

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



**Beneficios al cumplir con las obligaciones al
Instituto Guatemalteco de Seguridad Social (IGSS)**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

**GUILLERMO ESTUARDO OGALDEZ POITAN
CARNÉ 9415836**

LICENCIADO (A) EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
Guatemala, octubre de 2019

Consejo Directivo:

Director:

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García

Representantes Docentes:

M.A Gustavo Adolfo Morán Portillo

Lic. Mario Enrique Campos Trijilio

Representantes Estudiantiles:

Gabriela Eugenia Menegazzo

Heber Libni Emanuel Escobar Juárez

Representante de Egresados:

M.A. Jhonny Michael González Batres

Secretaria:

M.Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos

Coordinador de EPS Licenciatura

M.A. Luis Arturo Pedroza Gaytán

Supervisores de EPS Licenciatura

M.A. Evelin Lisseth Hernández Mazariegos

Lic. Josue Othoniel Andrade de la Cruz

Licda. Krista María Ramírez Nájera



Instituto Guatemalteco de Seguridad Social

Guatemala, 25 de Septiembre de 2019

M.A. Luis Pedroza

Coordinador

Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado Maestro Pedroza:

Por medio de la presente, hacemos constar que el(a) estudiante(a) epesista **Guillermo Estuardo Ogaldez Poitán** con número de carné: **9415836** de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala; como requisito y previo a obtener el título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, realizo el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta institución específicamente en **El Instituto Guatemalteco de Seguridad Social** cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del **01 de mayo** al **21 de junio** del año en curso; tiempo durante el cual ejecuto el proyecto comunicacional: “**Beneficios al cumplir con las obligaciones al Instituto Guatemalteco de Seguridad Social (IGSS)**” entregando el material respectivo y debidamente recibido por: **El Instituto Guatemalteco de Seguridad Social**

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

Atentamente,

Firma y sello

Lic. Marco Antonio Avendaño
Encargado Área de
Medios de Comunicación





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



Guatemala, 18 de octubre de 2019

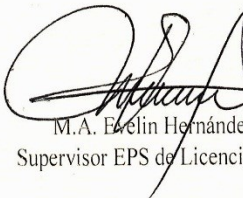
Estudiante
Guillermo Estuardo Ogaldez Poitán
Carné: 9415836
Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC


De mi consideración:

Por este medio informo a usted, que he revisado el informe final de su proyecto de EPS de Licenciatura con título: **“BENEFICIOS AL CUMPLIR CON LAS OBLIGACIONES AL INSTITUTO GUATEMALTECO DE SEGURIDAD SOCIAL”**. El citado trabajo llena los requisitos del 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 del 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”


M.A. Evelyn Hernández
Supervisor EPS de Licenciatura




Vo. Bp. M.A. Luis Pedroza
Coordinador EPS de Licenciatura



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

DEDICATORIA

- A DIOS:** Por su gran misericordia, que nunca termina igualmente por las bendiciones y la provisión.
- A MI MADRE:** Por todos los consejos y su incondicional apoyo en todas las etapas de mi vida.
- A MIS HIJOS:** Por todo su amor y comprensión durante todos los días de mi vida.
- A MI AMADA:** Barbara Argentina Gonzales Rodriguez por todo su amor y apoyo en este proyecto tan especial en mi vida.
- A MIS HERMANOS:** Waldemar, Yesy y Griscelda, por sus sabios consejos.
- A MIS AMIGOS:** Que de alguna manera me apoyaron en todos los procesos de la vida, en especial a Patricia Gonzalez, Javier Rivera, Javier Urquizu, Edith Bajan por sus consejos.
- A MIS COMPAÑEROS:** A todos los que de alguna manera compartieron conmigo en especial a Mano Martin y Mireya por todos los momentos compartidos las batallas durante todo el proceso.

Dedico de manera especial a mi padre Guillermo Ogaldes Salazar, Q.E.P.D. por todo su amor, comprensión, sabiduría y apoyo durante toda su vida y hasta el cielo un beso y un abrazo.

AGRADECIMIENTOS

A la **UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**, donde me he forjado profesionalmente.

A la **ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**, a todos los docentes que compartieron sus conocimientos con mi persona.

Al **LIC. LUIS PEDROZA** gracias por brindarme un apoyo oportuno y especial en este proyecto.

A **MSc. SERGIO MORATAYA**, agradecimiento especial por brindarme el espacio en nuestra querida ECC.

Al **INSTITUTO GUATEMALTECO DE SEGURIDAD SOCIAL** muchas gracias por abrir sus puertas a mi persona para ejecutar este proyecto.

Al **LIC. MACO AVENDAÑO** muchas gracias por su colaboración y apoyo para conmigo en este proyecto.

A **RONI POCÓN** muchas gracias por su colaboración y apoyo para conmigo en este proyecto.

A todas las personas que colaboraron conmigo en este proyecto.

INDICE

I. Resumen	I
II. Introducción	II
II. Justificación	III
Capítulo I	
1. Diagnóstico: Beneficios al cumplir con las obligaciones al Instituto	
Guatemalteco de Seguridad Social (IGSS)	1
1.1. Objetivos del Diagnostico	1
1.2. La institución: Instituto Guatemalteco de Seguridad Social (IGSS)	1
1.2.1. Ubicación Geográfica	1
1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas	1
1.2.3. Antecedentes o Historia	1
1.2.4. Dependencias	2
1.2.5. Misión	3
1.2.6. Visión	3
1.2.7. Objetivos Institucionales	3
1.2.8. Público Objetivo	4
1.2.9. Organigrama	4
1.3 Metodología	5
1.3.1 Enfoque cualitativo	5
1.3.2 Técnicas e instrumentos de recolección	6
1.3.3 Cronograma del Diagnóstico	6
1.4 Recopilación de datos	7
1.4.1 Resultados de la observación	7
1.4.2 Resultados de la entrevista	7
1.4.3 Ficha de la entrevista	8
1.4.4 Cuadro comparativo de las entrevistas	9
1.5 Radiografía de la institución	10
1.5.1. Fortalezas	10
1.5.2. Oportunidades	11
1.5.3. Debilidades	11
1.5.4. Amenazas	12
Capítulo II	
2. Plan de comunicación	13

2.1 Antecedentes comunicacionales	13
2.2 Objetivos de comunicación	13
2.2.1 Objetivo general	13
2.2.2 Objetivos específicos	13
2.3 Público objetivo	13
2.4 Mensaje	13
2.5 Estrategia	13
2.5.1 Ejes estratégicos	13
2.6 Acciones de comunicación	14
Capítulo III	
3. Informe de ejecución	16
3.1 Proyecto Desarrollado	16
3.1.1 Financiamiento	16
3.1.2 Presupuesto	16
3.1.3 Beneficiarios	16
3.1.4 Recursos Humanos	19
3.1.5 Áreas Geográficas de Acción	17
3.2 Estrategias y acciones desarrolladas	17
3.3 Cronograma	27
3.4. Control y seguimiento (evaluación)	27
Conclusiones	28
Recomendaciones	29
Glosario	30
Bibliografía	31
Anexos	32

I. Resumen

En el siguiente trabajo de investigación se encuentran datos del problema comunicacional que existe en el Instituto Guatemalteco de Seguridad Social con el ente patronal. Es importante conocer por qué el patrono no cumple con las obligaciones adquiridas ante el Instituto, siendo este el problema principal al cual se le busca posibles soluciones, dando las recomendaciones pertinentes para sufragarlo y así mismo lograr la comunicación deseada para que los patronos cumplan.

Se explica la importancia de realizar dicho análisis para corregir esta situación y se determinó que los problemas principales son la falta de actualización de la información de los patronos por lo cual no se puede informar correctamente para que ellos estén enterados de las obligaciones pendientes que tienen con el Instituto. El otro problema es que los patronos no tienen la información para solventar dichas situaciones. Para ello se utilizó una campaña informativa con tres ejes estratégicos, mailing, video y manual de procedimientos. Con ellos llegamos a la mayor parte del ente patronal lo cual derivó en respuesta casi inmediata de los patronos, presentándose a las oficinas centrales del Instituto para solventar las situaciones pendientes.

II. Introducción

En el diagnóstico se encuentran las causas y efectos que ocasionan el cumplir con las cuotas al Instituto Guatemalteco de Seguridad Social, tanto para los patronos y los afiliados. Se dilucidan los problemas de comunicación por los cuales los patronos no cumplen con estas obligaciones y las repercusiones que esto conlleva tanto para el ente patronal y para los afiliados. Se verificarán los datos de manera que muestren los datos reales de cuantos patronos se encuentran sin cumplir con sus respectivas contribuciones; esto va a derivar en por qué no se cumplen estas obligaciones desde el punto de vista comunicacional, encontrando el problema y dar las respectivas soluciones al mismo. Para ello se toman datos reales y concisos para nuestras muestras dando a la metodología un enfoque mixto. Se utilizaron las técnicas de Observación y Entrevistas para obtener la información necesaria para realizar el diagnóstico, utilizando fuentes primarias. Se definen en esta parte los términos esenciales que son: **patrono=empleador y afiliado=empleado**. Se define también parte de la historia de la Institución así como los organigramas correspondientes a los Departamentos involucrados en el tema.

III. Justificación

¿Para qué es importante este proyecto? Es importante para la institución por ser la parte coyuntural de la misma en virtud que las contribuciones de los patronos tanto como de los afiliados, son los que sostienen dicha entidad. Para conocer los problemas de comunicación que existen entre los patronos, afiliados y el Instituto.

La información que se dirige a los patronos podría tener barreras y no llegar hasta las personas que se pretende, por ejemplo, quedarse en departamentos de recursos humanos o en mandos medios.

¿Qué información nueva aporta? Aporta una manera que la información llegue hasta el grupo objetivo para lograr que se cumpla con los compromisos que los patronos tienen hacia la institución tanto como a los afiliados (trabajadores).

¿Qué problemáticas resuelve? Falta de información al patrono de los beneficios al cumplir sus obligaciones

Fechas de pago

Recargos por incumplimiento de pago

Afectan el financiamiento del Instituto y esto repercute en la calidad de atención

Los patronos pueden tener demandas judiciales y documentos legales de cobro

Pierden la oportunidad de ser proveedores del Estado por estar insolventes

Afectan a sus trabajadores porque al incumplir con el pago se pierden los derechos de los programas del IGSS.

Retrasan las cuotas para tener derecho a pensiones por vejez

¿Por qué se va a realizar? Es de vital importancia para todas las partes que las contribuciones se encuentren al día para recibir todos los beneficios tanto médicos como monetarios que esto deriva.

Capítulo I

1. Diagnóstico.

1.1. Objetivo del diagnostico

1.1.1 Objetivo general

Evaluar la comunicación externa con los patronos.

1.1.2 Objetivos específicos

- ❖ Analizar los procesos de comunicación
- ❖ Evaluar los canales de comunicación
- ❖ Proponer un plan de comunicación

1.2 Nombre de la Institución: Instituto Guatemalteco de Seguridad Social

1.2.1 Ubicación Geográfica: 7ª. Avenida 22-72 Zona 1 Centro Cívico, Guatemala

1.2.2 Integración y Alianzas Estratégicas: Sector Público del Estado de Guatemala

Sector Privado de Guatemala

1.2.3 Antecedentes o Historia

Historia del IGSS

Como una consecuencia de la segunda guerra mundial y la difusión de ideas democráticas en el mundo, el 20 de octubre de 1944 se derrocó al gobierno del General Federico Ponce Vaides y se eligió un gobierno democrático, bajo la presidencia del Dr. Juan José Arévalo. El Gobierno de Guatemala de aquella época, gestionó la venida al país de dos técnicos en materia de Seguridad Social. Ellos fueron el Lic. OSCAR BARAHONA STREBER (costarricense) y el Actuario WALTER DITTEL (chileno), quienes hicieron un estudio de las condiciones económicas, geográficas, étnicas y culturales de Guatemala. El resultado de este estudio lo publicaron en un libro titulado "Bases de la Seguridad Social en Guatemala". Al promulgarse la Constitución de la República de aquel entonces, el pueblo de Guatemala, encontró entre las Garantías Sociales en el Artículo 63, el siguiente texto: "SE ESTABLECE EL SEGURO SOCIAL OBLIGATORIO". La Ley regulará sus alcances, extensión y la forma en que debe de ser puesto en vigor. El 30 de Octubre de 1946, el Congreso de la República de Guatemala, emite el Decreto número 295, "LA LEY ORGANICA DEL INSTITUTO GUATEMALTECO DE SEGURIDAD SOCIAL". Se crea así "Una Institución autónoma, de derecho público de personería jurídica propia y plena capacidad para adquirir derechos y contraer obligaciones, cuya finalidad es aplicar en beneficio del pueblo de Guatemala, un Régimen Nacional, Unitario y Obligatorio de Seguridad Social, de conformidad con el sistema de protección mínima" (Cap. 1º, Art. 1º). Un

Régimen Nacional, Unitario y Obligatorio, esto significa que debe cubrir todo el territorio de la República, debe ser único para evitar la duplicación de esfuerzos y de cargas tributarias; los patronos y trabajadores de acuerdo con la Ley, deben de estar inscritos como contribuyentes, no pueden evadir esta obligación, pues ello significaría incurrir en la falta de previsión social. La Constitución Política de la República de Guatemala, promulgada el 31 de mayo de 1985, señala en el artículo 100: "Seguridad Social. El Estado reconoce y garantiza el derecho de la seguridad social para beneficio de los habitantes de la Nación".

1.2.4 Dependencias

Subgerencia Administrativa

La Subgerencia Administrativa fue creada en el año 2005, con el fin de mejorar los procesos administrativos y de servicios generales que presta el Instituto. Su creación está contenida en el Acuerdo 1164 de Junta Directiva, y se encuentra integrada por un grupo de guatemaltecos y guatemaltecas, comprometidos a trabajar en favor de los Afiliados y en bienestar del Pueblo de Guatemala, por medio del uso efectivo de los recursos y en busca de la modernización de la Seguridad Social.

Subgerencia Financiera

La Subgerencia Financiera fue creada el 11 de agosto del año 2,005, según Acuerdo de Junta Directiva 1164, Artículo No. 6 como parte de la Gerencia, llamándose con anterioridad Subgerencia Administrativa Financiera. Cuenta con un equipo de personas profesionales, dedicadas y comprometidas, con el cumplimiento de todos sus objetivos, para el beneficio del Instituto y sus Afiliados.

Subgerencia de Planificación y Desarrollo

Subgerencia de Prestaciones en Salud

Las funciones de la Subgerencia de Prestaciones en Salud consisten en dirigir y supervisar el otorgamiento efectivo, oportuno y transparente de los servicios de salud a los afiliados y derechohabientes, según lo establecido en los Reglamentos del Régimen de Seguridad Social.

- ❖ Diseñar, proponer y ejecutar estrategias, programas y proyectos, en coordinación con el Subgerente de Planificación y Desarrollo, los cuales deberán estar orientados a la

calidad de los servicios de salud institucionales, con énfasis en la prevención y en la desconcentración técnica, operativa y funcional.

- ❖ Dirigir, coordinar y evaluar la formulación y el cumplimiento de las directrices técnico normativas de los servicios de salud, que garanticen la calidad de la atención.
- ❖ Planificar, dirigir y evaluar las actividades de las Dependencias a su cargo.
- ❖ Asesorar a otras Dependencias sobre asuntos de su competencia.
- ❖ Conocer los expedientes relacionados con las funciones específicas de su área y dictar las resoluciones que corresponda, que tendrán categoría de Resoluciones de Gerencia, salvo los casos en que la Ley exija expresamente Resolución del Gerente.
- ❖ Ejercer por delegación, la Representación Legal del Instituto, conforme las instrucciones emanadas del Gerente.

1.2.5 Misión

Ser la institución líder de la seguridad social, que contribuye al bienestar socioeconómico de la población guatemalteca.

1.2.6 Visión

Para el año 2022 el IGSS ampliará la cobertura en los servicios de salud y prestaciones pecuniarias con altos estándares de transparencia, calidad y gobernanza.

1.2.7 Objetivos Institucionales

- ❖ Ampliación de Cobertura
- ❖ Solidez Financiera
- ❖ Prestaciones de Calidad
- ❖ Eficiencia, Transparencia y Control
- ❖ Crecimiento y Desarrollo Institucional

Atención Médica: mecanismo de protección a la vida, que tiene como fin fundamental la prestación de los servicios médico-hospitalarios para conservar, prevenir o restablecer la salud de nuestros afiliados, por medio de una valoración profesional, que comprende desde el diagnóstico del paciente hasta la aplicación del tratamiento requerido para su restablecimiento.

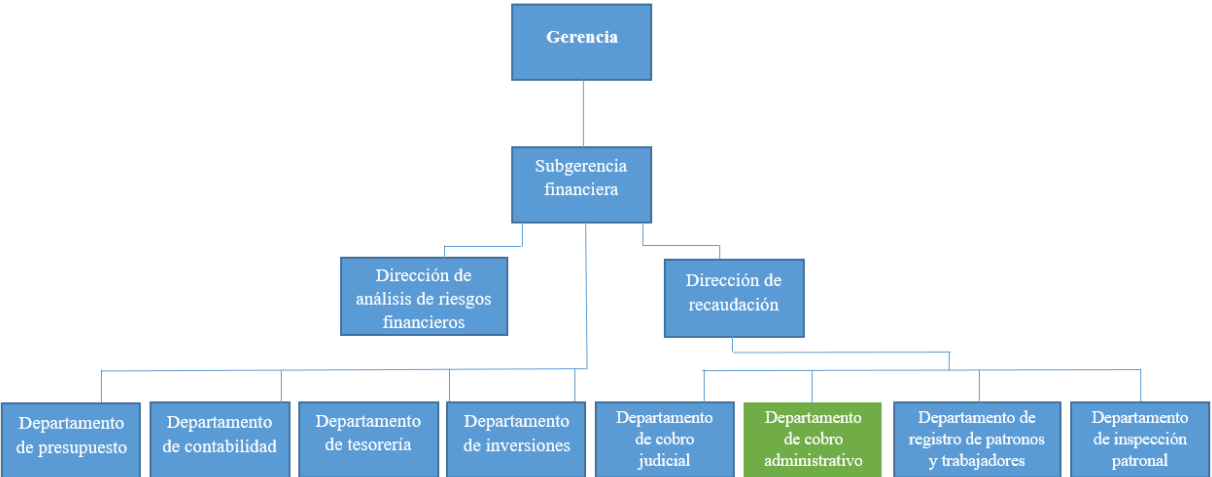
Previsión social: consiste en proteger a nuestros afiliados de aquellos riesgos que los privan de la capacidad de ganarse la vida, cualquiera que sea el origen de tal incapacidad (maternidad, enfermedad, invalidez, vejez, entre otros); o, en amparar a determinados familiares en caso de muerte de la persona que velaba por su subsistencia.

1.2.8 Público Objetivo

El target son los patronos de la iniciativa privada del área metropolitana, inscritos ante el Instituto

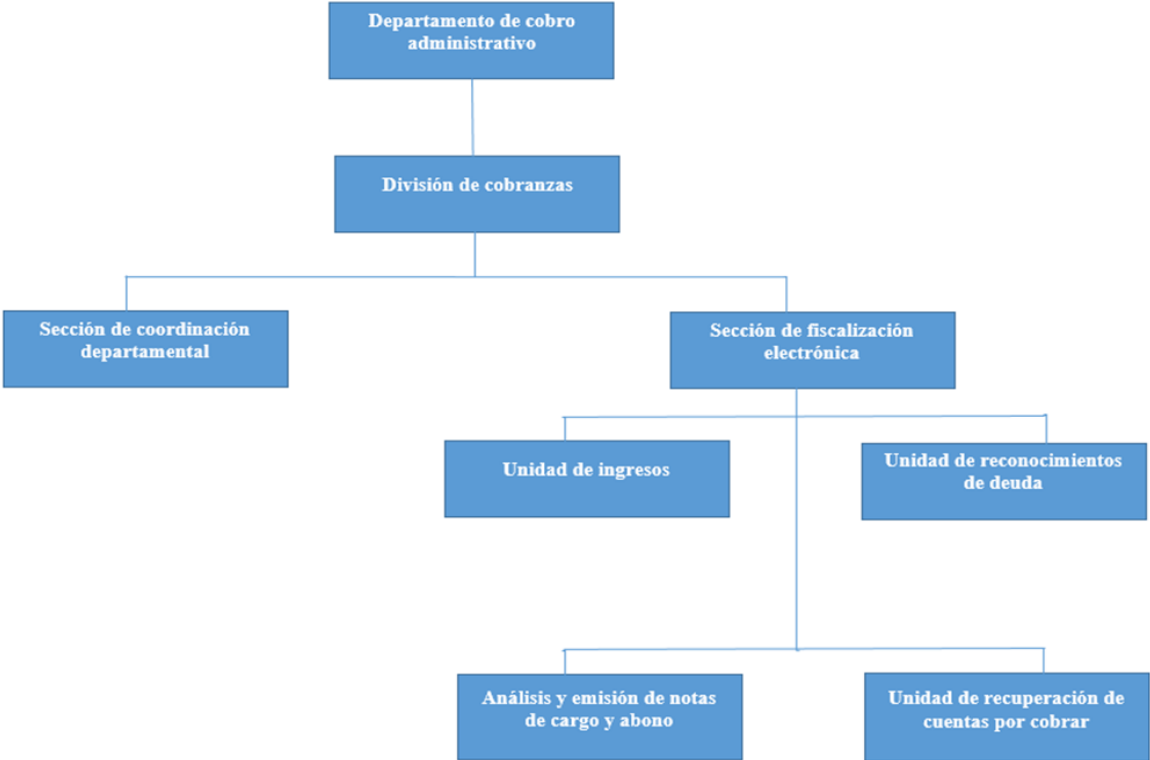
1.2.9 Organigrama

Organigrama financiero del Instituto Guatemalteco de Seguridad Social



Organigrama No. 1, Fuente: (Junta Directiva del IGSS J. D., 2016)

Organigrama del Departamento de Cobro Administrativo



Organimagra No. 2, Fuente: (Junta Directiva del IGSS J. D., 2016)

1.3 Metodología:

1.3.1 Enfoque cualitativo

“El objetivo de la investigación cualitativa es el de proporcionar una metodología de investigación que permita comprender el complejo mundo de la experiencia vivida desde el punto de vista de las personas que la viven” Taylor y Bodgan, (1984). Las características básicas de los estudios cualitativos se pueden resumir en que son investigaciones centradas en los sujetos, que adoptan la perspectiva del interior del fenómeno a estudiar de manera integral y completa. El proceso de indagación es inductivo y el investigador interactúa con los participantes y con los datos, busca respuestas a preguntas que se centran en la experiencia social, como se crea y como da significado a la vida humana. Taylor y Bodgan dicen que el investigador cualitativo pretende comprender lo que dice la gente.

1.3.2 Técnicas e instrumentos de recolección

La observación: Es la técnica básica de investigación, sobre la cual se sustentan las demás, establece una relación entre el sujeto que observa y el observado, es el inicio de la comprensión de toda realidad.

Según Bunge (1975) Pág.729 en el proceso de la investigación se distinguen cinco elementos: sujeto u observador, objeto de la observación, circunstancias de la observación, los medios de la observación, cuerpo de conocimientos.

Se utilizó el método de observación de los procesos correspondientes para conocer los problemas comunicacionales que existen dentro del proceso establecido para dar a conocer la información a los patronos.

La entrevista: según Corbetta (2007) es una conversación provocada por un entrevistador con un número considerable de sujetos elegidos según un plan determinado con una finalidad de tipo cognoscitivo.

Según Nahoum (1985) es un encuentro de carácter privado y cordial, donde una persona se dirige a otra y cuenta su historia o da la versión de los hechos, respondiendo a preguntas relacionadas con un problema específico.

Se recolectaron los datos por medio de entrevistas a los involucrados en los procesos directos de comunicación con el target para evidenciar los procesos de comunicación y sus deficiencias, para encontrar soluciones.

1.3.3 Cronograma del Diagnóstico

ACTIVIDADES	TIEMPO DE DURACIÓN							
	ENERO				FEBRERO			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Propedéutico								
Elaboración del Diagnóstico								
Presentación del Diagnóstico								

1.4 Recopilación de datos

1.4.1 Resultados de la observación

En la observación se pudo reflejar que existe un problema comunicacional que afecta tanto al Instituto como a los patronos, en virtud que por la falta de información no saben como resolver las situaciones pendientes. El proceso de comunicación ha sido muy ambiguo, por lo que se pudo observar el problema principal radica en la falta de datos de los patronos como números de teléfono, direcciones de correo, direcciones erróneas, lo cual deriva en que no cumplan con las obligaciones adquiridas con el Instituto y no estén enterados hasta que se lleven procesos legales que los afectan directamente.

Se observó que existen los medios utilizables para corregir esta falta de comunicación y se usaran para que el mayor porcentaje de los patronos tengan acceso a la información correspondiente para mantener sus datos actualizados.

1.4.2 Resultados de la entrevista

Las entrevistas

3 entrevistas realizadas

Coinciden en que el departamento existe para recaudar ingresos para la institución

La importancia del departamento es vital, en virtud que no se puede existir sin una recaudación efectiva.

Los medios de comunicación que se utilizan son indispensables.

Los resultados se miden a través de los pagos realizados por los patronos.

El mayor problema de comunicación con el patrono es la falta de actualización, en virtud que no se tienen los datos correctos, como direcciones, números de teléfonos y correos electrónicos.

El grupo objetivo responde entre un 50 y 80% a pesar que no está actualizada la base de datos.

La inversión se realiza en notificadoros, además que la mayoría de inversión se realiza por medio del Departamento de Comunicación Social por medio de solicitudes para que se ejecuten programas de información los cuales no se han creado frecuentemente.

El Departamento de comunicación social es el encargado de manejar los medios masivos (página de Facebook, página institucional, prensa, tv y radio), aunque los procesos para ejecutar los proyectos comunicacionales llevan un proceso que algunas veces puede durar bastante tiempo, por motivos de burocracia institucional ya que son parte del Estado.

Los medios más utilizados en las campañas son, trifoliales, banners, lonas vinílicas, anuncios en radio y tv. Estos medios no son de fácil acceso ya que es un trámite que lleva muchas aprobaciones a nivel jefaturas.

Las personas entrevistadas son:

Magda Rocio Coto Fernández, jefa de división del área de recuperación de cuentas por cobrar y la unidad de análisis y emisión de notas de cargo y abono.

Lusbi Noe España Mendez, jefe de sección, Unidad del Área Departamental.

Daniela Marquez, asesora de cobro administrativo.

1.4.3 Ficha de la entrevista

¿Nombre y cargo?

¿Cuál es la función del Departamento?



¿Por qué es importante el Departamento para el funcionamiento del Instituto?

¿Cuáles son los medios que utilizan para comunicarse con los patronos?

¿Cómo evalúan el nivel de efectividad de los medios de comunicación que utilizan para la comunicación con los patronos?

¿Cuáles cree que son los inconvenientes en la comunicación con los patronos?

¿Qué porcentaje de patronos responde a la comunicación realizada por el Departamento?

¿Cómo invierte el Departamento en el tema de comunicación con el patrono?

¿Qué recursos poseen para el proceso de comunicación con los patronos?

¿Considera que la comunicación externa debe ser prioridad para el Departamento?

¿Considera que es necesario capacitación del personal en temas comunicacionales?

¿Conoce si existe un Departamento de Comunicación en el Instituto?

¿Conoce los medios de comunicación que posee el Instituto para difundir información?

¿Es fácil acceder a los recursos de comunicación que posee el Instituto?

¿Considera que es beneficioso crear un plan de comunicación para el sector patronal?

1.4.4 Cuadro comparativo de las entrevistas

Nombre	Magda Coto	Lusbi España	Daniela Marquez	Resultado
Función del Departamento	Generar recursos para el Instituto	Recaudar contribuciones del IGSS	El recaudo de ingresos para el Instituto	Generar y recaudar recursos para el IGSS
Importancia del Departamento	No se puede subsistir sin recuperar cuentas	Por la recuperación de los montos	No se tendrían recursos para subsistir	Por la recuperación de cuentas para subsistir
Medios de comunicación con los patronos	Llamadas, correos masivos, citaciones	Llamadas, correos masivos, citaciones	Llamadas, correos masivos, citaciones	Llamadas, correos masivos, citaciones
Evaluación de la efectividad de los medios	Se evalúa por la recuperación de ingresos	Evaluando los pagos	Por medio de gráficas y estadísticas	Por medio de gráficas, estadísticas y pagos
Inconvenientes de comunicación	Falta de actualización de los patronos	No saben los trámites ante el Instituto	Falta de actualización de los patronos	Falta de actualización y desinformación de los trámites
Porcentaje de respuestas	Un 80% de patronos responde	Un 60% de patronos responde	Por la desactualización no se llega al 100%	Entre un 60% y 80% responden de manera afirmativa
Inversión en comunicación	No hay mucha inversión, se hace por medio de Relaciones Públicas	A partir del 2018 existe la herramienta ivr que se conecta con la base de datos	Se invierte en notificadoros	Poca inversión, se invirtió en el programa ivr, se invierte en notificadoros
Recursos para la comunicación	Teléfonos y correos	Recurso humano e ivr	Teléfonos y correos	Recurso humano, teléfonos, correos, ivr
Considera prioridad la	Es prioridad la comunicación con	Es prioridad la comunicación	Es prioridad la comunicación	Es prioridad la comunicación

comunicación	el patrono	con el patrono	con el patrono	con el patrono
Es necesario capacitar al personal	El personal debe ser capacitado en formas y medidas para el cobro	El personal está capacitado, pero no está de más fortalecer	Es prioridad porque todo lo que ve el patrono se informa	El personal debe ser capacitado para atender al patrono
Conoce si existe comunicación social	Existe el Departamento de Comunicación Social y Relaciones Públicas	Existe el Departamento de Comunicación Social y Relaciones Públicas	Existe el Departamento de Comunicación Social y Relaciones Públicas	Existe el Departamento de Comunicación Social y Relaciones Públicas
Conoce los medios usados	Trifoliales, carteles, campañas publicitarias, anuncios de televisión, canal institucional	Redes sociales, carteles, campañas publicitarias, anuncios de televisión y un canal institucional	Campañas publicitarias, anuncios de televisión, redes sociales como facebook y youtube y un canal institucional	Trifoliales, carteles, campañas publicitarias, anuncios de televisión, redes sociales como facebook y youtube y un canal institucional
Es fácil acceder a los medios en uso	Hay prioridades, pero es fácil acceder	No es tan difícil hay que solicitarlo a Comunicación Social	No es fácil acceder, no se dan a conocer los procedimientos	Es necesario acceder por medio de Departamento de Comunicación Social
Es beneficioso hacer un plan de comunicación para el patrono	Es necesario una campaña de comunicación e información	Es beneficioso ya que la comunicación con el patrono es fundamental	Es necesario tener estrategias de comunicación con el patrono	Es necesario y beneficioso tener estrategias de comunicación con el patrono

1.5 Radiografía de la institución

1.5.1 Fortalezas

Programación:

El Departamento de Cobro Administrativo, establece estrategias para realizar el recaudo de las contribuciones a las cuales están obligadas el sector empleador, de una manera eficaz para el incremento de la recaudación.

Recurso Humano:

Los colaboradores del Departamento son proactivos al momento de realizar las gestiones de cobro, utilizando la experiencia adquirida, así también los conocimientos de los procesos técnicos y administrativos.

Herramientas:

Se contempla la modernización en el pago de las contribuciones a las cuales están obligados los empleadores, por medio de los medios electrónicos actualizados, para que sean realizados de una manera ágil y sencilla.

Ambiente Laboral:

El ambiente laboral en el Departamento de Cobro Administrativo crea las condiciones necesarias que conllevan a realizar de manera productiva las actividades de cada uno de los colaboradores.

1.5.2 Oportunidades**Institucional:**

Reformas a la normativa que regula la recaudación de contribuciones al Régimen de Seguridad Social, e inscripción de patronos y afiliados al Régimen de Seguridad Social.

Aprovechamiento de redes sociales para socializar los beneficios que se otorgan al sector empleador al momento de cotizar a la institución a fin de crear un cambio en la percepción de los derechohabientes.

Entidades Financieras:

Posibilidad de actualizar los convenios interinstitucionales con los Bancos del sistema a consecuencia de las nuevas tendencias en los métodos de pago

Inhabilitación:

De conformidad con las reformas a la Ley de Contrataciones del Estado Decreto 57-92 del Congreso de la República Artículo 80 el cual establece “No podrán concursar o celebrar contratos con el Estado, o tener otra calidad referida a los proveedores y contratistas del Estado” c) Quienes tengan pendientes obligaciones ante el Instituto Guatemalteco de Seguridad Social –IGSS- en estos casos el Instituto Guatemalteco de Seguridad Social –IGSS- registrará la inhabilitación.

1.5.3 Debilidades**Mobiliario y Equipo:**

Se hace necesario el cambio en el mobiliario y equipo para realizar una gestión de cobro eficaz y eficiente.

Herramientas:

Insuficiente infraestructura tecnológica, y física para atender la demanda a los requerimientos de los empleadores.

Infraestructura:

Remozamientos en las instalaciones físicas que conforman las diferentes áreas del Departamento para optimizar la atención al sector empleador.

Capacitaciones Constantes:

Se hace necesario mantener las capacitaciones al personal antiguo, así como al de nuevo ingreso en las nuevas metodologías, para desarrollar las actividades que implican un desempeño funcional en los procesos inherentes a las actividades del Departamento.

Recurso Humano:

Falta de Personal para atención en las diferentes unidades que conforman el Departamento de Cobro Administrativo.

1.5.4 Amenazas**Normativa Vigente**

La falta de certeza en la normativa vigente crea vacíos legales en la reglamentación aplicable a procesos administrativos internos, la cual crea desconocimiento por parte del personal de nuevo ingreso al aplicar la normativa vigente a casos concretos.

Capítulo II

2. Plan de comunicación

2.1 Antecedentes comunicacionales

Se han creado campañas de información de trámites que se realizan en el Instituto, así como trifoliales, volantes, videos, sin embargo, no se ha creado un plan completo de comunicación incentivando al sector patronal que mantenga al día sus pagos para gozar de todos los beneficios que se brindan para los afiliados. Existe un canal de televisión en donde se difunden muchos temas importantes, es un medio de mucho alcance que podremos utilizar para realizar nuestras acciones con el fin de cumplir con nuestra estrategia.

2.2 Objetivos de comunicación

2.2.1 Objetivo general

Fortalecer la comunicación externa con los patronos.

2.2.2 Objetivos específicos

- a. Fortalecer la información de los patronos por medio de actualizaciones.
- b. Informar al patrono como puede realizar sus trámites ante el Instituto.
- c. Informar acerca de los beneficios que tiene al mantener al día sus contribuciones, tanto para ellos como para el afiliado.

2.3 Público objetivo

El target son los patronos de la iniciativa privada del área metropolitana, inscritos ante el Instituto

2.4 Mensaje

“Salud, Bienestar y Compromiso”

2.5 Estrategia

Campaña Informativa para el patrono.

Lo que se pretende con la campaña es informar al patrono que beneficios obtiene al encontrarse al día con sus contribuciones y concientizarlo que debe hacerlo, así mismo que conozca cuales son los procedimientos que necesita realizar ante el Instituto.

2.5.1 Ejes estratégicos

Las relaciones públicas: se utilizaron para establecer la comunicación entre las dos partes (Instituto-Patronos).

Comunicación externa: esta se establecerá por medio de tres acciones; **mailing:** estos se enviarán por medio de los asesores de cobro a todos los patronos que posean direcciones de

correo electrónico; **manual de procedimientos:** este se crea con la finalidad de presentar la información necesaria a los patronos para que puedan conocer los procedimientos para sus trámites ante el Instituto; **video:** este se creará con la finalidad de incentivar a los patronos para que conozcan el beneficio de cumplir con las obligaciones ante el Instituto.

2.6 Acciones de comunicación

Acción 1	
A qué estrategia responde	Campaña informativa
Problema	Falta de información al ente patronal
Producto	Video informativo
Objetivo Comunicacional	Informar y fortalecer
Público Objetivo	Patronos de la iniciativa privada, inscritos ante el Instituto
Medio de Difusión	Página institucional, Facebook institucional, Sistema de video interno en las unidades

Acción 2	
A qué estrategia responde	Campaña informativa
Problema	Falta de información al ente patronal
Producto	Manual de procedimientos
Objetivo Comunicacional	Informar y fortalecer
Público Objetivo	Patronos de la iniciativa privada, inscritos ante el Instituto
Medio de Difusión	Página institucional, Facebook institucional, Sistema de video interno en las unidades

Acción 3	
A qué estrategia responde	Campaña informativa
Problema	Falta de información al ente patronal
Producto	Mailing
Objetivo Comunicacional	Informar y fortalecer
Público Objetivo	Patronos de la iniciativa privada, inscritos ante el Instituto
Medio de Difusión	Correos institucionales

Capítulo III

3. Informe de ejecución

3.1. Proyecto desarrollado

3.1.1 Financiamiento

El financiamiento que se utilizó para la ejecución del proyecto es un crédito de 30 días, esto fue para la elaboración de los trifoliales y las carpetas patronales. En el caso de los videos y los oficios enviados a los patronos no fue necesario en virtud que se ejecutaron dentro del departamento de diseño.

3.1.2 Presupuesto

El financiamiento es presupuesto del Instituto Guatemalteco de Seguridad Social, por medio del gasto de ejecución PPR.

Cantidad	Detalle	Costo unitario	Costo total	Financiamiento
1	Video animado	1500	1500	Institución
1000	Folleto, papel opalina 120gr. papel bond 80gr.	1.5	15000	Institución
Financiamiento	Monto	Total del proyecto	16500	Institución
Epesista	2000	Guillermo Ogaldez 04/04/2019		
Institución	16500			
Diseñador	1000			

3.1.3 Beneficiarios

Beneficiarios	Beneficios
Patronos	Mantenerse informados acerca de los procesos ante el Instituto
	Estar al día en sus contribuciones
	No pagar recargos por mora
	Cubrir a sus trabajadores

3.1.4 Recursos humanos

Roni Pocon	Coordinador del proyecto
Jose Miguel Oxljaj	Diseñador: el realizo la producción del video con base al guion creado y dirigido por el epecista
Daniela Marquez	Asesores de cobro administrativo: ellos fueron los encargados de distribuir los mail con el documento de actualización de datos.
Jorge Ramos	
Karla Ralda	

3.1.5 Áreas Geográficas de acción

Las áreas geográficas de acción fueron la metropolitana como municipios y departamentos de la República de Guatemala.

3.2 Estrategias y acciones desarrolladas

Estrategia: Campaña Informativa para el patrono, fue ejecutada satisfactoriamente por medio de las acciones de un video, un manual de procedimientos y un mailing masivo.

Acción 1	
A qué estrategia responde	Campaña informativa
Problema	Falta de información al ente patronal
Producto	Video
Objetivo Comunicacional	Informar y fortalecer
Público Objetivo	Patronos de la iniciativa privada, inscritos ante el Instituto
Medio de Difusión	Página institucional, Facebook institucional, Sistema de video interno en las unidades

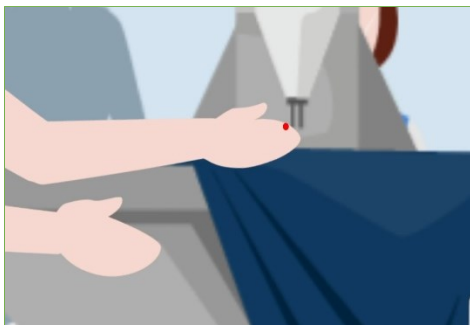
Video



Mujer entrando a sus labores cotidianas



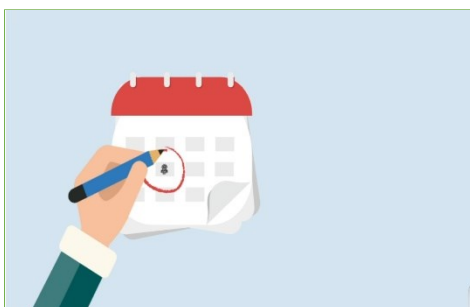
Se sienta en su máquina de coser y comienza a trabajar



Se lastima con su máquina de coser y piensa el IGSS



Se levanta y camina hasta llegar a una ambulancia del IGSS para trasladarla




Entra el locutor: Señor Patronos el cumplir a tiempo con las cuotas del IGSS le garantiza



No pagar recargos

No pagar recargos por mora



Maternidad, prestaciones en dinero, por invalidez, vejez y sobrevivencia



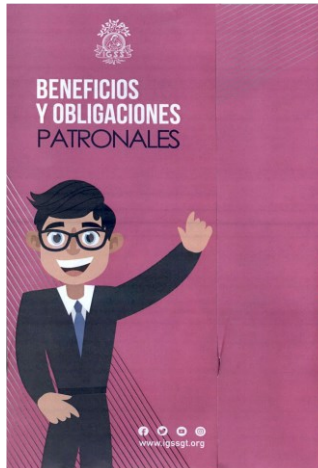
Recuerde “pagar el IGSS es cobertura total”

Acción 2	
A qué estrategia responde	Campaña informativa
Problema	Falta de información al ente patronal
Producto	Manual de procedimientos
Objetivo Comunicacional	Informar y fortalecer
Público Objetivo	Patronos de la iniciativa privada, inscritos ante el Instituto
Medio de Difusión	Página institucional, Facebook institucional, Sistema de video interno en las unidades

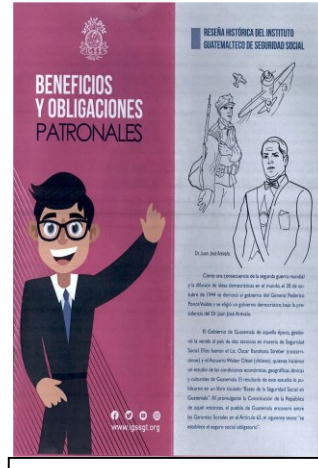
El manual se distribuirá en físico a los patronos que se acerquen a oficinas para que tengan la información precisa para realizar los trámites ante el Instituto. Este se encuentra ordenado por departamento, en virtud que son diferentes procesos, siendo estos: Dirección de Recaudación, Departamento de Cobro Administrativo y Registro de Patronos y Trabajadores.

En él se describen los procesos que el patrono debe llevar en cada uno de sus trámites, sean estos administrativos o de cobro, así como los requisitos para los mismos.

Kit



Portada del folleto de beneficios



Unión de portada e información del Instituto

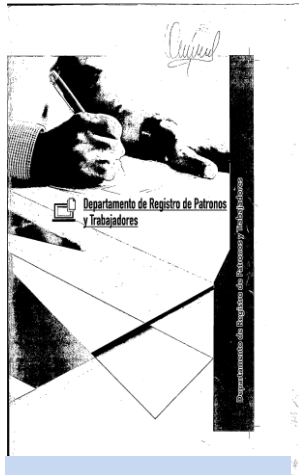


Diseño del edificio del IGSS

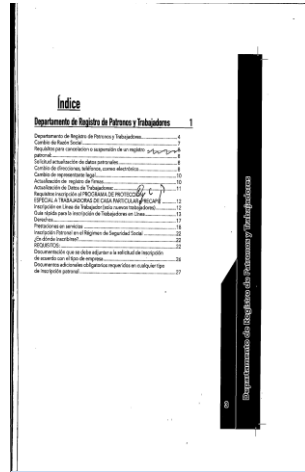


Portada del kit

Folleto de patronos y trabajadores



Portada del folleto de tramites del Departamento de Patronos y Trabajadores



Índice del folleto, el documento contara con 27 hojas de contenido

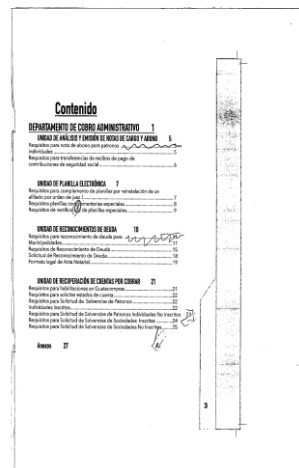


Contraportada del documento

Folleto del departamento de cobro administrativo



Portada del folleto de tramites del Departamento de Cobro Administrativo



Índice del folleto, el documento contara con 27 hojas de contenido



Contraportada del documento

Acción 3	
A qué estrategia responde	Campaña informativa
Problema	Falta de información al ente patronal
Producto	Mailing
Objetivo Comunicacional	Informar y fortalecer
Público Objetivo	Patronos de la iniciativa privada, inscritos ante el Instituto
Medio de Difusión	Correos institucionales

El mail se distribuirá a todos los patronos existentes informando lo necesario que es actualizarse para la correcta comunicación entre el Instituto y ellos, se recomienda con el formulario DRPT-49, el cual se utiliza para la actualización patronal.



Instituto Guatemalteco de Seguridad Social

Departamento de Cobro Administrativo

Guatemala, 18 de octubre de 2019

Señor Patrono
PATRONO XX
No. Patronal
Presente

Estimado Señor Patrono:

De manera atenta me permito saludarle muy cordialmente y a la vez informarle que se envía este documento para darle a conocer acerca de la actualización que debe realizar.

Se requiere se tome en consideración, ya que según Artículo 27 del Acuerdo 1,423 de Junta Directiva, que textualmente dice: “Se deben de tomar como incidencias patronales las siguientes: **a) Anulación de una inscripción patronal:** se formaliza cuando se compruebe fehacientemente su improcedencia. **b) Cancelación de una inscripción patronal:** procede cuando se clausuren definitivamente las actividades y jurídicamente deje de existir. **c) Modificaciones:** todo cambio en direcciones de centros de trabajo, nombre u otros de registro”.

Para obtener mayor información o asesoría para efectuar su actualización, favor dirigirse al Departamento de Patronos y Trabajadores, Oficinas Centrales, IGSS 7ª. Av. 22-72 zona 1(2o nivel), o bien presentarse a Cajas y Delegaciones Departamentales de su Jurisdicción. Enviar el formulario DRPT-49 o presentarse de manera personal con dicho formulario, autorizado por el representante legal o dueño de la empresa. Para requerir más información llamar al **PBX1522, extensión 1204**.

Si su registro patronal se encuentra en proceso de suspensión o cancelación es importante seguir presentando las planillas sin movimiento de forma electrónica. Si aún no se ha realizado dicho trámite de su registro patronal se le recomienda dirigirse a la Ventanilla 14 del primer nivel CATEMI, Centro de Atención Empresarial del Instituto, para informarse a lo que corresponda.

No está de más adjuntarle el formulario único de actualización de datos, ya que para nosotros es muy importante contar con su registro patronal actualizado.

Atentamente,

Departamento de Patronos y Trabajadores



DIRECCIÓN DE RECAUDACIÓN

DEPARTAMENTO DE REGISTRO DE PATRONOS Y TRABAJADORES

DRPT-49

ACTUALIZACIÓN DE DATOS DEL PATRONO

Cambio de Direcciones

Número patronal: _____

DATOS DEL PATRONO

Nombre: _____	NIT: _____
Dirección: _____	Teléfono: _____
Municipio: _____	Departamento: _____

DATOS DE LA EMPRESA

Nombre de la empresa: _____	
Dirección: _____	Teléfono: _____
Municipio: _____	Departamento: _____

DATOS PARA NOTIFICACIONES

Dirección: _____	Teléfono: _____
Municipio: _____	Departamento: _____
Dirección de correo electrónico: _____	

Lugar y fecha: _____

Declaro y juro que la información contenida en el presente formulario es verídica.

Nombre del Patrono o Representante Legal _____

Sello

Firma

3.3 Cronograma de actividades

Mes	Abril				Mayo				Junio			
	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Preparación de plan de trabajo	■											
Entrega de plan de trabajo		■										
Calendarización de ejecución			■	■								
Calendarización prácticas					■	■	■	■	■	■		

3.4 Control y seguimiento (evaluación)

En el caso del video los **indicadores cuantitativos** aproximadamente 4,000 patronos, entre redes sociales y página institucional. **Los cualitativos** son los patronos que llegan a realizar los procesos informados para ellos.

En el caso del manual de procedimientos los **indicadores cuantitativos** son aproximadamente 1,000 ejemplares entre los patronos que llegaron a conferencias de la cámara de comercio, la cámara de industria y la cámara guatemalteca de la construcción. **Los cualitativos** son los empresarios informados los cuales trasladan la información a todos lo miembros de sus cámaras respectivas.

En el caso del mailing los **indicadores cuantitativos** son un aproximado de 4,000 patronos, que no han realizado actualizaciones ante el Instituto. **Los cualitativos** son los patronos que llegan a realizar los procesos informados para ellos.

CONCLUSIONES

En conclusión, puedo definir que se encontró el problema comunicacional entre la institución y el patrono, lo cual afectaba directamente con los ingresos, así como la información que el patrono necesitaba para lograr solventar dichas situaciones. Dentro nuestros objetivos definimos que la comunicación se debía fortalecer, lo cual se llevó a cabo con la estrategia de información por medio de las acciones que se realizaron en un 100% porque se ejecutaron en el tiempo planificado y fue efectiva, en virtud que los patronos interesados llegaron a solventar su situación y además que se encuentran totalmente informados de cómo pueden realizar sus procedimientos para dichas gestiones.

RECOMENDACIONES

- ❖ Ejecutar la campaña lo antes posible para que la respuesta del patrono fuese de manera inmediata, esto se llevó a cabo.
- ❖ Se recomienda hacer el mailing masivo para todos los patronos y fue muy efectivo ya que la respuesta del patrono fue inmediata para tratar el tema de solventar su situación ante el instituto.
- ❖ Ejecutar un video para incentivar al patrono, esto fue ejecutado en la página de Facebook, así como en el circuito cerrado de la Institución.
- ❖ Ejecutar un manual de procedimientos, este fue ejecutado también al 100% y los patronos ya cuenta con él, para saber cómo deben ejecutar sus trámites.

GLOSARIO

1. **Acciones de comunicación:** Son las medidas que se toman para llegar a realizar la estrategia.
2. **Campaña informativa:** Como su nombre lo indica es para informar acerca de un tema ya sea general o específico.
3. **CATEMI:** Centro de Atención Empresarial del Instituto.
4. **Dependencias:** Partes de la estructura que conforman el Instituto Guatemalteco de Seguridad Social.
5. **Diagnóstico:** Que sirve para reconocer.
6. **DRPT-49:** Formulario de actualización de datos para el ente patronal.
7. **Ejes estratégicos:** Un "eje" es la cosa considerada como el centro de algo, y en torno a la cual gira todo lo demás.
8. **Estrategia:** Serie de acciones muy meditadas, encaminadas hacia un fin determinado.
9. **EPS:** Ejercicio de practica supervisada.
10. **IGSS:** Instituto Guatemalteco de Seguridad Social.
11. **IVR:** Respuesta de Voz Interactiva o IVR es una tecnología de telefonía que le permite a los clientes interactuar con el sistema de atención de la compañía a través de menús de voz configurables, en tiempo real, utilizando tonos DTMF.

12. **Inscripción patronal:** Asociación de las empresas ante el Instituto Guatemalteco de Seguridad Social.
13. **Institucional:** De la institución (organismo) o que tiene relación con ella.
14. **Mailing:** Significa enviar a toda tu base de datos, que se entiende que es grande, una misma campaña.
15. **Medio de difusión:** Es el canal por el cual es difundido el mensaje.
16. **Normativa:** Norma o conjunto de normas por las que se regula o se rige determinada materia o actividad.
17. **Objetivo:** Se denomina el fin al que se desea llegar o la meta que se pretende lograr.
18. **Objetivo comunicacional:** Es el objetivo que se tiene al realizar una campaña.
19. **Patrono:** empleador o empresario inscrito ante el Instituto Guatemalteco de Seguridad Social.
20. **Prestaciones:** Las prestaciones de trabajo son beneficios adicionales a los que el trabajador se hace acreedor al pertenecer a un vínculo laboral.

- 21. Problema:** Cuestión discutible que hay que resolver o a la que se busca una explicación.
- 22. Producto:** Cosa producida natural o artificialmente, o resultado de un trabajo u operación.
- 23. Propedéutico:** De la propedéutica o relacionado con esta enseñanza.
- 24. PPR:** Gestión del Presupuesto del Estado
- 25. Público objetivo:** Es el grupo objetivo al cual va dirigido el mensaje.

BIBLIOGRAFÍA

- ❖ Bermejo, J.J. (1946). Propuesta de Ley Organica del IGSS.
- ❖ Constitución Política de la República de Guatemala, A.N. (s.f.). Constitución Política de la República de Guatemala. Publicado en Diario de Centro América.
- ❖ El Departamento de Comunicación Social del IGSS, E. D. (s.f.). Página Institucional. Obtenido de <http://www.igssgt.org/historia.php>
- ❖ Gerencia del IGSS, G. d.(2018). Reglamento sobre recaudación de contribuciones al régimen de seguridad social.
- ❖ HERNANDEZ S, Roberto. (1998). “metodología de la Investigación”. McGraw-Hill Editores. México.
- ❖ Informe Anual de Labores (2014). “Beneficios de la Seguridad Social”. “Canales de Comunicación”
- ❖ Informe Anual de Labores (2015). “Campañas de Publicidad”.
- ❖ Informe Anual de Labores (2017). “Actividades de Comunicación”.
- ❖ Bisquerra, R. (Coord.) (2004). Metodología de la investigación educativa. Madrid: La Muralla.
- ❖ Corbetta, P. (2007). Metodología y técnicas de investigación. Italia: McGrawHill.
- ❖ Nahoum, C. (1961). La entrevista psicológica. Buenos aires: Kapelusz.
- ❖ Taylor, J. y Bodgan, H. (1986). Introducción a los métodos cualitativos de investigación. Buenos Aires: Paidós.

Anexos



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
 Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2019

Ficha de registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

Nombre del Alumno (a): Guillermo Estuardo Ogaldez Poitán

No. Carné y DPI: 94158366 / 1691866360101

Jefe o Encargado (a): Marco Antonio Avendaño



Institución o Empresa: Instituto Guatemalteco de Seguridad Social

Supervisor de EPSL: M.A. Evelin Hernández

Sem. No.	Fechas	Mes	Horas practicadas						Total de Horas en la semana
			Lun	Mar	Mie	Jue	Vie	Sab	
1	Del 01 al 04	Mayo			8	8	8		32
2	Del 06 al 11	Mayo	8	8	8	8	8		40
3	Del 13 al 18	Mayo	8	8	8	8	8		40
4	Del 20 al 25	Mayo	8	8	8	8	8		40
5	Del 27 al 31	Mayo	8	8	8	8	8		40
6	Del 03 al 08	Junio	8	8	8	8	8		40
7	Del 10 al 14	Junio	8	8	8	8	8		40
8	Del 17 al 21	Junio	8	8	8	4			28
Total de horas de práctica registradas									300




Marco Antonio Avendaño

M.A. Evelin Hernández

Transcripción completa de las entrevistas

Entrevistas

Entrevista 1

¿Nombre y cargo?

Magda Rocio Coto Fernández, jefa de división del área de recuperación de cuentas por cobrar y la unidad de análisis y emisión de notas de cargo y abono.

¿Cuál es la función del Departamento?

La función de mis dos áreas es generar los recursos para el Instituto por medio de reducir la morosidad patronal y poder generar documentos de cobro que sean necesarios para poder obtener los recursos que el Instituto necesita.

¿Por qué es importante el Departamento para el funcionamiento del Instituto?

Definitivamente porque ninguna institución puede sobrevivir si no se recuperan las cuentas morosas, creo que el área es fundamental para generar ingresos para la institución.

¿Cuáles son los medios que utilizan para comunicarse con los patronos

Los medios son correos masivos, llamadas telefónicas y citaciones a los patronos vía escrita.

¿Cómo evalúan el nivel de efectividad de los medios de comunicación que utilizan para la comunicación con los patronos?

Definitivamente se evalúa mediante la recuperación de ingresos, obviamente que lo que estamos notificando regrese en moneda a la institución.

¿Cuáles cree que son los inconvenientes en la comunicación con los patronos?

El mayor problema es la falta de actualización de los patronos, teléfonos, direcciones ya que no vienen a actualizar periódicamente.

¿Qué porcentaje de patronos responde a la comunicación realizada por el Departamento?

Cálculo que un 80% si responden.

¿Cómo invierte el Departamento en el tema de comunicación con el patrono?

Tanta inversión no hay, nos avocamos al Departamento de comunicación social y Relaciones públicas, básicamente a las unidades institucionales que nos apoyen con las llamadas tanto entrantes como salientes

¿Qué recursos poseen para el proceso de comunicación con los patronos?

Solo los que la institución nos da teléfonos y correos.

¿Considera que la comunicación externa debe ser prioridad para el Departamento?

Definitivamente la comunicación con el patrono es prioridad para el Departamento como para todo el Instituto.

¿Considera que es necesario capacitación del personal en temas comunicacionales?

Considera que la gente se debe estar actualizando en formas y medidas para hacer un cobro efectivo, para poder entrar a un patrono según las circunstancias en las que se encuentre.

¿Conoce si existe un Departamento de Comunicación en el Instituto?

En el Instituto Guatemalteco de Seguridad Social si existe un Departamento de comunicación social y Relaciones Públicas.

¿Conoce los medios de comunicación que posee el Instituto para difundir información?

Si existen trifoliales, carteles, campañas publicitarias, anuncios de televisión y un canal institucional

¿Es fácil acceder a los recursos de comunicación que posee el Instituto?

Pues como toda institución hay prioridades, pero si es fácil acceder.

¿Considera que es beneficioso crear un plan de comunicación para el sector patronal?

Creo que si, es más aquí en nuestra área se necesita implementar una campaña de comunicación y de información patronal, además reuniones con las cámaras para realizarla.

Entrevista 2

¿Nombre y cargo?

Lusbi Noe España Mendez, jefe de sección, Unidad del Área Departamental.

¿Cuál es la función del Departamento?

La función del Departamento de cobro administrativo es recaudar las contribuciones del Seguridad Social que han dejado de aportar los patronos, así como la deuda documentada.

¿Por qué es importante el Departamento para el funcionamiento del Instituto?

Es importante derivado a que si el Departamento de cobro administrativo no realiza la recuperación de estos montos se ven afectados los afiliados en el pago por sus prestaciones y el Instituto se ve afectado por la solides financiera que pierde.

¿Cuáles son los medios que utilizan para comunicarse con los patronos

Existen diferentes medios entre ellos las llamadas telefónicas, correos electrónicos, requerimientos por escrito y masivos, también se realizan citaciones personalizadas, mensajes de voz y de texto por medio de la herramienta ivr.

¿Cómo evalúan el nivel de efectividad de los medios de comunicación que utilizan para la comunicación con los patronos?

Los medios de efectividad se pueden medir por medio de determinar una cartera morosa y evaluando el pago que hayan realizado los patronos.

¿Cuáles cree que son los inconvenientes en la comunicación con los patronos?

Realmente el inconveniente con los patronos es que no saben cuales son los trámites en el instituto, no saben cual es la normativa vigente, no saben como solventar la situación, no saben cada cuanto vence el pago de la mora, los contadores no le informan al patrono que el pago de la mora vence el 20 de cada mes.

¿Qué porcentaje de patronos responde a la comunicación realizada por el Departamento?

Realmente el porcentaje de patronos es bastante bajo en virtud que el instituto tiene una base de datos muy desactualizada, lo cual no le permite alcanzar el 100% de comunicación con los patronos que se encuentran en mora.

¿Cómo invierte el Departamento en el tema de comunicación con el patrono?

En este caso a partir del año 2018 inicio con la herramienta ivr la cual se conecta con la base de datos del instituto para realizar llamadas automáticas indicándole al patrono que tiene una deuda o enviándole un mensaje que su pago venció y que es necesario que realice su pago para evitarse futuros recargos.

¿Qué recursos poseen para el proceso de comunicación con los patronos?

En este caso tenemos el recurso humano como tal y el equipo de trabajo que es para realizar requerimientos masivos y la herramienta ivr.

¿Considera que la comunicación externa debe ser prioridad para el Departamento?

La comunicación debe ser la mayor prioridad para el Departamento ya que si los patronos no están informados estos no se pueden apersonar para solventar su situación de deuda con el Instituto.

¿Considera que es necesario capacitación del personal en temas comunicacionales?

El personal está capacitado para atender a los patronos pero no está demás fortalecer en maneras adecuadas y correctas de comunicarse con los patronos buscando nuevos medios.

¿Conoce si existe un Departamento de Comunicación en el Instituto?

Si existe un Departamento de comunicación social y Relaciones Públicas, sin embargo, no se da abasto para informar a todos los patronos que se encuentran en esta desface.

¿Conoce los medios de comunicación que posee el Instituto para difundir información?

Si existen redes sociales, carteles, campañas publicitarias, anuncios de televisión y un canal institucional y esto lo realizan por medio del Departamento de comunicación social.

¿Es fácil acceder a los recursos de comunicación que posee el Instituto?

No es tan difícil, hay que solicitar al Departamento de comunicación social para acceder a los medios de comunicación, solamente que no se tenga un plan se demora un poco más.

¿Considera que es beneficioso crear un plan de comunicación para el sector patronal?

Es muy beneficioso como indicaba anteriormente la parte fundamental del Departamento, porque si no lo tenemos la comunicación con el patrono no es efectiva, hay que realizar el plan para mejorar la relación entre ambas partes.

Entrevista 3

¿Nombre y cargo?

Daniela Marquez, asesora de cobro administrativo

¿Cuál es la función del Departamento?

La función principal es del recaudo de los Ingresos del Instituto Guatemalteco de Seguridad Social por los patronos morosos.

¿Por qué es importante el Departamento para el funcionamiento del Instituto?

Si no existiera un Departamento de cobro probablemente el Instituto no tendría los recursos para atender la cantidad de afiliados por ello cumple una función básica.

¿Cuáles son los medios que utilizan para comunicarse con los patronos

Los medios son correos masivos, llamadas telefónicas y citaciones a los patronos vía escrita.

¿Cómo evalúan el nivel de efectividad de los medios de comunicación que utilizan para la comunicación con los patronos?

Por medio de una base de datos que lleva cada analista, revisando y analizando que patronos tuvieron respuesta positiva, por medio de gráficas y estadísticas.

¿Cuáles cree que son los inconvenientes en la comunicación con los patronos?

El mayor inconveniente es la falta de actualización de los patronos ante el Instituto.

¿Qué porcentaje de patronos responde a la comunicación realizada por el Departamento?

De cada 10 patronos responden 6 por lo cual podemos hablar de un 60%.

¿Cómo invierte el Departamento en el tema de comunicación con el patrono?

Se invierte en notificaciones ya que existe una unidad de notificadores los cuales se encargan de notificar los adeudos al patrono, se necesita implementar un call center para el cobro.

¿Qué recursos poseen para el proceso de comunicación con los patronos?

Son recursos limitados solo tenemos teléfonos y correos, no obstante, existen empresas que tienen un sistema de cobro eficiente.

¿Considera que la comunicación externa debe ser prioridad para el Departamento?

Si es prioridad porque todo lo que mira el patrono en la calle es lo que se informa, porque los patronos no se acercan al Departamento a revisar su situación.

¿Considera que es necesario capacitación del personal en temas comunicacionales?

Totalmente de acuerdo, la capacitación que tiene el personal de cobro administrativo es muy pobre, en el tiempo que llevo acá solamente una vez nos dieron capacitación por medio de un manual, habiendo técnicas de cobro que nos pueden enseñar.

¿Conoce si existe un Departamento de Comunicación en el Instituto?

Si existe un Departamento de comunicación social y Relaciones Públicas.

¿Conoce los medios de comunicación que posee el Instituto para difundir información?

Si existen campañas publicitarias, anuncios de televisión, redes sociales como facebook y youtube y un canal institucional-

¿Es fácil acceder a los recursos de comunicación que posee el Instituto?

No es fácil acceder porque no se da a conocer como debería.

¿Considera que es beneficioso crear un plan de comunicación para el sector patronal?

Es precisamente lo que hablaba de tener estrategias para la comunicación con el patrono, solamente se hacen buenos scripts pero no son los medios correctos.

Instituto Guatemalteco de Seguridad Social en el año 1,960



Fig. 1. Historia del IGSS, Unidad de acceso a la información pública 2,000

Instituto Guatemalteco de Seguridad Social en el año 2,014



Fig. 2. Historia del IGSS, Unidad de acceso a la información pública 2,016