

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



**“ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA FORTALECER EL
DEPARTAMENTO DE LINEAS PERSONALES EN LA COMPAÑÍA
SEGUROS EL ROBLE, S.A.”**

Informe final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

Francisco Alfredo López Aguilar

Previo a optar el título de:

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, Noviembre de 2018

Consejo Directivo

Director

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya

Representantes Docentes

Lic. Mario Campos

Lic. Gustavo Morán

Representantes Estudiantiles

Pub. Gabriela Eugenia Menegazzo Cu

Pub. Heber Libni Emanuel Escobar Juárez

Representante de Egresados

M.A. Michael González Bátres

Secretaria Administrativa

M.Sc. Claudia Molina

Coordinador EPS Licenciatura

Lic. Luis Pedroza Gaytán

Supervisores de EPS Licenciatura

Licda. Sandra Nohemí Hernández y Hernández

Lic. Fernando Ismael Flores Barrios



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



Guatemala, 29 de Enero 2018

EPS-LIC—2018 001

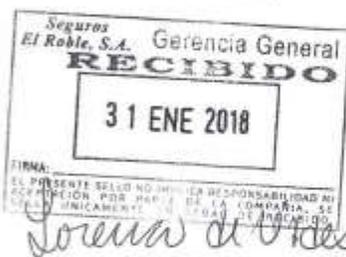
Hermann Federico Giron Delery
Gerente General
Seguros El Roble S.A.
Presente.

Estimado señor:

Por medio de la presente agradecemos su colaboración por brindar el espacio para que el (la) epesista de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, estudiante Francisco Alfredo López Aguilar con número de registro académico 57098 realice su ejercicio profesional supervisado en su prestigiosa institución para tal efecto solicitamos lo siguiente:

- Extenderle una carta de aceptación al estudiante epesista en papel membretado y sellado por la empresa o institución.
- Facilitarle los materiales de consulta y de trabajo para hacer su práctica.
- Aceptar que dentro del Plan de Comunicación 2018 de su institución, el(a) estudiante tenga la oportunidad de hacer un diagnóstico, elaborar un plan y ejecutar el mismo para que ayude al Proceso de Comunicación Interno o Externo de la misma.
- Autorizar que el estudiante epesista incluya toda la información que se derive del presente Ejercicio Profesional Supervisado que será publicado en las instancias que corresponde (Bibliotecas de la Universidad de San Carlos de Guatemala, Biblioteca de la Escuela de Ciencias de la Comunicación "Flavio Herrera" así como copia interna en la Coordinación del EPS de Licenciatura y colegio de Humanidades).
- Autorizar que se supervise el Ejercicio Profesional Supervisado por parte de los docentes supervisores quienes estarán debidamente identificados -EPS-.

Atentamente,



Copia: archivo/empresa o institución/estudiante epesista

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"
Lic. Luis Pedroza
Coordinador de EPS Licenciatura
Cel: 42178224 / 55028866



RECIBIDO
LICENCIADA
SANDRA DE CORZO

"Por una Universidad de Educación Superior Pública y de Calidad"
OLIVERO CASTAÑEDA DE LEÓN

Edificio M2, Ciudad Universitaria, zona 12 • Teléfono: (502) 2418-8920. Telefax: (502) 2418-9810
www.comunicacion.usac.edu.gt



El Roble
Seguros y Fianzas

7a. Avenida 5-10 zona 4,
Centro Financiero,
Torre II, Nivel 16
Guatemala, C.A.
Código Postal 01004
Apartado Postal 2513
PBX: (502) 2420-3333
FAX: (502) 2332-1629

Guatemala, 31 de enero de 2018

Licenciado
Luis Pedroza
Coordinador EPS Licenciatura
Escuela de Ciencias de Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala
Presente

Licenciado Pedroza:

Con el presente documento, realizo formal aceptación del Epsista de Licenciatura en Ciencias de la comunicación, señor Francisco Alfredo López Aguilar.

Al momento de realizar su relación con Seguros El Roble, como Epsista, le será asignado un espacio físico para el mejor desempeño del proceso de su investigación, al igual que recibirá el apoyo que requiera, facilitándole material de consulta y de trabajo que facilite su práctica.

Se contempla como fecha de inicio el día 5 de febrero del año en curso y se prospecta la finalización del mismo para el mes de agosto con un promedio de diez horas semanales en el desarrollo de su trabajo.

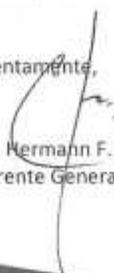
El estudiante podrá elaborar el requerido diagnóstico y ejecutará el plan que dentro del proceso de comunicación interno o externo convenga a esta institución.

Se autoriza al estudiante Epsista a que incluya información pública de la empresa que derive del EPS para publicarlo en las instancias que corresponda, sujeto a las necesidades del proyecto.

Él o los supervisores del trabajo que lleve a cabo el Epsista, solicitarán a la Gerencia General de la empresa autorización para visitarle y realizar las supervisiones respectivas.

Desde ya cuenta con nuestro apoyo para colaborar con esa casa de estudios.

Atentamente,


Lic. Kermann F. Girón D.
Gerente General

10718 - Enero 2017 / 100.000 / 1503



7a. Avenida 5-10 zona 4,
Centro Financiero,
Torre II, Nivel 16
Guatemala, C.A.
Código Postal 01004
Apartado Postal 2513
PBX: (502) 2420-3333

Licenciado 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 Francisco Alfredo Lopez Aguilar, con numero de carne: 57098 y CUI: 2348 48227 0101; el estudiante epesista 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 la Licenciatura en ciencias de la comunicación; realizo el ejercicio profesional supervisado de Licenciatura en esta institución, específicamente en Gerencia General, cumpliendo con 300 horas efectivas de practica comprendidas del día 2 de mayo al 5 de julio del año en curso; tiempo durante el cual ejecuto el proyecto comunicacional "ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA FORTALECER EL DEPARTAMENTO DE LINEAS PERSONALES EN LA COMPAÑIA DE SEGUROS EL ROBLE, S.A" entregando el material respectivo, debidamente recibido por nuestra empresa.

En este sentido, manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo del epesista, y para los usos subsecuentes en el proceso de EPS de Licenciatura, extendemos la presente **CONSTANCIA DE FINALIZACION DE SU PROYECTO DE EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA** en nuestra empresa.

Atentamente

Lic. Hermann F. Giron Delery
Gerente General



100716 - Agosto 2017 / 1003069 / 82310



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



Guatemala, 10 de octubre de 2018

Estudiante
Francisco Alfredo López Aguilar
Carné: 57098
Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC

De mi consideración:

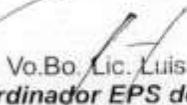
Por este medio informo a usted, que he revisado el Informe Final de su Proyecto de EPS de Licenciatura con título: "ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA FORTALECER EL DEPARTAMENTO DE LINEAS PERSONALES EN LA COMPAÑIA SEGUROS EL ROBLE, S.A.". El citado trabajo llena los requisitos de rigor del presente Programa, por lo cual se emite **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.

Se autoriza su aprobación en el acta de cierre respectiva y distribución digital del Informe Final de EPS de Licenciatura en 5 CD's con el documento en PDF los cuales deberá entregar en las instancias correspondientes para su archivo y publicación.

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Lic. Fernando Flores
Supervisor EPS de Licenciatura




Vo.Bo. Lic. Luis Pedroza
Coordinador EPS de Licenciatura



"Por una Universidad de Educación Superior Pública y de Calidad"
OLIVERIO CASTAÑEDA DE LEÓN

Edificio M2. Ciudad Universitaria. zona 12 • Teléfono: (502) 2418-8920. Telefax: (502) 2418-9810

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

Dedicatoria

A usted,
Que con avidez de conocimiento, aprovecha el contenido del presente documento, y
con eso, premia mi investigación y el trabajo realizado.

Agradecimientos

A Lic. Hermann Federico Girón Délery
Gerente General de Seguros El Roble, S.A.
Líder incansable y amigo incondicional,
Por su férreo apoyo y la oportunidad que me ha brindado.

A los Ejecutivos y amigos de Banco Industrial y Seguros El Roble
Por sus aportes invaluable.

ÍNDICE

| | |
|---|-----|
| RESUMEN | I |
| INTRODUCCION | III |
| JUSTIFICACION | IV |
| CAPÍTULO 1 | 1 |
| 1. DIAGNÓSTICO | 1 |
| 1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO..... | 1 |
| 1.1.1. Objetivo General | 1 |
| 1.1.2. Objetivos Específicos..... | 1 |
| 1.2. LA INSTITUCION | 1 |
| 1.2.1. Ubicación Geográfica..... | 2 |
| 1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas..... | 2 |
| 1.2.3. Antecedentes e historia..... | 3 |
| 1.2.4. Departamentos o Dependencias | 4 |
| 1.2.5. Misión | 5 |
| 1.2.6. Visión..... | 5 |
| 1.2.7. Objetivos Institucionales | 5 |
| 1.2.8. Público Objetivo | 5 |
| 1.2.9. Organigrama..... | 6 |
| 1.3. METODOLOGIA..... | 6 |
| 1.3.1. Descripción del Método..... | 6 |
| 1.3.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección | 7 |
| 1.3.3. Cronograma del Diagnostico..... | 9 |
| 1.4. RECOPIACION DE DATOS | 10 |
| 1.4.1. Ficha de Entrevistas | 10 |
| 1.4.2 Resultados de las entrevistas | 13 |
| 1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN | 14 |
| 1.5.1. Fortalezas | 14 |
| 1.5.2. Oportunidades | 14 |
| 1.5.3. Debilidades | 14 |
| 1.5.4. Amenazas..... | 15 |
| CAPITULO II | 16 |
| 2. PLAN DE COMUNICACIÓN..... | 16 |
| 2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES..... | 16 |
| 2.2. OBJETIVOS DE COMUICACION | 19 |
| 2.2.1. Objetivo General | 19 |
| 2.2.2. Objetivos Específicos | 20 |
| 2.3. PUBLICO OBJETIVO..... | 20 |
| 2.4. MENSAJE..... | 21 |
| 2.5. ESTRATEGIAS..... | 22 |
| 2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN | 22 |

| | |
|---|----|
| CAPITULO III | 24 |
| 3. INFORME DE EJECUCIÓN | 24 |
| 3.1. PUESTA EN MARCHA DEL PROYECTO..... | 24 |
| 3.1.1. Financiamiento | 25 |
| 3.1.2. Presupuesto | 26 |
| 3.1.3. Recursos Humanos | 27 |
| 3.1.4. Área Geográfica de Acción..... | 29 |
| 3.2. Cronograma de Actividades | 30 |
| 3.3. Matriz de control y seguimiento..... | 31 |
| CONCLUSIONES | 32 |
| RECOMENDACIONES | 34 |
| GLOSARIO DE TERMINOS DE COMUNICACION | 36 |
| BIBLIOGRAFIA | 39 |
| ANEXOS | 40 |

RESÚMEN

Nombre de la Institución:

Compañía de Seguros El Roble, S.A.

Nombre del Proyecto:

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA FORTALECER EL DEPARTAMENTO DE LINEAS PERSONALES EN LA COMPAÑÍA SEGUROS EL ROBLE, S.A.

Objetivos del Proyecto:**General:**

Elaboración de material didáctico innovador y de primera calidad, para el proyecto de Reclutamiento, Selección y Capacitación de Nuevos Asesores de Ventas Exclusivos de Seguros El Roble, S.A.

Específicos:

Crear un “Manual de Capacitación” para que el Instructor Asignado para dicha capacitación, cuente con material didáctico, que le sirva como guía en la inducción de una moderna fuerza élite de ventas, que atenderá tanto, planes de Seguros de Vida y Gastos Médicos mayores, en Dólares, utilizables en cualquier parte del mundo; los seguros normales que ya tiene la Compañía en el mercado, así como brindarán asesoría en cuestiones financieras y bancarias a un segmento específico y selecto de la población guatemalteca (A, A+,B+, de la pirámide).

Sinopsis:

Posicionarse como la Compañía Aseguradora líder en el mercado de Seguros de Guatemala y Centro América, ha sido un gran logro para esta moderna Empresa.

Mantenerse en ese sitio, tarea difícil que motiva a quienes la dirigen; a pensar en innovadoras estrategias de mercadeo, que logre potenciales clientes, dé un plus a su actual cartera, y cuide la imagen que con lujo de detalles han logrado.

Así nace la inquietud del Gerente General de la Compañía de Seguros El Roble, por crear una fuerza Élite de Ventas, que aventaje a sus competidores.

La idea; profesionalizar a un selecto grupo de recursos humanos en el ámbito de SEGUROS Y FINANZAS, respaldado por la Corporación Banco Industrial, tanto como por la Compañía de Seguros El Roble.

La creación de un “Manual”, que contenga material didáctico que incluya ambas profesiones, y que detalle las bondades tanto de productos financieros como de seguros; dará como resultado un grupo de Ejecutivos de Negocios con la capacidad de brindar asesoría de calidad. en ambos rubros.

Entrevisté a los involucrados, quienes enviaron información vía electrónica, recopilé textos de charlas impartidas, revistas publicadas, antiguos manuales de inducción, promocionales publicitarios, antiguas agendas, consultas electrónicas y otros folletos que consideré de mucha importancia, conforman la bibliografía del resultado final que ha sido calificado como de insuperable calidad.

El material fue revisado y discutido con cada uno de los involucrados hasta su aprobación final, la Gerencia General, realizó una meticulosa revisión y debió editarse contenido hasta quedar esta, completamente satisfecha. El finiquito por el cumplimiento de la labor asignada y la constancia de supervisión otorgados al finalizar este proyecto, son prueba fehaciente de los buenos resultados obtenidos.

Los supervisores del EPS, acordaron con la Gerencia de Seguros El Roble, que el informe final del alumno incluiría únicamente el Índice del manual, por políticas internas de la Corporación B.I., cabe mencionar que el contenido en su contexto ha sido revisado por el Lic. Fernando Flores Barrios (Supervisor Asignado).

INTRODUCCIÓN

La búsqueda de una institución en la cual poder realizar mi Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, da mucha importancia al aporte que yo pueda brindar como Comunicador Social, poniendo en práctica y a sus servicios, mis conocimientos.

Formando parte de la Corporación Banco Industrial, Seguros El Roble destaca dentro de las Compañías de seguros que operan actualmente en Guatemala; no sólo por lo innovador de los productos que posee en el mercado, sino por su constante revisión a los procedimientos ordenados de capacitación y actualización al personal, que de cara al público, forman parte de un unificado equipo de colaboradores que mantienen una cartera de clientes cien por ciento satisfechos, y para quienes la excelencia en el servicio, es considerada una meta personal.

A la fecha, y por un periodo de más de diez y seis años, la dirección de la Compañía recae en manos de un profesional en todo el sentido de la palabra, Licenciado en Comunicación Social y Licenciado MBA Hermann Federico Girón Délerly, que posee una experiencia altamente calificada y quien a nivel nacional (Presidente del CACIF 2016 y Presidente de AGIS) ha desempeñado diversos cargos de primerísimo rango, acordes a sus múltiples conocimientos en disciplinas tan diversas como Banca, Finanzas y un completo dominio en los ramos de Seguros y Fianzas.

Cada una de las áreas que conforman el organigrama de Seguros y Fianzas El Roble, ostenta a la cabeza de las mismas, personas con buen dominio y conocimiento del ramo que le compete, así como de los roles y desempeños, que cada uno de los que integran el personal a su cargo, deben llevar a cabo; con el propósito de asignarse visto bueno en la consecución de sus metas diarias, semanales, quincenales y anuales.

Todo colaborador que presta sus servicios en la Compañía, hace gala de pertenecer a una institución que vela por el empleado, proporcionándole sin escatimar; todo el

material, equipo y suministros con que debe contar, para el perfecto desarrollo y desempeño de las labores que le conciernen, o que en su defecto, le son asignadas.

La imagen de la institución, como corresponde a una Compañía de tal envergadura, es cuidada con lujo de detalles. Todo el personal que en ella labora, su fuerza de promoción y ventas, así como quienes promueven sus productos a nivel individual, han logrado posicionarla en los primeros lugares que hoy por hoy, ocupa en nuestro país.

Altos valores como AMOR A LA PATRIA (orgullo de nuestra nacionalidad, promoción del desarrollo de nuestro país apoyando la alfabetización, la cultura y el deporte); ENTREGA (un ritmo de trabajo que los distingue); INNOVACIÓN (búsqueda de nuevas y mejores maneras de hacer todo lo que hacen); INTEGRIDAD (actuar siempre con la verdad, transparencia, honestidad y respeto); TRABAJO EN EQUIPO (trabajar juntos para obtener los mejores resultados); son inculcados al personal, contribuyendo de esa forma a su superación personal, tanto como a lograr el posicionamiento a nivel nacional, que la Compañía ha alcanzado.

Como una doctrina, incluyen al atender a sus clientes, estándares de servicio como Seguridad (cuidando lo ajeno como si fuera propio; pensando y actuando en todo momento consecuentemente con valores morales, buenas costumbres y prácticas profesionales); Eficiencia (más rápido y mejor de lo que el cliente pueda esperar); Disponibilidad (siempre con lo que el cliente necesite, jamás un "no" como primera opción para responder); Cortesía (manejan con paciencia y empatía las situaciones de reclamo o quejas; son amigables, claros, veraces, concisos y educados cuando atienden a una persona por teléfono, vía electrónica o en persona).

JUSTIFICACIÓN

Para implementar cambios a nivel comunicacional, será creado por la institución con la utilización de mis conocimientos y ayuda, un “Manual” de procedimientos para capacitación de Asesores de Venta, de Seguros El Roble, S.A.

Mi deseo de colaborar con una empresa por la cual sintiera alguna afinidad y que ésta pudiera, al final del EPS, sentirse beneficiada con mis oficios, ha tomado un rumbo en el que tanto, creatividad como dedicación, serán elementos esenciales en la realización del proyecto.

Tal y como el Ejercicio Profesional Supervisado lo requiere, decidí solicitar un espacio para la realización de mi E.P.S. de Licenciatura, en una empresa para la cual había laborado años atrás desempeñándome en el cargo de Coordinador de actividades del Área Comercial de Líneas Empresariales; fue así como decidí inicialmente concertar una cita con el Gerente General de la institución "Seguros y Fianzas El Roble S.A.". A la cita acudimos ambos, en fecha y hora programada.

Reunidos en la oficina que físicamente ocupa la Gerencia General de Seguros y Fianzas El Roble, fue puesta de manifiesto por mi parte, ante el Licenciado Hermann Girón; la inquietud de realizar el Ejercicio Profesional Supervisado requerido por la Universidad de San Carlos de Guatemala, previo a optar la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

Al informarle el trabajo de índole comunicacional que como epesista debería realizar en la Institución, manifestó el Licenciado Girón que, habiendo ya pertenecido a la Corporación, sería muy probable que, en corto plazo, entablara las relaciones necesarias para el buen desarrollo del proyecto “Manual de Capacitación”.

Dicho trabajo, realizado con un enfoque hacia Asesores, Ejecutivos de Negocios y personas individuales que dentro de nuestro país, promueven sus productos.

Para el presente año, tienen planificado darle mucha publicidad y empuje a un producto, que aunque ya se encuentra en el mercado, existe la necesidad de que la nueva fuerza de ventas, al igual que el grupo objetivo del mismo, lo conozcan a la perfección.

Las bondades y especificaciones de su innovador PREMIUM HEALTH INSURANCE será inicial punto de apoyo para ir dando forma al manual de capacitación.

Ciertas entrevistas personales, con los directores de las áreas involucradas, realizar mesas de trabajo, charlas grupales, planificar asistencia a visitas programadas para observar el desempeño del representante de ventas, entre otras.

CAPÍTULO I

1. Diagnóstico:

Fortalecimiento comunicacional en el Área de Líneas Personales, con la creación de un manual para la comprensión y dominio de los distintos seguros y algunos productos financieros que la compañía ofrece. Este útil manual será utilizado en un innovador y nuevo proyecto de capacitación, a un grupo de ejecutivos que conformarán una nueva fuerza elite de ventas.

1.1. Objetivo General:

Determinar con exactitud, las necesidades de ayuda o colaboración en materia de comunicación existentes dentro de la institución, con el propósito de detectar el instrumento comunicacional que mejor se adecue a sus necesidades actuales de inducción y enseñanza, para capacitar personas, en lo referente a los seguros o productos que la compañía ofrece en el mercado.

1.1.2. Objetivos Específicos:

Que las personas que vaya a ser capacitadas en un futuro, cuenten con alguna herramienta confiable y didáctica, que les ayude de mejor manera a introducirse en el mundo de los negocios de seguros, que conozcan los vocablos utilizados en este ámbito de negocios y que con la ayuda de este instrumento puedan mejorar su léxico, su vocabulario y sus presentaciones personales.

1.2. La institución:

Seguros El Roble, Sociedad Anónima

Realiza todas las operaciones que, de acuerdo con la ley, puedan llevar a cabo las Sociedades Mercantiles legalmente autorizadas para operar Seguros.

Fue fundada en el año de 1970 por un grupo de empresarios guatemaltecos en sociedad con AFIA Finance Corporation, corporación estadounidense que agrupaba varias compañías de seguros de ese país. Seguros El Roble es en la actualidad la empresa aseguradora líder en el mercado de seguros de Guatemala, muy por encima de

sus más cercanos competidores, actualmente ocupa el primer lugar en la producción de primas suscritas, con un mil setecientos ochenta y seis millones de quetzales (1,786,986) al 31 de diciembre de 2017.

1.2.1. Ubicación Geográfica:

7ª avenida 5-10, zona 4 Torre II, Centro Financiero, Nivel 16. Ciudad de Guatemala.

1.2.2. Integración y alianzas estratégicas:

Proveedores de servicios diversos:

Una organizada cartera de proveedores suple periódicamente al Almacén General Corporativo, el cual mantiene un gigantesco inventario permanente de todos los productos que a nivel general e individual, cada empresa de la corporación necesita, para su perfecto funcionamiento.

Redes Hospitalarias:

Aunque algunos hospitales forman parte de la Corporación B.I., mantienen una estrecha relación con otros hospitales que han calificado para atender debidamente a sus asegurados.

Funerarias:

Todas las empresas de servicios funerarios que funcionan a nivel nacional y departamental, son utilizadas para prestar este servicio a sus afiliados en caso de fallecimiento.

Call Center:

Un eficaz y rápido servicio en las llamadas entrantes, proporciona al cliente que les llama; una pronta atención en caso de emergencia y un servicio calificado en las consultas que necesiten realizar o en los trámites que están en proceso.

Asistencia médica telefónica:

Este moderno servicio ha sido implementado para evitar el traslado innecesario de pacientes, así como para agilizar consultas por emergencias o de carácter urgente que no ameritan una visita física del asegurado.

Firmas Reaseguradoras a nivel mundial:

Los convenios firmados con este tipo de empresas, ofrecen a sus asegurados un respaldo sólido y confiable que avala la relación con Reaseguradores Internacionales de fama mundial.

Es la Superintendencia de Bancos, quien independientemente de fiscalizar a las Aseguradoras, califica a las empresas de Reaseguro con presencia en toda la región y las recomienda previa investigación para conocer su solvencia, honorabilidad, y responsabilidad.

1.2.3. Antecedentes o Historia:

Desde sus inicios la empresa experimentó un rápido crecimiento debido a que sus accionistas le permitían fácil acceso al mercado nacional de seguros y al mercado Internacional de reaseguros.

La solidez de esos reaseguros se manifestó en el pronto pago de los siniestros del terremoto de 1976, donde la empresa cumplió cabalmente sus obligaciones y responsabilidades en un tiempo muy corto.

Igual situación ocurrió al inicio de la década de los años 1980, cuando los siniestros causados por el terrorismo fueron prontamente pagados.

Al inicio, Seguros El Roble operó exclusivamente el ramo de daños, a partir de 1989, inició las líneas de seguros de personas, en los ramos de seguros colectivos de vida y gastos médicos, que hoy constituyen una parte importante de su cartera.

En el año 1982, AFIA se fusionó con el grupo CIGNA, por lo que sus empresas pasaron a formar parte de ese grupo. En 1993, las acciones en poder de CIGNA fueron

adquiridas por la Corporación Banco Industrial.

El año de 1998 Seguros El Roble celebró sus Bodas de Plata y se definió en Guatemala como la "Aseguradora del nuevo Milenio".

1.2.4. Departamentos o Dependencias:

Gerencia General:

Tiene a su cargo las Altas Gerencias de diferentes departamentos que conforman su organigrama, es el enlace entre la Aseguradora y la Corporación Bi y toma todas las decisiones inherentes a su delicado cargo. El perfil al igual que el nivel académico de quien es nombrado para ese puesto, son muy elevados.

Gerencia Comercial de Líneas Personales:

Lidera todos los negocios con carácter individual, así como los negocios directos con personas.

Promueve constantemente la innovación en la promoción de sus productos y coordina las actividades de una fuerza de ventas bastante considerable.

Gerencia Financiera y Administrativa:

Realiza controles y formula la contabilidad de las finanzas de la empresa, crea el presupuesto de gastos y supervisa el funcionamiento del recurso humano así como el pago de sueldos y planillas.

Gerencia de Fianzas:

Está dedicada exclusivamente al manejo de los distintos tipos de fianzas que son utilizadas en el ámbito de negocios a nivel Industria, Banca y Comercio, a las cuales se les conoce con el nombre de Seguro de caución.

Gerencia de Área Técnica:

Establece los parámetros con los cuales serán negociados sus productos en el mercado y los de nueva creación. Apoya y orienta a altos ejecutivos en las negociaciones

que surgen, y es la encargada de aceptar o denegar tanto la aceptación como la indemnización a los clientes.

Gerencia Comercial de Líneas Empresariales:

Su fuerte son los grandes negocios a nivel de Empresas, mantiene estrecha relación con las empresas de corretaje con las cuales trabajan y se encarga de promover los seguros de Gastos Médicos Colectivos.

1.2.5. Misión:

Brindar tranquilidad a nuestros clientes, garantizándoles recursos para reponerse de pérdidas económicas de un hecho imprevisto.

1.2.6. Visión:

Somos reconocidos como la mejor empresa de seguros.

Satisfacemos las necesidades de nuestros clientes a través de la innovación permanente, un servicio de excelencia y un continuo desarrollo de nuestra fuerza laboral, para contribuir a la seguridad económica y social de Guatemala.

1.2.7. Objetivos Institucionales:

Seguros El Roble se ha propuesto, con el apoyo y la colaboración de su personal y de toda su fuerza de ventas, colocarse como la Compañía de Seguros más grande de Guatemala y Centro América, así como alcanzar los más altos estándares de servicio, y ser la primera opción en materia de Seguros de personas, gastos médicos y transporte.

1.2.8. Público Objetivo de la institución:

Todo guatemalteco con alguna necesidad en lo que respecta al rubro de Seguros.

1.2.9. Organigrama de la institución: “Estructura de Altas Gerencias”



Fuente: El presente organigrama fue elaborado con la colaboración del Gerente General, para resguardo de la información confidencial de la Compañía de Seguros.

1.3. Metodología:

Se proyecta utilizar metodología interna cualitativa que posteriormente permita la medición de los resultados de comprensión y dominio de los seguros, basados en la efectividad y aceptación del Manual que se elaborará para tal efecto.

1.3.1. Descripción del Método:

Previo a la recopilación de los datos e información que contendrá el "Manual de procedimientos para capacitación de Asesores de Venta", se contactará a las gerencias que manejan personal de promoción y ventas, con el propósito de conocer su disponibilidad de tiempo para crear horarios de trabajo conjunto.

Se programará anticipadamente, horarios de reunión con las gerencias involucradas, para el efectivo cumplimiento de las mismas y que de esta manera, se lleven a cabo en la hora y fecha pactadas. Cada gerencia podrá nombrar un suplente.

Todo el material importante, que sea aportado por las gerencias involucradas, pasará de inmediato a formar parte del contenido del manual en cuestión.

Se alimentará diariamente el contenido del manual, para realizar una revisión minuciosa al momento de llevarse a cabo la reunión siguiente.

1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección:

Al iniciar mi recolección de datos, vi la necesidad apremiante de observar y de realizar algunas entrevistas; procedí entonces conforme el libro Metodología de la Investigación de Roberto Hernández Sampieri, que en el capítulo 9, numeral 9.6.4. habla sobre la observación como un registro sistemático y confiable de comportamientos y conducta manifiesta.

El propósito de la observación serviría como referencia para determinar la aceptación del grupo, respecto a la creación del material didáctico que podría formularse para futuras capacitaciones.

De igual manera las entrevistas informales tanto como las entrevistas de profundidad se basan en las técnicas creadas para la recolección de datos e información que en otra edición del libro Metodología, de Sampieri, capítulo 3, numeral 3.4.1. el autor define como “el arte de escuchar y captar información”.

He procedido a la toma de apuntes de interés, que principalmente provienen de opiniones vertidas por el personal que labora para la institución y que durante su diario actuar, se relacionan con los procesos de suscripción y emisión de las diferentes pólizas que van surgiendo, conforme los clientes aceptan sus deberes, conocen sus derechos y pasan a formar parte activa de los clientes de Seguros El Roble.

Durante algunas entrevistas informales, estos trabajadores me han ido transmitiendo el orgullo y sentimiento de pertenecer a la Compañía y en periodos de observación, he reparado en la dedicación y esmero que imprimen a sus horas de trabajo. Es de hacer notar que es sentimiento generalizado la necesidad de que se reactiven las charlas de inducción para conocer y dominar las bondades y la esencia de los productos que actualmente poseen en el mercado, así como charlas motivacionales que les permitan incursionar en disciplinas tan variadas como la etiqueta y el protocolo o algunas otras que les sirvan para el mejor desempeño tanto de su vida laboral como de su vida personal.

Estas pequeñas entrevistas me confirman que para la realización del " Manual de procedimientos para capacitación de Asesores de Venta, exclusivos de Seguros El Roble, S.A.", será necesario comprobar la hipótesis de que dicho manual, cumpla con las expectativas de ser un eficiente y práctico instrumento de capacitación y que cumpla con los parámetros de excelencia que espera y vislumbra la Gerencia General de la Compañía.

Las entrevistas de profundidad, han surgido espontánea y naturalmente de amistosas charlas con las partes involucradas, el común denominador en las entrevistas señalan que el futuro "manual", producto principal, definitivamente es muy delicado, su manejo es frágil y deberá ser meticulosamente tratado.

No deberán cometerse errores pues será el primer material en su clase y no deberá desviarse de su cometido principal, el resultado de las entrevistas muestra un producto con un alto potencial de colocación y aceptación. Plantearse que el manual final sea de alto impacto, es ahora una meta pues no existen anteriores publicaciones ni diseños y será pionero en el maravilloso mundo de la enseñanza y el aprendizaje.

1.3.3. Cronograma del Diagnóstico:

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

EMPRESA: SEGUROS EL ROBLE, S.A.

| ACTIVIDADES | ENERO | | | | FEBRERO | | | |
|--|-------|---|---|---|---------|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Contacto inicial para conocer posibilidades en la Compañía | ■ | ■ | ■ | | | | | |
| Formalización de la visita a Seguros El Roble, S.A. | | | ■ | | | | | |
| Inicio formal de actividades como Epesista | | | | | | ■ | | |
| Reunión con Ejecutivos para "detectar" necesidades de Comunicación | | | | | | ■ | | |
| Período de observaciones y entrevistas informales | | | | | | | ■ | |
| Entrevistas formales y recopilación de información | | | | | | | ■ | |
| Transcripción de resultados de entrevistas | | | | | | | ■ | |
| Preparación del documento final "Diagnóstico de Comunicación" | | | | | | ■ | ■ | |
| Entrega del documento "Diagnóstico de Comunicación" | | | | | | | ■ | |

1.4. Recopilación de datos:

1.4.1. Ficha de las entrevistas

A continuación se presentan las fichas de las entrevistas que se realizaron dentro de la corporación y la transcripción total de las mismas, será colocada entre los anexos del presente informe.

Primera entrevista:

| |
|---|
| Persona entrevistada: Lic. ESTUARDO Rodolfo Castellanos González |
| Cargo: Gerente Comercial de Seguros de personas |
| Lugar de la entrevista: Oficina en Seguros El Roble, Centro Financiero Torre II |
| Hora y fecha: 11:15 a.m. martes 13/02/18 |

Preguntas que serán formuladas al entrevistado:

1. Desempeñando usted un puesto Gerencial Superior, ¿Cuál es su apreciación personal o punto de vista, de lo que es el producto Premium Health Insurance?
2. En su posición, ¿Qué factores piensa que son necesarios contemplar para la organización del recurso humano que coloca, o que colocará dicho producto?
3. ¿Cuál piensa que será la mejor estrategia para llevar a cabo el programa de capacitación de las personas que en un futuro próximo se seleccionarán y reclutarán para la colocación de este especial producto?
4. ¿Desde cuándo existe el PHI, como ha sido visto en el mercado de seguros y cuál ha sido la respuesta del grupo objetivo?

Segunda entrevista:

| |
|---|
| Persona Entrevistada: Licda. Ana Isabel Barreda |
| Cargo: Gerente Comercial Área de Vida y Gastos Médicos |
| Lugar de la entrevista: Oficina en Seguros El Roble, Centro Financiero, Torre III |
| Hora y fecha: 14:30 p.m. martes 13/02/18 |

Preguntas que se formularan a la entrevistada:

1. ¿Cuáles son las bondades del seguro PHI y qué lo hace un producto especial?
2. ¿Podría a groso modo, indicarme un aproximado de las primas mínima y máxima en dólares, que estaría desembolsando la persona que obtiene este producto y a quienes va dirigido este tipo de seguro?
3. ¿Cuáles coberturas abraza este sofisticado seguro y quienes son elegibles?
4. ¿Qué se debe hacer para contratar un PHI y a partir de cuándo me cubre?

Tercera entrevista:

| |
|---|
| Persona entrevistada: Licda. Elizabeth Andrade de Iriarte |
| Cargo: Sub Gerente de Banca Fiduciaria |
| Lugar de la entrevista: Oficina en Banco Industrial, Centro Financiero, Torre III |
| Hora y fecha: 9:30 a.m. martes 13/2/18 |

Preguntas que serán formuladas a la entrevistada:

1. ¿Qué es un Fideicomiso de Planeación Patrimonial?
2. ¿Puede decirme algunas ventajas de poseer un Fideicomiso de Planeación Patrimonial?
3. ¿Cuál sería el papel que desempeñaría la Banca Fiduciaria en la promoción del seguro PHI?

1.4.2. Resultado de las entrevistas:

Ha resultado muy interesante incursionar en el mundo de estas personas que dedican su vida a la colocación, tanto de Seguros como de Productos Financieros; la sinergia que existe entre el personal que labora para esta Corporación, es admirable y al extremo un tanto familiar.

La dedicación de cada uno de ellos a la labor que realiza y el aprecio con el que desempeñan sus funciones, solo puede existir dentro de una empresa en la cual todos los elementos humanos que la integran, se sienten satisfechos de pertenecer a la misma.

La Gerencia General es comandada por una persona con las capacidades especiales que tan alto cargo necesita y las tres Altas Gerencias a quienes fueron dirigidas las entrevistas, también se encuentran a cargo de personeros con un vasto conocimiento y absoluto dominio del cargo que ostentan.

Como resultado de las entrevistas puedo resumir que mi colaboración y apoyo en la realización del proyecto "Manual de procedimientos para capacitación de Asesores de Venta, de Seguros El Roble, S.A." tendrá un alto impacto dentro de la institución y efectivamente contribuirá en gran manera al momento de echar a andar el programa de reclutamiento y capacitación que tienen pensado.

En conclusión, viene ahora la parte medular y delicada en la que todos los integrantes estaremos participando y dando lo mejor de nosotros mismos. El manual será tratado con toda la delicadeza del caso, haremos un documento veraz y confiable y lo pondremos a disposición de quienes corresponda, lo que traerá consigo seguramente, los efectos para los que está siendo creado.

1.5. Radiografía de la Institución:

De acuerdo al FODA, analizaremos la situación de la empresa.

1.5.1. Fortalezas

Desde hace cinco años se han posicionado a nivel nacional como la compañía número uno en el mercado de seguros.

Cuenta con el respaldo del poder Corporativo de Banco Industrial, el cual a nivel nacional también se encuentra posicionado como la entidad financiera más grande del país.

1.5.2. Oportunidades

Desarrollar constantemente productos que se adecuen a los mercados no tradicionales, creando necesidades en la población y empaquetando para esos grupos, productos innovadores.

Al poseer el primer lugar en la captación de primas, han creado una buena imagen y sus posibilidades de crecimiento son consideradas por un buen porcentaje de la población que aún no utiliza la protección de un seguro, su capacidad de suscripción y de hacer negocios es valorada altamente en un mercado virgen aún.

1.5.3. Debilidades

Existe poca credibilidad del lado de la Dirección Corporativa en lo que respecta a interactuar constantemente con el mercado de reaseguros, lo que redundaría en poca presencia de la compañía a nivel internacional o en el extranjero, cosa que la competencia conoce, por lo que aprovecha y es algo a lo que da prioridad en el desempeño de sus personeros de cara a las empresas reaseguradoras con las que operan y a quienes frecuentemente visitan.

El desarrollo técnico y la innovación de sus sistemas no ha caminado en paralelo con su fuerte crecimiento, por lo que existen retrasos en la respuesta de algunas liquidaciones y poca o ninguna actualización de sus programas de cómputo.

1.5..4. Amenazas

Posible competencia de parte de monstruos internacionales de seguros que pueden observar el mercado en Guatemala y abrir en el país, sus respectivas representaciones. Léase HSBC, Bancolombia, BUPA, MAPFRE, FICOSA, ASSA, SURA.

El cambio de la legislación, en lo que a Seguros se refiere, podría ocasionar problemas de índole interno así como la creación de nuevos impuestos.

CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN

2.1. Antecedentes comunicacionales del Área de Líneas Personales:

No existe registro alguno de anteriores trabajos a nivel comunicacional o realización de anteriores manuales de inducción, que se hayan llevado a cabo en esta Área de Líneas Personales.

Las ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA FORTALECER EL DEPARTAMENTO DE LINEAS PERSONALES contribuirán sobremanera y servirán de gran apoyo para las futuras inducciones en el momento de capacitar recursos humanos que la compañía contrate.

Al momento de dar inicio al presente Plan de Comunicación, conforme se fue desarrollando el proceso llevado a cabo para el Diagnostico Comunicacional y manteniendo una estrecha relación con las personas asignadas por la Gerencia General de Seguros El Roble, como apoyo a mi Ejercicio Profesional Supervisado, se han establecido en dicha área los contactos necesarios, quienes permanecerán involucrados en el presente proyecto, hasta su culminación.

Dicha relación de confianza, está contribuyendo sobremanera a la búsqueda, selección y alimentación del contenido del manual de comunicación interna de Seguros El Roble en el proyecto “ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA FORTALECER EL DEPARTAMENTO DE LINEAS PERSONALES EN SEGUROS EL ROBLE, S.A.”

Con la creación y puesta en marcha del manual en cuestión, el área de Líneas Personales, que es la interesada en reforzar la promoción y elevar los niveles de suscripción de su producto “PREMIUM HEALTH INSURANCE” o Seguro de Gastos Médicos en Dólares, verá altamente beneficiado su programa de reclutamiento y capacitación, y así mismo, contará con un nuevo y actualizado documento, que mejorará

la manera en la que a la fecha, han venido realizando su contratación e inducción de personal.

Anteriormente han procedido a la búsqueda del elemento humano que promocióne sus productos, contando con el personal que ya labora dentro de la institución, promoviendo y capacitando ejecutivos del personal que coloca productos diversos de la Corporación BI, o eligiendo en ocasiones, personas que han sido referidas por alguna empresa de corretaje, ya que es requisito indispensable para este menester, que conozcan o tengan nociones sobre el tema de seguros, que hayan trabajado en ese medio, o que tengan bases firmes en lo que respecta a este negocio.

Sólo en casos especiales cuentan con los medios de comunicación masivos, ya que no los consideran efectivos para sus planes de reclutamiento.

Promocionan sus productos de manera directa, utilizan para el efecto, visita personalizada, la cual en un proceso de tele marketing, es programada por el ejecutivo a cargo. Otra posibilidad de colocación es la que se presenta cuando una persona apertura alguna cuenta con la Corporación Banco Industrial o cuando nuevos clientes inician relación con una o varias empresas que pertenecen a dicho grupo corporativo y de alguna manera pasan a formar parte de los listados de cuentahabientes o de los directorios de clientes corporativos.

Quienes a la fecha son los mayores colocadores del producto P.H.I., son las agencias de corretaje de seguros, pues lo promocionan como muy innovador. Exigen al personal a cargo de promoverlo, un real dominio de este y de todos sus productos.

Los logros alcanzados en la suscripción del producto P.H.I., han llenado solo en parte las expectativas de colocación y crecimiento de usuarios del mismo.

Conociendo que el perfil de quienes puedan tener acceso al P.H.I., es de una condición económica muy solvente y de necesidades en general y en el aspecto de vida y gastos médicos, por encima del guatemalteco promedio; se hace indispensable que a quienes se reclute para su promoción y para representar a la empresa, denoten un dominio general, no solo de los productos que a nivel corporativo se ofrecen, sino

seguridad, experiencia y buen criterio al asesorar clientes, en lo que respecta a este seguro de gastos médicos en dólares.

Estas son razones de peso para la creación y realización del manual en cuestión, el cual contribuirá de buena manera, en la meticulosa inducción y capacitación de forma sencilla y elocuente, a personas de nuevo ingreso que inicien desde cero, su relación con el mundo de los seguros.

Líneas Personales funciona dentro de la compañía de seguros, como un núcleo de vital importancia, ya que actualmente su poderosa cartera de clientes, su fuerza de ventas, su infraestructura bien organizada y sus muy diversas posibilidades de aseguramiento, son altamente cotizadas en el mercado guatemalteco de seguros.

A continuación se detallan algunos de los productos que actualmente manejan:

Seguros de Accidentes Personales, llamados de A.P. que incluyen:

- Sueldo asegurado
- Familia segura
- Cáncer
- Cirugías
- Seguro protegido
- Renta por hospitalización
- Tarjeta de crédito
- Desempleo prima única
- Funerario por accidente

Seguros de Vida:

- Funerario plus
- Seguro de vida, todo riesgo
- Chapín sin fronteras
- Familia sana
- Pólizas ciegas (cuentas de ahorro, prestamos de todo tipo, fondos de pensión)

Además:

- Seguros de automóvil
- Responsabilidad civil
- Gastos médicos
- Premium Health Insurance (gastos médicos en dólares)
- Vida temporal o Seguro Life

2.2. Objetivos de Comunicación:

2.2.1. Objetivo General:

Inducción y capacitación impartida a nuevos asesores de venta.

Se considera importante la realización del proyecto ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA FORTALECER EL DEPARTAMENTO DE LINEAS PERSONALES DE SEGUROS EL ROBLE, S.A., para que la institución cuente dentro de los documentos que utilice al momento de llevar a cabo un programa de inducción, con un “manual” especializado, que sea de fácil entendimiento, de ágil aprendizaje, y que los resultados finales, reflejen en los futuros ejecutivos de venta, una verdadera asimilación de los contenidos del mismo, haciendo fácil la comprensión del seguro para los aspirantes a asesor.

Que tanto los vocablos utilizados en el mundo de los seguros (el manual incluirá un glosario de palabras frecuentes y comunes entre aseguradores), así como los conceptos sobre algunos tipos de seguros (incluidos también en dicho manual); desvirtúen en quienes estén siendo capacitados, la idea de que es difícil y complejo el mundo de los seguros y sus competencias.

Arraigar en los candidatos, interés por hacerse inmersos en ese interesante mundo, que iniciaría como desconocido; pero que con la buena inducción, la transmisión correcta del conocimiento, el dominio del extenso léxico en materia de seguros, y los ejercicios que se lleven a cabo durante el periodo de adiestramiento y capacitación; muestren al final, un equipo de ejecutivos confiables, seguros de sí mismos y conocedores al cien por ciento de lo que están ofreciendo.

2.2.2. Objetivos Específicos:

Crear el adecuado perfil del capacitador, es decir, recomendar con argumentos y enumerar las capacidades y conocimientos necesarios que debe poseer la persona que tenga a su cargo la capacitación.

Elaborar un completo glosario de vocablos y términos de uso frecuente en el mundo de los seguros, es decir, realizar la minuciosa elección de cada uno de los vocablos y conceptos con los que se alimentará el glosario del manual de capacitación.

Recomendar un idóneo espacio físico y el equipo adecuado para las Instalaciones donde se vayan a realizar las capacitaciones.

Que el área en la cual sean impartidos los programas de capacitación, transmisión de conocimiento y aprendizaje; llene todos y cada uno de los requisitos indispensables para el mejor desempeño de ambas partes.

Recomendar un clima organizacional en el que tanto el capacitador como los prospectos de capacitación, adviertan un clima organizacional del evento de inducción, que sea altamente motivador, al extremo clínico y con un ambiente que invite a prestar atención extrema.

Sugerir que las evaluaciones que se vayan a realizar al finalizar el proceso de capacitación, incluyan los temas tratados durante ese proceso y a manera de repaso, incluyan también las inquietudes y las soluciones que se hayan presentado en el transcurso de la inducción, ya que estas denotaran la atención prestada por los elementos objeto del aprendizaje.

2.3. Público Objetivo del Plan:

Se requiere de mujeres y hombres con un record laboral anterior de primera calidad, de edad entre los 25 y 35 años, que desee un contrato formal de trabajo y que posea avidez de nuevos conocimientos y deseos de superación, que sea profesional graduado o que curse actualmente una carrera universitaria, que de preferencia sea propietario de vehículo automotor en buenas condiciones, que dentro de sus características personales

incluya puntualidad, buenas maneras y costumbres (afición por algún hobby, deporte, que guste de la lectura), que sea responsable, de reconocida honorabilidad y que esté dispuesto a trabajar bajo presión.

Dentro de la Corporación, los aspirantes deberán llenar estos mismos requisitos, a diferencia de que como ya ostentan una plaza dentro de la organización, deberán contar con la aprobación de la, o las jefaturas que actualmente estén a su cargo o jerárquicamente por arriba de ellos.

El grupo objetivo para el producto “PREMIUM HEALTH INSURANCE” o Seguro de Gastos Médicos en Dólares en específico, está conformado por profesionales, comerciantes, industriales, agentes de negocios o empresarios, personas individuales nacionales o extranjeros debidamente legalizados dentro de las fronteras de nuestro país con ingresos comprobables en una categoría “A” ya que las primas por estos servicios inician en un promedio de dos mil dólares y pueden crecer indefinidamente, dependiendo de la cantidad de personas que se aseguren en un grupo determinado, de los miembros de una familia a la que se pretenda cubrir y sus necesidades particulares, de los beneficios que se pretendan incluir en cada caso en particular y de las coberturas específicas que los clientes elijan dependiendo de algún patrón de costumbres o de lo delicado que pueda ser cada caso en particular.

2.4. Mensaje:

Información que nos interesa transmitir, la cual debe ser comprensible, cargada de sinceridad y experiencias reales; con el propósito de despertar un interés que motive a la realización de una acción, en este caso a la adquisición del seguro en cuestión.

Dicho mensaje contendrá una carga de ejemplos, vivencias y experiencias de casos reales, de las estrategias utilizadas para llegar a su concreción.

2.5. Estrategias:

Se implementaran formas distintas y diversas de hacer contacto con nuevos prospectos que existen en el mercado, que pueden llegar a ser muy eficientes en el campo de los seguros y que hasta hoy no han sido explorados como reclutamiento de fuerza de venta, es decir que se intentará crear contacto con personas afines al grupo objetivo, en campos tan diversos como las universidades y colegios profesionales o institutos capacitadores como Intecap.

Se realizará una presentación corta de los parámetros de la organización, los fines de la contratación y programas de compensación que la compañía pone al alcance de quienes se interesen por formar parte de su personal.

Utilizando alguna de las plataformas existentes en las redes de comunicación, se realizara un perfil nuevo del Área de Líneas Personales, con el propósito de crear un sistema de comunicación masivo, ágil y moderno, que permita a todos los involucrados, interactuar de manera eficaz.

Para que durante las visitas a las universidades y centros de estudio, quien se interese en nuestra propuesta, pueda comunicarse con nosotros, será entregado un volante con la información de la compañía.

Será propuesta la creación de una pizarra informativa que sin limitaciones de ninguna clase, permita a los elementos del grupo participante comunicar información que pueda ser valiosa y de interés para esa comunidad.

2.6. Acciones de Comunicación:

Contactar en las universidades y centros de estudio, a las personas responsables o a la cabeza de los grupos que nos interesan.

Solicitar permisos y autorizaciones para que se nos permita realizar las visitas y proponer la presentación del mensaje, en un tiempo máximo de quince minutos.

De acuerdo con el capacitador experto, determinar la agenda que incluya los puntos a tratar dentro del mensaje, cuidando la imagen de la institución y de la compañía, y el contenido que cuidadosamente analizado, sea concreto, claro y persuasivo.

Se asignara una dirección de correo electrónico a cargo del facilitador o capacitador experto, para mayor eficiencia de consulta y sugerencias entre los interesados y la compañía.

CAPITULO III

3. INFORME DE EJECUCION

3.1. PUESTA EN MARCHA DEL PROYECTO

Según los lineamientos planteados en el Plan de Comunicación, y siguiendo al pie de la letra las indicaciones formuladas por la Gerencia General de Seguros El Roble; ha continuado la búsqueda e investigación de material que se considere adecuado y en buena relación al texto y los contenidos del “MANUAL DE PROCEDIMIENTOS PARA EL RECLUTAMIENTO, SELECCIÓN Y CAPACITACION DE ASESORES DE VENTAS EXCLUSIVOS DE SEGUROS EL ROBLE. S.A.” con la misma dedicación y empeño que desde el inicio ha llevado al documento, a contener solamente información veraz y de mucho interés didáctico para quienes lleguen a formar parte de la nueva fuerza elite de ventas.

Tanto Seguros El Roble como la Corporación Banco Industrial, respaldan de una manera muy humana y considerada a quienes forman parte de sus Recursos Humanos, con un trato de mucha calidad y esto debe también verse reflejado en el contexto del manual, por lo que se han concertado nuevas citas con personas que desempeñan puestos claves dentro de la Corporación y de alguna manera, también ellos han contribuido con aportes importantes para el crecimiento del material que está siendo recabado.

Cabe mencionar que no existe una bibliografía específica que respalde un alto porcentaje de los apuntes y datos contenidos en el texto del manual en cuestión, ya que en su mayoría, la información ha sido sustraída de documentos que han sido utilizados en cursos, charlas y otros seminarios que han sido impartidos como parte de las capacitaciones que durante el transcurso de muchos años, se han llevado a cabo para mantener actualizada a la fuerza de ventas, al igual que a personeros e integrantes de la misma corporación.

La Universidad de San Carlos, al solicitar a una entidad de la magnitud de Corporación Bi, considerar dentro de sus posibilidades, aceptar un epesista que llevara a cabo una investigación de carácter comunicacional dentro de sus instalaciones; ha acertado muy positivamente, pues a pesar de lo inmensamente grande y diversa que ya es, dicha corporación sigue creciendo constantemente e innovando con periodicidad las formas y maneras de llegar a su público objetivo. Es por eso que como su representante, me asigne la tarea de que dicha solicitud, sea respaldada por un estudiante con un alto grado de responsabilidad así como vasta experiencia en lo que respecta a relaciones interpersonales. Dejaremos la puerta abierta para futuros estudiantes y lograremos dejar una huella indeleble a la terminación del proyecto en cuestión.

Dado el compromiso adquirido, he aprovechado algunos conocimientos en lo que respecta a mi carrera como publicista y me he propuesto impactar a quienes se encuentran inmersos en este proyecto de nuevo reclutamiento; aportando innovadoras ideas redactando algunos textos, discursos y material que pueda de manera muy significativa, ser tomado en consideración al momento en que se lleven a cabo las actividades de inducción y capacitación.

3.1.1. FINANCIAMIENTO:

Desde un inicio, el ofrecimiento por parte de la Gerencia General de Seguros El Roble, de proporcionar todo el respaldo económico a los gastos en que se incurriera o que pudieran llevarse a cabo durante el desempeño del Ejercicio Profesional Supervisado, han sido cumplidos a cabalidad pues en cuanto a suministro de papel y fotocopias, siempre que se han necesitado para la revisión y cambios en el contenido del manual, se han obtenido de manera inmediata y sin problema alguno.

El proyecto de reclutamiento que hará uso del manual que actualmente se elabora, aun se encuentra en su fase de revisión. Algunas ideas pensadas, como la utilización del buzón de sugerencias y de una pizarra; quedarán pendientes hasta el momento en que sea designada el área o el espacio donde se llevaran a cabo las mencionadas capacitaciones, por lo que por el momento, no habrá ningún desembolso a ese respecto.

Hago la aclaración de que el área de Recursos Humanos Bi, quien es encargada de proveer todo este tipo de artículos, cuenta con sobradas unidades de estos y muchos otros materiales, que son suministrados de forma inmediata conforme vayan siendo requeridos, (previa autorización de quienes poseen firmas autorizadas para este tipo de solicitudes).

De igual manera, aun se encuentra pendiente, la designación de la persona que tendrá a su cargo la inducción y capacitación de (que fuera aprobado desde un inicio por la Gerencia General), será, por ende, efectuado a su debido tiempo.

3.1.2. Presupuesto:

Gastos del Proyecto "Manual de Procedimientos de capacitación de Asesores de Ventas de Seguros El Roble, S.A.

| Cantidad | Descripción | Precio Unitario | Total | Financiamiento |
|--------------------------|---|-----------------|-------------------|------------------|
| 1 | Honorarios del instructor durante 6 días | Q3,000.00 | Q18,000.00 | Seguros El Roble |
| 1 | Servicio Profesional | Q25,000.00 | Q25,000.00 | Epesista |
| 200 | Manuales Impresos | Q 30.00 | Q 6,000.00 | Seguros El Roble |
| 200 | Bifoliales para Prospectos de Venta | Q 2.00 | Q 400.00 | Seguros El Roble |
| 1 | Asignación para puesta en marcha del proyecto | Q 4,000.00 | Q 4,000.00 | Seguros El Roble |
| 1 | Pizarra para avisos y anuncios | Q 1,000.00 | Q 1,000.00 | Seguros El Roble |
| 1 | Buzón para sugerencia | Q 1,000.00 | Q 1,000.00 | Seguros El Roble |
| TOTAL PRESUPUESTO | | | Q55,400.00 | |

| INTEGRACIÓN DEL PRESUPUESTO | |
|-----------------------------|-------------------|
| Financiamiento | Monto |
| Gastos Seguros El Roble | Q30,400.00 |
| Gastos Epesista | Q25,000.00 |
| TOTAL | Q55,400.00 |

3.1.3. RECURSOS HUMANOS Y AREAS INVOLUCRADAS EN EL PROYECTO

| EJECUTIVO | PUESTO | ACTIVIDAD |
|---------------------------|--|--|
| Lic. Hermann F. Girón | Gerente General Seguros El Roble, S.A. | Se coordinó con su persona el contenido completo del manual, realizó revisiones y sugirió cambios importantes. |
| Lic. Estuardo Castellanos | Gerente Comercial Seguros de Personas Seguros El Roble, S.A. | Auxilió y sustituyó en ocasiones al Gerente General y revisó textos inherentes a su área. |
| Licda. Ana Isabel Barreda | Gerente Comercial Líneas Personales Gastos Médicos Seguros El Roble, S.A. | Informó los productos que maneja su área, bondades de los mismos y aportó impresos con información valiosa. |

| | | |
|------------------------------|--|--|
| Lic. José Antonio Arriola | Sub Gerente Banca Personal B.I. Área PIME | Colaboró con material impreso y aportó vocablos para ser incluidos en el glosario de términos |
| Ingeniero Juan Pablo Aguilar | Gerente Recursos Humanos Corporación B.I. | Consultado para adquisición de mobiliario y equipo a utilizar en capacitaciones. |
| Lic. Noé Garza González | Jefe Back Office Banca Personal B.I. | Coordinó eficazmente el envío de material impreso referente a las operaciones bancarias. |
| Licda. Elizabeth Andrade | Subgerente Banca Fiduciaria Fideicomisos Banco Industrial, S.A. | Además de ser entrevistada, proporcionó información y colaboró aportando vocablos al glosario de palabras. |
| Licda. Renata de Pallarés | Secretaria de Gerencia Líneas Empresariales Seguros El Roble, S.A. | Su colaboración y ayuda han sido muy valiosas en la impresión y revisión de textos. |
| Licda. Mirza de Izaguirre | Coordinadora Comercial Vida Individual y G.M. Seguros El Roble, S.A. | Aportó valiosos apuntes y textos que fueron incluidos en el manual de inducción. |

3.1.4. AREA GEOGRAFICA DE ACCION

Corporación Bi, cuenta en la actualidad con un extenso organigrama del cual forman parte una cantidad aproximada de diez mil personas, empleados que estratégicamente han sido ubicados y repartidos en diferentes sectores tanto en la capital de Guatemala como en los distintos departamentos de la republica. En la zona cuatro de la ciudad capital, se ubica el Centro Financiero o la sede principal en la que se encuentran las oficinas centrales del área bancaria y de igual forma, las oficinas centrales de la empresa de seguros El Roble.

La realización de las 300 horas de trabajo requeridas por el Ejercicio Profesional Supervisado, como las entrevistas concertadas y la búsqueda de otras fuentes informativas para alimentar el contenido del manual; fueron realizadas en el perímetro de las instalaciones que ocupan las tres torres edificadas en la zona cuatro de la ciudad capital.

Desde el primer día en que dio inicio la practica supervisada, por ordenes de la Gerencia General de Seguros El Roble, fue asignado y habilitado un espacio físico consistente en un escritorio con su respectiva computadora, facilitando de esta manera el trabajo desempeñado.

3.2. Cronograma de actividades:

| Actividades | Abril | | | | Mayo | | | | junio | | | | julio | | | | agosto | | | | septiembre | | | |
|--|-------|---|---|---|------|---|---|---|-------|---|---|---|-------|---|---|---|--------|---|---|---|------------|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Visita a universidades | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Visita Intecap | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Visita Colegios Profesionales | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Mesas redondas | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Presentaciones de capacitación | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Instalar pizarra y buzón de sugerencias | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Publicación del Manual | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

3.3. Matriz de Control y Seguimiento

| ESTRATEGIAS Y ACCIONES | | |
|--|---|---|
| BÚSQUEDA DE RECURSOS HUMANOS | | |
| ACTIVIDAD | OBJETIVOS | INCENTIVOS |
| Visita a Universidades, Colegios Profesionales e Intecap | Encontrar Recursos Humanos idóneos, acorde a las necesidades del proyecto de reclutamiento para fuerza de ventas | Formar parte de una fuerza de venta Elite, con especiales programas de capacitación y remuneraciones muy superiores al salario promedio |
| Charlas motivacionales dirigidas al grupo de prospectos | Dar a conocer a los candidatos, la Corporación que los contratará así como los parámetros de las contrataciones | Valiosos programas de compensación y respaldo Corporativo al 100% |
| Puesta en marcha de una plataforma de comunicación para los aspirantes | Solucionar dudas que existan de parte de la fuerza de ventas y que cuenten con personal de la institución para asesorarles en sus posibles negocios | Contar con respaldo al 100% del personal de Lineas Personales |
| Creación de un volante informativo y promocional | Contar con una herramienta de promoción para llegar al publico objetivo | Respaldo Corporativo, posibilidad de trabajo y atractivos salarios |
| Implementación de una pizarra informativa | Mantener un canal informativo entre ambas partes | Libre utilización de este elemento para sugerencias e información |
| Asignar dirección de correo a cargo del Capacitador | Que la comunicación entre capacitador y capacitados, fluya con carácter eficaz | Habilitar una herramienta que cree un canal de confianza entre el capacitador y los alumnos |

CONCLUSIONES

El transcurso de tiempo durante el cual ha durado mi permanencia dentro de las instalaciones que ocupa la Compañía de Seguros El Roble, S.A., no solamente ha servido para encontrar el nicho en el cual poder desarrollar un proyecto para la realización de mi Ejercicio Profesional Supervisado (investigando y llevando a cabo la implementación, redacción y futura publicación del manual solicitado por la Gerencia General), sino también para darme cuenta de que en la actualidad, las diversas situaciones a las que diariamente se enfrenta el personal de una empresa de esta envergadura; los sitúa en el día a día, frente a retos que con el paso de los años, los fuertes cambios tecnológicos, los avances en las ciencias y las exigencias de las actuales generaciones; han tomado nuevas características, nuevos requerimientos y por ende nuevas maneras de afrontarlos.

La actualización constante del personal que da la cara por la empresa, ya no solamente es necesaria sino que obligatoria y crucial; el cambio, revisión, supervisión y mantenimiento minucioso y delicado del equipo (software y hardware) con el cual se trabaja y atiende en diversos campos del rubro de la empresa, son elementales para el buen funcionamiento, la respuesta ágil y positiva de sus reclamos y la conservación de su cartera de clientes.

Que el personal se encuentre plenamente identificado con la firma que representa y que haga de su lugar de trabajo, su segunda casa; es vital para crear ese círculo familiar con sus compañeros de formula y que de esta manera, fluya ordenadamente la atención y el servicio para quienes forman parte de su enorme clientela y para con sus crecientes prospectos; son desde hace mucho tiempo baluartes intangibles, pero que representan el mantenimiento de la buena imagen al igual que la respuesta positiva y la reciprocidad que se espera de quienes aun no utilizan sus servicios.

La comunicación sin ningún obstáculo y poner al servicio de su fuerza de ventas lo último en cuanto a esta tecnología, trae consigo vanguardismo y eficiencia, contribuye grandemente a los esfuerzos que se realizan en el globo terráqueo por minimizar el deterioro del planeta y lleva a la empresa a lugares insospechados en cuanto a la satisfacción inmediata de las necesidades del cliente.

La implementación en la forma de trabajar dentro de sus oficinas, como en las propuestas a sus clientes de sus distintos modelos de seguro; del ecológico y modernísimo sistema Paper Less (no utilización de papel), coloca a esta empresa en un primerísimo lugar en cuanto a reciclaje, en cuanto a utilización de tecnología de punta y en su contribución al sostenimiento global por rescatar al planeta que habitamos.

Es interesante hacerse inmerso en las actividades de una gran compañía comercial y descubrir algunas tácticas, estrategias y cambios en su manera de operar, que van implementando al compas de los avances tecnológicos en muchos ámbitos que se anuncian en el mundo, y ver como verdaderamente de no ser así, las empresas van cayendo en desuso y se presentan desactualizadas ante las nuevas generaciones que por su naturaleza exigen cada día mas y mas.

RECOMENDACIONES

Dado el excelente funcionamiento de la maquina que ha llevado a la compañía de seguros y fianzas El Roble, S.A. a ocupar primeros lugares en el desempeño de sus funciones así como conseguir posicionarse entre los primeros lugares a nivel latinoamericano; es indispensable que la participación de todos sus elementos y componentes, como un gran engranaje; funcionen unidos, en coordinación y prestando la debida atención a todos y cada uno de los mecanismos que han logrado posicionarla en el puesto que actualmente ocupa.

No se debe perder por ningún motivo, el enfoque con que prontamente atienden las necesidades de sus clientes, deben continuar dando el debido mantenimiento a sus instalaciones tanto como a su mobiliario y equipo de trabajo.

La buena y fraternal relación entre los miembros de la compañía, debe primar y continuar siendo un especial objetivo de parte de las autoridades a quienes compete este delicado asunto, motivando de esta manera la interacción, la identificación con la marca y las buenas relaciones entre todos los elementos humanos que la conforman.

Motivaciones y reconocimientos constantes al personal por sus logros, aéreas comunes muy agradables y su renovación con buen gusto y modernidad (colores atractivos y ambientes relajados), eventos que propicien la comunicación y el acercamiento entre todos sus colaboradores, espacios especiales y muy bien ubicados como salas y cubículos privados para la atención discreta y personalizada de sus clientes.

Retomar la participación y asistencia obligatoria de todo el personal, a cursos especiales de motivación y otros aspectos de la convivencia humana, para mejorar la calidad en las relaciones interpersonales (etiqueta y protocolo, etc.) , hacer las respectivas presentaciones del personal de nuevo ingreso para motivar la ayuda entre

colaboradores, a efecto de lograr de inmediato una total integración de los recién contratados.

La identificación con la firma y la marca, que no falten entre sus props y sus elementos al realizar las visitas personalizadas. Un ejecutivo identificado con su empresa, puede llegar a sentirse desnudo si llega a faltar el identificativo de la empresa para la cual presta sus servicios.

Implementar un área especializada en el bienestar y ayuda del propio personal interno, un mediador entre el cliente y todas las aéreas de atención al cliente, que nadie tenga motivos para quejarse.

Que de existir una invitación a cursos o capacitaciones, sea seleccionado el elemento idóneo acorde a su rango y profesión, y que no se dé preferencia a otra persona por el simple compromiso de asistir.

Que de ser modificada alguna póliza y sus contenidos, exista un área que verifique el efectivo e inmediato seguimiento de aviso, a todos los asegurados que pudieran verse afectados.

GLOSARIO DE TERMINOS DE COMUNICACIÓN

- Administración:** Es combinar de la mejor forma los recursos humanos, materiales y financieros de la empresa con el objeto de lograr la máxima eficiencia, eficacia y efectividad empresarial.
- Ámbito:** Espacio ideal configurado por las cuestiones y los problemas de una o varias actividades o disciplinas relacionadas entre sí.
- Asesoría:** Trabajo realizado por un asesor, que es una persona dedicada a brindar recomendaciones, sugerencias y consejos en su ámbito de especialización.
- Bienes:** Cualquier cosa capaz de satisfacer una necesidad para poder subsistir.
- Biografía:** Revisión escrita de la vida de una persona.
- Boceto:** Borrón o apunte que hace el artista antes de empezar una obra, se utiliza en publicidad para dar una idea de lo que puede ser un anuncio publicitario.
- Capacitación:** Complementar la educación académica del empleado o prepararlo para emprender trabajos de más responsabilidad.
- Capital:** Es todo instrumento o bien material destinado a la producción de nuevas riquezas.
- Certeza:** Seguridad psicológica que poseemos sobre la verdad de lo que afirma o niega un conocimiento.
- Cliente:** Persona que utiliza los servicios de un profesional o de una empresa, especialmente la que lo hace de forma regular.
- Código:** Es un elemento del conjunto de signos producto del convencionalismo que permite transmitir las ideas y experiencias.
- Comercio:** Es la actividad económica que consiste en comprar o fabricar mercaderías para su venta por lo cual se percibe una utilidad o ganancia.

- Comunicación:** Es la acción consciente de intercambiar información entre dos o más participantes con el fin de transmitir o recibir significados a través de un sistema compartido de signos y normas semánticas.
- Conducta:** Es la manera, forma peculiar de conducirse o comportarse que tienen tanto las personas como los animales.
- Consumidor:** Persona o grupo de personas que compran o adquieren un producto o servicio generado en el proceso productivo.
- Contrato:** Acuerdo entre dos o más partes, que se someten voluntariamente al respecto.
- Control:** Proceso que verifica que las actividades ejecutadas, concuerden con los objetivos planificados.
- Costo:** Valor de adquisición o producción correspondiente a una cosa o servicio, el costo está relacionado con el precio que determinará el valor de un producto.
- Creatividad:** Capacidad o facilidad para inventar o crear. Forma de pensar con ideas imaginarias.
- Cronograma:** Detalle minucioso de las actividades que desempeña o desempeñará una empresa al realizar un evento o una serie de eventos.
- Enfoque:** Es un cuerpo de conocimiento preexistente, junto con una interpretación de problemas, un conjunto de objetivos y una colección de métodos, un arquetipo que marca una conducción.
- Entrevista:** Diálogo entablado entre dos o más personas, el entrevistador interroga y quien contesta es el entrevistado.
- Estrategia:** Serie de acciones muy meditadas, encaminadas hacia un fin determinado.
- FODA:** Metodología de estudio de la situación de una empresa o un proyecto. Analiza características internas (debilidades y fortalezas) y su situación externa (amenazas y oportunidades).
- Imagen:** Representación visual que manifiesta la apariencia visual de un objeto real o imaginario.

- Manual:** Instrumento que contiene en forma explícita, ordenada y sistemática, información sobre objetivos, políticas, atribuciones, organización y procedimientos de los órganos de una institución, así como las instrucciones o acuerdos que se consideren necesarios para la ejecución del trabajo asignado al personal, teniendo como marco de referencia, los objetivos de la institución.
- Mercadeo:** Conjunto de operaciones por las que ha de pasar una mercancía, en lo que se traslada del productor al consumidor.
- Plan:** Cualquier diagrama o lista de pasos con detalles de tiempo y recursos, utilizados para lograr un objetivo, para llegar a un sitio determinado o para hacer algo.
- Posicionamiento:** En marketing, es una estrategia comercial que pretende conseguir que un producto ocupe un lugar distintivo, relativo a la competencia, en la mente del consumidor.
- Promoción:** Campaña publicitaria que se hace de un determinado producto o servicio durante un tiempo limitado mediante una oferta atractiva.
- publicitaria:** La que realiza el mensaje objeto del anuncio y que, consta de tres partes que persiguen: llamar la atención, exponer un argumento y despertar el deseo de compra o uso del producto o servicio que se informa.
- Sinergia:** Acción conjunta de varios órganos en la realización de una función.
- Sinopsis:** Esquema o exposición gráfica de los puntos generales de un tema o materia. Resumen general de una obra en particular.
- Slogan:** Es la frase o palabra que promociona un producto, ayuda a conseguir diferenciación en el mercado. Ha de ser creativo y directo. Frase que identifica un producto o servicio....

BIBLIOGRAFÍA

- Gómez, S. (2012) *Metodología de Investigación*. México D.F: Red Tercer Milenio
- Berganza, R. (2005) *Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación*, Madrid: McGraw Hill.
- Piloña, G, (2005). *Métodos y Técnicas de Investigación*. Ciudad de Guatemala
- Sampieri, R,. Fernández, C,. Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación* . México D.F : McGraw Hill.
- *Seguros el Roble*. (s.f.). Obtenido de <http://seguros.elroble.com/roble-red/>
- (s.f.). Obtenido de <http://www.analisisfoda.com/>

ANEXOS

Anexo 1. Tabla de contenido de manual de procedimientos para capacitación de asesores de ventas exclusivos de seguros el roble, s.a.

| | |
|--|----|
| 1 Antecedentes | 1 |
| 2 Marco Normativo | 1 |
| 2.1 Interno | 1 |
| 2.2 Las Cuatro Disciplinas de la Ejecución | 2 |
| 2.3 Estándares de Servicio | 2 |
| 2.4 Manuales Técnicos y Comerciales | 2 |
| 2.4.1 PHI Premium Health Insurance | 2 |
| 2.4.2 Seguro de Gastos Médicos Roblemed | 4 |
| 2.4.3 Plan de Vida 360 | 6 |
| 2.5 Nuestras Pólizas y sus Coberturas Principales | 8 |
| 2.5.1 Seguro de Incendio y Líneas Aliadas | 8 |
| a) Cobertura de Terremoto, Temblor, Erupción Volcánica y Caída de Ceniza | 8 |
| b) Cobertura de Huracán, Tifón y Viento Tempestuoso | 8 |
| c) Cobertura Naves Aéreas, Objetos Caídos de las mismas y Colisión de Vehículos Terrestres | 8 |
| d) Cobertura de Inundación y Maremoto | 8 |
| e) Rotura de Maquinaria | 8 |
| 2.5.2 Seguro de Automóvil | 8 |
| 2.5.3 Seguro de Responsabilidad Civil | 8 |
| 2.5.4 Seguro de Transporte | 8 |
| 2.5.5 Seguro de Aviación | 8 |
| 2.5.6 Seguro de Castos Marítimos | 9 |
| 2.5.7 Seguro de Equipos Electrónicos | 9 |
| 2.5.8 Seguro de Vida | 9 |
| 2.5.9 Seguro de Accidentes Personales | 9 |
| 2.5.10 Seguro de Gastos Médicos | 11 |
| 2.5.11 Seguro de Vida con Ahorro | 11 |
| 2.5.12 Seguro de Todo Riesgo con Construcción | 11 |
| 2.5.13 Seguro de Todo Riesgo de Montaje | 11 |
| 2.6 Productos Bancarios Relacionados con Crédito y Ahorro a Largo Plazo | 12 |
| 2.6.1 Crédito Back to Back | 12 |
| 2.6.2 Crédito Hipotecario para Pequeña y Mediana Empresa | 12 |

| | | |
|----------|--|-----------|
| 2.6.3 | Crédito Fiduciario para Pequeña y Mediana Empresa | 13 |
| 2.6.4 | Línea de Importación para Pequeña y Mediana Empresa | 13 |
| 2.6.5 | Descuento de Documentos vía Contraseña de Pago | 13 |
| 2.6.6 | Plazos Fijos en Dólares y Quetzales | 14 |
| 2.6.7 | Cuenta Planilla | 14 |
| 2.7 | El Negocio de Previsión y Planificación | 14 |
| 2.7.1 | Los Fideicomisos | 14 |
| 3 | Marco Normativo Externo | 15 |
| 4 | Características Personales Requeridas a la Fuerza de Ventas | 15 |
| 4.1 | El Carácter y el Espíritu de Servicio | 17 |
| 4.2 | La manera en que nos Conducimos en la Compañía | 19 |
| 4.2.1 | Valores de Nuestros Agentes Exclusivos | 19 |
| 4.2.2 | Nuestros Lineamientos | 20 |
| 4.2.3 | Código de Ética y Conducta | 22 |
| 4.2.4 | Ambiente Productivo "5'S" | 23 |
| 5 | Breve Resumen del Contenido del Manual | 24 |
| 6 | Glosario de Términos | 26 |

Anexo 2. Transcripción completa de las entrevistas

Se procedió a la realización de las entrevistas (tres en total), con las personas que directamente se encuentran involucradas y vinculadas al proyecto de implementar el "Manual de procedimientos para capacitación de Asesores de Venta, exclusivo de Seguros El Roble, S.A." quienes conformarán una nueva fuerza de ventas para el Seguro PHI, de Vida y Gastos Médicos.

A continuación se transcribecada una de las mismas.

I Entrevista

Persona entrevistada: Lic. Estuardo Rodolfo Castellanos González

Cargo: Gerente Comercial de Seguros de Personas

Área: Líneas Personales

Vínculo con el Proyecto: Recae dentro de sus responsabilidades, el manejo de una considerable cantidad de personas que promueven los productos de la Compañía.

A la pregunta: Desempeñando usted un puesto Gerencial Superior, ¿Cuál es su apreciación personal o punto de vista, de lo que es el producto Premium Health Insurance?

Respondió:

El producto Premium Health Insurance o PHI, es un producto de categoría mundial, el cual compite con cualquier producto internacional de gastos médicos mayores en dólares. Está diseñado para cubrir enfermedades o padecimientos de gran envergadura, y no para gastos ambulatorios y del día a día.

Es un excelente producto, el cual va dirigido al segmento B+, A y A+ de la pirámide, el cual puede ser usado en cualquier hospital del mundo, contando con una red selecta de hospitales de primera línea, con especialidades de cáncer, pediatría, corazón, etc.

A la pregunta: En su posición, ¿Qué factores piensa que son necesarios contemplar para la organización del recurso humano que coloca o que colocará dicho producto?

Respondió:

El equipo de ventas para este producto, deben ser personas con excelente presentación, con carácter y actitud para poder manejar citas con personas de altos cargos como gerentes generales, directores y dueños de empresas en Guatemala, así como de gente de alto nivel socio económico.

Personas bien educadas, con alto conocimiento del producto y de la competencia que tiene, que pueda generar empatía con los clientes por experiencias personales o familiares con el uso de este producto. Es importante conocer cuál es el motivante para dicho equipo de ventas, para conocer si se les puede motivar con una buena comisión, con un buen sueldo fijo, con capacitaciones constantes, con regalarles el producto para que lo prueben, con ofrecerles un plan de carrera dentro del Roble o la corporación, etc.

Así mismo, de donde se obtendrán las bases de datos de clientes para poder trabajar? Esto es importante tenerlo claro desde el principio, para que siempre tengan clientes a los cuales visitar.

A la pregunta: ¿Cuál piensa que será la mejor estrategia para llevar a cabo el programa de capacitación de las personas que en un futuro próximo se seleccionarán y reclutarán para la colocación de este especial producto?

Respondió:

Considero que se pueden utilizar varios medios de ayuda para poder capacitarlos de la mejor forma en el menor tiempo posible, dentro de las que considero importantes tomar en cuenta:

1. Curso estilo universidad para aprendizaje, con sesiones de casos reales.
2. Material del curso para que estudien.
3. Exámenes semanales.
4. Visitas a clientes acompañados de un ejecutivo experto al inicio.
5. Guía de ayuda en la WEB, donde pueden tener tutoriales, preguntas y respuestas frecuentes

6. Conocer a fondo los productos de la competencia y como se comparan con PHI.
7. Conocer a fondo los procesos de reclamos de la empresa, red de proveedores, etc.

A la pregunta: ¿Desde cuándo existe el PHI, como ha sido visto en el mercado de seguros y cuál ha sido la respuesta del grupo objetivo?

Respondió:

El producto existe desde el año 2009. El producto fue el primer seguro de gastos médicos en dólares ofrecido y respaldado completamente por una aseguradora guatemalteca en el país, ya que los demás seguros en dólares que se vendían en Guatemala en esa época, eran todos extranjeros. Al inicio el producto se veía como un producto nacional que no iba a funcionar como un producto extranjero, pero con el tiempo tanto los corredores como los clientes se dieron cuenta que si funcionaba como un seguro de gastos médicos mayores extranjero y que se comercializaba a precios competitivos y con el respaldo de Seguros El Roble. La respuesta del grupo objetivo ha sido muy buena, hemos competido mano a mano con seguros extranjeros de categoría mundial, dando coberturas novedosas y con una red amplia de proveedores médicos.

La desventaja que tiene PHI ante los productos internacionales, es que no cuenta con una base de clientes fuera de Guatemala, lo que hace que se necesite incrementar considerablemente la masa de clientes para lograr mejores resultados. Es por ello que se desea contar con una fuerza de ventas propia exclusiva para este producto, y así no depender completamente de los corredores de seguros que ofrecen otros productos.

II Entrevista

Persona entrevistada: Licda. Ana Isabel Barreda

Cargo: Gerente Comercial del Área de Vida y Gastos Médicos

Área: Líneas Personales

Vínculo con el Proyecto: A cargo de un importante grupo que funciona como fuerza de ventas.

A la pregunta: ¿Cuáles son las bondades de este Seguro y qué lo hace un producto especial?

Respondió:

Ha sido creado para la cobertura de gastos médicos mayores, las primas absorben a nivel internacional, gastos relevantes por enfermedades costosas, como Cáncer o trasplantes, que implican desembolsos de emolumentos considerables.

Ha sido diseñado para ser trabajado en dólares y con el respaldo de administración de dos compañías internacionales como son Olympus y Aetna, las cuales durante su larga trayectoria, han conservado una intachable imagen de reconocido respeto alrededor del mundo.

Es el seguro más caro que El Roble tiene en el mercado, pero su "0" Deducible en Guatemala, su cobertura médica de 5 millones de dólares anuales renovables, asistencia en viajes hasta por 10 mil dólares por persona, seguro gratuito a 2 hijos menores de 10 años, 5 mil hospitales en los Estados Unidos y 3 mil hospitales al servicio de sus asegurados en otros países, lo hacen muy apetecible para nuestro grupo objetivo.

A la pregunta: ¿Podría a groso modo, indicarme un aproximado de las primas mínima y máxima en dólares, que estaría desembolsando la persona que obtiene este producto y a quienes va dirigido este tipo de seguro?

Respondió

Anterior a que este tipo de seguros solo fueran colocados en Guatemala por firmas off shore, que por lo mismo, también eran al extremo prohibitivas; Seguros El Roble en la actualidad pone en el mercado este innovador producto que ha tenido mucha aceptación y los desembolsos varían dependiendo de factores como la edad, fluctuando desde un promedio de US\$ 2,300 mensuales, alcanzando hasta US\$ 8,000 y más, pudiendo abarcar otras cifras, dependiendo de circunstancias como coberturas para grupos familiares, socios de trabajo u otro tipo de casos especiales.

Nuestro target son gerencias, altas gerencias, comerciantes, industriales y personas con una capacidad de endeudamiento y pago comprobable.

A la pregunta: ¿Cuáles coberturas abraza este sofisticado Seguro y quiénes son elegibles?

Respondió:

La cobertura Médica anual renovable, cobertura por hospitalización, maternidad, gastos ambulatorios como cirugía ambulatoria, terapia física, equipo médico duradero, gastos por medicamentos y laboratorio en Guatemala y en el extranjero, atención médica en el hogar, soporte psiquiátrico y psicológico.

Elegibles son personas que residan en Guatemala, asegurado y cónyuge entre las edades de 18 y 74 años, hijos dependientes hasta 24 años inclusive.

A la pregunta: ¿Qué se debe hacer para contratar un PHI y a partir de cuándo me cubre?

Respondió:

Debe completar y firmar una solicitud, presentar una copia de su documento de identificación, firmar y adjuntar nuestra cotización, llenar un formulario IVE y sus requisitos, hacer el pago inicial.

Nuestra cobertura inicia desde el primer día de vigencia de la póliza para accidentes y/o enfermedades infecciosas, existe un periodo de espera de 4 meses para las enfermedades cubiertas y un periodo de 10 meses para maternidad.

III Entrevista

Persona entrevistada: Licda. Elizabeth Andrade de Iriarte

Cargo: Subgerente de Banca Fiduciaria

Área: Banca Fiduciaria de la Corporación Banco Industrial

Vínculo con el Proyecto: Respaldo de entidad Financiera confiable y de renombre.

A la pregunta: ¿Qué es un Fideicomiso de Planeación Patrimonial?

Respondió:

Es un contrato mediante el cual una persona, individual o jurídica, transmite a un Fiduciario o administrador experto, su patrimonio para que este lo custodie y lo administre separado del propio y lo entregue a sus beneficiarios, cumpliendo en todo momento sus instrucciones y respetando ante todo, su voluntad.

Proporciona tranquilidad al cliente garantizando que en vida continua gozando y administrando su patrimonio y en caso de su fallecimiento o incapacidad, su voluntad será cumplida en cualquier circunstancia.

A la pregunta: ¿Puede decirme algunas ventajas de poseer un Fideicomiso de Planeación Patrimonial?

Respondió:

El patrimonio que nos transmiten es autónomo del de Corporación BI y está libre de cualquier proceso de intervención legal. Al poder ser modificado o ampliado en cualquier momento, denota ser un contrato flexible. Permite la transmisión individual o conjunta de patrimonio. Administra bienes de menores de edad y personas con capacidades especiales. Proporciona seguridad y tranquilidad para el cliente, sabiendo que en caso de fallecimiento o incapacidad, su voluntad será cumplida. La información del cliente tanto como su patrimonio, son manejados por personas de reconocida honorabilidad y con toda confidencialidad y transparencia.

A la pregunta: ¿Cuál sería el papel que desempeñaría la Banca Fiduciaria en la promoción del Seguro PHI?

Respondió:

Respaldaríamos al cien por ciento la contratación de ese seguro, proporcionando a los posibles clientes la figura de un Fideicomiso de Planeación Patrimonial a toda vista confiable y con el respaldo de la Corporación BI. Actualmente somos la empresa número uno a nivel de Centroamérica en el manejo de Fideicomisos. Nuestro personal está altamente calificado.

Anexo 3. Plan de comunicación

La implementación de una pizarra para la publicación de novedades, anuncios e informes diversos se considera de vital importancia.

Estará a cargo de la gerencia de Líneas Personales.

Sera actualizada conforme las necesidades de la empresa.



La publicación del Manual de Capacitación, se concretará con la Gerencia General de Seguros El Roble y la fecha de su publicación, dependerá principalmente del éxito que se obtenga en la consecución de los prospectos que se recluten para su inducción y contratación.



- La utilización real y efectiva de un buzón, como parte de la estrategia planificada para el periodo durante el cual las capacitaciones se lleven a cabo, se considera de vital importancia por la abierta comunicación de dos vías que establece entre capacitador y capacitados.

Se hará énfasis en la necesaria utilización del mismo, y se realizara un formato sencillo para que los capacitados participen preguntando, emitan opiniones o planteen situaciones reales o ficticias de las cuales se interesen por conocer cuál sería la solución concreta en caso de presentárseles, para ir identificando de esa forma, áreas a las que se deberá prestarse especial atención de ambas partes.

Atender los requerimientos de cada participante de manera individual al igual que aclarar las dudas que plantee cada oyente utilizando el buzón, abrirá desde el inicio de su inducción, un interés tanto por seguir participando activamente como por investigar y prestar mayor atención durante las inducciones.

Ya sea de forma anónima o identificándose, nos importa e interesa el tema “buzón”, para crear esa comunicación adicional entre oyente y capacitador.



Modelo de la boleta que será utilizada con el Buzón de Sugerencias.

| | |
|---------------------------------------|--------|
| Nombre: | Fecha: |
| Inquietud, pregunta, queja u opinión: | |
| | |
| | |

- Durante las visitas que se programarán a las Universidades y Centros de Estudios, nos promocionaremos con un volante que llame la atención y motive la inquietud de conocer nuestra propuesta a futuros prospectos.

- ❖ Quieres ser tu propio jefe?
- ❖ Incrementar tus ingresos?
- ❖ Ser administrador de tu valioso tiempo con libertad de horarios?
- ❖ Alcanzar el éxito?
- ❖ Tener dinero?
- ❖ Gozar de excelente salud?
- ❖ Disfrutar de gran prestigio?
- ❖ Completar una profesión?
- ❖ Ser constantemente capacitado?
- ❖ Ser miembro de una gran fuerza de ventas?
- ❖ Formar parte de una gran Corporación?
- ❖ Servir a la sociedad?

SABEMOS COMO LOGRAR LAS RESPUESTAS
PARA ESTAS INTERROGANTES

¡¡¡¡NOSOTROS TE AYUDAMOS!!!!

CORPORACIÓN BANCO INDUSTRIAL



Dirección de correo para comunicarse

Numero telefonico.

Numero celular.

Página de facebook.

Avalúo Bancario..... Un avalúo es una estimación comercial de un inmueble a través de un dictamen técnico realizado por una persona autorizada, que cuenta y valora las características físicas y urbanas de la propiedad. Se denomina bancario, ya que es realizado con valores autorizados por cada entidad bancaria.

- **Accidente.....** Acontecimiento inesperado, repentino e involuntario, que causa un daño a las personas y/o a las cosas.
- **Accidente de circulación.....**Accidente sufrido por el tomador o asegurado ya sea como peatón en la vía pública, como conductor o pasajero de un vehículo terrestre a motor, o como pasajero de transporte público (terrestre a motor, marítimo o aéreo en líneas regulares)
- **Ánimo de lucro.....** Cuando el asegurado intenta sacar un provecho injustificado de la ocurrencia de un siniestro.
- **Anualidad.....**Periodo de doce meses por el que se contrata el seguro. El seguro se prorroga tácitamente si ninguna de las partes se opone por escrito y con al menos dos meses de antelación al vencimiento.
- **Anualidad de prima.....**Importe de las primas a pagar durante un año.
- **Anulación.....**Disolución del contrato por cualquiera de las dos partes.
- **Asegurado.....**Titular del interés, objeto del seguro.
- **Aseguradora.....**Compañía de Seguros que se compromete a dar cobertura a unos riesgos y a pagar siniestros a cambio de una prima anual. Empresa creada como Sociedad Anónima, autorizada para la emisión de pólizas de seguro.
- **Back to Back (crédito).....**Créditos garantizados con inversiones constituidas en Banco Industrial S.A., llámense planes de inversión, plazos fijos, entre otros.
- **Banca.....**Instituciones de crédito que operan bajo un sistema de movimiento de dinero.
- **Baremo.....**En el seguro de Accidentes, tabla utilizada para el cálculo del importe de las indemnizaciones por invalidez parcial.

- **Beneficiario**.....Persona que recibe la indemnización en caso de siniestro, perdida en los bienes o muerte del asegurado.
- **Bienes Asegurados**.....Bienes que son cubiertos por la póliza de seguro.
- **Bienes Muebles o Inmuebles**.....Son todos aquellos bienes que un cliente podría dejar en garantía de su crédito, Bienes muebles: dinero, acciones y participaciones entre otras. Bienes Inmuebles: Propiedades que no pueden moverse del lugar en el que están, tales como tierras, locales o viviendas.
- **Bonus/Malus**.....Sistema que se aplica en seguros de autos; según este sistema, los conductores con alta siniestralidad o malos conductores, pagaran mas por su seguro, mientras que aquellos que han tenido menos siniestralidad o han sido buenos conductores, son favorecidos con bonificaciones o rebajas sobre el precio de sus primas de seguro.
- **Buena Fe**.....Principio que tiene que existir en todos los contratos, por el cual el asegurador y el asegurado tienen que actuar con honradez.
- **Capital Asegurado**.....Suma que figura en el contrato de seguro como importe asegurado e indica el máximo de indemnización.
- **Capital de Trabajo**.....Como su nombre lo indica, es el fondo económico que utiliza la Empresa para continuar reinvertiendo y lograr utilidades que de esta manera, mantienen activa la operación corriente de un negocio destinado para generar riqueza.
- **Carencia (Período de)**.....Periodo de tiempo durante el cual el tomador paga las primas, pero no recibe determinadas coberturas previstas en la póliza.
- **Carta de garantía**.....Documento que emiten los aseguradores a petición del asegurado o de terceras personas para certificar que un riesgo está bajo su cobertura, antes de emitir el documento definitivo, que es la poliza.
- **Cartera de seguros**.....Totalidad de las pólizas vigentes de un asegurador.
- **Certificado de depósito**.....Figura especial (cuenta) de depósito de valores, cuya disponibilidad la dicta el vencimiento suscrito en el misma.
- **Cesión de derechos**..... Aplicable a los seguros sobre daños, es cuando el asegurado cede parte de sus derechos a favor de terceros.

- **Cláusula**.....Cada una de las condiciones, disposiciones o estipulaciones del contrato de seguro. Según se encuentren contenidas en las condiciones generales, particulares o especiales, se hablara de cláusulas generales, cláusulas particulares o cláusulas especiales. Puede haber cláusulas adicionales para modificar parte de lo establecido en las cláusulas generales, cláusulas particulares o cláusulas especiales.
- **Coaseguro**.....Cuando dos o más entidades aseguradoras comparten el mismo riesgo de un bien.
- **Cobertura**.....Cada uno de los diferentes riesgos asumidos por el asegurador, dentro de un mismo contrato.
- **Comisión**.....Retribución económica recibida por el agente de seguros, procedente de las primas pagadas de las pólizas contratadas por él.
- **Compañía de seguros**.....Aseguradora. Nombre también asignado para los efectos de este trabajo, a una aseguradora.
- **Condiciones generales**.....Condiciones de un contrato de seguro aplicables a todos los asegurados que han contratado un seguro del mismo tipo.
- **Condiciones particulares**.....Condiciones de un contrato de seguros, creadas para caso concreto o en particular.
- **Consolidación de deudas**..... Se le denominará de esta manera, al acto o actividad de reducir mediante un préstamo, el pago total de una o varias deudas, en una o diferentes entidades, quedándose con una sola cuota y una sola deuda.
- **Consorcio**.....Asociación de empresas o entidades con intereses comunes, que participan conjuntamente en proyecto o negocio importante.
- **Contenido**.....Conjunto de bienes muebles, propiedad del Asegurado, que se encuentren físicamente dentro de la vivienda asegurada. Por ejemplo, muebles, electrodomésticos, ropas, ajuar domestico, comestibles, objetos de uso personal, enseres domésticos, joyas, objetos especiales.
- **Continente**.....Conjunto de construcciones principales o accesorias, tales como cimientos y muros; forjados, vigas y pilares; paredes techos y suelos; puertas y ventanas, armarios empotrados, chimeneas y cerramientos

acristalados; garajes, leñeras que se encuentren en la misma finca; etc. Las instalaciones fijas de agua, gas, electricidad, calefacción, sanitarias, persianas y toldos, falsos techos, alfombras, etc.

- **Corredor de Seguros**.....Intermediario entre el asegurado y la Compañía de Seguros. Defiende los intereses del Asegurado frente a ésta.
- **Crédito Revolvente**.....Tipo de crédito que funciona por medio de una cantidad previamente autorizada, de la cual se puede disponer por medio de desembolsos parciales o totales que al ir pagando o al amortizar este saldo, existe disponibilidad para nuevas utilidades.
- **Cuadro de Beneficios**.....Cuadro donde se detallan los beneficios y coberturas que la póliza cubre.
- **Cuestionario**.....Documento empleado en la contratación de algunos seguros para conocer detalladamente las características del riesgo a asegurar. Son típicos los utilizados en los seguros sobre personas (salud, vida).
- **Cuota Nivelada**.....También conocida como anualidad constante o sistema francés; implica que el valor de la cuota mensual, será la misma todos los meses. Los intereses se calculan sobre el saldo de capital adeudado cada mes.
- **Daños corporales**.....Aquellos que resultan de un accidente corporal (heridas, fracturas, etc.).
- **Daños materiales**.....Pérdida, destrucción o deterioro de bienes o cosas materiales.
- **Declaración amistosa de accidentes**.....Declaración de siniestro en el seguro de automóvil, uniforme para todas las entidades aseguradoras.
- **Declaración del riesgo**.....Declaración del Asegurado en la que describe las características del riesgo a asegurar, dependiendo de esta declaración, el seguro tendrá un precio u otro e incluirá una serie de coberturas u otras.
- **Deducible**.....Cantidad que la aseguradora no le reembolsa a un asegurado que presenta un reclamo.
- **Depreciación**.....Disminución del valor de un bien a consecuencia del uso y del transcurso del tiempo.

- **Dependientes**.....Personas regularmente familiares que son incluidos en una póliza de seguro como parte del núcleo familiar del asegurado principal.
- **Desembolso**.....Acto o transacción mediante la cual se hace efectiva la solicitud de un crédito. Se dirá que una cantidad fue desembolsada cuando el monto solicitado ya se encuentre en la cuenta del cliente deudor o en algún documento disponible para el mismo.
- **Dolo**.....Mala fe.
- **Duplicado de póliza**.....Copia exacta de una póliza, firmada y sellada, a todo efecto utilizable, como el documento original.
- **Duración del seguro**.....Plazo durante el cual tienen vigencia las garantías de un contrato de seguro.
- **Edad actuarial**.....Es la edad que corresponde a la del cumpleaños del Asegurado más próximo a la fecha de efecto o de vencimiento de la póliza. Es la edad que se tiene en cuenta para calcular la prima de los Seguros de Vida.
- **Edad límite**..... Edad máxima o mínima necesaria para poder estar asegurado en determinados seguros (vida, accidentes, salud)
- **Edificación**.....Continente.
- **Efecto (fecha de)**..... Fecha a partir de la cual toman efecto las garantías recogidas en el contrato de seguros.
- **Endógena**..... Que se origina por causas internas. Que se forma en el interior de algo.
- **Endoso**.....Documento que se utiliza para hacer válido un cambio en la póliza de seguro.
- **Entidad aseguradora**.....Asegurador.
- **Estimación de daños**.....Es la valoración de los daños, una vez producido un siniestro.
- **Exógena**.....Que se origina o se debe a causas externas.
- **Explosión**.....Acción súbita y violenta de la presión o de la descompresión de gases o vapores.
- **Expoliación**.....Sustracción ilegítima de bienes mediante actos de intimidación, fuerza o violencia sobre las personas.

- **Extorno**.....Devolución de la parte de la prima no disfrutada al asegurado en caso de cancelación de la póliza, sustitución por otra, etc.
 - **Factoring**.....Vía que utilizan las empresas para adelantar el mecanismo de cobro. Cesión del crédito a otra entidad para que gestione su cobro.
 - **Falta de pago de la prima**.....Situación que se produce cuando el importe de un recibo de prima no ha sido satisfecho a su vencimiento, implicando la suspensión de las garantías de la póliza.
 - **Fideicomisario**.....Persona jurídica o individual que se beneficia del patrimonio del fideicomiso y es designada por el fideicomitente fundador o adherentes (según sea el caso) en el contrato de fideicomiso o sus modificaciones; o bien, que en el mismo se establezcan las normas o reglas para su determinación posterior.
 - **Fideicomiso**..... Es un contrato mediante el cual una persona jurídica y/o individual transmite el dominio fiduciario de sus bienes o derechos a un fiduciario, sujetándolos a fines determinados señalados en el propio contrato, sus modificaciones y/o ampliaciones; o bien, si el contrato lo permite, con instrucciones del respectivo Comité Técnico constituido, con la limitación de realizar exclusivamente aquellos actos exigidos para el cumplimiento de dichos fines, los cuales son de carácter obligatorio, para su beneficio o de un tercero previamente designado, llamado Fideicomisario.
- Fideicomitente**.....Es la persona individual o jurídica que transfiere el dominio fiduciario de sus bienes o derechos a un fideicomiso para el cumplimiento de los fines establecidos en el contrato de dicho fideicomiso, sus modificaciones, ampliaciones y/o instrucciones por medio del Comité Técnico (si lo hubiere) por parte del Fiduciario.
- **Fiduciario**.....Es la entidad Financiera (Bancos o Sociedades Financieras) que recibe el dominio fiduciario de los bienes o derechos del (los) fideicomitente (s) para dar cumplimiento a lo establecido en el contrato de fideicomiso, sus modificaciones y/o ampliaciones; así como, instrucciones por medio del Comité Técnico (si lo hubiere).

- **Fraccionamiento de la prima**.....División de la prima anual para pagos en períodos más cortos (mensual, trimestral, semestral etc.).
- **Franquicia**.....Parte del coste del siniestro que corre a cargo del asegurado.
- **Fortuito**.....Hecho o acontecimiento ajeno a la voluntad de una persona.
- **Garantía Real**.....Es aquella en la que el deudor ofrece como aval un bien de su propiedad o un bien que pertenezca a otra persona (con su previa autorización), con la finalidad de obtener un crédito.
- **Gastos de salvamento**.....Gastos efectuados para aminorar las consecuencias de un siniestro.
- **Gastos Elegibles**.....Gastos que son reembolsables de acuerdo a las condiciones de la póliza.
- **Hurto**.....Sustracción ilegítima de bienes sin empleo de fuerza en las cosas ni violencia en las personas.
- **Incendio**.....Combustión y abrasamiento con llama, capaz de propagarse.
- **Indemnización**.....Cantidad que ha de pagar la Compañía Aseguradora cuando se produzca un siniestro.
- **Indisputabilidad**.....Medida por la cual un asegurado no puede salir perjudicado de las omisiones o inexactitudes cometidas sin mala fe al hacer la póliza.
- **Informe pericial**.....Informe emitido por un tasador de daños en relación a un siniestro, su origen y su valoración.
- **Infraseguro**.....Significa que la suma asegurada es más baja que el valor real de los bienes que están cubiertos en la póliza de seguro, por lo tanto automáticamente esta póliza entra en lo que se llama coaseguro. En caso de siniestro la Compañía Aseguradora puede aplicar la Regla Proporcional para calcular la indemnización a pagar al asegurado.
- **Interés asegurable**.....Valoración económica del objeto a asegurar.
- **Interés Moratorio**.....Valor asignado de forma porcentual y sancionatorio, este se aplica toda vez se haya vencido el plazo para reintegrar o pagar algún capital cedido o entregado en calidad de préstamo.

- **Invalidez permanente y absoluta**.....Situación física irreversible originada independientemente de la voluntad del asegurado, que la incapacita para el desempeño de cualquier actividad laboral o profesional remunerada.
- **Invalidez temporal**.....Situación física del asegurado a consecuencia de un accidente que le incapacita temporalmente para el ejercicio de su profesión o actividad laboral.
- **Inversiones**.....Poner recursos o bienes para la creación y generación de riqueza.
- **Lucro cesante**.....Ganancia que deja de percibirse a consecuencia de la pérdida o daño sufrido en un siniestro.
- **Mala fe**.....Actitud fraudulenta de una persona con ánimo de perjudicar o engañar.
- **Mancomunado**.....Obligación, derecho, que debe ser cumplido por dos o más deudores, cada uno en su parte correspondiente.
- **Monto asegurado**.....Cantidad máxima por la cual la aseguradora se compromete a indemnizar al asegurado en caso de siniestro.
- **Notificación de siniestro**.....Deber del asegurado de comunicar a la Compañía Aseguradora la ocurrencia de un siniestro.
- **Ocupantes (seguro de)**..... En el seguro de automóvil, seguro que da cobertura al conductor del vehículo.
- **Periodo de carencia**.....Carencia.
- **Periodo de espera**.....Tiempo que las coberturas tardan en entrar en vigencia.
- **Peritación**.....Realización del informe pericial que evalúa las causas y consecuencias de un siniestro.
- **Perito**.....Persona encargada de realizar los análisis y las comprobaciones posteriores al siniestro. Emite el informe pericial.
- **Personas Elegibles**.....Personas que cumplen con los requisitos de asegurabilidad, establecidos por la aseguradora.
- **Plazo de aceptación**.....Periodo de que dispone el asegurador para rechazar o aceptar el riesgo propuesto.

- **Plazo de gracia**.....Periodo durante el cual están en vigor las coberturas de la póliza aunque no se hayan pagado las primas correspondientes. Es un mes desde el efecto o vencimiento de la póliza. Tiempo en el que la aseguradora se obliga a aceptar los pagos de primas sin intereses ni requisitos de asegurabilidad.
- **Plazo de preaviso**.....Plazo acordado en la póliza durante el cual ambas partes pueden comunicar su interés en rescindir el contrato a partir del siguiente vencimiento.
- **Póliza**.....Contrato que se suscribe entre la Compañía Aseguradora y el asegurado o tomador del seguro por medio del cual la Compañía se compromete a indemnizar los daños y pérdidas sufridos por el asegurado. Es el documento que contiene las condiciones que regulan el seguro (Condiciones generales, particulares y, en su caso, especiales. Así como los suplementos que se emitan.
- **Prestación**.....Obligación que adquiere el asegurador para con el asegurado en caso de ocurrencia de un siniestro.
- **Primas**.....Cantidad que el Asegurado tiene que pagar a la Compañía Aseguradora por concepto del precio por la protección que la aseguradora le ofrece a un determinado riesgo.
- **Proposición de seguro (propuesta, presupuesto, proyecto, cotización)**
Oferta que realiza la Compañía Aseguradora al cliente, en base a las características del riesgo que este quiere asegurar.
- **Pyme**.....Para efectos del presente glosario, se denominará Pyme al Departamento de Banco Industrial S.A. encargado de atender al segmento empresarial de Pequeñas y medianas empresas.
- **Reaseguro**.....Mecanismo mediante el cual, es distribuido el riesgo tanto local como internacionalmente. Cesión de riesgos de una Compañía Aseguradora (Cedente) a otra (Reaseguradora).
- **Recargo**.....Aumento de prima que paga el Asegurado para que la Compañía asuma un mayor riesgo.

- **Recibo de pago de prima**..... Documento que emite la Compañía Aseguradora como justificante de que el Asegurado ha pagado su prima.
- **Reciprocidad**.....Correspondencia mutua de una persona o cosa con otra. Acción que motiva a corresponder de forma mutua a una persona o cosa. Dar y recibir con límites.
- **Reclamo**.....Acto que realiza el asegurado con el fin de requerir de la aseguradora el pago o indemnización al que está obligada de acuerdo a la póliza de seguro.
- **Regla Proporcional**.....Procedimiento que se aplica cuando la suma asegurada es inferior al valor real del bien asegurado. Sirve para hallar la cuantía de la indemnización a asumir por la Compañía Aseguradora.
- **Renovación**.....Acuerdo entre las partes por el cual el seguro se proroga tácitamente por un nuevo período de vigencia.
- **Reposición**.....Indemnización consistente en reemplazar el objeto asegurado con otro objeto igual o semejante.
- **Rescisión**.....Perdida de vigencia de las condiciones del contrato de forma definitiva. Resolución del contrato.
- **Resiliencia**.....Capacidad que tiene una persona para superar circunstancias traumáticas como la muerte de un ser querido, un accidente, etc.
- **Responsabilidad Civil**.....Obligación de una persona de indemnizar a terceros debido a una acción y/u omisión, en que haya habido algún tipo de culpa o negligencia.
- **Riesgo**.....Probabilidad de ocurrencia de un siniestro amparado en la póliza.
- **Riesgo excluido**.....Aquel riesgo que no es aceptado por el asegurador.
- **Riesgos Extraordinarios**.....Riesgos que no se suelen producir y que tienen un carácter ocasional e inesperado tales como terremoto, inundaciones, etc. Son riesgos consorciables.
- **Robo**.....Sustracción ilegítima con empleo de fuerza en las cosas o mediante uso de escalamiento, ganzúas, etc.

- **Seguro**.....Contrato por el cual una Compañía de Seguros se compromete a cubrir siniestros a cambio de una prima. Actividad por medio de la cual el propietario de bienes y/o interés asegurado, transfiere a la aseguradora todos los riesgos a los que está expuesto.
- **Seguro a primer riesgo**.....Forma de aseguramiento por la que se garantiza una cantidad determinada hasta la cual queda cubierto un riesgo, independientemente del valor total del bien, sin que haya aplicación de la regla proporcional.
- **Seguro Combinado**.....Seguro que garantiza la cobertura de distintos riesgos respecto al mismo bien asegurado como, por ejemplo, los Seguros Combinados (multirriesgos) de Hogar.
- **Siniestralidad**.....Promedio del número de siniestros que registra determinada póliza cubierta, o conjunto de ellas durante un año.
- **Siniestro**.....Producción de un daño previsto en el contrato de seguro y que da lugar al pago de la indemnización por parte de la Compañía Aseguradora.
- **Siniestro total**.....Pérdida total del bien asegurado.
- **Sobreprima**.....Recargo de la prima.
- **Sobreseguro**.....Situación inversa al infraseguro. El valor real del bien, es inferior al valor asegurado.
- **Solicitud de Seguro**..... Documento en el que la persona que quiere contratar un seguro, describe sus circunstancias personales y el riesgo que quiere asegurar.
- **Suma Asegurada**.....Capital Asegurado.
- **Suplemento (de póliza)**.....Documento que forma parte de la póliza y que modifica su contenido.
- **Supraseguro: Sobreseguro**.....significa que la suma asegurada es mayor que el valor de los bienes asegurados en la póliza.
- **Tablas de mortalidad**.....Tablas que reflejan las posibilidades de fallecimiento de un determinado grupo de personas en función de su edad.
- **Tarifa**.....Tasa a aplicar en base a las características de cada riesgo para determinar la prima correspondiente.

- **Tarificación**.....Accion que determina la prima aplicable a cada riesgo según las características que tenga y la suma asegurada.
- **Tasa de interés nominal**.....Es una tasa de interés asignada al valor real de una cantidad a través del tiempo, así como también es el precio expresado en forma porcentual, que tendrá una determinada cantidad anualmente.
- **Tasa de prima**.....Tanto por ciento o por mil que se aplica a cada uno de los valores asegurados para obtener la prima de riesgo.
- **Tasa Flat**.....Es una tasa de interés aplicada de forma proporcional a un valor, esta puede ser variable según la reciprocidad que se tenga con el cliente.
- **Tasar**..... Peritar.
- **Tercero**.....Toda persona distinta del tomador/asegurado del seguro, cónyuge y parientes hasta el tercer grado de consanguinidad. En automóvil, toda persona distinta al conductor del vehículo.
- **Tomador del seguro**.....Es la persona que contrata el seguro y paga la prima. Es el titular del seguro.
- **Valor de nuevo**.....Importe a pagar tras la ocurrencia de un siniestro para reponer un objeto nuevo, similar al siniestrado.
- **Valor de reposición**.....Valor de nuevo.
- **Valor real**.....Valor del objeto siniestrado, justo antes de la ocurrencia del siniestro.
- **Valoración**.....Calculo del valor de una cosa.
- **Vencimiento**.....Fecha de finalización de los efectos de una póliza.....

Visita realizada por el Supervisor Licenciado Fernando Flores a las instalaciones de la Compañía como parte de sus funciones de Coordinador, en esta reunión se hizo entrega del manual de capacitación realizado por el epesita Francisco López Aguilar.



Amena charla sostenida con el Licenciado Hermann Girón Détery.



Otra instantánea de la revisión del trabajo realizado por el epesista para la Compañía de Seguros El Roble, S.A. como parte del EPS.



Fotografías que corresponden a los manuales del Instituto Técnico de Capacitación - INTECAP- , como consulta para la mejora de los textos “Ramo Vida”, “Comercialización y Negociación de Seguros”, “Ramo Daños”, “Bases de Seguros”, “Seguro de Salud”, “Inspección y Ajuste de Seguros Ramo Daños” en la carrera técnica en Seguros que imparte dicha institución.





Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

Nombre del Alumno (a): Francisco Alfredo López Aguilar
 No. Carné y DPI: 57098 / 2348482270101
 Jefe o Encargado (a): Lic. Hermann Federico Girón Détery
 Institución o Empresa: Seguros El Roble, S.A.
 Supervisor de EPSL: Lic. Fernando Flores.

| Sem. No. | Fechas | MES | HORAS PRACTICADAS | | | | | | Total horas en la Semana |
|--|------------------|------------|-------------------|------|-------|------|------|------|--------------------------|
| | | | Lun. | Mar. | Mier. | Jue. | Vie. | Sáb. | |
| 1 | Del: 02 / Al: 04 | mayo | x | x | 6 | 6 | 6 | x | 18 horas |
| 2 | Del: 07 / Al: 11 | mayo | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | x | 35 horas |
| 3 | Del: 14 / Al:18 | mayo | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | x | 35 horas |
| 4 | Del: 21 / Al:25 | mayo | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | x | 35 horas |
| 5 | Del: 28 / Al:01 | mayo/junio | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | x | 35 horas |
| 6 | Del: 04 / Al:08 | junio | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | x | 35 horas |
| 7 | Del: 11 / Al:15 | junio | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | x | 35 horas |
| 8 | Del: 18 / Al:22 | junio | 7 | 7 | 7 | x | x | x | 21 horas |
| 9 | Del: 25 / Al:29 | junio | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | x | 35 horas |
| 10 | Del: 02 / Al:05 | julio | 4 | 4 | 4 | 4 | x | x | 16 horas |
| TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA ACUMULADAS | | | | | | | | | 300 horas |

(f)

Lic. Hermann F. Girón Détery.



(f)

Lic. Fernando Flores

