

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO



LICENCIADO (A) EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

GUATEMALA, NOVIEMBRE DE 2016

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA



“FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DE LOS PROCESOS
PARA LA PRESENTACIÓN DE UN RECLAMO DE LA EMPRESA INVERSIONES
CENTROAMERICANAS.”

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

DANIA YAMILET CASTILLO Y CASTILLO
CARNÉ: 200114117

Previo a optar al título de

Licenciada En Ciencias De La Comunicación

Guatemala, Noviembre de 2016

Consejo Directivo

Director

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García

Representantes Docentes

Lic. Mario Campos

Lic. Gustavo Morán

Representantes Estudiantiles

Mario Roberto Barrientos Aldana

Anaite del Rosario Machuca Pérez

Representante de Egresados

Lic. Michael González Bártres

Secretaria Administrativa

M.Sc. Claudia Molina

Coordinador EPS Licenciatura

Lic. Luis Pedroza Gaytán

Supervisores de EPS Licenciatura

Licda. Sandra Noemí Hernández y Hernández

Lic. Fernando Ismael Flores Barrios



INVERSIONES CENTROAMERICANAS, S.A.

Km. 16 Carretera a El Salvador, Edificio Condado Concepción, Sta. Catarina Pinula
PBX: 6620-9720 FAX: 6620-9836

Guatemala, 22 de 07 de 2016

Lic. Luis Pedroza

Coordinador

Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado Licenciado Pedroza:

Por medio de la presente, hacemos constar que el estudiante(a) epesista **Dania Yamilet Castillo y Castillo** con número de carné: **20114117** de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala; como requisito y previo a obtener el título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación; realizo el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta institución específicamente en el **departamento de Seguros y Fianzas**, cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del **30 de 05 al 22 de 07** del año en curso; tiempo durante el cual ejecuto el proyecto: **"Fortalecimiento de la comunicación institucional de los procesos para la presentación de un reclamo"** entregando el material comunicacional respectivo, debidamente recibido por Inversiones Centroamericanas, S.A.

En tal virtud manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo del epesista y, para los usos en el proceso de EPS de Licenciatura, extendemos la presente CONSTANCIA DE FINALIZACIÓN DE SU PROYECTO DE EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA en nuestra institución.

Atentamente,

Jose Estuardo Castillo Inversiones
Centroamericanas, S. A.

Lic. Jose Estuardo Castillo Montes
Jefe del Departamento de Seguros y Fianzas

Departamento de Seguros y Fianzas

" Cuenta con nosotros, nuestras pasión es servirte cada día mejor"



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación

Guatemala 3 de Noviembre de 2016

Estudiante

Dania Yamilet Castillo y Castillo

Carné: **200114117**

Escuela de Ciencias de la Comunicación

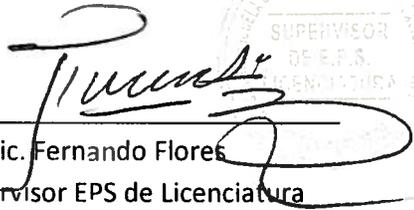
De mi consideración:

Me complace informarle que he revisado su informe final de EPS de Licenciatura con el título **"Fortalecimiento comunicacional institucional de los procesos para la presentación de un reclamo."** El citado trabajo cumple los requisitos de rigor del presente programa por lo cual, emito **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.

Se autoriza su aprobación en el acta de cierre respectiva y la impresión de su trabajo final de EPS de Licenciatura en número de 10 ejemplares impresos y 3 CD'S con el documento incluido en formato PDF los cuales deberá entregar a las instancias correspondientes.

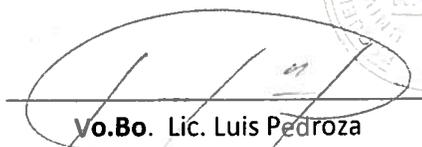
Sin otro particular,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



Lic. Fernando Flores

Supervisor EPS de Licenciatura



Vo.Bo. Lic. Luis Pedroza

Coordinador EPS de Licenciatura



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

Edificio M2,
Ciudad Universitaria, zona 12.
Teléfono: (502) 2418-8920
Telefax: (502) 2418-8910
www.comunicacionusac.org

Para efectos legales, únicamente el autor es responsable del contenido de este trabajo.

DEDICATORIAS

A Dios

Por ser mi padre celestial, mi fe y por darme sabiduría en cada paso de mi vida y brindarme la oportunidad de lograr esta meta propuesta.

A mis padres

Por ser un ejemplo de esfuerzo y trabajo, por darme la vida, y vivir con gozo cada etapa de esta, por darme su amor incondicional, que bendición que Dios los haya elegido como mis padres y por todo lo que me han dado, gracias a su esfuerzo soy, lo que soy ahora.

A mi esposo y a mis hijos

Por todas esas noches de desvelo, por acompañarme siempre en la realización todo el proceso para culminar esta meta. Mi precioso Estefan es mi inspiración para ser mejor cada día y luchar por ser un ejemplo de superación académica. Mi linda bebita por ser una nueva bendición que Dios me ha mandado, te esperamos con mucho amor y anhelo.

A Mis Hermanos

Por siempre apoyarme en todas las decisiones que tomé en mi vida y por creer en mí siempre, son los mejores del mundo, los quiero muchísimo.

AGRADECIMIENTOS

A Inversiones Centroamericanas

Por brindarme el apoyo y permitirme hacer mi trabajo de EPS dentro de la empresa, principalmente al Lic. Jose Estuardo Castillo Montes.

A mis amigas y compañeras de trabajo

Por su apoyo incondicional, por sus consejos y palabras de aliento en los momentos difíciles.

Y a cada una de las personas, amigos, que me dieron su apoyo, fuerza y guía durante el proceso se los agradezco mucho.

Mi Asesor

Licenciado Fernando Flores, por la excelente asesoría y apoyo durante el proceso del EPS, Gracias.

A los que hicieron posible el EPS

Muchas Gracias por la oportunidad que nos han dado a todos los estudiantes y poder graduarnos de Licenciados en Ciencias de la Comunicación

INDICE

RESUMEN	I
INTRODUCCIÓN	II
JUSTIFICACIÓN	III
CAPÍTULO I	
1. DIAGNÓSTICO	1
1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO	1
1.1.1. Objetivo General	1
1.1.2. Objetivos Específicos	1
1.2. INVERSIONES CENTROAMERICANAS	2
1.2.1. Ubicación Geográfica	2
1.2.2. Antecedentes e Historia	2
1.2.3. Departamentos	2
1.2.4. Misión	3
1.2.5. Visión.....	3
1.2.6. Valores	3
1.2.7. Objetivos Institucionales.....	4
1.2.8. Público Objetivo	4
1.2.9. Organigrama	5
1.3. METODOLOGÍA	6
1.3.1. Descripción del Método	6
1.3.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección.....	7
1.3.3. Cronograma del Diagnóstico	10
1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS	10
1.4.1. Ficha de la entrevista	10
1.4.2. Resultados de las entrevistas y tablas comparativas	11
1.4.3. Interpretación de resultados de las entrevistas	12
1.4.4. Gráficas, Cuadros e Interpretaciones de Resultados de las encuestas	13
1.4.5. Ficha de Observación.....	18
1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN	19

CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN	20
2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONAALES	20
2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN	20
2.2.1. Objetivo General	20
2.2.2. Objetivos Específicos	21
2.3. PÚBLICO OBJETIVO	21
2.4. MENSAJE	21
2.5. ESTRATEGÍAS	22
2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN	22

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN	25
3.1. PROYECTO DESARROLLADO	25
3.1.1. Financiamiento	25
3.1.2. Presupuesto	25
3.1.3. Beneficiarios.....	25
3.1.4. Recurso Humano	26
3.1.5. Área Geográfica de Acción.....	26
3.2. ESTRATEGIA Y ACCIONES DESARROLLADAS	26
3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	34
3.4. CONTROL Y SEGIMIENTO	35

CONCLUSIONES	36
---------------------------	----

RECOMENDACIONES	37
------------------------------	----

GLOSARIO DE TÉRMINOS	38
-----------------------------------	----

BIBLIOGRAFÍA	41
---------------------------	----

EGRAFÍA	42
----------------------	----

ANEXOS	43
---------------------	----

MODELO DE ENCUESTA.....	52
-------------------------	----

VACIADO DE LA ENCUESTA.....	52
-----------------------------	----

RESUMEN

Nombre de la Institución:

Inversiones Centroamericanas, S.A.

Nombre del Proyecto:

“Fortalecimiento de la comunicación institucional de los procesos para la presentación de un reclamo de la empresa Inversiones Centroamericanas”

Objetivos del proyecto:

Objetivo General:

- Fortalecer la comunicación institucional de la empresa Inversiones Centroamericanas, S.A., a través de la implementación de material informativo impreso y electrónico.

Objetivos Específicos:

- Mejorar la comunicación en los procesos para que los tiempos en las indemnizaciones de los reclamos presentados ante las aseguradoras sean cortos.
- Lograr excelentes relaciones públicas con los asegurados, y así tener una satisfacción plena de los mismos.

Sinopsis del proyecto:

De acuerdo al diagnóstico realizado en la institución Inversiones Centroamericanas, S.A., se determinó que sufría debilidades en los procesos de presentación de los reclamos, debido a que estos no eran presentados con documentación completa, por lo que se plantearon las estrategias idóneas para fortalecer la comunicación; dando a conocer a través de material impreso y electrónico, los procesos y requisitos para presentar un reclamo.

INTRODUCCIÓN

El presente informe trata sobre las estrategias comunicacionales desarrolladas para el Fortalecimiento de la comunicación institucional de los procesos para la presentación de un reclamo de la empresa Inversiones Centroamericanas; con el fin de realizar los procesos correctos.

La característica principal es dar a conocer el desarrollo de estrategias comunicacionales para cualquier entidad o institución pública o privada, con el fin de lograr cumplir las metas establecidas o estándares de servicio establecidos, que vienen a repercutir en la imagen de la institución.

Para analizar la problemática es necesario mencionar sus causas. Una de ellas es que tanto la comunicación interna como externa de una institución son base fundamental para poder cumplir con los procesos establecidos para realizar las diversas actividades asignadas a sus colaboradores.

Por lo que para poder realizar las estrategias de las propuestas comunicacionales, lo principal es realizar un diagnóstico de comunicación de la entidad para determinar cuáles son las debilidades y fortalezas, oportunidades y amenazas a las que nos debemos enfrentar para poder detectar el problema a solucionar.

Después de haber diagnosticado el problema, por medio de herramientas experimentales de investigación, como: las encuestas, entrevistas y la observación, para luego elaborar un plan de comunicación que describe la necesidad verdadera y que debemos hacer para ayudar a mejorar los problemas comunicacionales que puedan existir. Para poder ayudar a solucionar las situaciones de que generan conflicto, se plantean estrategias, las cuales se desarrollan a través de diversas acciones.

JUSTIFICACIÓN

La implementación de las estrategias planteadas, logrará que el tiempo en la respuesta de los reclamos sean óptimos, ya que lo que se está recuperando es parte de del patrimonio de la corporación. El presente proyecto no sólo contribuye con lo antes expuesto, sino que también mejora las comunicaciones internas y externas del departamento.

Mejorando la comunicación tanto interna como externa de una institución, los procesos que se realizan en determinadas áreas pueden realizarse con más facilidad y asertividad, mejorando los tiempos de respuesta y lograr la satisfacción de los clientes que día con día hacen crecer las entidades.

Para poder optar al título del grado académico de Licenciado en Ciencias de La Comunicación, la escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala, ofrece la opción del Ejercicio Profesional Supervisado, (E.P.S.), que unos años atrás era muy complicado para el estudiante poder realizarlo, ya que para la realización del trabajo de campo, debía dejar de trabajar o solicitar permiso especial en su lugar de trabajo, para poder culminar con las horas de practica supervisada que son fundamentales en la realización del proyecto.

Hoy en día el E.P.S., no es un impedimento para graduarse, ya que se pueden realizar diversos y excelente proyectos, como los que se han podido observar. El iniciar el proyecto con una etapa diagnóstica nos da la tranquilidad de que se evaluará la problemática comunicacional de la institución donde labora el estudiante; logrando dejar un aporte importante para la misma.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO

1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.1.1. Objetivo General

Realizar un diagnóstico de comunicación para conocer las necesidades comunicacionales de la empresa a través de instrumentos de investigación de campo y estadística, que consistieron en: la observación, encuestas y entrevistas.

1.1.2. Objetivos Específicos

- Identificar la situación actual de comunicación interna y externa del Departamento de Seguros y Fianzas de la institución Inversiones Centroamericanas, S.A.
- Visualizar las barreras de comunicación que causan molestia entre los colaboradores de la corporación y el Departamento de Seguros y Fianzas de la empresa Inversiones Centroamericanas, S.A.
- Detectar los posibles problemas de comunicación que impiden la realización de un determinado proceso en el departamento de Seguros y Fianzas y que pueda estar afectando la imagen de la institución.

1.2. INVERSIONES CENTROAMERICANAS, S.A.

1.2.1. Ubicación Geográfica

La empresa Inversiones Centroamericanas, S.A., se encuentra ubicada en el Km. 16 Carretera a El Salvador, Edificio Condado Concepción. Es una de las vicepresidencias fundamentales de la Corporación, ya que le brinda servicio y asesoría económica-financiera a todas las áreas productivas.

1.2.2. Antecedentes o Historia

Inició sus labores en 1986 con 35 personas aproximadamente, brindando principalmente asesoría en las áreas Económica y Financiera a las empresas productivas. Dirigida por el Licenciado José Mariano Arzú Mateos hasta junio del año 2010.

A partir de julio 2010, nuestro Vicepresidente de área es el Licenciado Roberto Lara, quién reporta las actividades a la Dirección General.

1.2.3. Departamentos

- Seguros y Fianzas
- Desarrollo Organizacional
- Gestión de RRHH
- Recursos Humanos
- Servicios Internos
- Relaciones Laborales
- Nóminas
- Métodos y Sistemas
- Administración del efectivo y Operaciones Bancarias
- Planificación Financiera

- Servicios Contables
- Estadística
- Extranjero
- Modelos de Rentabilidad y Presupuestos
- Consolidación
- Costos
- Valores
- Infraestructura y Soporte
- Seguridad Tecnológica

1.2.4. Misión

Somos la Vicepresidencia de apoyo corporativo, que con recurso humano profesional y comprometido, fundamentado en valores y con una cultura de servicio, protegemos el patrimonio y asesoramos en aspectos económico-financieros, jurídicos, de recursos humanos y tecnológicos a la alta dirección y a las unidades de negocio.

1.2.5. Visión

Lograr la excelencia en los servicios que brindamos a la Corporación

1.2.6. Valores

- Integridad
- Honestidad
- Confidencialidad
- Cortesía

1.2.7. Objetivos Institucionales

- Procurar el beneficio corporativo en la realización de todas nuestras actividades
- Ser una Unidad de Servicio fortaleciendo la calidad del servicio que brindamos y la confianza de nuestros clientes hacia la Unidad de Servicios Compartidos
- Buscar la mejora continua. Cuestionamos lo que hacemos y analizamos la posibilidad de mejorarlo
- Ser generadores de propuestas. Generamos propuestas que buscan la eficiencia en el uso de los recursos de la Corporación y que facilitan el crecimiento y desarrollo de negocios para la empresa
- Lograr la armonía y el desarrollo integral de nuestros colaboradores

1.2.8. Público Objetivo

Las empresas productivas de la Organización que se desarrollan en las siguientes áreas:

- Finanzas
- Inversiones Corporativas
- Seguros y Fianzas
- Tecnológica
- Asesoría Jurídica
- Recursos Humanos
- Inversión Publicitaria
- Negociaciones Corporativas

1.2.9. Organigrama



1.3. METODOLOGÍA

1.3.1. Descripción del Método

Con el propósito de realizar un diagnóstico comunicacional en el Departamento de Seguros y Fianzas de la empresa Inversiones Centroamericanas, S.A., se investigó a través de herramientas de recolección de datos, que consistieron en: la observación, entrevistas a colaboradores del departamento y elaboración de encuestas a ejecutivos a nivel gerencial, a quienes la empresa les brinda la prestación de una póliza de vida, vida y gastos médicos y a colaboradores que presentan reclamos que afectan las pólizas de daños diversos.

Así mismo se consideró encuestar a los colaboradores que labora en los departamentos de recursos humanos o relaciones laborales de algunas de las empresas quienes tienen a su cargo el proceso de presentación de los reclamos amparados con la póliza de vida y accidentes personales que la corporación tiene contratada para todos sus colaboradores.

Se realizó encuestas a algunos de los colaboradores que tienen a su cargo ciertos procesos relacionados con el giro del negocio corporativo, ya que ellos son los encargados de presentar y darle seguimiento a los reclamos que pudieran presentarse para afectar las pólizas de daños diversos.

Se determinó utilizar el método de investigación observación, la cual es parte de un sistema más complejo y elaborado. Existen dos tipos de observación:

1.3.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección:

La Observación

Es la herramienta más usada en el campo de la investigación, con ella establecemos una relación concreta e intensiva entre el investigador y el hecho social o los actores sociales, de los que se obtienen datos que luego se sintetizan para desarrollar la investigación. Este método es una “lectura lógica de las formas” y supone el ejercicio y “metodología de la mirada” (de construcción y producción de nueva realidad).

La observación es un proceso cuya función primera e inmediata es recoger información sobre el objeto que se toma en consideración, lo que implica una actividad de codificación: la información bruta seleccionada se traduce mediante un código para ser transmitida a alguien (uno mismo u otros). Los numerosos sistemas de codificación que existen, podrían agruparse en dos categorías: los sistemas de selección, en los que la información se codifica de un modo sistematizado, y los sistemas de producción, en los que el observador confecciona él mismo su sistema de codificación.

La observación es un procedimiento de recolección de datos e información que consiste en utilizar los sentidos para observar hechos y realidades sociales presentes. La observación organiza las percepciones. Ello implica toda una serie de operaciones de sensibilización y de concentración de la atención, de comparación, de discernimiento, todo ellos dirigido por una intención.

Observación directa:

Es aquella en la que el investigador puede observar y recoger datos mediante su propia observación. Galtung, cita dos variantes: 1) la observación intersubjetiva, que se basa en el principio de que observaciones repetidas de las mismas respuestas

por el mismo observador debe producir los mismos datos. 2) la observación intrasubjetiva; observaciones repetidas de las respuestas por observadores diferentes deben producir los mismos datos.

Observación indirecta:

Esta técnica se refiere cuando el investigador corrobora los datos que han tomado de otros, quizá del testimonio oral o escrito de personal que han tenido contacto de primera mano con los datos.

También se utilizó la técnica de investigación llamada cuestionario o encuesta, considerando que es un eficaz auxiliar en la observación científica, uniformiza la técnica de la observación permitiendo que diversos investigadores fijen su atención en ciertos aspectos y se sujeten a determinadas condiciones. El cuestionario contiene los aspectos del fenómeno que se consideraran esenciales; permite además aislar ciertos problemas que nos interesan principalmente; reduce la realidad a cierto número de datos esenciales y precisa objeto de estudio.

Su elaboración requiere de un conocimiento previo del fenómeno, es el resultado de la primera etapa de trabajo. Después de que se ha tenido un contacto directo con la realidad que se estudia y que se conocen sus aspectos más importantes es cuando estamos en posibilidad de precisar el número y, sobre todo las clases de cuestiones o preguntas que nos pueden llevar a la verificación de nuestras hipótesis.

La experiencia también nos ayuda a encontrar la forma más adecuada para construir un cuestionario.

Se elaboró un cuestionario de 5 preguntas siendo estas cerradas y de selección múltiple, para tener una brecha de error con pocas probabilidades.

La Entrevista

La entrevista es una reunión prefijada y determinada de antemano, aunque su desarrollo pueda parecer espontáneo y natural. Siempre tiene como objetivo, que debe ser conocido por el entrevistador y que se tendrá en cuenta antes y durante su desarrollo. Por lo tanto es un proceso de interacción con un fin determinado. El éxito de la entrevista dependerá en gran parte de la definición de los objetivos y de la habilidad para controlar su evolución. La entrevista no sólo se centra en objetivos, sino también incluye experiencias sentimientos emociones del entrevistado.

En toda entrevista cabe considerar tres elementos claves: el entrevistador, el entrevistado y la relación entre ambos. En una entrevista se hacen preguntas y se dan respuestas, y el entrevistador debe mostrar su interés y confidencialidad en la información recogida y reservarse sus juicios y emociones. El tema debe estar muy bien delimitado para evitar dispersiones, pero teniendo siempre presente la situación y mostrando una posición flexible.

El entrevistador debe traducir lo que ve y oye a situaciones concretas y no dejar lo que dice el entrevistado en generalidades, situación que se puede ir mejorando, en la medida en que el entrevistador observa el proceso. Es una técnica que exige del entrevistador habilidades de comunicación y dirección.

“La entrevista junto con el cuestionario, son los dos métodos básicos para un diagnóstico. Permite recoger información que puede ser investigada en sus mínimos detalles en una conversación personal con los miembros de la organización. Ofrece una oportunidad única para que el comunicador se familiarice con los miembros de la Permite recoger mayor cantidad de información en una muestra más amplia y de forma ágil y económica. El análisis realizado a partir del cuestionario puede ser más objetivo y rápido. Permite el análisis de la estructura de la comunicación de una organización y su efectividad. Evalúa a su vez los bloqueos que experimentan la

difusión de la información, el contenido de la comunicación y la cantidad de mensajes. Ésta es a su vez una técnica reciente en auditoría de la Comunicación”.

1.3.3 Cronograma del Diagnóstico



1.4. RECOPIACION DE DATOS

1.4.1. Ficha de la Entrevista:

Entrevistar es conocer de primera mano a los miembros del Departamento de Seguros y Fianzas, como está la comunicación tanto entre ellos como con los demás departamentos de la institución Inversiones Centroamericanas, S.A.

En segunda instancia es conocer los procesos comunicacionales que manejan para poder realizar sus actividades diarias, con el fin de mejorarlos o implementar nuevos canales de comunicación.

1. ¿Cómo cree que es la comunicación del Departamento de Seguros y Fianzas con los departamentos de RRHH y Relaciones Laborales o públicas?

2. ¿Conoce usted cuál es el proceso y requisitos establecidos que deben comunicarse a los colaboradores de las áreas de Relaciones Laborales y Públicas y RRHH de la corporación?

3. ¿Podría señalar algún punto importante que a su criterio este descuidando la comunicación interna y externa entre su departamento y los demás colaboradores?

4. ¿Cómo considera que es la comunicación entre los compañeros de trabajo de su área?

1.4.2. Resultado de las Entrevistas y Tablas Comparativas

PREGUNTA No. 1	No. ENTREVISTADO	COINCIDENCIA	DIVERGENCIA
¿Cómo cree que es la comunicación del Departamento de Seguros y Fianzas con los departamentos de RRHH y Relaciones Laborales o públicas?	1	Buena porque siempre se les apoya dándoles la información que requieren y necesitan	
	2	Buena porque se les proporciona la información que requieren, pero se podría mejorar ya que la mayoría desconoce el procedimiento a seguir y documentos a presentar	
PREGUNTA No. 2	No. ENTREVISTADO	COINCIDENCIA	DIVERGENCIA
¿Conoce usted cuál es el proceso y requisitos establecidos que deben comunicarse a los colaboradores de las áreas de Relaciones Laborales y Públicas y RRHH de la Corporación?	1	Si los conoce	
	2	Si los conoce	
PREGUNTA No. 3	No. ENTREVISTADO	COINCIDENCIA	DIVERGENCIA
¿Podría señalar algún punto importante que a su criterio este descuidando la comunicación interna y externa entre su departamento y los demás colaboradores?	1	Seguimiento	
	2	Siguimiento	
PREGUNTA No. 4	No. ENTREVISTADO	COINCIDENCIA	DIVERGENCIA
¿Cómo considera que es la comunicación entre los compañeros de trabajo de su área?	1	Excelente	
	2	Excelente	

1.4.3. Interpretación de Resultados de Entrevistas

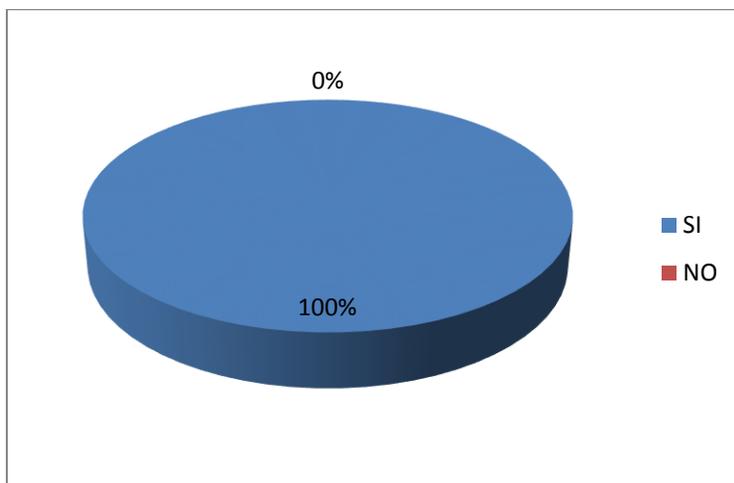
Con la aplicación de la herramienta de la entrevista se pudo completar la recopilación de datos necesarios para realizar el diagnóstico comunicacional para el Departamento de Seguro y Fianzas de la empresa Inversiones Centroamericanas, S.A., con la finalidad de poder generar un plan de comunicacional que apoye las necesidades de fortalecer la comunicación tanto interna como externa de dicho departamento.

Se puede concluir que la comunicación actual dentro del Departamento de Seguros y Fianzas, es buena, sin embargo considerando que todo puede ser perfectible y mejorado, es necesario elaborar estrategias comunicacionales para el fortalecimiento de la misma, así poder cumplir con los estándares de servicio que tiene establecidos la empresa.

1.4.4. Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas

¿Le gustaría estar informado de los pasos y procedimientos a seguir para presentar un reclamo al Departamento de Seguros y Fianzas?

Gráfica 1



Fuente: Dania Castillo / Epesista

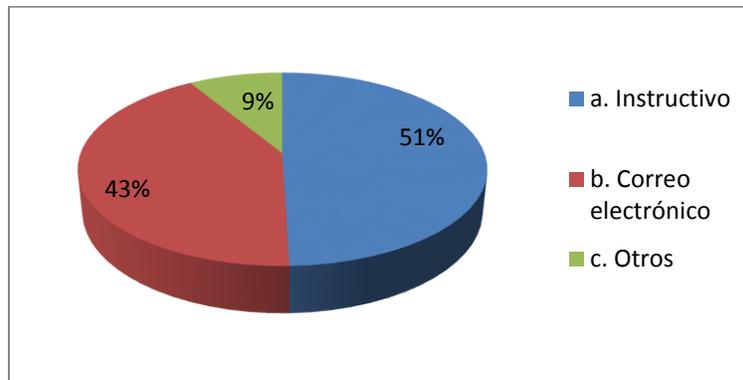
Se le preguntó a una muestra considerable entre colaboradores de la corporación y ejecutivos que gozan del beneficio de una póliza de vida y gastos médicos, si les gustaría informarse del procedimiento y requisitos que se necesitan para la presentación de reclamos y el 100% de los encuestados contestaron que si les gustaría informarse.

Con este resultado se comprueba que existe un problema comunicacional entre los asegurados y el Departamento de Seguros y Fianzas, ya que la compañía de seguros deniega el pago de un reclamo, cuando no se presenta con los requisitos necesarios y en el tiempo estipulado que se indica en las condiciones generales de las pólizas de seguros. Lo anterior genera disgusto a los asegurados a quienes afecta directamente.

Los reclamos que se presentan de las pólizas diversas, resguardan el patrimonio corporativo, es decir, se ve afectada la rentabilidad de las empresas, por lo que el que no se presente un reclamo completo ocasiona pérdidas.

¿De qué forma le gustaría informarse de los pasos y procedimientos a seguir?

Gráfica 2



Fuente: Dania Castillo / Ebesista

Con la segunda pregunta de la encuesta, se logró determinar que el 51% le gustaría informarse a través de un instructivo, por lo que se confirma que tanto los asegurados como los colaboradores que presentan reclamos, si, necesitan informarse y tener claro cuáles son los requisitos para las indemnizaciones de los reclamos tanto de gastos médicos como de daños diversos.

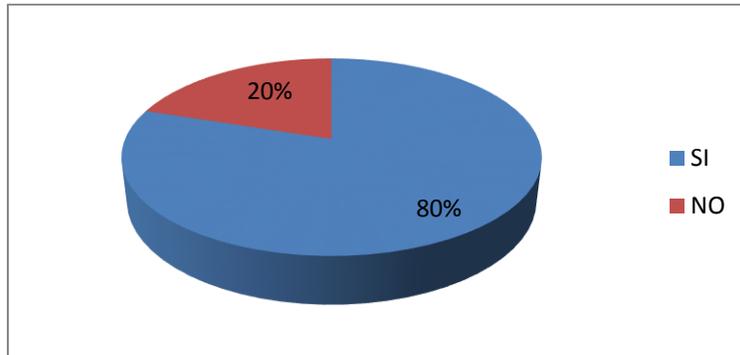
El 43% de los encuestados, contestó que le gustaría que se les trasladara el instructivo a través de correo electrónico, pues lo mejor es utilizar las herramientas actuales para poder desempeñarnos mejor eran los comentarios que expresaban.

9% representa a los encuestados que argumentaron que elegían otras opciones, que el instructivo y el correo electrónica si les ayudaría, pero que preferían dirigirse directamente a las oficinas del departamento, ya que aprovechaban para solucionar varias dudas respecto a algún gasto que era probable realizarían.

Se observa un 103% en el resultado, debido a que un encuestado seleccionó la opción A y B, comentó que el instructivo le serviría mucho, pero que también tener información por correo electrónico.

¿Considera que con una llamada telefónica resuelve sus dudas acerca de los pasos y procedimientos a seguir en la presentación de un reclamo?

Gráfica 3



Fuente: Dania Castillo / Ebesista

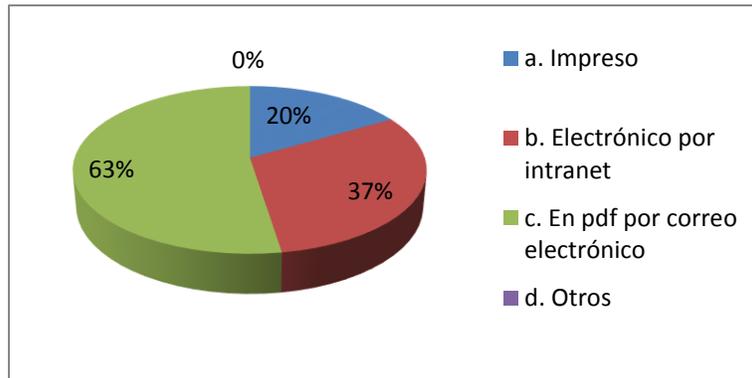
Al 100% de los encuestados se le preguntó que si con una llamada telefónica resolvían sus dudas para la presentación de un reclamo, a pesar de que el 80% contestó que sí.

La mayoría comentó que lograban resolver dudas, pero que realmente no era suficiente para darle trámite a un reclamo, pues existían casos muy especiales y delicados que con una llamada más que todo se aclaraba situaciones que complicaban la recopilación de los documento que enviaban a la compañía de seguros para la indemnización; pero que sin embargo no se resuelven los casos.

Entre el 20% que contestó que no, argumentaron que no resolvían sus dudas con una llamada telefónica, ya que no siempre queda muy claro que se debe hacer y que documentos presentar. También comentaron que por el hecho de ser intermediarios tanto la persona que tramita el reclamo, como el Departamento de Seguros, la más conveniente era que quedará todo por escrito, pues es de esta manera que al final resuelva la compañía de seguros.

¿De qué forma le gustaría que se le entregara un instructivo sobre los pasos y procedimientos a seguir para presentar un reclamo?

Gráfica 4



Fuente: Dania Castillo / Epesista

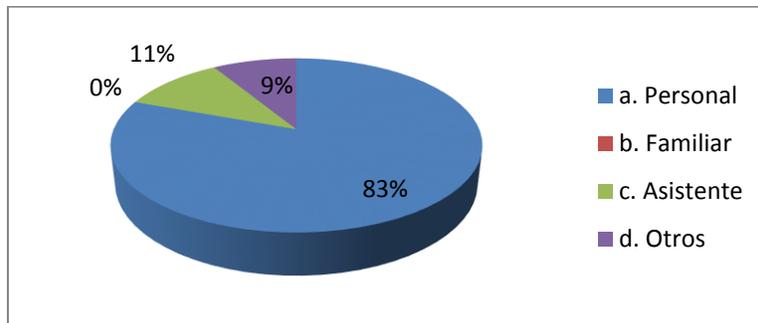
Si existiera un instructivo del total de encuestados, el 20% contestó que le gustaría que se le entregara impreso, el 37% electrónico por intranet corporativo, el 63% en formato pdf por correo electrónico y ninguno sugirió otro medio de comunicación.

Si sumamos los porcentajes, se sobrepasa el 100%, ya que varios de los encuestados seleccionó más de una opción, considerando que la pregunta era de selección múltiple; adicionalmente no todos los ejecutivos que tienen la prestación de la las pólizas de gastos médicos, cuentan con intranet.

Las respuestas predominantes fueron los medios de comunicación electrónicos, ya que argumentaban que era importante utilizar los recursos tecnológicos actuales.

¿Quién le apoya con la presentación de sus reclamos?

Gráfica 5



Fuente: Dania Castillo / Epesista

La última pregunta que se realizó en la encuesta fue que si alguien le apoya al asegurado o colaborador a cargo de algún proceso con la presentación de los reclamos. Se realizó con el fin de determinar si el problema de comunicación afecta únicamente a estas personas mencionadas, y cuando se desarrolle la solución también considerar que a los demás involucrados.

Considerando que el 11% y el 9% respondió que le apoya algún asistente u otra persona, nos demuestra que la comunicación errónea en el proceso del trámite de presentación de reclamos al Departamento de Seguros y Fianzas, afecta directamente a los asegurados y colaboradores que tiene a su cargo determinados funciones que tiene relación con el patrimonio de la corporación.

Lo anterior queda más que demostrado, ya que un 83% contestó que realizan personalmente el trámite de los reembolsos de los siniestros.

Se refleja un 3% entre la respuesta del inciso a y la del inciso c, ya que un ejecutivo respondió que adicional a que el tramitaba sus reclamos, también le apoyaba su asistente.

1.4.5. Ficha de Observación:

La observación es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis. La observación es el elemento fundamental de todo proceso investigativo; en ella se apoya el investigador para obtener la mayor cantidad de aspectos centrales observados. Durante dos meses se observó los métodos y estrategias de comunicación que realiza el Departamento de Seguros y Fianzas, de la empresa Inversiones Centroamericanas, para transmitir información de los procesos y pasos a seguir para presentar reclamos y como estos influyen al momento del reembolso de los mismos.

Resultados de la Observación:

- A.** Se observó que en el departamento de Seguros y Fianzas, es un área en el que la comunicación es eficaz tanto interna como externa es una de las necesidades primordiales, ya que afecta directamente al patrimonio corporativo si no reembolsan los reclamos.
- B.** Se observó que los colaboradores del departamento se aseguran que se cumpla con todos los requisitos al momento de presentar un reclamo, ya que existe una póliza que beneficia a familiares de los colaboradores por lo que la comunicación exacta y veraz en este tipo de reclamos es de mucha importancia, ya que afecta la imagen corporativa.
- C.** Se observó que la comunicación entre los colaboradores del Departamento de Seguros y Fianzas y los asegurados de pólizas de gastos médicos es muy buena, sin embargo es necesario fortalecer la misma, para que los reclamos se reciban con la documentación completa y por lo tanto se evitarán errores comunicacionales al corredor de seguros y aseguradora.
- D.** Se observó que la empresa cuenta con un Departamento de Relaciones Públicas y laborales, el cual no aporta a las necesidades comunicacionales de los demás departamentos, ya que su función principal es la preparación y realización de las actividades culturales, religiosas, deportivas y sociales para los colaboradores.

1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Se cuenta con un colaborador que es comunicador social ➤ Existen canales de comunicación para trasladar la información ➤ Existe un elemento de comunicación externa que apoya a al departamento ➤ Cuenta con internet e intranet ➤ Poseen un circuito cerrado de comunicación telefónica (planta) 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Responsabilidad social corporativa de los colaboradores por lo que se necesita una comunicación debe ser auténtica ➤ Necesidad de una comunicación eficaz ➤ Necesidad de una comunicación interna, ya que algunos asegurados prefieren realizar consultas personalizadas ➤ Intervienen varias personas en los procesos y en algunos casos existe rotación de personal
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Colaboradores necesitan fortalecer la comunicación corporativa ➤ Las herramientas de comunicación que brinda la empresa no están al alcance de todos los asegurados ➤ Auxiliares del departamento no tienen mucha experiencia en seguros ➤ No todos los asegurados cuenta con equipo de comunicación 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Existen barreras de comunicación ya que en el proceso intervienen elementos externos. ➤ En la comunicación interna intervienen varios elementos y esto genera desconfianza ➤ El Departamento de Relaciones Laborales y Públicas, no apoya a los departamentos en los procesos comunicacionales, sino que su función principal es la resolución de conflictos laborales

CAPITULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN

2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES

La empresa Inversiones Centroamericanas, S.A., cuenta con un departamento de Relaciones Públicas y laborales que su principal función es la comunicación y divulgación de las actividades socio-culturales, deportivas y religiosas que realiza la empresa para sus colaboradores, así mismo la resolución de conflictos laborales.

Por lo anterior, el Departamento de Seguros, no cuenta con el apoyo de dicha área; por lo que la oportunidad de comunicar la información de los procesos que realiza es una gran oportunidad para el comunicador social que labora para este departamento, pues nunca antes había laborado un comunicador social que les apoyara con el fortalecimiento comunicacional para mejorar los procesos en la administración de los diversos reclamos.

La Comisión de Servicio al Cliente tiene a su cargo la realización y publicación una revista mensual, que su propósito es transmitir información de las actividades que realizan los departamentos de Recursos Humanos y Relaciones Públicas Laborales.

2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

2.2.1. Objetivo General

Comunicar a través de una estrategia de acciones comunicacionales el procedimiento a seguir y los requisitos establecidos para la presentación de un reclamo al Departamento de Seguros y Fianzas de la empresa Inversiones Centroamericanas.

2.2.2. Objetivos Específicos

Elaborar una estrategia para el fortalecimiento de la comunicación de los procesos en la presentación de los reclamos que realizan tanto ejecutivos asegurados como colaboradores.

Comunicar estratégicamente a través de distintas acciones, el procedimiento y pasos a seguir establecidos por el Departamento de Seguros y Fianzas de la empresa Inversiones Centroamericanas, S.A., para la presentación de un reclamo, a todos los ejecutivos que laboran para las empresas de la Corporación Castillo Hermanos para la presentación de un reclamo.

Dar a conocer a los empleados que laboran en los Departamentos de Recursos Humanos y Relaciones Laborales el detalle de los documentos legales que son indispensables para presentar un reclamo de seguro de vida y accidentes personales, para que ellos trasladen el mensaje a los beneficiarios reclamantes.

2.3. PÚBLICO OBJETIVO

Nuestro público objetivo, es decir a quienes queremos llegar y fortalecer los procesos comunicacionales, es en primer lugar los colaboradores que laboran para el Departamento de Seguros y Fianzas de la empresa Inversiones Centroamericanas, S.A. El segundo público objetivo son las personas que laboran en los Departamentos de Recursos Humanos, Relaciones Públicas Laborales y otras áreas que nos reportan daños diversos. El tercer público objetivo son los asegurados que cuentan con el beneficio de un seguro de vida y gastos médicos.

2.4. MENSAJE

Fortalecimiento comunicacional de los procesos ya establecidos y creación de nuevos canales de comunicación que sean necesarios para dichas tareas.

2.5. ESTRATEGIAS

- Boletín informativo electrónico
- Diseño y desarrollo de material informativo impreso

2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN

Dentro de las acciones que se plantearán a continuación para la ejecución de la estrategia es importante elaborar paso a paso cada una de ellas, para que al final del proyecto, sea sostenible en el tiempo y las personas que brinden el mantenimiento del mismo, puedan hacerlo ya con el conocimiento de los procesos ejecutados. A continuación bocetos de las acciones de cada estrategias antes descritas.

○ **Boletín Informativo Electrónico de Seguros y Fianzas**

Se elaborarán 3 ediciones de boletines informativos que se estarán actualizando una vez al año por el analista de seguros y fianzas, con el fin de comunicar el proceso y requisitos en la presentación de reclamos. Será distribuido a través de correo electrónico en formato de pdf, cada vez que actualice y cuando los colaboradores lo soliciten.

El boletín será distribuido a 50 personas que conforman las siguientes áreas:

BOLETIN No. 1 (Reclamos de daños diversos)

- Colaboradores que laboran en las áreas de importaciones y exportaciones
- Colaboradores que laboran en las áreas de bodegas o suministros

El boletín número dos será distribuido a 138 personas conformadas por 118 asegurados que gozan de la prestación y 20 asistentes que apoyan a algunos de los asegurados.

BOLETÍN No. 2 (Reclamos de gastos médicos)

- Ejecutivos que tienen la prestación y que administran directamente sus reclamos
- Asistentes de los Ejecutivos que tienen la prestación

El tercer boletín será distribuido a 40 personas que conforman las siguientes áreas:

BOLETÍN No. 3 (Reclamos de vida y accidentes personales)

- Colaboradores que laboran en las área de Recursos Humanos, Relaciones Laborales o Relaciones Públicas
- Colaboradores que laboran en las área de Recursos Humanos, Relaciones Laborales o Relaciones Públicas

○ **Brochure Informativo impreso**

El objetivo comunicacional del brochure, es difundir a los asegurados la forma y procedimiento para la presentación de un reclamo. Se realizará el diseño de un folleto informativo de medidas 13.5 x 38 cms, en papel bond, a un color, el tiraje será de 200 folletos, serán distribuidos por mensajería a 138 personas, conformados por 118 asegurados y 20 asistentes. Tabla de contenido:

No.	Tema
1	Procedimiento para la presentación de un reclamo convencional de gastos locales
2	Requisitos para la presentación de un reclamo convencional de gastos locales
3	Procedimiento para la presentación de un reclamo convencional de gastos en el extranjero
4	Requisitos para la presentación de un reclamo convencional de gastos en el extranjero
5	Procedimiento para la presentación de un reclamo de pago directo de gastos locales
6	Requisitos para la presentación de un reclamo de pago directo de gastos locales
7	Procedimiento para la presentación de un reclamo de pago directo de gastos en el extranjero
8	Requisitos para la presentación de un reclamo de pago directo de gastos en el extranjero
9	Procedimiento para la utilización de la asistencia la viajero

- **Material informativo para escritorio Table Tent**

El objetivo comunicacional del table tent, triángulo informativo para poner sobre el escritorio, es informar a los asegurados la forma y procedimiento para la presentación de un reclamo de seguro de vida. Las medidas son: 22X11 cms impreso en papel texcote, el tiraje será de 200 calendarios, impreso a un color, será distribuido por mensajería a 40 personas que conforman colaboradores y asistentes de los departamentos de recursos humanos y relaciones públicas.

No.	Tema
1	Procedimiento para la presentación de un reclamo de seguro de vida
2	Requisitos para la presentación de un reclamo de seguro de vida

CAPITULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN

3.1. PROYECTO DESARROLLADO

3.1.1. Financiamiento

Para poder ejecutar el plan de comunicación, el epesista proporcionó el dinero para cubrir el 100% de los gastos descritos en el presupuesto.

3.1.2. Presupuesto

PRESUPUESTO				
Cantidad	Descripción	Precio unitario	Total	Financiamiento
300	Brochures de 13.5x38 en papel bond de 80gr impresión b/n	Q 3.45	Q 1,035.00	E pesista
1	Servicio profesional de diseño gráfico para brochures	Q 100.00	Q 100.00	E pesista
200	Calendarios tamaño 22x11 cms impresos a un color en textote	Q 2.88	Q 575.00	E pesista
1	Servicio profesional de diseño gráfico para calendarios	Q 100.00	Q 100.00	E pesista
7	Servicio profesional de diseño gráfico del boletín informativo	Q 40.00	Q 280.00	E pesista
1	Servicio profesional de asesoría comunicacional	Q 6,000.00	Q 6,000.00	E pesista
Total del proyecto			Q 8,090.00	

Financiamiento	Monto
E pesista	Q 8,090.00
Empresa	Q -
	Q 8,090.00

3.1.3. Beneficiarios

Los beneficiados indirectos con las estrategias de comunicación desarrolladas fueron los analistas del Departamento de Seguros y Fianzas, quienes realizan el proceso para el reembolso de los reclamos, ya que mejorará el tiempo en la entrega de los cheques a los asegurados. Los beneficiarios directos son: los colaboradores que cuentan con la prestación del seguro, beneficiarios del seguro de vida de los colaboradores y por último el grupo de empresas que conforman la corporación, ya que las recuperaciones de los reembolsos de daños diversos serán más ágiles con documentación completa.

3.1.4. Recurso Humano

Para lograr la implementación de las estrategias propuestas, se contó con la colaboración del siguiente recurso humano:

Nombre	Puesto	Actividad
Srita. Thania Alvarez	Analistas de Seguros	Distribución del material impreso a las áreas de Recursos Humanos, Relaciones Laborales, colaboradores y asistentes que presentan reclamos
Srita. Sherlin Cujil	Asistente de Seguros	Distribución por correo electrónico del boletín informativo, a las áreas de importaciones y exportaciones, bodegas y jefes de agencias
Lic. José Estuardo Castillo	Jefe de Seguros	Revisión de los artes iniciales y finales tanto del material impreso como del digital

3.1.5. Área geográfica de Acción

El plan de comunicación fue ejecutado en el Km. 16 Carretera a El Salvador, Edificio Condado Concepción.

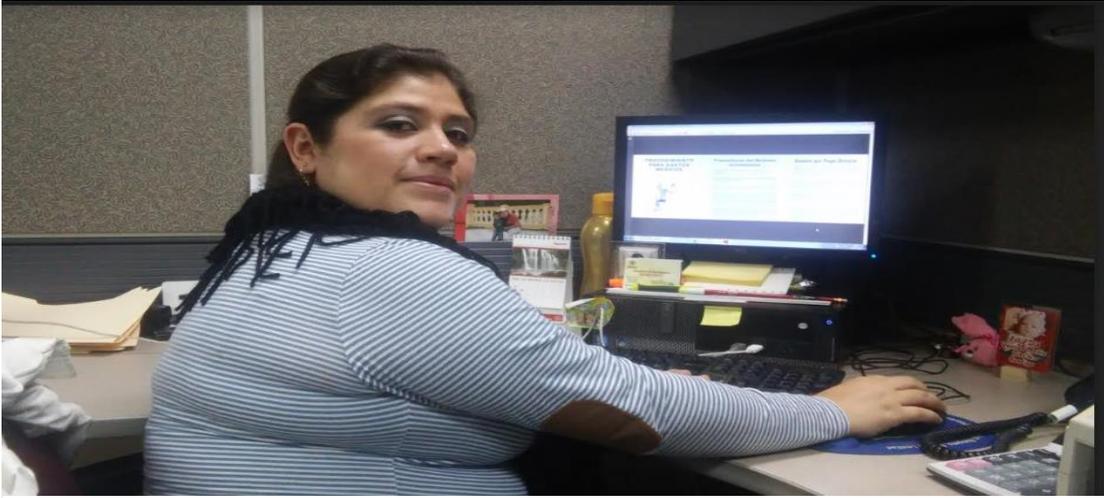
3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS

Primera estrategia desarrollada: Diseño de material informativo impreso

Con el objetivo de que los colaboradores de las áreas de Recursos Humanos, se informen y puedan comunicar el proceso y requisitos para la presentación de los reclamos, se realizó en el mes de junio el diseño y distribución de material informativo impreso, que consistió en un accesorio para escritorio.

También se diseñó y distribuyó dos brochures a los asegurados de pólizas de gastos médicos y a sus asistentes para que se informen acerca del proceso y requisitos en la presentación de los reclamos y así evitar atrasos en el reembolso de los mismos.

Las acciones anteriores se realizaron con el fin del fortalecimiento comunicacional de los procesos ya establecidos y creación de nuevos canales de comunicación que sean necesarios para dichas tareas.



Epesista Dania Castillo, realizando envío electrónico el brochure que se distribuyó por mensajería junio del 2016



Imagen de Table Tent, material informativo impreso, que se distribuyó por mensajería junio del 2016





Epesista Dania Castillo, realizando entrega del table tent, accesorio informativo de escritorio a Thania Alvarez analista de seguros, junio del 2016



De acuerdo a estrategia presentada, Epesista Dania Castillo, entregó table tent, accesorio informativo de escritorio a Sherlin Cujil, Asistente del Departamento de Seguros y Fianzas, quien prepara la distribución de los mismos, junio del 2016



Office: 305.459.4838
 Fax: 786.515.0089
 Toll Free: 1.800.250.3271
 ext. 238
 E-Mail: rjimenez@omhc.com
 Web: OMHC.COM

777 Brickell Avenue
 Suite 410
 Miami, FL 33131

ASISTENCIA AL VIAJERO

- Si se encuentra en Estados Unidos y tiene una emergencia médica, también puede utilizar el beneficio de asistencia al viajero comunicándose a los siguientes números indicando que la llamada es por cobrar:
 1-855-272-3511
 1-877-889-0149
- Un operador de Europ Assistance gustosamente le atenderá y le apoyará para que se autoricen los servicios que pueda necesitar y a los que tenga cobertura.

BENEFICIOS

PRESTACIONES CUBIERTAS	LÍMITES
Desplazamiento de un familiar por emergencia (pasaje ida y vuelta)	US\$ 1,000.00
Gastos de Hotel (para un familiar por emergencia del titular (máximo 10 días))	US\$ 800.00
Catavolación, interpretación y modificación de viaje	US\$ 750.00
Transmisión de mensajes urgentes	SI
Localización del viajero (Desastres y Emergencia)	SI
Compensación económica por pérdida de equipaje	US\$ 1,200.00
Asistencia jurídica por accidente de tránsito	US\$ 1,200.00
Asistencia de familia para lesiones por accidente de tránsito	US\$ 12,000.00
Asistencia Médica por lesión o enfermedad en el extranjero	US\$ 12,000.00
Gastos médicos (hospitalarios y farmaciales)	US\$ 250.00
Urgencia Odontológica en el extranjero	US\$ 250.00
Cobertura de medicamento en ambulancia en el extranjero	US\$ 5,000.00
Respetando el derecho del beneficiario después de tratamiento en el extranjero	US\$ 5,000.00
Traslado sanitario del beneficiario por emergencia (ambulancia)	SI
Envío de medicamentos urgentes al extranjero	SI
Reposición sanitaria en caso de fallecimiento en el extranjero	SI
Regreso urgente y anticipado por fallecimiento de un familiar (padres, hijos o cónyuge)	SI

GASTOS MEDICOS EN EL EXTRANJERO



DEPARTAMENTO SEGUROS Y FIANZAS

PROCEDIMIENTO PARA GASTOS MEDICOS



Presentación del Reclamo Convencional

- Asegurado acude al médico o proveedor de su preferencia.
- Paga el 100% del total de los gastos (de preferencia con tarjeta de crédito).
- Enviar al Departamento de Seguros y Fianzas de Inversiones Centroamericanas, lo siguiente:
- Debe completar formulario de gastos médicos, únicamente en la sección A del asegurado, firmarlo y adjuntar informes médicos, vouchers, estados de cuenta o comprobantes de pago, si se realizó exámenes de diagnóstico resultados de los mismos.
- Si son gastos por compra de medicamentos, se debe adjuntar ordenes médicas u hoja oficio con stickers en donde se detalla el medicamento.

Gastos por Pago Directo

- Enviar con 5 días de anticipación al Departamento de Seguros y Fianzas itinerario emitido por el proveedor de red seleccionado, para que se tramite la autorización respectiva.
- Departamento de Seguros y Fianzas enviará autorización emitida por la compañía de seguros; misma que debe ser impresa y presentarla el día de la cita adjunta al carné del seguro.
- El día de la cita si existieran procedimientos o exámenes especiales que se debe realizar, paciente o proveedor del servicio deberá comunicarse inmediatamente con Olympus Healthcare.
- Una vez cerrada la cuenta, asegurado debe cancelar la participación indicada en la autorización emitida con anticipación, así como los gastos no elegibles que puedan existir. Esta información se encuentra al dorso del carné del seguro.

1ra. Imagen de brochure, material informativo impreso, que se distribuyó por mensajería junio del 2016



¡VENTAJA DEL PAGO DIRECTO! AL PROGRAMAR SU HOSPITALIZACION POR PAGO DIRECTO, USTED UNICAMENTE PAGA EL 20% DEL TOTAL DE LA CUENTA + GASTOS EXTRAORDINARIOS + GASTOS NO ELEGIBLES

GASTOS MEDICOS LOCALES



DEPARTAMENTO SEGUROS Y FIANZAS

PROCEDIMIENTO GASTOS MEDICOS LOCALES



GASTOS POR REEMBOLSO CONVENCIONAL

- Solicita cita y acude al médico
- Debe llevar consigo formulario de reclamación de gastos médicos.
- El médico debe completar formulario de gastos médicos, firmarlo, sellarlo y consignar el diagnóstico por el cual acudió a la consulta (se actualiza una vez al año).
- Si el médico ordenó exámenes de diagnóstico, al momento de realizarse los mismos, se deben solicitar los resultados respectivos.
- Si el médico ordena medicamentos, deberá entregarle receta, indicando dosis y duración del tratamiento (se actualizan una vez al año).
- Adjuntar: facturas por consulta, exámenes especiales y de laboratorio con sus ordenes respectivas, recetas médicas firmadas y selladas indicando dosis y duración del tratamiento. Si son gastos por hospitalización se debe adjuntar el estado de cuenta desglosado de los gastos de hospital, si fue por cirugía, adjuntar record de anestesia, si se realizó una patología también adjuntar los resultados de la misma.

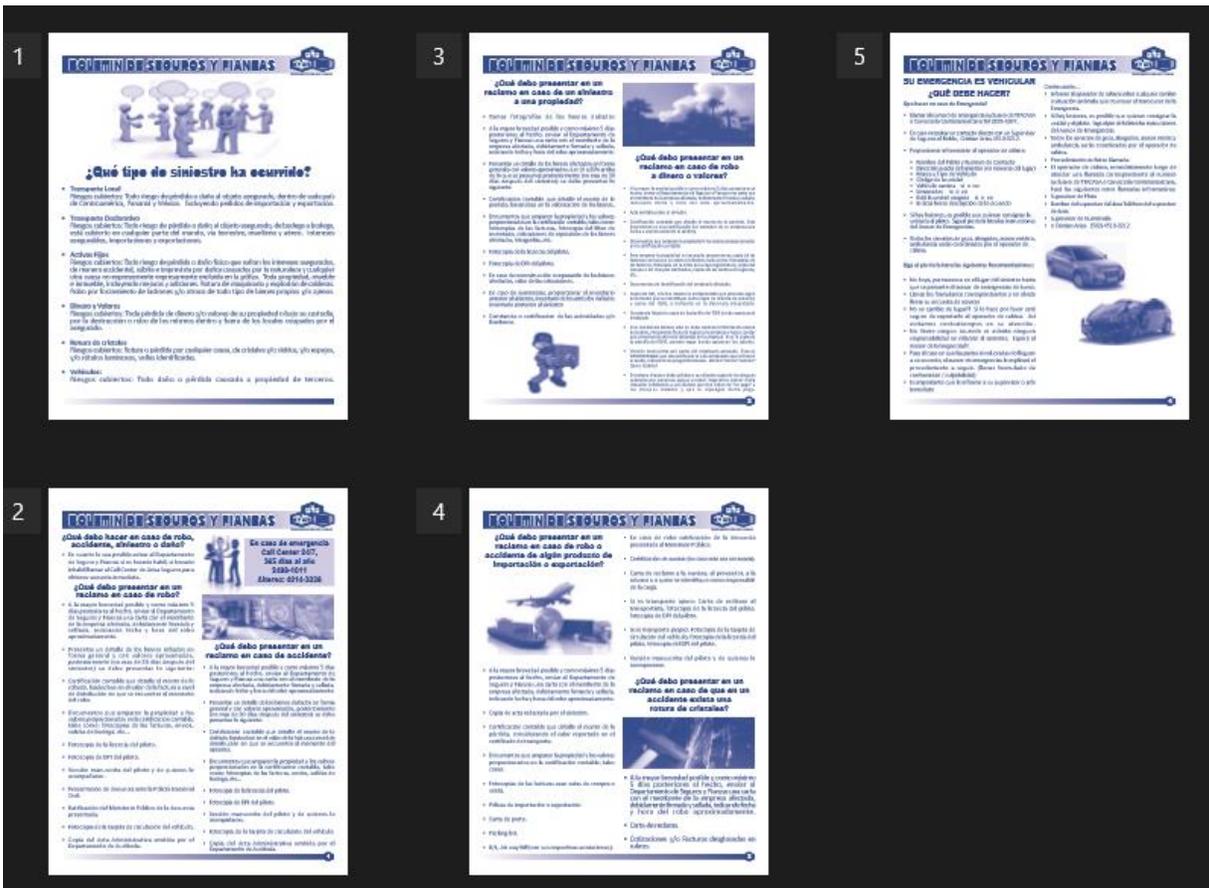
Gastos por Pago Directo

- Al ingresar al hospital deberá identificarse con el carné de Seguros y Fianzas y DPI.
- Asegurado deberá de notificar al departamento, en qué hospital se encuentra ingresado.
- Departamento de seguros y fianzas, notificará a la compañía de seguros.
- Hospital enviará notas de evolución a la compañía para que emitan la autorización correspondiente.
- Hospital emitirá y enviará autorización al hospital.
- Hospital cerrará la cuenta y le indicará al asegurado cual será el monto de su participación, que será el 20% del total de la cuenta.
- Asegurado revisará el estado de cuenta y si todo está correcto, asegurado deberá cancelar en las cajas del hospital y solicitar las facturas a su nombre, con su NIT.
- Asegurado deberá enviar copia de las facturas emitidas por su participación y estado de cuentas detallado para que estas sean registradas para la acumulación del límite de coseguro.

2da. Imagen de brochure, material informativo impreso, que se distribuyó por mensajería junio del 2016

Segunda estrategia desarrollada: Diseño y distribución electrónica de boletín informativo:

En el mes de julio con el propósito de agilizar la indemnización de los reclamos originados por siniestros varios, se comunicó a través de correo electrónico a todas las áreas que realizan proceso en la presentación de reclamos de daños diversos un boletín informativo electrónico.

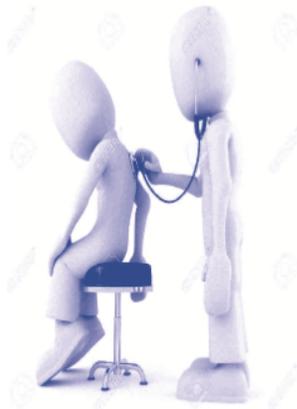


De acuerdo a estrategia presentada, imagen de boletín No. 1, enviado en julio del 2016

¿Qué debo presentar en un reclamo en caso de gastos médicos (enfermedad o accidente)?

Gastos por reembolso Convencional

- Asegurado solicita cita y acude al médico.
- Debe llevar consigo formulario de reclamación de gastos médicos.
- El médico debe completar formulario de gastos médicos, firmarlo, sellarlo y consignar el diagnóstico por el cual acudió a la consulta.
- Si el médico ordenó exámenes de diagnóstico, al momento de realizarse los mismos, se deben solicitar los resultados respectivos.
- Si el médico ordena medicamentos, deberá entregarle receta, indicando dosis y duración del tratamiento.



PRESENTACION DEL RECLAMO

- Enviar al Departamento de Seguros y Fianzas de Inversiones Centroamericanas, lo siguiente:
- Formulario de reclamación de gastos médicos, debidamente firmado, sellado, consignando el diagnóstico por el cual se realizó la consulta.
- Adjuntar: facturas tanto por la consulta pagada al médico, como por el pago de los exámenes realizados y por los medicamentos comprados, ordenes de los medicamentos comprados.

Gastos por pago directo

- Al ingresar al hospital deberá identificarte con el carne del seguro y DPI.
- Asegurado deberá de notificar al departamento, en que hospital se encuentra ingresado.
- Departamento de seguros y fianzas, notificará a la compañía de seguros.
- Hospital enviará notas de evolución a la compañía para que emitan la autorización correspondiente.
- Hospital emitirá y enviará autorización al hospital.
- Hospital cerrará la cuenta y le indicará al asegurado cual será el monto de su participación, que será el 20% del total de la cuenta.
- Asegurado revisará que en el estado de cuenta se indique que aplica únicamente el porcentaje de participación del asegurado, más los gastos extraordinarios que pudieran existir.
- Si todo está correcto, asegurado deberá cancelar en las cajas del hospital y solicitar las facturas a su nombre, con su NIT.
- Asegurado deberá enviar copia de las facturas emitidas por su participación para que estas sean registradas para la acumulación del límite de coaseguro.

De acuerdo a estrategia presentada, imagen de boletín No. 2, enviado en julio del 2016

RECLAMOS SEGURO DE VIDA

¿Qué debo hacer?

Notificar al Departamento de Seguros y Fianzas inmediatamente el fallecimiento del colaborador por medio de una carta indicando la fecha y causa del fallecimiento, adjuntar a esta el certificado de seguro o designación de beneficiarios original.



¿Qué documentos se deben presentar?

1. Original de Formulario Declaración del Reclamante autenticado por Notario Público
2. Carta de la Empresa Notificando el suceso, indicando nombre completo, fecha y causa del fallecimiento.
3. Original Designación de Beneficiarios
4. Original Certificado de Partida de Nacimiento del Asegurado.
5. Original Certificado de Partida de Defunción del Asegurado.
6. Copia Autenticada de DPI del Asegurado
7. Informe de Defunción/Certificado de Defunción (Legalizada por Notario Público)
8. Original Declaración de la funeraria que prestó los servicios para la inhumación del cadáver (Legalizada por Notario Público)
9. Copia Autenticada de DPI del beneficiario.

En caso de muerte accidental y/o violenta.

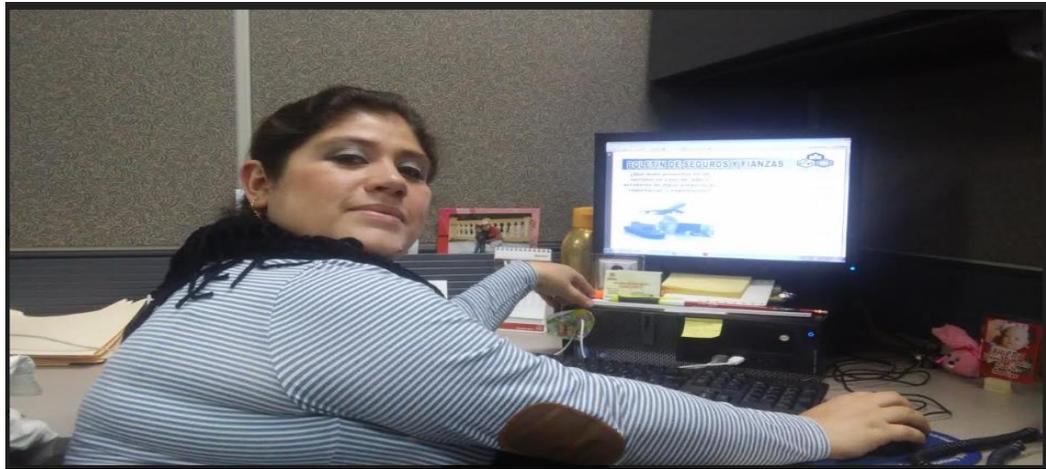
10. Original Informe del Inacif
11. Original Informe de Bomberos
12. Original Informe Policiaco
13. Recortes del periódico informando el suceso.



DEPARTAMENTO SEGUROS Y FIANZAS

Nota: De no contar con todos los documentos originales, se pueden presentar copias pero deben estar debidamente legalizadas.

De acuerdo a estrategia presentada, imagen de boletín No. 3, enviado en julio del 2016



Epesista Dania Castillo, de acuerdo a estrategia presentada, realiza el envío de boletines electrónicos, julio del 2016

3.3. CROGRAMA DE ACIVIDADES

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES								
ACTIVIDADES	JUNIO				JULIO			
Semana	1	2	3	4	1	2	3	4
Diagramación e impresión del material impreso								
Acción 1: Elaboración de lista de personas específicas a quienes se enviará brochure	■							
Acción 2: Elaboración de lista de personas específicas a quienes se enviará table tent		■	■					
Acción 3: Envío de table tent			■	■				
Acción 4: Envío de brochures				■				
Diagramación y Edición Boletín No. 1								
Acción 1: Diseño de boletín					■	■		
Acción 2: Circulación de boletín						■	■	
Diagramación y Edición Boletín No. 2								
Acción 1: Diseño de boletín							■	■
Acción 2: Circulación de boletín							■	■
Diagramación y Edición Boletín No. 3								
Acción 1: Diseño de boletín								■
Acción 2: Circulación de boletín								■

*Nota Importante: no se inició la ejecución del plan en la fecha indicada debido a que se atrasó por la revisión del plan.

3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO

ESTRATEGIA	INDICADORES CUANTITATIVOS	INDICADORES CUALITATIVOS
Table tent (accesorio de escritorio)	Los colaboradores de los departamentos de Recursos Humanos y relaciones Laborales, 40 son jefes quienes conforman el 100% de personas a quienes se les distribuyó el material impreso	<p>1) Los jefes de Recursos Humanos y Relaciones laborales, indicaron que es una herramienta perfecta para poder brindar información a los beneficiarios de los colabores, excelente material ya que se encuentra a la vista de todos.</p> <p>2) Los asistentes de de los departamentos de Recursos Humanos y Relaciones Laborales, comentaron que el accesorio es una herramienta muy buena, por ser un material de consulta cada vez que ocurre un evento y que no necesitaran estar solicitando la información al Departamento de Seguros y Fianzas</p>
Brochure informativo	De los 138 ejecutivos a los que se distribuyó, el 100% los recibió	<p>1) Algunos de los ejecutivos indicaron que es un excelente material, que contiene la información necesaria al momento de la presentación de un reclamo.</p> <p>2) Las asistentes comentaron que lo relevante del material informativo, es que lo tenían impreso, pero también en digital, lo cual apoya la comunicación entre el ejecutivos y ellas, ya que cuando acuden al médico, les pueden trasladar la información a sus correos personales que reciben en los celulares</p>
Boletín informativo No. 1	De los 100 colaboradores que laboran en los departamentos de bodega, importaciones y exportaciones, jefes de agencias, el 90% recibió y leyó el boletín electrónico durante el tiempo de circulación	<p>1) Los jefes de los departamentos de importaciones y exportaciones, comentaron que es una herramienta perfecta para estar enterados de qué se debe hacer y qué se debe presentar en caso de un siniestro.</p> <p>2) En el área de bodega, indicaron que el boletín es muy funcional, ya que pueden consultarlo en sus computadoras y también imprimirlo, si ocurre algún evento que se deba reportar.</p> <p>3) Los jefes de agencia, indicaron que lo interesante de tener el boletín electrónico, es que en la mayoría de ocasiones los siniestros ocurren en horario y días inhábiles, es decir que no sólo se reporta de inmediato el evento, sino que se pueden iniciar el trámite de los documentos sin esperar que el Departamento de Seguros envíe la lista de requisitos para formalizar el reclamo</p>
Boletín informativo No. 2	De los 138 colaboradores entre ellos ejecutivos que tienen derecho a la prestación y personas que les asisten de las distintas área de la corporación, que conforman el 100% recibieron y leyeron el boletín durante el tiempo de circulación	<p>1) Los ejecutivos que tiene derecho a la prestación, expresaron que es una excelente herramienta, ya que la pueden llevar a todas partes en caso de consultas</p> <p>2) Asistentes comentaron que es un material muy práctico y bien detallado</p>
Boletín informativo No. 3	Los departamento de Recursos Humanos y Relaciones Laborales, están conformados por 40	<p>1) Excelente poder contar con la información electrónica comentaban los jefes de las área</p> <p>2) Los Analistas de Recursos Humanos y Relaciones Laborales, indicaban que es una herramienta de fácil acceso para consultar e informar</p>

CONCLUSIONES

- Después de haber logrado seguir todos los pasos requeridos para poder culminar este trabajo, se puede determinar las siguientes conclusiones a las que se llegan después de haber transcurrido varios meses de investigación.
- Inversiones Centroamericanas, S.A., cuenta con personal capacitado para controlar el proceso de la presentación de los reclamos, que día con día brindan la mejor atención a los clientes tanto internos como externos. A pesar de que los expedientes muchas veces los reciben con documentación incompleta realizan su mejor esfuerzo para alcanzar una comunicación efectiva.
- El fortalecimiento de la comunicación en los procesos y requisitos para la presentación de los diverso reclamos, por medio de la distribución de material impreso y digital informativo, constituyen una comunicación asertiva que lleva a que los reclamos se presenten con documentación completa y correcta, por lo que el proceso de pago será más ágil.
- Las reacciones que tuvieron las personas que conocieron el proyecto, fueron muy positivas, ya que no solo fortalecerá la comunicación, sino que también hará que el trabajo sea más productivo.

RECOMENDACIONES

- De acuerdo al proceso de investigación realizado, se evidenció que los colaboradores no presentan los documentos completos para concluir un proceso, por desconocimiento tanto del proceso, como de los requisitos para el trámite que se realiza en el reembolso de los reclamos; por lo que se recomienda que la estrategia del material informativo impreso, se actualice cada año, ya que la información contenida en el mismo, puede variar de acuerdo a las condiciones de renovación de las pólizas contratadas.
- Que los analistas del Departamento de Seguros y Fianzas distribuyan los boletines informativos cada año para mantener informado al personal de nuevo ingreso o por si existiera rotación de personal, y así evitar atrasar el trámite en los reclamos.
- Que la información electrónica, sea colgada en la página de intranet de la empresa, y actualizada cada año, ya que algunas personas tienen a la mano esta herramienta y considerando que el departamento cuenta con un espacio específico en la página.
- Que el material impreso que con el que se cuenta en digital, también sea distribuido de forma electrónica por los analistas de Seguros y Fianzas, cada vez que un colaborador de las distintas áreas requiera información sobre la presentación de un reclamo.

GLOSARIO

Asegurado: La persona que compra el seguro, o dueña de la póliza de seguro

Aseguradora: Una compañía que a cambio de una prima se compromete a pagar todas las reclamaciones legítimas que estén cubiertas por la póliza.

Beneficiario: El beneficiario es la persona que percibe la indemnización si se produce la contingencia asegurada. El beneficiario es la persona que, va a recibir la utilidad del seguro cuando se produzca el hecho contemplado en el mismo (sin ser asegurado). Es aquel sobre quien recaen los beneficios de la póliza pactada, por voluntad expresa del tomador. La designación del beneficiario se da, generalmente, en los seguros de carácter personal, de manera especial a los seguros de vida y accidentes, para el caso de muerte del asegurado.

Coaseguro: Es un porcentaje en el cual participa el asegurado, de los gastos incurridos, y está expresado en porcentajes, tales como 80/20. Esto significa que el asegurado participará con 20% de los gastos efectuados y la aseguradora con el 80%.

Deducible: La cantidad de dinero que usted acordó pagar en su póliza por cada reclamación o accidente. Esta cantidad es substraída del total pagado por su compañía aseguradora. Si el total de la reclamación es de \$500 y su deducible es

de \$100, usted pagará \$100 y la compañía pagará \$400. Mientras más alto sea su deducible, pagará menos por su póliza, pero al mismo tiempo cada vez que haga una reclamación pagará más en ese momento.

Indemnización:

La mayoría de los convenios colectivos se establece la obligatoriedad por parte de la empresa de contratar un seguro de accidentes para los casos de incapacidad permanente total, incapacidad permanente absoluta y fallecimiento. Este es el llamado 'seguro de convenio', que, pese a ser en muchos casos obligatorios y poder evitar importantes perjuicios económicos a las empresas, no se contrata en demasiadas ocasiones y las compañías se podrían cubrir ante los riesgos de un accidente laboral importante.

Reclamo:

Una solicitud de pago a la compañía de seguros por daños cubiertos por la póliza. Reclamaciones hechas por usted a su compañía son conocidas como reclamaciones de primera persona (first-party claims). Reclamaciones hechas por una persona a la compañía de seguros de otra persona son conocidas como reclamaciones de tercera persona (third-party claims).

**Reclamo convencional
de gastos médicos:**

El cliente paga el 100% de los gastos médicos y a través de un formulario de reclamos se solicita a la aseguradora el reembolso de dicha cantidad. Un reclamo de gastos médicos es la petición formal de reintegro de fondos gastados por curaciones, hospitalizaciones, exámenes o

cualquier otro rubro relacionado con el deterioro de la salud de un asegurado o de sus dependientes.

Reclamo pago directo: Es un porcentaje en el cual participa el asegurado, de los gastos incurridos, y está expresado en porcentajes, tales como 80/20. Esto significa que el asegurado participará con 20% de los gastos efectuados y la aseguradora con el 80%.

Reembolso: Devolución de una cantidad de dinero a la persona que la había desembolsado. "si la deuda era a plazo y el fiador la pagó antes de su vencimiento, no podrá exigir reembolso del deudor hasta que el plazo venza"

BIBLIOGRAFÍA

1. Biblioteca virtual Universidad Panamericana / Citas y Referencias bibliográficas: una guía rápida del Estilo APA
2. Fortalecimiento de la comunicación institucional de la Escuela de Trabajo Social a través de la implementación de una radio en circuito cerrado y en línea. Lic. José Virgilio Díaz Chávez
3. Investigación de Mercados / Naresh K. Malhotra / Pearson Educación quinta edición
4. IPES Propuesta Comunicacional por medio de una intranet Institucional para Platino, S.A. Lic. Abner Daniel Enrique López Saravia
5. Libro Proceso de la Investigación Científica elaborado por el Lic. César Robledo de la Universidad de San Carlos de Guatemala
6. Portafolio de la empresa Inversiones Centroamericanas, S.A.

EGRAFÍA

1. <http://www.ejemplode.com/52-encuestas/>
2. <http://www.tesisymonografias.net/introduccion/>
3. <http://asesoriatesis1960.blogspot.com/2010/11/justificacion-de-la-investigacion.html#!/2010/11/justificacion-de-la-investigacion.html>
4. <http://www.definicionabc.com/social/convencional.php>
5. http://www.bi.com.gt/boletinelectronico/_mayo2010/noticia3.html
6. <http://www.consumoteca.com/economia-familiar/seguros/beneficiario-de-un-contrato-de-seguros/>
7. <http://es.thefreedictionary.com/reembolso>

ANEXOS

Modelo de encuesta

Nombre: _____

Edad: _____ **Género:** _____ **Póliza** _____ **No.** _____
Fecha: _____

1. ¿Le gustaría estar informado de los pasos y procedimiento a seguir para presentar un reclamo al Departamento de Seguros y Fianzas?

Sí No ¿Por
qué? _____

2. ¿De qué forma le gustaría informarse de los pasos y procedimientos a seguir?

- a. Instructivo
- b. Correo Electrónico
- c. Otros _____

3. ¿Considera que con una llamada telefónica resuelve sus dudas acerca de los pasos y procedimientos a seguir en la presentación de un reclamo?

Sí No ¿Por
qué? _____

4. ¿De qué forma le gustaría que se le entregara un instructivo sobre los pasos y procedimientos a seguir para presentar un reclamo?

- a. Impreso
- b. Electrónico por intranet
- c. En pdf por correo electrónico
- d. Otros _____

5. ¿Quién le apoya con la presentación de sus reclamos?

a. Personal

b. Familiar

c. Asistente

d. Otros _____

Vaciado de la encuesta

No.	¿Le gustaría estar informado de los pasos y procedimientos a seguir para presentar un reclamo al		¿De qué forma le gustaría informarse de los pasos y procedimientos a seguir?			¿Considera que con una llamada telefónica resuelve sus dudas acerca de los pasos y procedimientos a seguir en la		¿De qué forma le gustaría que se le entregara un instructivos sobre los pasos y procedimientos a seguir para presentar un reclamo?				¿Quién le apoya con la presentación de sus reclamos?			
	Si	No	a. Instructivo	b. Correo Electrónico	c. Otros	Si	No	a. Impreso	b. Electrónico por internet	c. En pdf por correo electrónico	d. Otros	a. Persona	b. Familiar	c. Asistente	d. Otros
1	1			1		1				1		1			
2	1		1				1		1						1
3	1			1		1			1			1			
4	1			1		1			1			1			
5	1		1			1				1					1
6	1		1			1			1			1			
7	1		1				1	1		1		1			
8	1				1	1			1	1				1	
9	1		1			1				1		1			
10	1		1			1				1		1			
11	1		1			1				1		1			
12	1			1		1			1	1		1			
13	1			1		1				1		1			
14	1			1		1				1		1			
15	1		1			1			1			1			
16	1		1				1		1			1			
17	1		1				1	1	1			1		1	
18	1			1		1				1		1			
19	1				1		1	1				1			
20	1		1			1			1			1			
21	1		1			1			1	1					1
22	1		1			1				1		1			
23	1			1			1			1		1			
24	1		1			1			1			1			
25	1			1		1				1		1			
26	1		1	1		1		1		1		1			
27	1				1	1			1			1			
28	1			1		1				1		1			
29	1		1	1		1				1		1			
30	1		1			1				1				1	
31	1		1				1	1				1			
32	1			1		1		1						1	
33	1			1		1				1		1			
34	1			1		1		1		1		1			
35	1		1			1				1		1			
	35	0	18	15	3	28	7	7	13	22	0	29	0	4	3