeccionadas  
NO accedieron a servicios en los últimos 2 años

## Impacto de la SuperSociedades sobre diferentes aspectos al interior de la sociedad



### Administrativo



### Contable



### Económico



### Jurídico

Muy positivo

104 – 23%

127 – 28%

94 – 20%

92 – 20%

Positivo

195 – 42%

206 – 45%

178 – 39%

180 – 39%

Indiferente

94 – 20%

82 – 18%

108 – 23%

105 – 23%

Negativo

4 – 1%

5 – 1%

5 – 1%

3 – 1%

Muy negativo

3 – 1%

3 – 1%

4 – 1%

4 – 1%

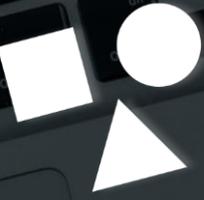
Sin respuesta

61 – 13%

38 – 8%

72 – 16%

77 – 17%



### Aspectos incluidos:

- Percepción respecto a si se considera a la Superintendencia de Sociedades como una entidad eficiente.
  - Medida en la que los siguientes atributos representan a la Superintendencia de Sociedades: actuaciones equitativas y justas, servicios y soluciones rápidas, garantes de derechos de los usuarios, servicios eficaces con resultados tangibles, posee buena tecnología, servicios con calidad, entidad innovadora, buena reputación, buen servicio, entidad transparente, amabilidad de sus funcionarios, conocimiento técnico de sus funcionarios, presencia y cobertura a nivel nacional y generación de confianza.



### Opciones susceptibles de ser seleccionadas:

- Percepción como entidad eficiente: (1) muy ineficiente, (2) ineficiente, (3) indiferente, (4) eficiente, (5) muy ineficiente
- La medida en que los atributos representan a la entidad fueron valorados con la siguiente escala: 1) nada, (2) poco, (3) mucho y no sabe/no responde



### Número de encuestas realizadas:

- 668 encuestados nivel nacional.



## Percepción

- **87%** de las sociedades perciben como eficiente o muy eficiente a la SuperSociedades
- **Solo el 2%** le perciben como ineficiente
- Los atributos con los que más se identifica a la SuperSociedades son: “genera confianza” y “ofrece un buen servicio”

**668** Inspeccionadas  
encuestadas

**461** Inspeccionadas  
accedieron a servicios en los últimos 2

**207** Inspeccionadas  
NO accedieron a servicios en los últimos 2 años

- **Percepción general sobre la eficiencia de la Superintendencia de Sociedades**

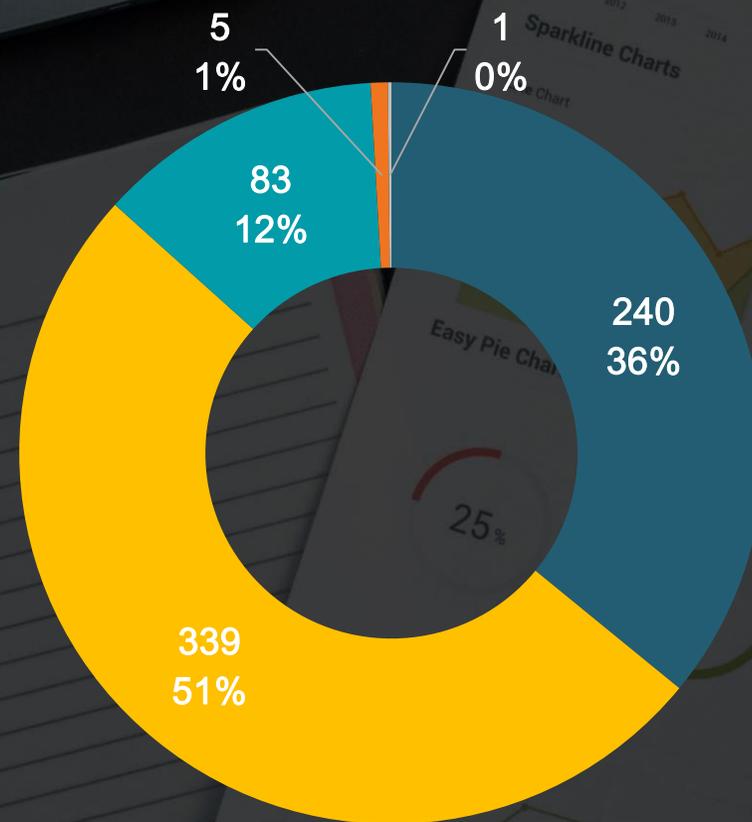
■ Muy eficiente

■ Eficiente

■ Aceptable

■ Ineficiente

■ Muy ineficiente





## Percepción

- **87%** de las sociedades perciben como eficiente o muy eficiente a la SuperSociedades
- **Solo el 2%** le perciben como ineficiente
- Los atributos con los que más se identifica a la SuperSociedades son: “genera confianza” y “ofrece un buen servicio”

**668** Inspeccionadas  
encuestadas

**461** Inspeccionadas  
accedieron a servicios en los últimos 2

**207** Inspeccionadas  
NO accedieron a servicios en los últimos 2 años

## Atributos con los que identifican a la SuperSociedades

Genera confianza

**81%**

Ofrece buen servicio

**80%**

Buena reputación

**79%**

Servicios de calidad

**78%**

Amabilidad funcionarios

**76%**

Conocimiento técnico

**74%**

Entidad transparente

**73%**

Cobertura nacional

**73%**

Buena tecnología

**72%**

Servicios y soluciones rápidas

**72%**

Garantes de derechos de usuarios

**64%**

Servicios eficaces

**63%**

Entidad innovadora

**62%**

Actuaciones justas y equitativas

**57%**



### Aspectos incluidos:

- Nivel de importancia de los siguientes atributos respecto a lo que la sociedad espera encontrar en la Superintendencia de Sociedades: que posea tecnología y herramientas actualizadas, que ofrezca calidad en sus servicios, que sea innovadora y pionera, que tenga procesos simples y transparentes, que tenga buen servicio y asesoría, que tenga buena reputación, que tenga procesos confiables, que sea garante de derechos y que tenga una imagen moderna.
- Periodicidad con la que espera recibir información de la Superintendencia de Sociedades por los siguientes canales: correo electrónico, página web, mensajes de texto, conferencias virtuales, redes sociales y medios masivos (prensa, radio, tv)



Expectativa

### Opciones susceptibles de ser seleccionadas:

- El nivel de importancia de los atributos que las sociedades esperan encontrar fue medido con la siguiente escala: (1) nada importante, (2) poco importante, (3) indiferente, (4) importante, (5) muy importante
- La periodicidad con la que se espera recibir información en los canales seleccionados : diario, semanal, mensual, trimestral, semestral, anual, y no sabe/no responde



### Número de encuestas realizadas:

- 668 encuestados nivel nacional.



## Expectativa

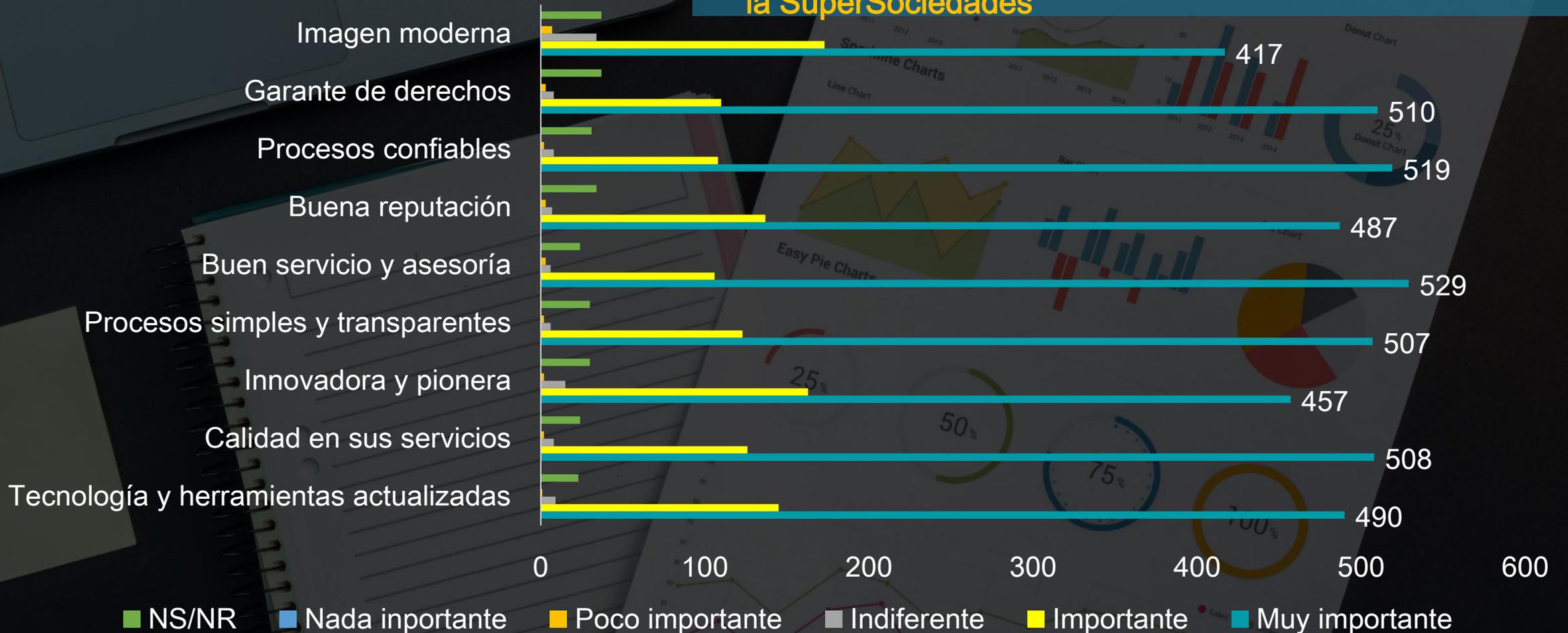
- Las sociedades consideran como **“Muy Importante”** que la SuperSociedades cumpla con todos los atributos consultados.
- Los atributos con mayor importancia atribuida por los encuestados son: “buen servicio y asesoría” y “procesos confiables”

**668** Inspeccionadas  
encuestadas

**461** Inspeccionadas  
accedieron a servicios en los últimos 2

**207** Inspeccionadas  
NO accedieron a servicios en los últimos 2 años

## Nivel de importancia de los atributos que esperan encontrar en la SuperSociedades





## Expectativa

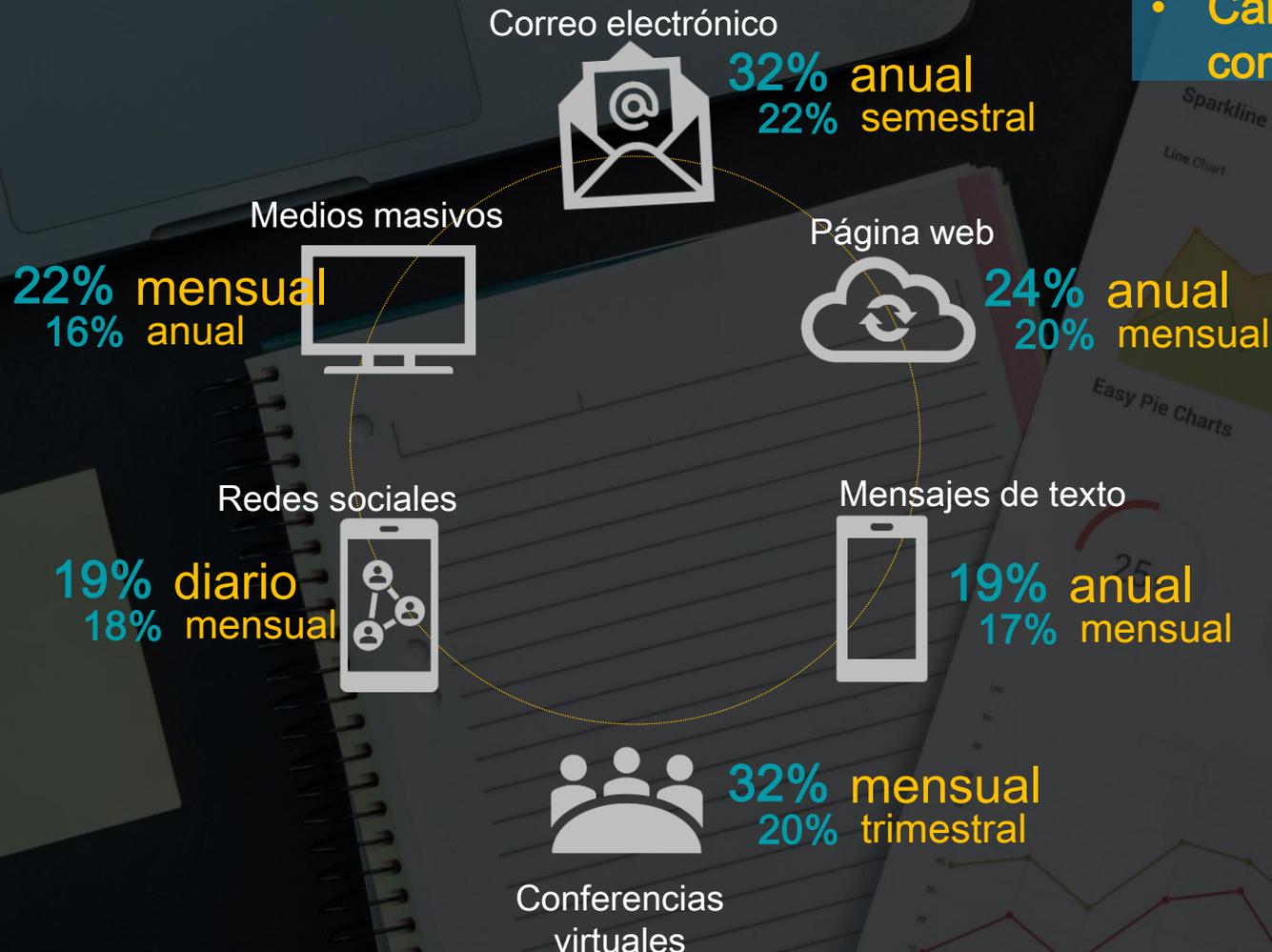
- Las sociedades consideran como **“Muy Importante”** que la SuperSociedades cumpla con todos los atributos consultados.
- Los atributos con mayor importancia atribuida por los encuestados son: “buen servicio y asesoría” y “procesos confiables”

**668** Inspeccionadas  
encuestadas

**461** Inspeccionadas  
accedieron a servicios en los últimos 2

**207** Inspeccionadas  
NO accedieron a servicios en los últimos 2 años

- **Canales y periodicidad con la que se espera ser contactado por parte de la SuperSociedades**



- Se han tenido en cuenta para la gráfica los dos canales con el porcentaje más alto de preferencia en lo que se refiere a la periodicidad con la que le gustaría ser contactado por parte de la Superintendencia de Sociedades.



SUPERINTENDENCIA  
DE SOCIEDADES

# Informe de resultados

Encuesta sobre la percepción, satisfacción y expectativas de los grupos de interés de la Superintendencia de Sociedades

## • SOCIEDADES VIGILADAS



### Grupo de interés:

- Sociedades vigiladas



### Aspectos incluidos:

- Perfil de los representantes legales
- Calidad de los servicios
- Satisfacción con los trámites
  - Impacto en la gestión
- Percepción sobre la entidad
- Expectativas sobre la gestión



### Medio de encuesta:

- Formulario web dispuesto en la página [www.supersociedades.gov.co](http://www.supersociedades.gov.co)
- Contacto a través de correo electrónico, llamadas telefónicas y comunicaciones escritas.



### Regionales incluidas:

- Barranquilla
- Cartagena
- Medellín
- Bucaramanga
- Manizales
  - Cali
  - Bogotá



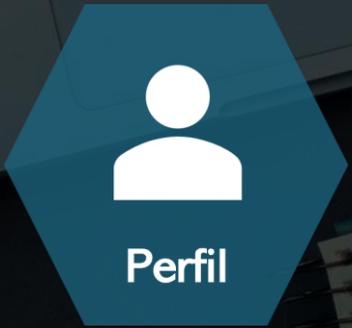
### Tamaño del universo:

- Base inicial: 11.594
  - Válidos: 8.130
- **Tamaño de la muestra con el 95% de confiabilidad y 4% de margen de error:**
  - 559



### Tamaño de la muestra con un 95% de nivel de confianza y 4% como margen de error:

- 567 sociedades para los aspectos sobre perfil, percepción y expectativas.
- 472 sociedades para los aspectos sobre servicios, trámites e impacto en la gestión.



**Aspectos incluidos:**

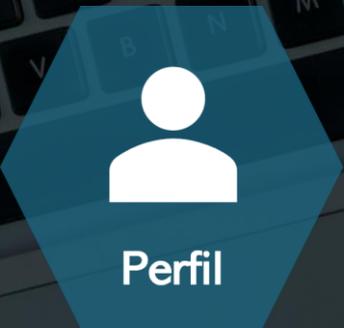
- Perfil de los representantes legales.
- Género con el que se identifica el representante legal principal.
- Rango de edad en el que se encuentra el representante legal principal.
  - Nivel máximo de formación del representante principal.

**Opciones susceptibles de ser seleccionadas:**

- Género con el que se identifica el representante legal principal: hombre, mujer, otro, prefiero no decirlo
- Rango de edad en el que se encuentra el representante legal principal: 18 a 27 años, 28 a 40 años, 41 a 59 años, 60 o más años, prefiero no decirlo.
- Nivel máximo de formación del representante legal principal: Secundaria o menos, universitario, especialización, maestría o doctorado, prefiero no decirlo.

**Número de encuestas realizadas**

- 567 encuestados nivel nacional.



### Perfil

- **Casi 8 de cada 10** representantes legales principales son hombres
- **Solo un poco más del 50%** tienen estudios de **posgrado**.
- El **90%** tienen más de 40 años

# 567 Vigiladas encuestadas



18 – 27 años  
**0,2%**



### • Rango de Edad



28 – 40 años  
**7,4%**

41 – 59 años  
**59,3%**



Más de 60 años  
**31,4%**

**1,8%**  
No informa



**22%**  
Representantes legales mujeres



**77%**  
Representantes legales hombres

### • Genero con el que se identifica

**1%**  
No informa



**23,1%** Maestría o doctorado



**31,2%** Especialización



**30,7%** Universitario



**3,7%** Secundaria o menos

**11,3%** No responden

### • Máximo nivel educativo



### Aspectos incluidos:

- Nivel de satisfacción con los canales de servicio de la Superintendencia de Sociedades
- Sede en la que se hace uso más habitual de los servicios de la entidad.
  - Satisfacción con el servicio de la página web
    - Satisfacción con el chat
  - Satisfacción con la atención telefónica
  - Satisfacción con la atención presencial.
  - Satisfacción con las comunicaciones escritas.
  - Satisfacción con la atención por correo electrónico.



### Opciones susceptibles de ser seleccionadas:

- Sede más habitual: Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Manizales, Bucaramanga, No sabe/No responde
- La satisfacción frente a los servicios provistos a través de los diferentes canales se mide con la siguiente escala: (1) malo, (2) regular, (3) aceptable, (4) bueno, (5) excelente y no sabe/no responde.
- Los atributos calificados para cada uno de los canales con la escala anterior fueron: agilidad, confiabilidad, solución de fondo, amabilidad y disponibilidad. A excepción de la página web en la que el atributo de amabilidad fue reemplazado por el atributo diseño.



### Número de encuestas realizadas

- 472 sociedades de las 567 de la muestra. Esta sección de la encuesta solo aplica para aquellas sociedades que contestaron haber tenido contacto con la entidad durante los últimos dos años previos al diligenciamiento de la encuesta.



Servicio

- **83%** de las sociedades tuvieron contacto con la Superintendencia en los **últimos 2 años en cualquiera de sus canales**.
- Los **canales con mejor** calificación son pagina web, atención escrita y correo electrónico
- Los **atributos mejor calificados** son confiabilidad y amabilidad

**567** Vigiladas encuestadas

**472** Vigiladas accedieron a servicios en los últimos 2 años

**207** Vigiladas NO accedieron a servicios en los últimos 2 años

Evaluación de atributos de los canales



Página Web		Chat		Atención telefónica	
Agilidad	4,2	Agilidad	4,0	Agilidad	4,2
Confiabilidad	4,4	Confiabilidad	4,1	Confiabilidad	4,3
Solución de fondo	4,2	Solución de fondo	4,0	Solución de fondo	4,2
Diseño	4,2	Amabilidad	4,2	Amabilidad	4,4
Disponibilidad	4,2	Disponibilidad	4,0	Disponibilidad	4,2
Promedio	4,2	Promedio	4,0	Promedio	4,3



Servicio

- **83%** de las sociedades tuvieron contacto con la Superintendencia en los **últimos 2 años en cualquiera de sus canales**.
- Los **canales con mejor** calificación son pagina web, atención escrita y correo electrónico
- Los **atributos mejor calificados** son confiabilidad y amabilidad

**567** Vigiladas encuestadas

**472** Vigiladas accedieron a servicios en los últimos 2 años

**207** Vigiladas NO accedieron a servicios en los últimos 2 años

Evaluación de atributos de los canales



Atención presencial		Atención escrita		Correo electrónico	
Agilidad	4,2	Agilidad	4,2	Agilidad	4,2
Confiabilidad	4,3	Confiabilidad	4,3	Confiabilidad	4,3
Solución de fondo	4,2	Solución de fondo	4,2	Solución de fondo	4,3
Amabilidad	4,3	Amabilidad	4,3	Amabilidad	4,3
Disponibilidad	4,2	Disponibilidad	4,3	Disponibilidad	4,3
Promedio	4,0	Promedio	4,3	Promedio	4,3



## Trámites



### Aspectos incluidos:

- Trámites (máximo 3) a los que accedió la sociedad durante los últimos dos años previos a la encuesta
- Información previa sobre el término de respuesta o resolución del trámite
  - Tiempo de atención del trámite
  - Facilidad para su desarrollo
  - Solución completa y de fondo
- Amabilidad de los servidores públicos involucrados
- Conocimiento de los servidores públicos involucrados

### Opciones susceptibles de ser seleccionadas:

- Trámites a los que accedió la sociedad: del portafolio de trámites de la Superintendencia de Sociedades fueron seleccionados los veinte(20) más recurrentes. El encuestado podía seleccionar y evaluar la experiencia vivida hasta con máximo tres(3) trámites.
- Los atributos de tiempo, facilidad, solución de fondo, amabilidad y conocimiento se evaluó con la siguiente escala: (1) muy insatisfecho, (2) insatisfecho, (3) indiferente, (4) satisfecho, (5) muy satisfecho y no sabe/no responde.
- En las gráficas se muestran los dos trámites seleccionados como los más recurrentes en el grupo de interés.

### Número de encuestas realizadas

- 472 sociedades de las 567 de la muestra. Esta sección de la encuesta solo aplica para aquellas sociedades que contestaron haber tenido contacto con la entidad durante los últimos dos años previos al diligenciamiento de la encuesta.



## Trámites

- **76% de los trámites** se concentran en envío de información financiera. El **segundo trámite** esta por **debajo del 4%**.
- El promedio de **calificación de los trámites** están por encima de **4** sobre 5
- La **información sobre el tiempo** para la solicitud de **admisión a procesos de reorganización** es el único ítem calificado por **debajo de 4** puntos.
- En las gráficas se muestran los dos trámites seleccionados como los más recurrentes en el grupo de interés

**567** Vigiladas encuestadas

**472** Vigiladas accedieron a servicios en los últimos 2 años

**207** Vigiladas NO accedieron a servicios en los últimos 2 años

## Evaluación de atributos de los trámites





Impacto



### Aspectos incluidos:

- Impacto de la Superintendencia de Sociedades al interior de la sociedad
  - Impacto general en la sociedad
    - Impacto administrativo
    - Impacto contable
    - Impacto económico
    - Impacto jurídico

### Opciones susceptibles de ser seleccionadas:

- Impacto general: (1) muy negativo, (2) negativo, (3) indiferente, (4) positivo, (5) muy positivo
- El impacto a nivel administrativo, contable, económico y jurídico fue valorado con la siguiente escala: 1) muy negativamente, (2) negativamente, (3) indiferente, (4) positivamente, (5) muy positivamente

### Numero de encuestas realizadas:

- 472 sociedades de las 567 de la muestra. Esta sección de la encuesta solo aplica para aquellas sociedades que contestaron haber tenido contacto con la entidad durante los últimos dos años previos al diligenciamiento de la encuesta.



Impacto

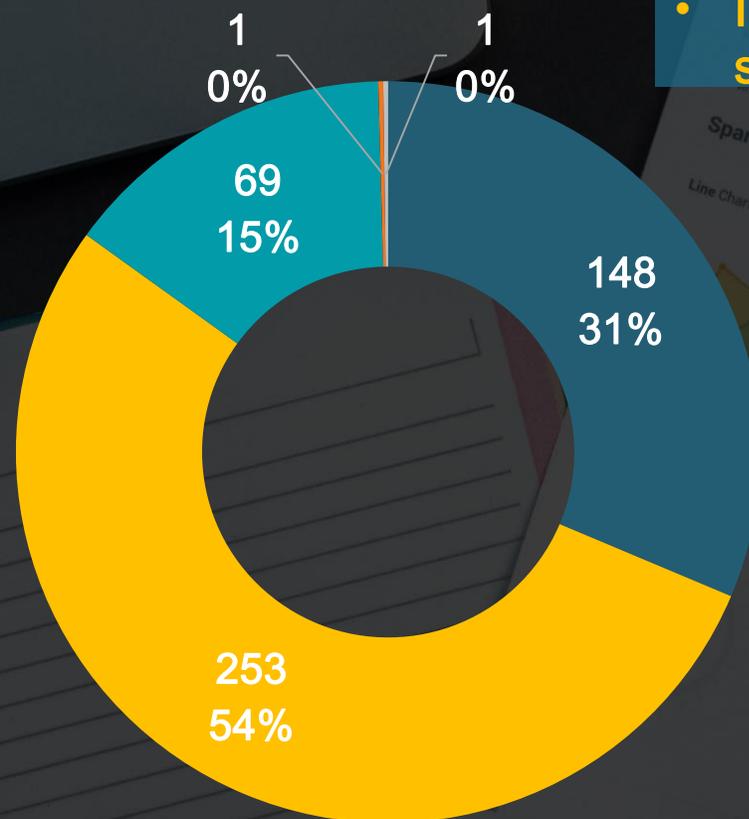
- **85% de encuestados** evalúan como positivo el impacto de la SuperSociedades.
- En **todos los aspectos** preguntados el **impacto** de la Superintendencia mayormente fue catalogado como **positivo o muy positivo**.
- Para un **15% es indiferente** el impacto en la gestión de la sociedad

**567** Vigiladas encuestadas

**472** Vigiladas accedieron a servicios en los últimos 2 años

**207** Vigiladas NO accedieron a servicios en los últimos 2 años

- **Impacto general de la SuperSociedades al interior de la sociedad**



■ Muy positivo ■ Positivo ■ Indiferente ■ Negativo ■ Muy negativo



Impacto

- **85% de encuestados** evalúan como positivo el impacto de la SuperSociedades.
- En **todos los aspectos** preguntados el **impacto** de la Superintendencia mayormente fue catalogado como **positivo o muy positivo**.
- Para un **15% es indiferente** el impacto en la gestión de la sociedad

**567** Vigiladas encuestadas

**472** Vigiladas accedieron a servicios en los últimos 2 años

**207** Vigiladas NO accedieron a servicios en los últimos 2 años

- **Impacto de la SuperSociedades sobre diferentes aspectos al interior de la sociedad**



### Administrativo



### Contable



### Económico



### Jurídico

Muy positivo

131 – 28%

142 – 30%

117 – 25%

118 – 25%

Positivo

211 – 45%

226 – 48%

199 – 42%

209 – 44%

Indiferente

76 – 16%

65 – 14%

83 – 18%

76 – 16%

Negativo

5 – 1%

3 – 1%

7 – 1%

3 – 1%

Muy negativo

2 – 0%

2 – 0%

2 – 0%

1 – 0%

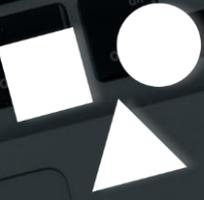
Sin respuesta

47 – 10%

34 – 7%

64 – 14%

65 – 14%



### Aspectos incluidos:

- Percepción respecto a si se considera a la Superintendencia de Sociedades como una entidad eficiente.
  - Medida en la que los siguientes atributos representan a la Superintendencia de Sociedades: actuaciones equitativas y justas, servicios y soluciones rápidas, garantes de derechos de los usuarios, servicios eficaces con resultados tangibles, posee buena tecnología, servicios con calidad, entidad innovadora, buena reputación, buen servicio, entidad transparente, amabilidad de sus funcionarios, conocimiento técnico de sus funcionarios, presencia y cobertura a nivel nacional y generación de confianza.



### Opciones susceptibles de ser seleccionadas:

- Percepción como entidad eficiente: (1) muy ineficiente, (2) ineficiente, (3) indiferente, (4) eficiente, (5) muy ineficiente
- La medida en que los atributos representan a la entidad fueron valorados con la siguiente escala: 1) nada, (2) poco, (3) mucho y no sabe/no responde



### Número de encuestas realizadas

- 567 encuestados nivel nacional.



Percepción



## Percepción

- **87%** de las sociedades perciben como eficiente o muy eficiente a la SuperSociedades
- **Solo el 2%** le perciben como ineficiente
- Los atributos con los que más se identifica a la SuperSociedades son: “genera confianza” y “ofrece un buen servicio”

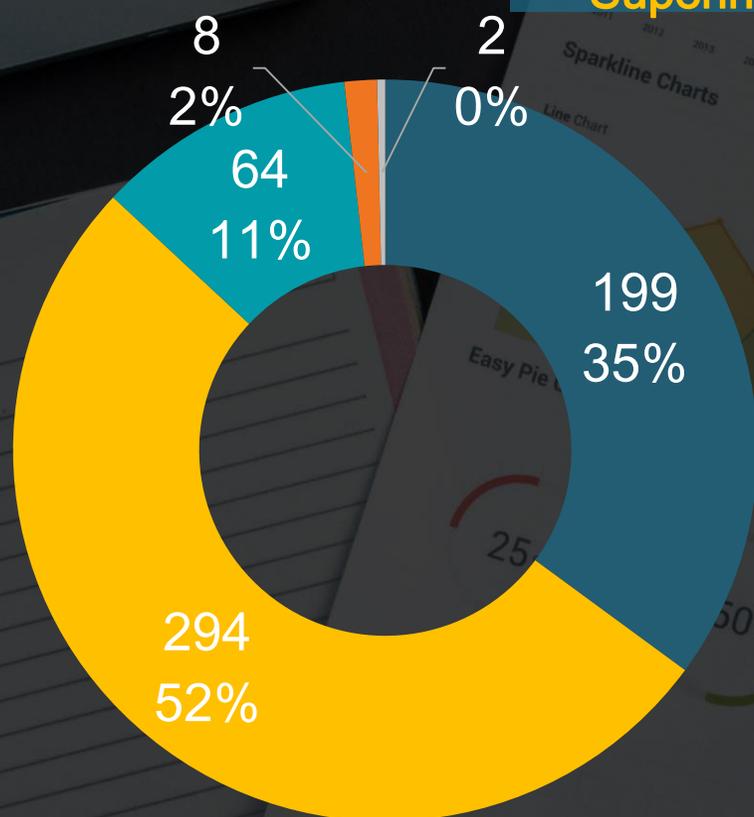
**567** Vigiladas encuestadas

**472** Vigiladas accedieron a servicios en los últimos 2 años

**207** Vigiladas NO accedieron a servicios en los últimos 2 años

- **Percepción general sobre la eficiencia de la Superintendencia de Sociedades**

- Muy eficiente
- Eficiente
- Aceptable
- Ineficiente
- Muy ineficiente





## Percepción

- **87%** de las sociedades perciben como eficiente o muy eficiente a la SuperSociedades
- **Solo el 2%** le perciben como ineficiente
- Los atributos con los que más se identifica a la SuperSociedades son: “genera confianza” y “ofrece un buen servicio”

**567** Vigiladas encuestadas

**472** Vigiladas accedieron a servicios en los últimos 2

**207** Vigiladas NO accedieron a servicios en los últimos 2 años

## Atributos con los que identifican a la SuperSociedades

Genera confianza

**87%**

Ofrece buen servicio

**85%**

Amabilidad funcionarios

**84%**

Buena reputación

**84%**

Servicios de calidad

**83%**

Conocimiento o técnico

**82%**

Entidad transparente

**79%**

Cobertura nacional

**79%**

Servicios y soluciones rápidas

**76%**

Buena tecnología

**73%**

Servicios eficaces

**69%**

Garantes de derechos de usuarios

**69%**

Entidad innovadora

**63%**

Actuaciones justas y equitativas

**62%**

### Aspectos incluidos:

- Nivel de importancia de los siguientes atributos respecto a lo que la sociedad espera encontrar en la Superintendencia de Sociedades: que posea tecnología y herramientas actualizadas, que ofrezca calidad en sus servicios, que sea innovadora y pionera, que tenga procesos simples y transparentes, que tenga buen servicio y asesoría, que tenga buena reputación, que tenga procesos confiables, que sea garante de derechos y que tenga una imagen moderna.
- Periodicidad con la que espera recibir información de la Superintendencia de Sociedades por los siguientes canales: correo electrónico, página web, mensajes de texto, conferencias virtuales, redes sociales y medios masivos (prensa, radio, tv)



Expectativa



### Opciones susceptibles de ser seleccionadas:

- El nivel de importancia de los atributos que las sociedades esperan encontrar fue medido con la siguiente escala: (1) nada importante, (2) poco importante, (3) indiferente, (4) importante, (5) muy importante
- La periodicidad con la que se espera recibir información en los canales seleccionados : diario, semanal, mensual, trimestral, semestral, anual, y no sabe/no responde



### Número de encuestas realizadas

- 567 encuestados nivel nacional.



## Expectativa

- Las sociedades consideran como **"Muy Importante"** que la SuperSociedades cumpla con todos los atributos consultados.
- Los atributos con mayor importancia atribuida por los encuestados son: "buen servicio y asesoría" y "procesos confiables"

**567** Vigiladas encuestadas

**472** Vigiladas accedieron a servicios en los últimos 2 años

**207** Vigiladas NO accedieron a servicios en los últimos 2 años

- Nivel de importancia de los atributos que esperan encontrar en la SuperSociedades





## Expectativa

- Las sociedades consideran como **“Muy Importante”** que la SuperSociedades cumpla con todos los atributos consultados.
- Los atributos con mayor importancia atribuida por los encuestados son: “buen servicio y asesoría” y “procesos confiables”

**567** Vigiladas encuestadas

**472** Vigiladas accedieron a servicios en los últimos 2 años

**207** Vigiladas NO accedieron a servicios en los últimos 2 años

- **Canales y periodicidad con la que se espera ser contactado por parte de la SuperSociedades**

Correo electrónico



**29%** anual  
**22%** Semestral - mensual

Medios masivos



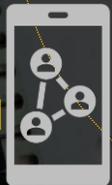
**22%** mensual  
**16%** anual

Página web



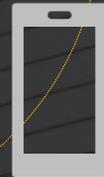
**20%** anual  
**18%** mensual

Redes sociales



**21%** diario  
**17%** mensual

Mensajes de texto



**33%** No sabe  
**17%** anual



Conferencias virtuales

**30%** mensual  
**22%** trimestral

- Se han tenido en cuenta para la gráfica los dos canales con el porcentaje más alto de preferencia en lo que se refiere a la periodicidad con la que le gustaría ser contactado por parte de la Superintendencia de Sociedades.



SUPERINTENDENCIA  
DE SOCIEDADES

# Informe de resultados

Encuesta sobre la percepción, satisfacción y expectativas de los grupos de interés de la Superintendencia de Sociedades

## • SOCIEDADES CONTROLADAS



### Grupo de interés:

- Sociedades controladas



### Aspectos incluidos:

- Perfil de los representantes legales
- Calidad de los servicios
- Satisfacción con los trámites
  - Impacto en la gestión
- Percepción sobre la entidad
- Expectativas sobre la gestión



### Medio de encuesta:

- Formulario web dispuesto en la página [www.supersociedades.gov.co](http://www.supersociedades.gov.co)
- Contacto a través de correo electrónico, llamadas telefónicas y comunicaciones escritas.



### Regionales incluidas:

- Para este grupo de interés no fue considerada la estratificación por regional.



### Tamaño del universo:

- Base inicial: 30
- Válidos: 26
- **Tamaño de la muestra con el 95% de confiabilidad y 4% de margen de error:**
  - 26



### Tamaño de la muestra con un 95% de nivel de confianza y 4% como margen de error:

- 18 sociedades para los aspectos sobre perfil, percepción y expectativas.
- 5 sociedades para los aspectos sobre servicios, trámites e impacto en la gestión.



Perfil



### Aspectos incluidos:

- Perfil de los representantes legales.
- Género con el que se identifica el representante legal principal.
- Rango de edad en el que se encuentra el representante legal principal.
  - Nivel máximo de formación del representante principal.

### Opciones susceptibles de ser seleccionadas:

- Género con el que se identifica el representante legal principal: hombre, mujer, otro, prefiero no decirlo
- Rango de edad en el que se encuentra el representante legal principal: 18 a 27 años, 28 a 40 años, 41 a 59 años, 60 o más años, prefiero no decirlo.
- Nivel máximo de formación del representante legal principal: Secundaria o menos, universitario, especialización, maestría o doctorado, prefiero no decirlo.

### Número de encuestas realizadas

- 18 encuestados nivel nacional.

# 18 Controladas encuestadas



## Perfil

- Más de la mitad de representantes legales principales son mujeres
- 89% tienen estudios de posgrado.
- El 65% tienen más de 40 años



18 – 27 años  
0%



28 – 40 años  
25%

41 – 59 años  
45%



Más de 60 años  
20%

10%  
No informa



56%  
Representantes legales mujeres



44%  
Representantes legales hombres

- Genero con el que se identifica



0%  
Maestría o doctorado

50%  
Especialización

39%  
Universitario

0%  
Secundaria o menos

11%  
No responden

- Máximo nivel educativo

### Aspectos incluidos:

- Nivel de satisfacción con los canales de servicio de la Superintendencia de Sociedades
- Sede en la que se hace uso más habitual de los servicios de la entidad.
  - Satisfacción con el servicio de la página web
    - Satisfacción con el chat
  - Satisfacción con la atención telefónica
  - Satisfacción con la atención presencial.
  - Satisfacción con las comunicaciones escritas.
  - Satisfacción con la atención por correo electrónico.



Servicio



### Opciones susceptibles de ser seleccionadas:

- Sede más habitual: Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Manizales, Bucaramanga, No sabe/No responde
- La satisfacción frente a los servicios provistos a través de los diferentes canales se mide con la siguiente escala: (1) malo, (2) regular, (3) aceptable, (4) bueno, (5) excelente y no sabe/no responde.
- Los atributos calificados para cada uno de los canales con la escala anterior fueron: agilidad, confiabilidad, solución de fondo, amabilidad y disponibilidad. A excepción de la página web en la que el atributo de amabilidad fue reemplazado por el atributo diseño.

### Número de encuestas realizadas:

- 5 sociedades de las 18 de la muestra. Esta sección de la encuesta solo aplica para aquellas sociedades que contestaron haber tenido contacto con la entidad durante los últimos dos años previos al diligenciamiento de la encuesta.





Servicio

- Solo **27%** de las sociedades aseguraron haber tenido contacto con la Superintendencia en los **últimos 2 años en cualquiera de sus canales.**
- Los **canales con mejor** calificación son chat, atención telefónica y atención presencial
- Los **atributos mejor calificados** son confiabilidad y amabilidad

**18** controladas encuestadas

**5** Controladas accedieron a servicios en los últimos 2 años

**13** Controladas NO accedieron a servicios en los últimos 2 años

- Evaluación de atributos de los canales



Página Web		Chat		Atención telefónica	
Agilidad	4,8	Agilidad	5,0	Agilidad	5,0
Confiabilidad	5,0	Confiabilidad	5,0	Confiabilidad	5,0
Solución de fondo	4,8	Solución de fondo	5,0	Solución de fondo	5,0
Diseño	4,8	Amabilidad	5,0	Amabilidad	5,0
Disponibilidad	4,4	Disponibilidad	5,0	Disponibilidad	5,0
Promedio	4,8	Promedio	5,0	Promedio	5,0



Servicio

- Solo **27%** de las sociedades aseguraron haber tenido contacto con la Superintendencia en los **últimos 2 años en cualquiera de sus canales.**
- Los **canales con mejor** calificación son chat, atención telefónica y atención presencial
- Los **atributos mejor calificados** son confiabilidad y amabilidad

**18** controladas encuestadas

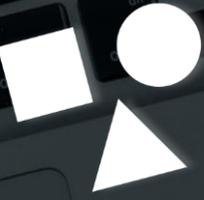
**5** Controladas accedieron a servicios en los últimos 2 años

**13** Controladas NO accedieron a servicios en los últimos 2 años

• Evaluación de atributos de los canales



Atención presencial		Atención escrita		Correo electrónico	
Agilidad	5,0	Agilidad	4,8	Agilidad	4,0
Confiabilidad	5,0	Confiabilidad	5,0	Confiabilidad	4,8
Solución de fondo	5,0	Solución de fondo	5,0	Solución de fondo	4,8
Amabilidad	5,0	Amabilidad	5,0	Amabilidad	4,8
Disponibilidad	5,0	Disponibilidad	5,0	Disponibilidad	4,2
Promedio	<b>5,0</b>	Promedio	<b>4,9</b>	Promedio	<b>4,5</b>



### Aspectos incluidos:

- Trámites (máximo 3) a los que accedió la sociedad durante los últimos dos años previos a la encuesta
- Información previa sobre el término de respuesta o resolución del trámite
  - Tiempo de atención del trámite
  - Facilidad para su desarrollo
  - Solución completa y de fondo
- Amabilidad de los servidores públicos involucrados
- Conocimiento de los servidores públicos involucrados



Trámites



### Opciones susceptibles de ser seleccionadas:

- Trámites a los que accedió la sociedad: del portafolio de trámites de la Superintendencia de Sociedades fueron seleccionados los veinte(20) más recurrentes. El encuestado podía seleccionar y evaluar la experiencia vivida hasta con máximo tres(3) trámites.
- Los atributos de tiempo, facilidad, solución de fondo, amabilidad y conocimiento se evaluó con la siguiente escala: (1) muy insatisfecho, (2) insatisfecho, (3) indiferente, (4) satisfecho, (5) muy satisfecho y no sabe/no responde.
- En las gráficas se muestran los dos trámites seleccionados como los más recurrentes en el grupo de interés.



### Número de encuestas realizadas:

- 5 sociedades de las 18 de la muestra. Esta sección de la encuesta solo aplica para aquellas sociedades que contestaron haber tenido contacto con la entidad durante los últimos dos años previos al diligenciamiento de la encuesta.



## Trámites

- **100% de los trámites** seleccionados se concentraron en la opción otros. El promedio de **calificación de los trámites** están por encima de 4 sobre 5
- La **facilidad del trámite** es el atributo con menor calificación.

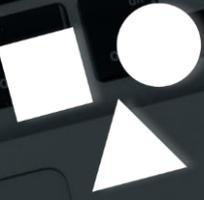
**18** controladas  
**encuestadas**

**5** Controladas  
accedieron a servicios en los últimos 2 años

**13** Controladas  
NO accedieron a servicios en los últimos 2 años

## Evaluación de atributos de los trámites





### Aspectos incluidos:

- Impacto de la Superintendencia de Sociedades al interior de la sociedad
  - Impacto general en la sociedad
    - Impacto administrativo
    - Impacto contable
    - Impacto económico
    - Impacto jurídico



### Opciones susceptibles de ser seleccionadas:

- Impacto general: (1) muy negativo, (2) negativo, (3) indiferente, (4) positivo, (5) muy positivo
- El impacto a nivel administrativo, contable, económico y jurídico fue valorado con la siguiente escala: 1) muy negativamente, (2) negativamente, (3) indiferente, (4) positivamente, (5) muy positivamente



### Número de encuestas realizadas

- 5 sociedades de las 18 de la muestra. Esta sección de la encuesta solo aplica para aquellas sociedades que contestaron haber tenido contacto con la entidad durante los últimos dos años previos al diligenciamiento de la encuesta.



Impacto

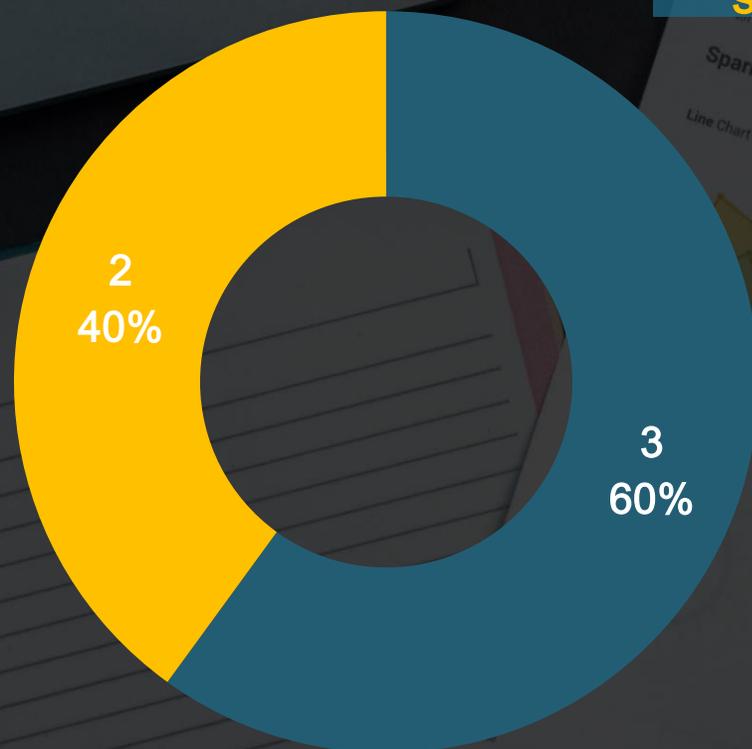
- **85% de encuestados** evalúan como positivo el impacto de la SuperSociedades.
- En **todos los aspectos** preguntados el **impacto** de la Superintendencia mayormente fue catalogado como **positivo o muy positivo**.
- Para un **15% es indiferente** el impacto en la gestión de la sociedad

**18** controladas  
**encuestadas**

**5** Controladas  
accedieron a servicios en los últimos 2

**13** Controladas  
NO accedieron a servicios en los últimos 2 años

- **Impacto general de la SuperSociedades al interior de la sociedad**



■ Muy positivo

■ Positivo



## Impacto

- **85% de encuestados** evalúan como positivo el impacto de la SuperSociedades.
- En **todos los aspectos** preguntados el **impacto** de la Superintendencia mayormente fue catalogado como **positivo o muy positivo**.
- Para un **15% es indiferente** el impacto en la gestión de la sociedad

**18** controladas encuestadas

**5** Controladas accedieron a servicios en los últimos 2 años

**13** Controladas NO accedieron a servicios en los últimos 2 años

## Impacto de la SuperSociedades sobre diferentes aspectos al interior de la sociedad



### Administrativo



### Contable



### Económico



### Jurídico

Muy positivo

2 – 40%

4 – 80%

3 – 60%

3 – 60%

Positivo

3 – 60%

1 – 20%

2 – 40%

2 – 40%

Indiferente

0 – 0%

0 – 0%

0 – 0%

0 – 0%

Negativo

0 – 0%

0 – 0%

0 – 0%

0 – 0%

Muy negativo

0 – 0%

0 – 0%

0 – 0%

0 – 0%

Sin respuesta

0 – 0%

0 – 0%

0 – 0%

0 – 0%

### Aspectos incluidos:

- Percepción respecto a si se considera a la Superintendencia de Sociedades como una entidad eficiente.
  - Medida en la que los siguientes atributos representan a la Superintendencia de Sociedades: actuaciones equitativas y justas, servicios y soluciones rápidas, garantes de derechos de los usuarios, servicios eficaces con resultados tangibles, posee buena tecnología, servicios con calidad, entidad innovadora, buena reputación, buen servicio, entidad transparente, amabilidad de sus funcionarios, conocimiento técnico de sus funcionarios, presencia y cobertura a nivel nacional y generación de confianza.

### Opciones susceptibles de ser seleccionadas:

- Percepción como entidad eficiente: (1) muy ineficiente, (2) ineficiente, (3) indiferente, (4) eficiente, (5) muy ineficiente
- La medida en que los atributos representan a la entidad fueron valorados con la siguiente escala: 1) nada, (2) poco, (3) mucho y no sabe/no responde

### Número de encuestas realizadas:

- 18 encuestados nivel nacional.



Percepción





## Percepción

- **87%** de las sociedades perciben como eficiente o muy eficiente a la SuperSociedades
- **Solo el 2%** le perciben como ineficiente
- Los atributos con los que más se identifica a la SuperSociedades son: “genera confianza” y “ofrece un buen servicio”

**18** controladas  
**encuestadas**

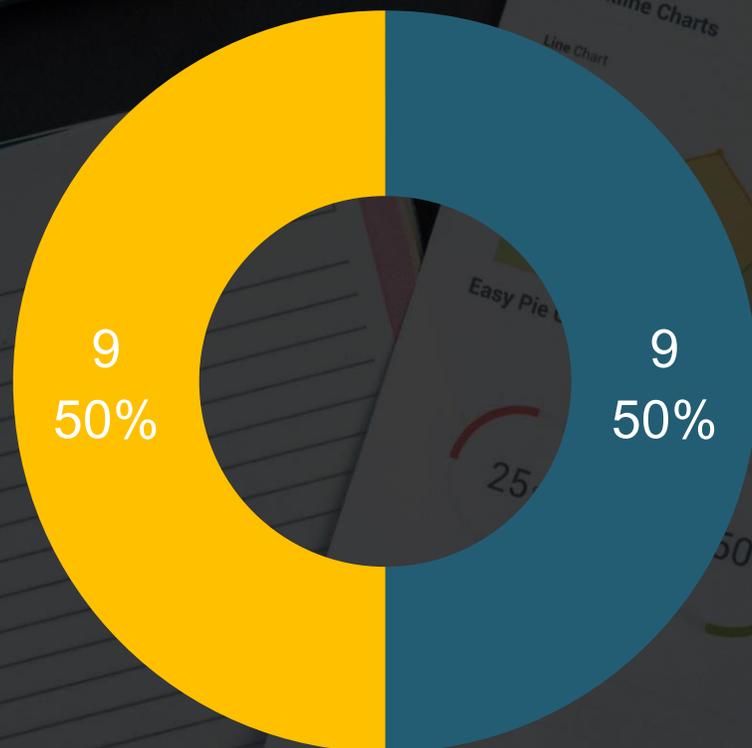
**5** Controladas  
accedieron a servicios en los últimos 2

**13** Controladas  
NO accedieron a servicios en los últimos 2 años

- **Percepción general sobre la eficiencia de la Superintendencia de Sociedades**

■ Muy eficiente

■ Eficiente





## Percepción

- **87%** de las sociedades perciben como eficiente o muy eficiente a la SuperSociedades
- **Solo el 2%** le perciben como ineficiente
- Los atributos con los que más se identifica a la SuperSociedades son: “genera confianza” y “ofrece un buen servicio”

**18** controladas encuestadas

**5** Controladas accedieron a servicios en los últimos 2 años

**13** Controladas NO accedieron a servicios en los últimos 2 años

## Atributos con los que identifican a la SuperSociedades

Genera confianza

**100%**

Ofrece buen servicio

**100%**

Amabilidad funcionarios

**94%**

Buena reputación

**94%**

Servicios de calidad

**94%**

Conocimiento o técnico

**94%**

Entidad innovadora

**89%**

Servicios y soluciones rápidas

**89%**

Buena tecnología

**83%**

Garantes de derechos de usuarios

**83%**

Entidad transparente

**83%**

Cobertura nacional

**83%**

Servicios eficaces

**78%**

Actuaciones justas y equitativas

**78%**



Expectativa



### Aspectos incluidos:

- Nivel de importancia de los siguientes atributos respecto a lo que la sociedad espera encontrar en la Superintendencia de Sociedades: que posea tecnología y herramientas actualizadas, que ofrezca calidad en sus servicios, que sea innovadora y pionera, que tenga procesos simples y transparentes, que tenga buen servicio y asesoría, que tenga buena reputación, que tenga procesos confiables, que sea garante de derechos y que tenga una imagen moderna.
- Periodicidad con la que espera recibir información de la Superintendencia de Sociedades por los siguientes canales: correo electrónico, página web, mensajes de texto, conferencias virtuales, redes sociales y medios masivos (prensa, radio, tv)

### Opciones susceptibles de ser seleccionadas:

- El nivel de importancia de los atributos que las sociedades esperan encontrar fue medido con la siguiente escala: (1) nada importante, (2) poco importante, (3) indiferente, (4) importante, (5) muy importante
- La periodicidad con la que se espera recibir información en los canales seleccionados : diario, semanal, mensual, trimestral, semestral, anual, y no sabe/no responde

### Número de encuestas realizadas

- 18 encuestados nivel nacional.



## Expectativa

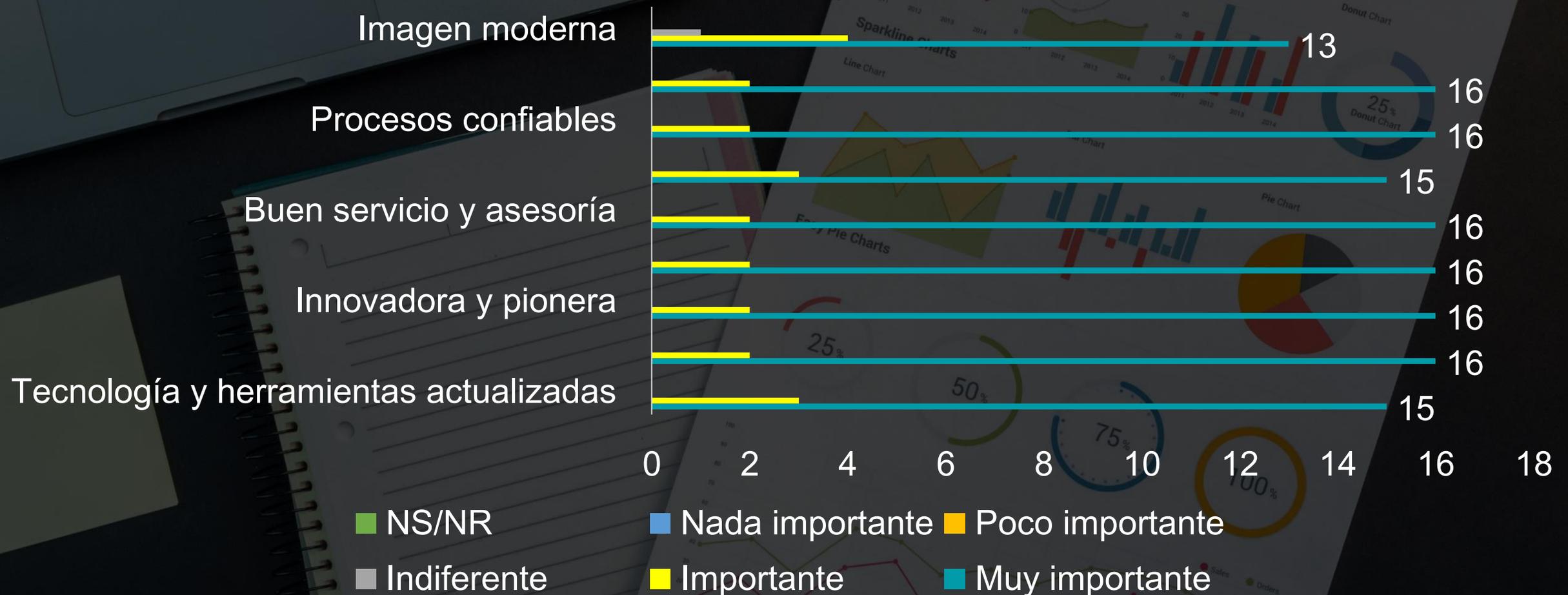
- Las sociedades consideran como **"Muy Importante"** que la SuperSociedades cumpla con todos los atributos consultados.
- El atributo con menor importancia atribuida por los encuestados es "imagen moderna"

**18** controladas encuestadas

**5** Controladas accedieron a servicios en los últimos 2 años

**13** Controladas NO accedieron a servicios en los últimos 2 años

## Nivel de importancia de los atributos que esperan encontrar en la SuperSociedades





## Expectativa

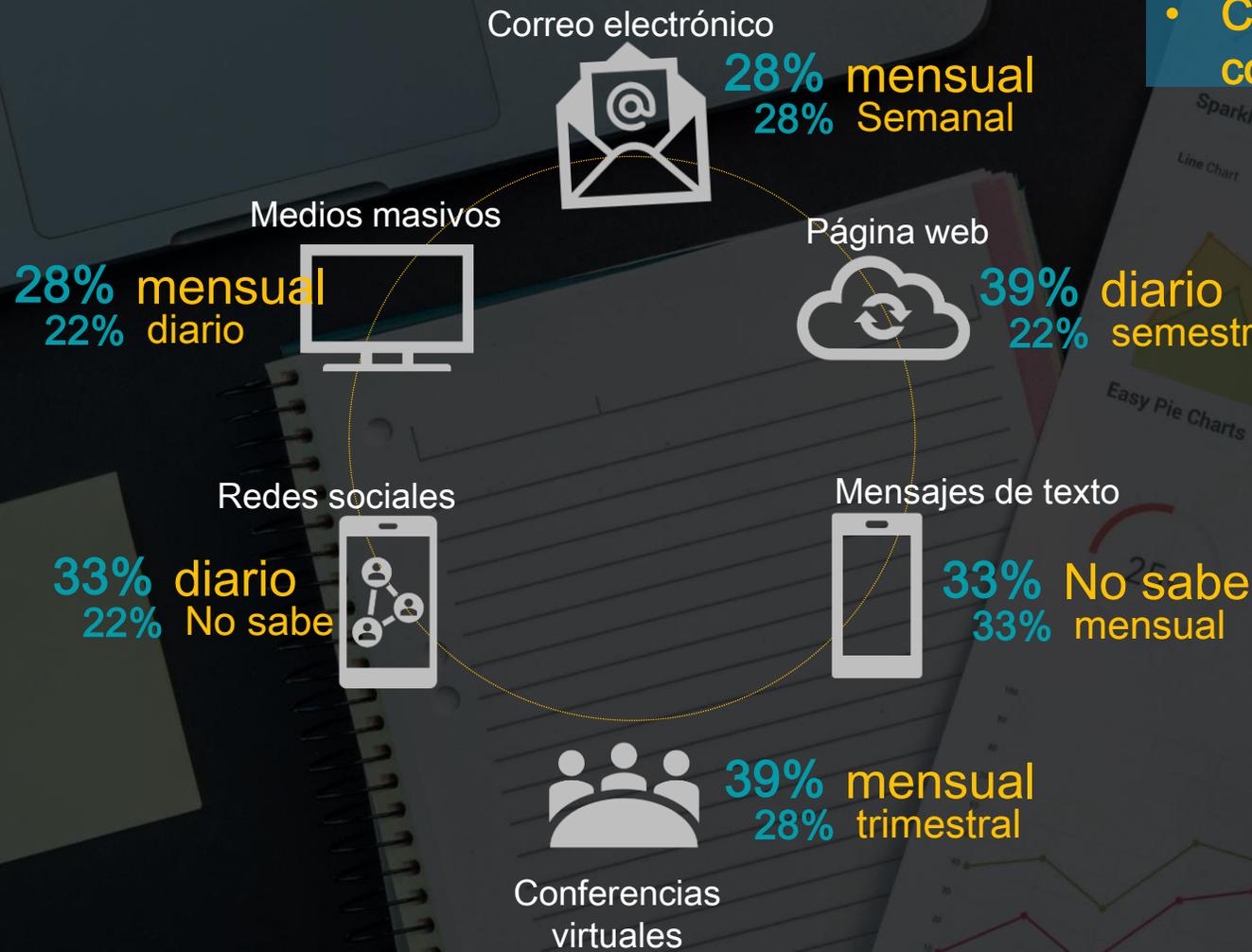
- Las sociedades consideran como **“Muy Importante”** que la SuperSociedades cumpla con todos los atributos consultados.
- El atributo con menor importancia atribuida por los encuestados es **“imagen moderna”**

**18** controladas encuestadas

**5** Controladas accedieron a servicios en los últimos 2 años

**13** Controladas NO accedieron a servicios en los últimos 2 años

## • Canales y periodicidad con la que se espera ser contactado por parte de la SuperSociedades



- Se han tenido en cuenta para la gráfica los dos canales con el porcentaje más alto de preferencia en lo que se refiere a la periodicidad con la que le gustaría ser contactado por parte de la Superintendencia de Sociedades.



SUPERINTENDENCIA  
DE SOCIEDADES

# Informe de resultados

Encuesta sobre la percepción, satisfacción y expectativas de los grupos de interés de la Superintendencia de Sociedades

## • CÁMARAS DE COMERCIO



### Grupo de interés:

- Cámaras de comercio



### Aspectos incluidos:

- Perfil de los representantes legales
- Calidad de los servicios
  - Impacto en la gestión
- Percepción sobre la entidad
- Expectativas sobre la gestión



### Medio de encuesta:

- Formulario web dispuesto en la página [www.supersociedades.gov.co](http://www.supersociedades.gov.co)
- Contacto a través de correo electrónico, llamadas telefónicas y comunicaciones escritas.



### Regionales incluidas:

- Para este grupo de interés no fue considerada la estratificación por regional.



### Tamaño del universo:

- Base inicial: 57
- Válidos: 57
- **Tamaño de la muestra con el 95% de confiabilidad y 4% de margen de error:**
  - 57



### Número de encuestas realizadas:

- 56 cámaras de comercio para los aspectos sobre perfil, percepción y expectativas, servicios e impacto en la gestión.



### Aspectos incluidos:

- Perfil de los representantes legales.
- Género con el que se identifica el representante legal principal.
- Rango de edad en el que se encuentra el representante legal principal.
  - Nivel máximo de formación del representante principal.

### Opciones susceptibles de ser seleccionadas:

- Género con el que se identifica el representante legal principal: hombre, mujer, otro, prefiero no decirlo
- Rango de edad en el que se encuentra el representante legal principal: 18 a 27 años, 28 a 40 años, 41 a 59 años, 60 o más años, prefiero no decirlo.
- Nivel máximo de formación del representante legal principal: Secundaria o menos, universitario, especialización, maestría o doctorado, prefiero no decirlo.

### Número de encuestas realizadas

- 56 encuestados nivel nacional.



Perfil

- **6 de cada 10** representantes legales principales son hombres
- **Más del 78%** de los representantes tienen formación posgradual.
- El **79%** tienen más de 40 años

**56** Cámaras de encuestadas comercio



18 – 27 años  
**0%**



28 – 40 años  
**18%**

41 – 59 años  
**59%**



Más de 60 años  
**20%**

**3,6%**  
No informa



**37,5%**  
Representantes legales mujeres



**62,5%**  
Representantes legales hombres



**41,1%** Maestría o doctorado



**37,5%** Especialización



**19,6%** Universitario



**0%** Secundaria o menos

**1,8%** No responden

• **Genero con el que se identifica**

• **Máximo nivel educativo**



### Aspectos incluidos:

- Nivel de satisfacción con los canales de servicio de la Superintendencia de Sociedades
- Sede en la que se hace uso más habitual de los servicios de la entidad.
  - Satisfacción con el servicio de la página web
    - Satisfacción con el chat
  - Satisfacción con la atención telefónica
  - Satisfacción con la atención presencial.
  - Satisfacción con las comunicaciones escritas.
  - Satisfacción con la atención por correo electrónico.



### Opciones susceptibles de ser seleccionadas:

- La satisfacción frente a los servicios provistos a través de los diferentes canales se mide con la siguiente escala: (1) malo, (2) regular, (3) aceptable, (4) bueno, (5) excelente y no sabe/no responde.
- Los atributos calificados para cada uno de los canales con la escala anterior fueron: agilidad, confiabilidad, solución de fondo, amabilidad y disponibilidad. A excepción de la pagina web en la que el atributo de amabilidad fue reemplazado por al atributo diseño.



### Número de encuestas realizadas:

- 56 cámaras de las 56 de la muestra. Esta sección de la encuesta solo aplica para aquellas sociedades que contestaron haber tenido contacto con la entidad durante los últimos dos años previos al diligenciamiento de la encuesta.



**Servicio**



Servicio

- **100%** de las Cámaras tuvieron contacto con la Superintendencia en los últimos 2 años en cualquiera de sus canales.
- Los **canales con mejor** calificación son pagina web, atención escrita y correo electrónico
- Los **atributos mejor calificados** son confiabilidad y amabilidad

**56** Cámaras de encuestadas Comercio

**56** Cámaras de Comercio accedieron a servicios en los últimos 2 años

• Evaluación de atributos de los canales

**4,3** Satisfacción general con la gestión de la Supersociedades



Página Web		Chat		Atención telefónica	
Agilidad	4,3	Agilidad	4,3	Agilidad	4,3
Confiabilidad	4,5	Confiabilidad	4,5	Confiabilidad	4,5
Solución de fondo	4,2	Solución de fondo	4,4	Solución de fondo	4,3
Diseño	4,5	Amabilidad	4,4	Amabilidad	4,5
Disponibilidad	4,3	Disponibilidad	4,3	Disponibilidad	4,4
<b>Promedio</b>	<b>4,4</b>	<b>Promedio</b>	<b>4,4</b>	<b>Promedio</b>	<b>4,4</b>



Servicio

- **100%** de las Cámaras tuvieron contacto con la Superintendencia en los últimos 2 años en cualquiera de sus canales.
- Los **canales con mejor** calificación son pagina web, atención escrita y correo electrónico
- Los **atributos mejor calificados** son confiabilidad y amabilidad

**56** Cámaras de encuestadas Comercio

**56** Cámaras de Comercio accedieron a servicios en los últimos 2 años

• Evaluación de atributos de los canales

**4,3** Satisfacción general con la gestión de la Supersociedades



Atención presencial		Atención escrita		Correo electrónico	
Agilidad	4,3	Agilidad	4,3	Agilidad	4,0
Confiabilidad	4,4	Confiabilidad	4,5	Confiabilidad	4,4
Solución de fondo	4,3	Solución de fondo	4,4	Solución de fondo	4,3
Amabilidad	4,4	Amabilidad	4,5	Amabilidad	4,4
Disponibilidad	4,4	Disponibilidad	4,4	Disponibilidad	4,3
<b>Promedio</b>	<b>4,4</b>	<b>Promedio</b>	<b>4,4</b>	<b>Promedio</b>	<b>4,3</b>



### Aspectos incluidos:

- Impacto de la Superintendencia de Sociedades al interior de la sociedad
  - Impacto general en la sociedad
    - Impacto administrativo
    - Impacto contable
    - Impacto económico
    - Impacto jurídico

### Opciones susceptibles de ser seleccionadas:

- Impacto general: (1) muy negativo, (2) negativo, (3) indiferente, (4) positivo, (5) muy positivo
- El impacto a nivel administrativo, contable, económico y jurídico fue valorado con la siguiente escala: 1) muy negativamente, (2) negativamente, (3) indiferente, (4) positivamente, (5) muy positivamente

### Número de encuestas realizadas

- 56 cámaras de las 56 de la muestra. Esta sección de la encuesta solo aplica para aquellas sociedades que contestaron haber tenido contacto con la entidad durante los últimos dos años previos al diligenciamiento de la encuesta.



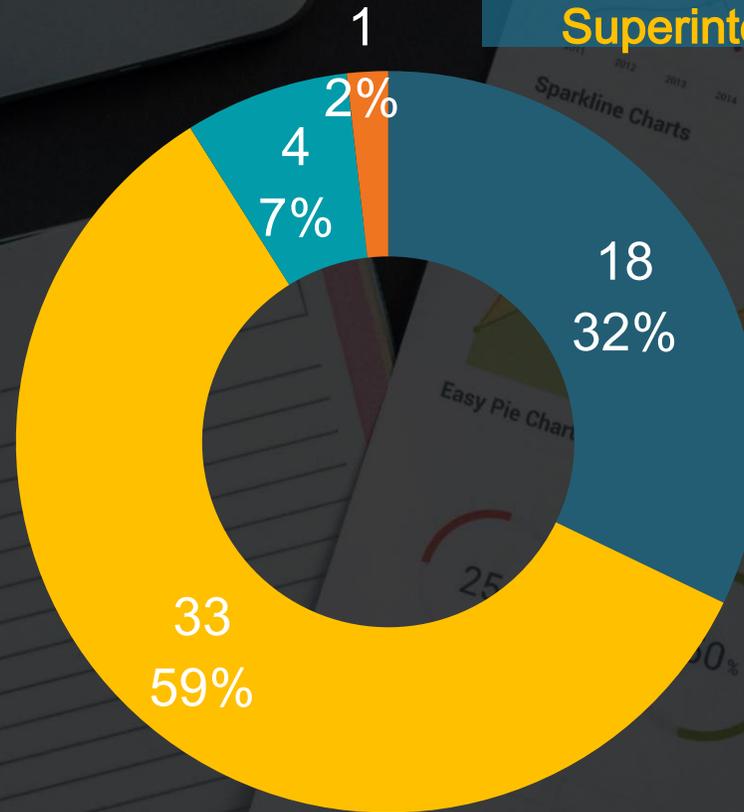
Impacto

- **91% de encuestados** evalúan como positivo el impacto de la SuperSociedades.
- En **todos los aspectos** preguntados el **impacto** de la Superintendencia mayormente fue catalogado como **positivo o muy positivo**.
- Para un **7% es indiferente** el impacto en la gestión de la cámara.

**56** Cámaras de Comercio  
**encuestadas**

**56** Cámaras de Comercio  
accedieron a servicios en los últimos 2 años

- **Percepción general sobre la eficiencia de la Superintendencia de Sociedades**



■ Muy positivo ■ Positivo ■ Indiferente ■ Negativo



Impacto

- **91% de encuestados** evalúan como positivo el impacto de la SuperSociedades.
- En **todos los aspectos** preguntados el **impacto** de la Superintendencia mayormente fue catalogado como **positivo o muy positivo**.
- Para un **7% es indiferente** el impacto en la gestión de la cámara.

**56** Cámaras de Comercio  
encuestadas.

**56** Cámaras de Comercio  
accedieron a servicios en los últimos 2 años

• Impacto de la SuperSociedades sobre diferentes aspectos al interior de la cámara



Administrativo



Contable



Económico



Jurídico

Muy positivo

22 – 39%

23 – 41%

22 – 39%

23 – 41%

Positivo

28 – 50%

22 – 39%

23 – 41%

28 – 50%

Indiferente

5 – 9%

10 – 18%

8 – 14%

5 – 9%

Negativo

1 – 2%

0 – 0%

0 – 0%

0 – 0%

Muy negativo

0 – 0%

0 – 0%

0 – 0%

0 – 0%

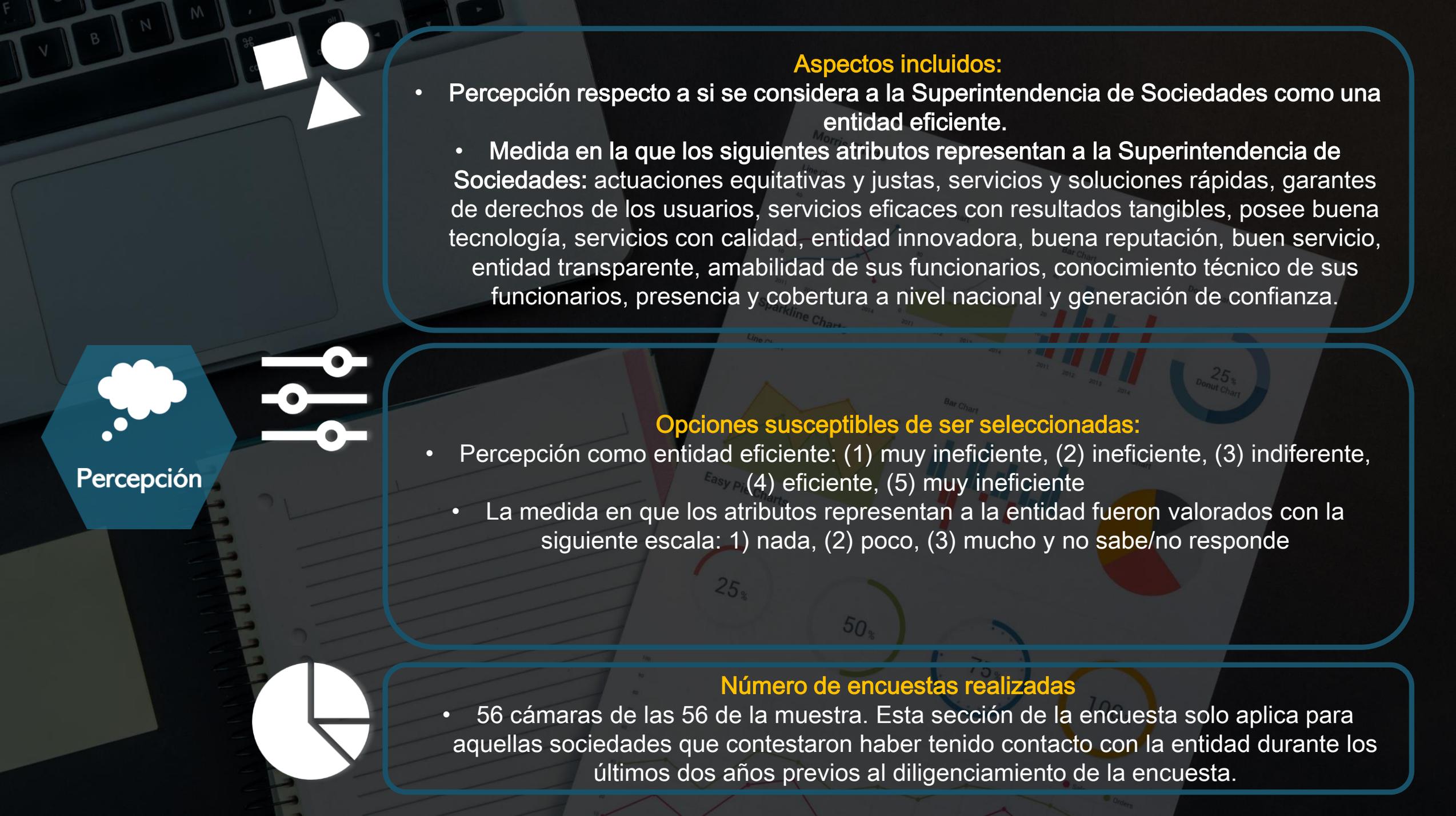
Sin respuesta

0 – 0%

1 – 2%

3 – 5%

0 – 0%

- 
- 
- Aspectos incluidos:**
- Percepción respecto a si se considera a la Superintendencia de Sociedades como una entidad eficiente.
    - Medida en la que los siguientes atributos representan a la Superintendencia de Sociedades: actuaciones equitativas y justas, servicios y soluciones rápidas, garantes de derechos de los usuarios, servicios eficaces con resultados tangibles, posee buena tecnología, servicios con calidad, entidad innovadora, buena reputación, buen servicio, entidad transparente, amabilidad de sus funcionarios, conocimiento técnico de sus funcionarios, presencia y cobertura a nivel nacional y generación de confianza.



## Percepción

- Opciones susceptibles de ser seleccionadas:**
- Percepción como entidad eficiente: (1) muy ineficiente, (2) ineficiente, (3) indiferente, (4) eficiente, (5) muy ineficiente
  - La medida en que los atributos representan a la entidad fueron valorados con la siguiente escala: 1) nada, (2) poco, (3) mucho y no sabe/no responde



## Número de encuestas realizadas

- 56 cámaras de las 56 de la muestra. Esta sección de la encuesta solo aplica para aquellas sociedades que contestaron haber tenido contacto con la entidad durante los últimos dos años previos al diligenciamiento de la encuesta.



## Percepción

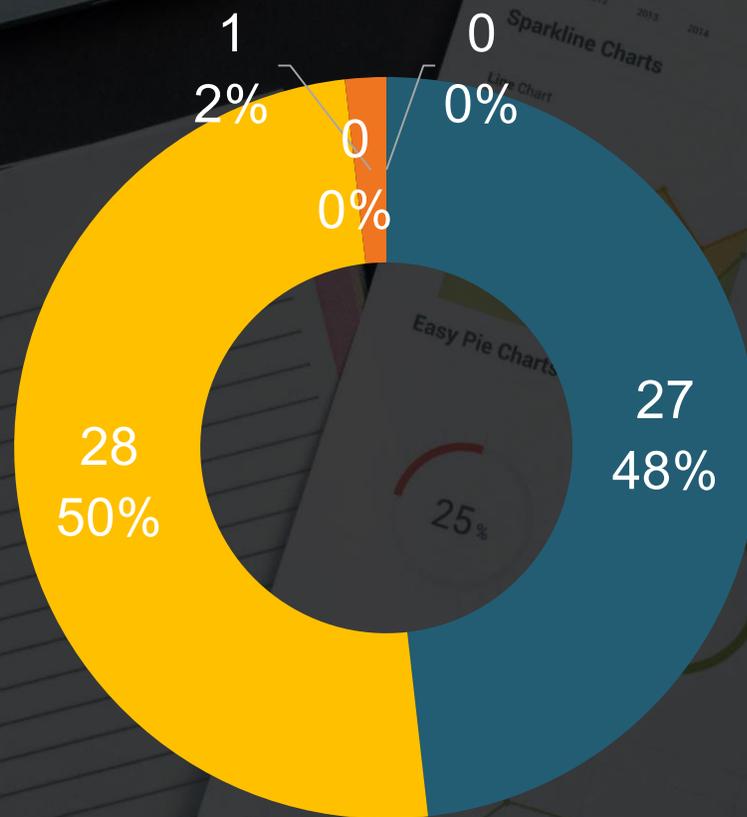
- **98%** de las cámaras perciben como eficiente o muy eficiente a la SuperSociedades
- **Solo el 2%** le perciben como ineficiente
- Los atributos con los que más se identifica a la SuperSociedades son: “genera confianza” y “amabilidad de los funcionarios”

**56** Cámaras de  
encuestadas  
Comercio

**56** Cámaras de  
accedieron a servicios en los últimos 2  
años Comercio

## Percepción general sobre la eficiencia de la Superintendencia de Sociedades

- Muy eficiente
- Eficiente
- Aceptable
- Ineficiente
- Muy ineficiente





## Percepción

- **98%** de las cámaras perciben como eficiente o muy eficiente a la SuperSociedades
- **Solo el 2%** le perciben como ineficiente
- Los atributos con los que más se identifica a la SuperSociedades son: “genera confianza” y “amabilidad de los funcionarios”

**56** Cámaras de  
encuestadas  
Comercio

**56** Cámaras de  
accedieron a servicios en los últimos 2  
años Comercio

## Atributos con los que identifican a la SuperSociedades

Genera confianza

**96%**

Amabilidad funcionarios

**95%**

Conocimiento o técnico

**95%**

Buena reputación

**95%**

Ofrece buen servicio

**93%**

Garantes de derechos de usuarios

**93%**

Entidad transparente

**91%**

Cobertura nacional

**91%**

Servicios de calidad

**89%**

Actuaciones justas y equitativas

**86%**

Servicios eficaces

**80%**

Entidad innovadora

**77%**

Buena tecnología

**73%**

Servicios y soluciones  
sólidas

**71%**

### Aspectos incluidos:

- Nivel de importancia de los siguientes atributos respecto a lo que la sociedad espera encontrar en la Superintendencia de Sociedades: que posea tecnología y herramientas actualizadas, que ofrezca calidad en sus servicios, que sea innovadora y pionera, que tenga procesos simples y transparentes, que tenga buen servicio y asesoría, que tenga buena reputación, que tenga procesos confiables, que sea garante de derechos y que tenga una imagen moderna.
  - Periodicidad con la que espera recibir información de la Superintendencia de Sociedades por los siguientes canales: correo electrónico, página web, mensajes de texto, conferencias virtuales, redes sociales y medios masivos (prensa, radio, tv)



Expectativa



### Opciones susceptibles de ser seleccionadas:

- El nivel de importancia de los atributos que las sociedades esperan encontrar fue medido con la siguiente escala: (1) nada importante, (2) poco importante, (3) indiferente, (4) importante, (5) muy importante
- La periodicidad con la que se espera recibir información en los canales seleccionados : diario, semanal, mensual, trimestral, semestral, anual, y no sabe/no responde



### Número de encuestas realizadas:

- 56 cámaras de las 56 de la muestra. Esta sección de la encuesta solo aplica para aquellas sociedades que contestaron haber tenido contacto con la entidad durante los últimos dos años previos al diligenciamiento de la encuesta.



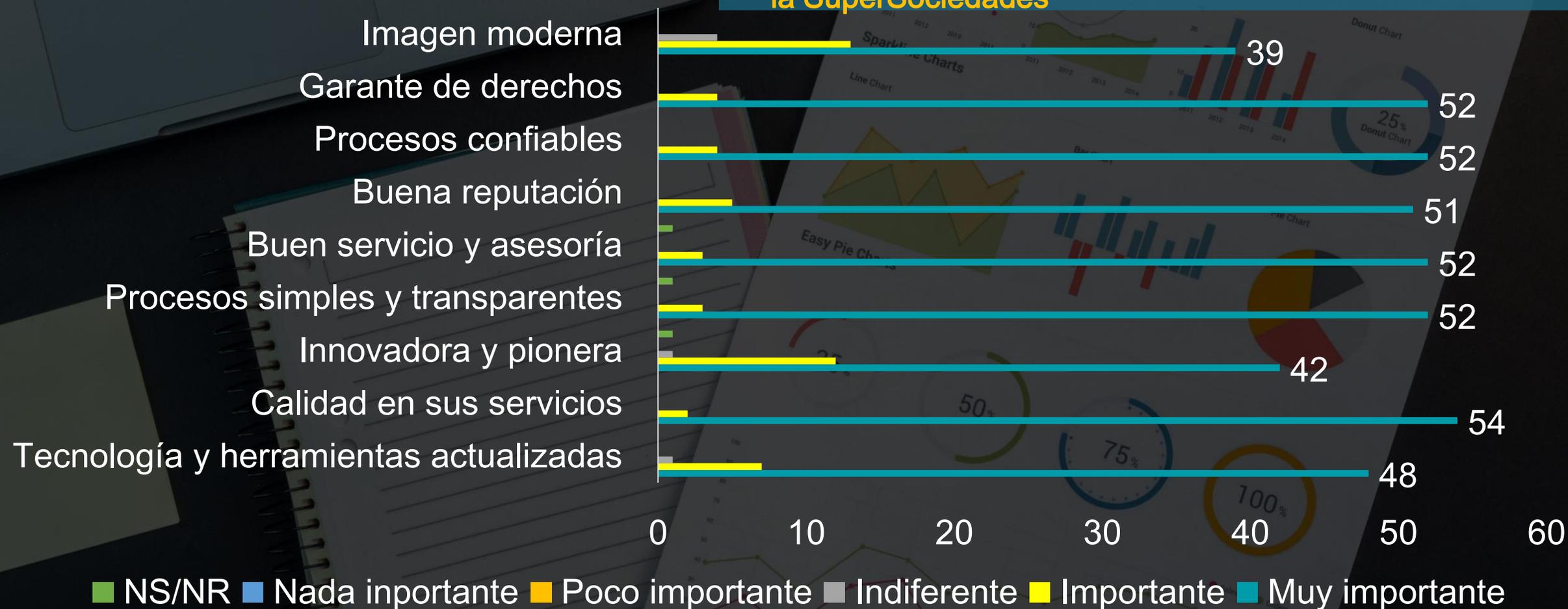
## Expectativa

- Las cámaras consideran como **“Muy Importante”** que la SuperSociedades cumpla con todos los atributos consultados.
- El atributo con mayor importancia para los encuestados es **“calidad en sus servicios”**

**56** encuestadas  
Cámaras de Comercio

**56** Cámaras de Comercio  
accedieron a servicios en los últimos 2 años

## Nivel de importancia de los atributos que esperan encontrar en la SuperSociedades





## Expectativa

- Las cámaras consideran como **“Muy Importante”** que la SuperSociedades cumpla con todos los atributos consultados.
- El atributo con mayor importancia para los encuestados es **“calidad en sus servicios”**

**56** encuestadas  
Cámaras de Comercio

**56** cámaras de Comercio  
accedieron a servicios en los últimos 2 años

- **Canales y periodicidad con la que se espera ser contactado por parte de la SuperSociedades**

Correo electrónico



**39%** mensual  
**21%** trimestral

Medios masivos



**29%** mensual  
**16%** trimestral

Página web



**32%** mensual  
**23%** diario

Redes sociales



**34%** diario  
**17%** mensual

Mensajes de texto



**27%** No sabe  
**25%** mensual



Conferencias virtuales

**46%** mensual  
**25%** trimestral

- Se han tenido en cuenta para la gráfica los dos canales con el porcentaje más alto de preferencia en lo que se refiere a la periodicidad con la que le gustaría ser contactado por parte de la Superintendencia de Sociedades.



SUPERINTENDENCIA  
DE SOCIEDADES

# Informe de resultados

Encuesta sobre la percepción, satisfacción y expectativas de los grupos de interés de la Superintendencia de Sociedades

## • AGREMIACIONES



### Grupo de interés:

- Agremiaciones



### Aspectos incluidos:

- Perfil de los representantes legales
- Percepción sobre la entidad
- Expectativas sobre la gestión



### Medio de encuesta:

- Formulario web dispuesto en la página [www.supersociedades.gov.co](http://www.supersociedades.gov.co)
- Contacto a través de correo electrónico, llamadas telefónicas y comunicaciones escritas.



### Regionales incluidas:

- Para este grupo de interés no fue considerada la estratificación por regional.



### Tamaño del universo:

- Base inicial: 37
- Válidos: 24
- **Tamaño de la muestra con el 95% de confiabilidad y 4% de margen de error:**
  - 24



### Número de encuestas realizadas:

- 13 agremiaciones para los aspectos sobre perfil, percepción y expectativas.



Perfil



### Aspectos incluidos:

- Perfil de los representantes legales.
- Género con el que se identifica el representante legal principal.
- Rango de edad en el que se encuentra el representante legal principal.
  - Nivel máximo de formación del representante principal.

### Opciones susceptibles de ser seleccionadas:

- Género con el que se identifica el representante legal principal: hombre, mujer, otro, prefiero no decirlo
- Rango de edad en el que se encuentra el representante legal principal: 18 a 27 años, 28 a 40 años, 41 a 59 años, 60 o más años, prefiero no decirlo.
- Nivel máximo de formación del representante legal principal: Secundaria o menos, universitario, especialización, maestría o doctorado, prefiero no decirlo.

### Número de encuestas realizadas

- 13 encuestados nivel nacional.



Perfil

- **Casi 8 de cada 10** representantes legales principales son hombres
- **El 84%** de los representantes tienen formación posgradual.
- El **85%** tienen más de 40 años

# 13 Agremiaciones encuestadas



18 – 27 años  
**0%**



28 – 40 años  
**8%**

41 – 59 años  
**54%**



Más de 60 años  
**31%**

**8%**  
No informa



**23%**  
Representantes legales mujeres



**77%**  
Representantes legales hombres



**46%**

Maestría o doctorado

**38%**

Especialización

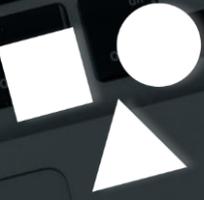
**8%** Universitario

**0%** Secundaria o menos

**8%** No responden

• **Genero con el que se identifica**

• **Máximo nivel educativo**



### Aspectos incluidos:

- Percepción respecto a si se considera a la Superintendencia de Sociedades como una entidad eficiente.
  - Medida en la que los siguientes atributos representan a la Superintendencia de Sociedades: actuaciones equitativas y justas, servicios y soluciones rápidas, garantes de derechos de los usuarios, servicios eficaces con resultados tangibles, posee buena tecnología, servicios con calidad, entidad innovadora, buena reputación, buen servicio, entidad transparente, amabilidad de sus funcionarios, conocimiento técnico de sus funcionarios, presencia y cobertura a nivel nacional y generación de confianza.



### Opciones susceptibles de ser seleccionadas:

- Percepción como entidad eficiente: (1) muy ineficiente, (2) ineficiente, (3) indiferente, (4) eficiente, (5) muy ineficiente
- La medida en que los atributos representan a la entidad fueron valorados con la siguiente escala: 1) nada, (2) poco, (3) mucho y no sabe/no responde



### Número de encuestas realizadas

- 13 agremiaciones de las 13 de la muestra. Esta sección de la encuesta solo aplica para aquellas sociedades que contestaron haber tenido contacto con la entidad durante los últimos dos años previos al diligenciamiento de la encuesta.

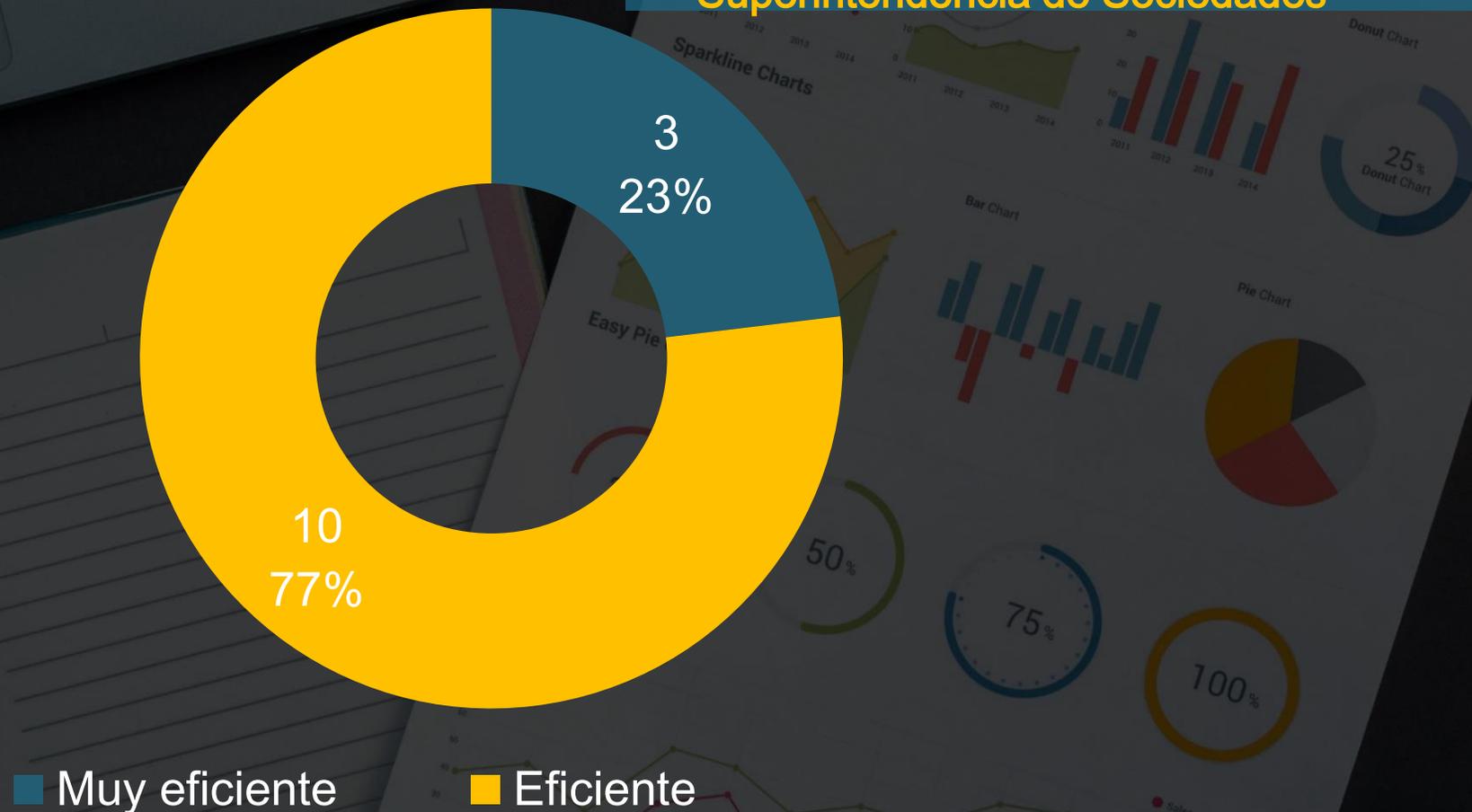


Percepción

## Percepción

- **100%** de las agremiaciones perciben como eficiente o muy eficiente a la SuperSociedades
- Los atributos con los que más se identifica a la SuperSociedades son: “entidad transparente” y “buena reputación”

## Percepción general sobre la eficiencia de la Superintendencia de Sociedades





## Percepción

- **100%** de las agremiaciones perciben como eficiente o muy eficiente a la SuperSociedades
- Los atributos con los que más se identifica a la SuperSociedades son: “entidad transparente” y “buena reputación”

**13** Agremiaciones  
encuestadas

## Atributos con los que identifican a la SuperSociedades

Entidad  
transparente  
**92%**

Buena  
reputación  
**92%**

Genera  
confianza  
**85%**

Servicios  
y  
soluciones  
rápidas  
**85%**

Ofrece  
buen  
servicio  
**77%**

Amabilidad  
funcionarios  
**77%**

Servicios  
de calidad  
**77%**

Conocimiento  
técnico  
**69%**

Cobertura  
nacional  
**69%**

Buena  
tecnología  
**69%**

Actuaciones  
justas y  
equitativas  
**69%**

Garantes de  
derechos de  
usuarios  
**69%**

Entidad  
innovadora  
**54%**

Servicios  
eficaces  
**54%**

### Aspectos incluidos:

- Nivel de importancia de los siguientes atributos respecto a lo que la sociedad espera encontrar en la Superintendencia de Sociedades: que posea tecnología y herramientas actualizadas, que ofrezca calidad en sus servicios, que sea innovadora y pionera, que tenga procesos simples y transparentes, que tenga buen servicio y asesoría, que tenga buena reputación, que tenga procesos confiables, que sea garante de derechos y que tenga una imagen moderna.
  - Periodicidad con la que espera recibir información de la Superintendencia de Sociedades por los siguientes canales: correo electrónico, página web, mensajes de texto, conferencias virtuales, redes sociales y medios masivos (prensa, radio, tv)



Expectativa



### Opciones susceptibles de ser seleccionadas:

- El nivel de importancia de los atributos que las sociedades esperan encontrar fue medido con la siguiente escala: (1) nada importante, (2) poco importante, (3) indiferente, (4) importante, (5) muy importante
- La periodicidad con la que se espera recibir información en los canales seleccionados : diario, semanal, mensual, trimestral, semestral, anual, y no sabe/no responde



### Número de encuestas realizadas:

- 13 agremiaciones de las 13 de la muestra. Esta sección de la encuesta solo aplica para aquellas sociedades que contestaron haber tenido contacto con la entidad durante los últimos dos años previos al diligenciamiento de la encuesta.



Expectativa

- Las agremiaciones consideran como **“Muy Importante”** que la SuperSociedades cumpla con todos los atributos consultados.
- Los atributos con mayor importancia para los encuestados son **“buen servicio y asesoría”** y **“tecnología y herramientas actualizadas”**

**13** Agremiaciones encuestadas

**Nivel de importancia de los atributos que esperan encontrar en la SuperSociedades**



■ NS/NR ■ Nada importante ■ Poco importante ■ Indiferente ■ Importante ■ Muy importante

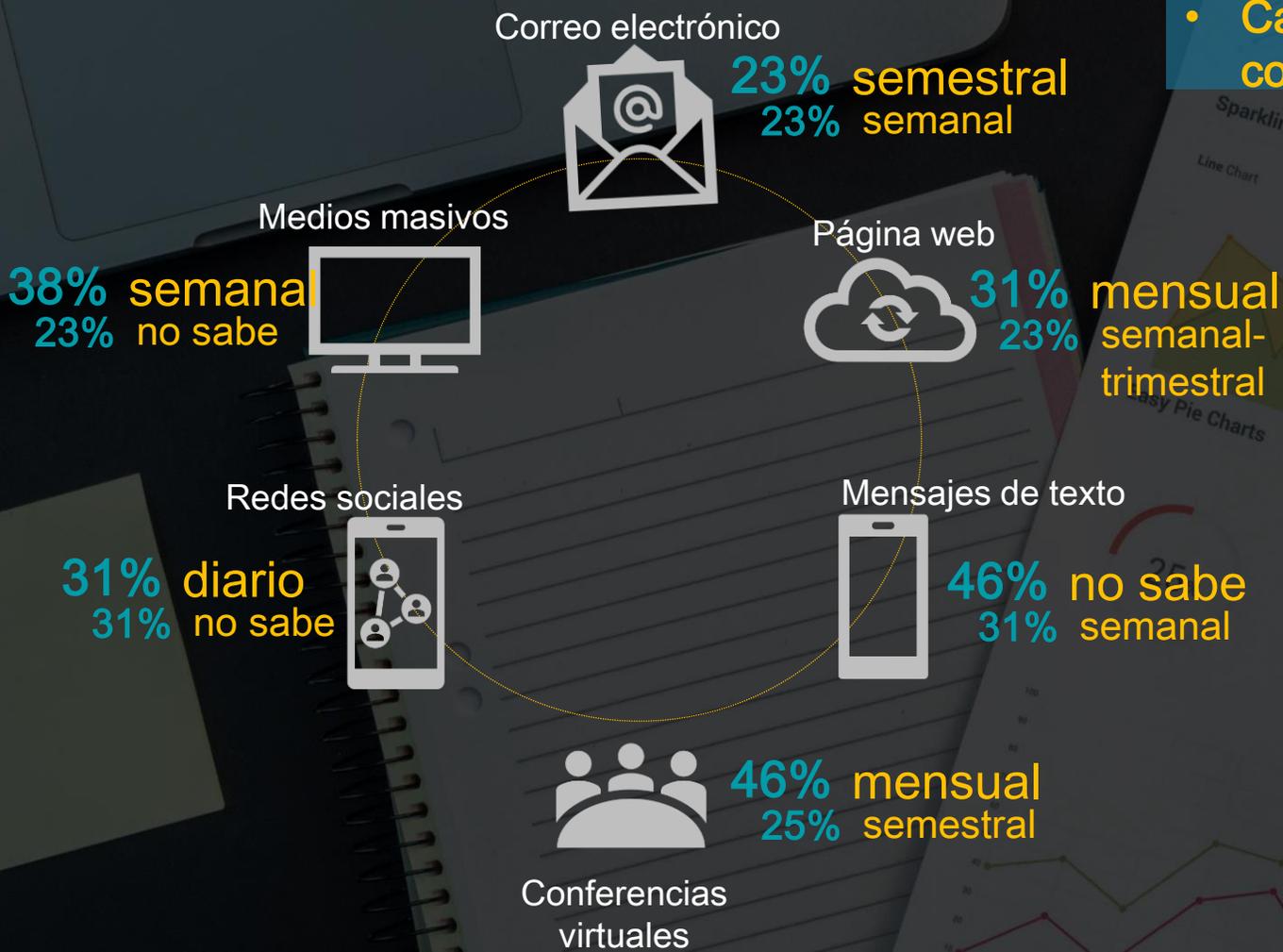


## Expectativa

- Las agremiaciones consideran como **“Muy Importante”** que la SuperSociedades cumpla con todos los atributos consultados.
- Los atributos con mayor importancia para los encuestados son **“buen servicio y asesoría”** y **“tecnología y herramientas actualizadas”**

# 13 Agremiaciones encuestadas

- **Canales y periodicidad con la que se espera ser contactado por parte de la SuperSociedades**



- Se han tenido en cuenta para la gráfica los dos canales con el porcentaje más alto de preferencia en lo que se refiere a la periodicidad con la que le gustaría ser contactado por parte de la Superintendencia de Sociedades.

## Sociedades Inspeccionadas- vigiladas y controladas



Perfil

- 7 de cada 10 representantes legales son hombres
- 90% de los representantes legales tienen más de 40 años.
- Solo el 13% de los representantes legales tienen maestría o doctorado.
- 3 de cada 10 encuestados asegura no haber tenido contacto con la SuperSociedades en los últimos dos años.
- Casi un 80% de los encuestados considera positivo el impacto de la SuperSociedades.
- Entre el 8 y el 16 por ciento de encuestados no sabe o no responde sobre el impacto de la SuperSociedades, que puede deberse a poca evidencia respecto a la real repercusión de su gestión en el quehacer de la sociedad.



Impacto



Servicio

- La página web y la atención presencial son los dos canales que se encuentran por debajo del promedio de calificación
- Los atributos peor calificados son la agilidad y solución de fondo del chat.
- La confiabilidad es el atributo mejor calificado en todos los canales de servicio.



Percepción

- El 87% de los encuestados percibe a la SuperSociedades como una entidad eficiente.
- Apenas un 1% le percibe como ineficiente.
- El atributo con el que más relacionan a la entidad es con que “genera confianza” y con el que menos lo relacionan es con “actuaciones justas y equitativas”



Trámites

- Envío de información financiera e informes empresariales es el trámite más recurrente con el 76%
- Los atributos del trámite peor calificados son información del tiempo sobre el trámite, tiempo de atención y solución de fondo.



Expectativa

- Los atributos que más esperan los encuestados desarrolle la SuperSociedades en su labor futura son: “Buen servicio y asesoría” y “Procesos confiables”.
- Los medios de contacto y la periodicidad de contacto de mayor preferencia son:  
Correo electrónico: anual  
Conferencias virtuales: mensual

- Garantizar la prestación continua del servicio web, en particular en las fechas de cumplimiento de obligaciones por parte de las sociedades.
- Establecer un sistema de información permanente sobre el estado actual de avance de los trámites desarrollados con la entidad.
- Gestionar intercambios de información con las entidades correspondientes para disminuir la cantidad de información que deben reportar las sociedades.
- Mantener claras y permanentes las reglas de juego, trámites y requisitos para realizar los trámites en la entidad.
- Ampliar la capacidad tecnológica de envío de información para garantizar el debido cumplimiento de las obligaciones, sin que se perciba como algo engorroso y que ocupa demasiado tiempo.
- Establecer mecanismos previos de aviso con carácter preventivo para garantizar el cumplimiento de obligaciones por parte de la sociedad y apuntar a generar un indicador que mida la efectividad de la gestión preventiva.
- Establecer jornadas virtuales de formación e información de utilidad para las sociedades.
- Ofrecer a través de redes sociales información sobre la función de la entidad y cuando y como acudir a ella.
- Gestionar un cambio en la plataforma de envío de información para que sea más amigable y de fácil diligenciamiento.

## Cámaras de Comercio



### Perfil

- 6 de cada 10 representantes legales son hombres
- 79% de los representantes legales tienen más de 40 años.
- 98% de representantes legales tienen como mínimo título universitario
- El 100% de encuestados asegura haber tenido contacto con la SuperSociedades en los últimos dos años.



### Servicio

- Todos los canales de servicio están bien calificados. El único calificado por debajo del promedio es el correo electrónico.
- El atributo peor calificado es la agilidad del correo electrónico.
- La confiabilidad y la amabilidad son los atributos mejor calificado en todos los canales de servicio.



### Impacto

- El 91% de los encuestados considera positivo el impacto de la SuperSociedades.
- El impacto más favorable de la SuperSociedades se percibe en la gestión administrativa y jurídica de la Cámara de Comercio.



### Percepción

- El 98% de los encuestados percibe a la SuperSociedades como una entidad eficiente.
- El atributo con el que más relacionan a la SuperSociedades es con “genera confianza” y con los que menos lo relacionan es con “servicios y soluciones rápidas”



### Trámites

- En la encuesta de las Cámaras de Comercio no fue requerida información respecto a su experiencia en la realización de trámites.



### Expectativa

- El atributo que menos esperan los encuestados desarrolle la SuperSociedades en su labor futura es: “Imagen moderna”
- Los medios de contacto y la periodicidad de contacto de mayor preferencia son:  
Correo electrónico: mensual  
Conferencias virtuales: mensual

- Se requiere establecer canales permanentes y de fácil acceso para generar comunicación de doble vía entre la SuperSociedades y las Cámaras de Comercio.
- Es recomendable asignar la responsabilidad de la interacción con la Cámara de Comercio en un cargo determinado en todas las cámaras.
- Es importante tener datos actualizados de contacto de las Cámaras de Comercio.
- Es fundamental crear un mecanismo virtual ágil y confiable para que las Cámaras obtengan en tiempo real su certificado de existencia y representación legal.
- Es conveniente generar un mecanismo constante de información.

## Agremiaciones



Perfil

- Casi 8 de cada 10 representantes legales son hombres
- 85% de los representantes legales tienen más de 40 años.
- 92% de representantes legales tienen como mínimo título universitario



Servicio

- En la encuesta de las Agremiaciones no fue requerida información respecto a su experiencia en el acceso a canales de servicio.



Trámites

- En la encuesta de las Agremiaciones no fue requerida información respecto a su experiencia en la realización de trámites.



Impacto

- En la encuesta de las Agremiaciones no fue requerida información respecto a su experiencia en el acceso a canales de servicio.



Percepción

- El 100% de los encuestados percibe a la SuperSociedades como una entidad eficiente.
- El atributo con el que más relacionan a la SuperSociedades es con “es una entidad transparente” y con los que menos lo relacionan es con “resultados tangibles” y “entidad innovadora”



Expectativa

- El atributo que menos esperan los encuestados desarrolle la SuperSociedades en su labor futura es: “Imagen moderna”
- Los medios de contacto y la periodicidad de contacto de mayor preferencia son:  
Redes sociales: diario  
Conferencias virtuales: mensual

- Se requiere establecer canales permanentes y de fácil acceso para generar comunicación de doble vía entre la SuperSociedades y las Agremiaciones.
- Es recomendable asignar la responsabilidad de la interacción con la Agremiaciones en un cargo determinado en todas ellas.
- Es importante tener datos actualizados de contacto de las Agremiaciones.
- Es conveniente generar un mecanismo constante de información.



## Ficha técnica

Persona natural que realiza la encuesta	RICARDO SAAVEDRA SIERRA
Persona jurídica que contrata la encuesta	Superintendencia de Sociedades
Objetivo general	Diseñar, aplicar y analizar una encuesta a nivel nacional, para la medición de la percepción, satisfacción y expectativas de los grupos de interés, sobre los servicios de la Superintendencia de Sociedades, dirigida a los grupos de interés de la Entidad
Universo de estudio	Inspeccionadas: 49415 – Depurado: 39691 Vigiladas: 11594 – Depurado: 8130 Controladas: 30 – Depurado 26 Cámaras de comercio: 57 Agremiaciones: 37- Depurado: 24
Nivel de confianza	95%
Margen de error	4%
Tamaño de la muestra	Inspeccionadas: 591 – Hechas 668 Vigiladas: 559 – Hechas 567 Controladas: 26- Hechas 18 Cámaras de comercio: 57 – hechas 56 Agremiaciones: 24 – Hechas 13
Técnica de recolección	Recolección por intendencias regionales mediante formulario web Contactos telefónicos Contactos escritos