



DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA DE SEGUROS “ÀVILA Y ASOCIADOS” CON EL FIN DE PROPONER UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA.

KAREN ELIZABETH LOAIZA MOREIRA

**DIRECTOR DE TESIS:
LCDO: MARCO LALAMA**

○ ÁVILA Y ASOCIADOS

☐ Empresa familiar

☐ 20 años en el mercado

☐ Ofrecen:

- Seguros Generales: Incendio, Robo, Vehículos, Transporte, Casco de buques y casco aéreo, Todo riesgo contratista, y Maquinaria.

- Seguros de personas: Vida, Asistencia médica, accidentes personas.

- Seguros de Garantías: Cumplimiento de contrato, buen uso de anticipo, buen uso de la carta de crédito, seriedad de oferta, garantía aduanera.



○ OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo General

- Diagnosticar la comunicación de la empresa “Ávila y Asociados” y proponer un plan de comunicación Interna.



○ **Objetivos Específicos.**

- Obtener información en cuanto al manejo de la comunicación interna de la empresa “Ávila y Asociados”.
- Analizar la información obtenida dentro de la empresa “Ávila y Asociados”.
- Identificar los problemas de comunicación internos de “Ávila y Asociados”.
- Proponer un plan de comunicación interna para fortalecer la identidad de “Ávila y Asociados”.



○ Metodología: Cuantitativa – Cualitativa

Encuestas

- Al universo total de colaboradores
- 15 personas

Entrevista

- Gerente General

Análisis FODA

Visitas de participación y observación



○ TEORÍA FUNCIONALISTA

La teoría funcionalista se basa en la teoría de sistemas; establece que la sociedad se organiza como un sistema social que debe resolver cuatro imperativos fundamentales para subsistir.

- Adaptación al ambiente.
- Conservación del modelo y control de tensiones.-
- Persecución de la finalidad.
- Integración.



○ ANALISIS FODA



○ **Fortalezas**

- ❖ Más de 20 años de experiencia en el mercado asegurador.
- ❖ El sentido de responsabilidad, honestidad y compromiso que mantiene con los clientes, que supera el estándar de la industria.
- ❖ Talento humano profesional, que permite obtener soluciones inmediatas en el control y manejo de sus cuentas, y un trato personalizado que se ha perdido en los competidores.
- ❖ Análisis completo del riesgo de los clientes, lo cual permite satisfacer sus requerimientos.



○ Oportunidades

- ❖ Aumento considerable de clientes reconocidos a nivel nacional como la Contraloría y algunos ministerios, quienes han incrementado su contratación de seguros en los últimos años.
- ❖ Representar a las compañías de seguros más prestigiosas como: seguros Equinoccial, Salud S.A y Liberty Seguros, lo cual amplía la oferta de la empresa y la capacidad de llegar a más clientes.



○ **Debilidades**

- ❖ Falta de infraestructura
- ❖ Falta de canales disponibles para la comunicación
- ❖ Desconocimientos de las Necesidades de los colaboradores generando la falta de coordinación entre los departamentos.
- ❖ Equipos tecnológicos desactualizados.
- ❖ Miedo al cambio.
- ❖ Falta en la capacitación y enrolamiento.



- **Amenazas**

- ❖ Principal competencia en el mercado asegurador la empresa Tecniseguros con más de 30 años de experiencia y que compite por las mismas cuentas y clientes.
- ❖ Incertidumbre política por la creación de nuevas leyes.



○ PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA



○ OBJETIVOS DEL PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA

Objetivo General

- ❖ Diagnosticar la comunicación interna de Ávila y Asociados e identificar sus problemas, para darles solución a través de estrategias guiadas por un plan de comunicación interna. .



- **Objetivos específicos.**

- ❖ Replantear los elementos de la Identidad Corporativa
Misión, Visión, Valores y Objetivos.
- ❖ Mejorar el Clima Organizacional.
- ❖ Mejorar el manejo de la Comunicación Interna.



- **Áreas a analizar:**

**IDENTIDAD
CORPORATIVA**

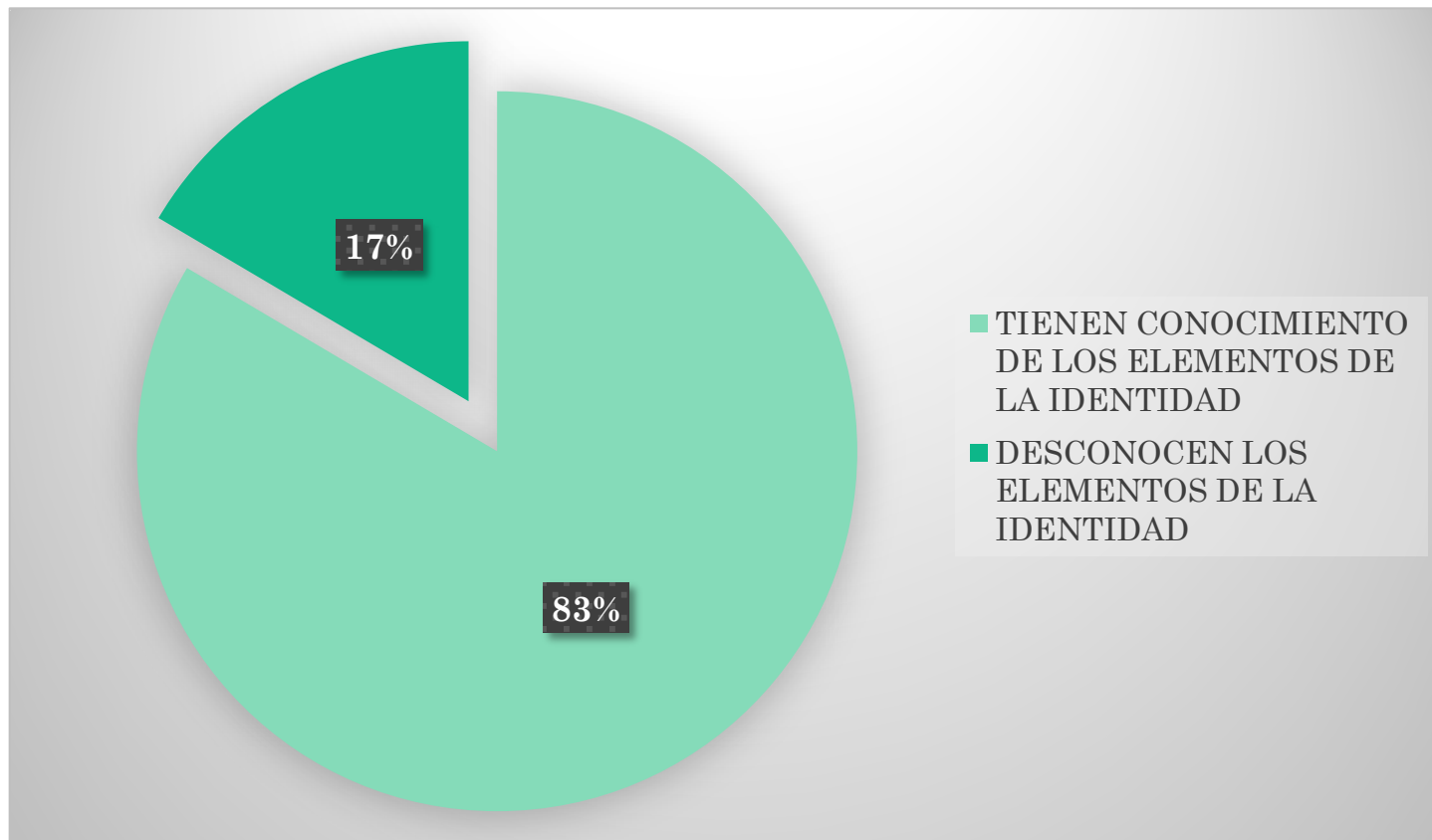
**CLIMA
ORGANIZACIONAL**

**COMUNICACIÓN
INTERNA**



○ IDENTIDAD

Resultados de las encuestas realizadas al universo total de los colaboradores (15 personas)



OBJETIVO:

REPLANTEAR LOS ELEMENTOS DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA MISIÓN, VISIÓN, VALORES Y OBJETIVOS

- Estrategias .

Realizar en el periodo de 1 mes 4 talleres con todos los empleados con el fin de analizar la identidad corporativa actual y plantear mejoras a la misma

- Resultados esperados

Generar que los empleados de Ávila y Asociados entiendan e interioricen los elementos de la identidad corporativa, para que de ésta manera sean puestos en practica.

Misión

Ser una empresa líder en el corretaje de seguros, garantizando con solidez el cumplimiento de las obligaciones entre las Compañías Aseguradoras y nuestros clientes, satisfaciendo las necesidades y requerimiento a través de una administración profesional y servicio oportuno."

Problemática

- Está marcando un objetivo, cuando debería determinar cuál es la razón de ser de la empresa
- Debería establecer concretamente cuál es el valor que la diferencia del mercado.
- Puede generar confusión ya que no es de fácil entendimiento para quién lo lee

Replanteamiento

"Ávila y Asociados es una empresa dedicada al corretaje de seguros que se identifica por su solidez en el cumplimiento de las obligaciones entre compañías aseguradoras y nuestros clientes, brindando de manera profesional un servicio garantizado y oportuno, con asesoramiento profesional.

Visión

“Lograr el crecimiento sostenido de nuestra empresa, a base de esfuerzo propio y con el apoyo activo de clientes satisfechos; buscando siempre, nuevas y mejores formas de servir y representar los intereses de quienes nos han honrado con su confianza.”

Problemática

-
- No determina un tiempo específico.
- Puntualiza los clientes actuales y no los futuros.
- No especifica cuáles pueden ser las nuevas y mejores formas de servir.

Replantamiento

En el plazo de cinco años lograr de manera planificada el liderazgo en el corretaje de seguros en Quito, ampliando nuestros servicios mediante nuevas alianzas en el mercado para satisfacción, seguridad y comodidad de nuestros actuales y futuros clientes”.

Valores

- HONESTIDAD
- TRANSPARENCIA
- RESPETO

Problemática

-
- Lo que se necesita son valores que permita el cumplimiento de la misión y visión.

Replanteamiento

- HONESTIDAD
- EFICIENCIA
- LIDERAZGO

Objetivos

- Ser líderes en el mercado asegurador, innovando las formas de servir.
- Dar un servicio que de satisfacción a los cliente

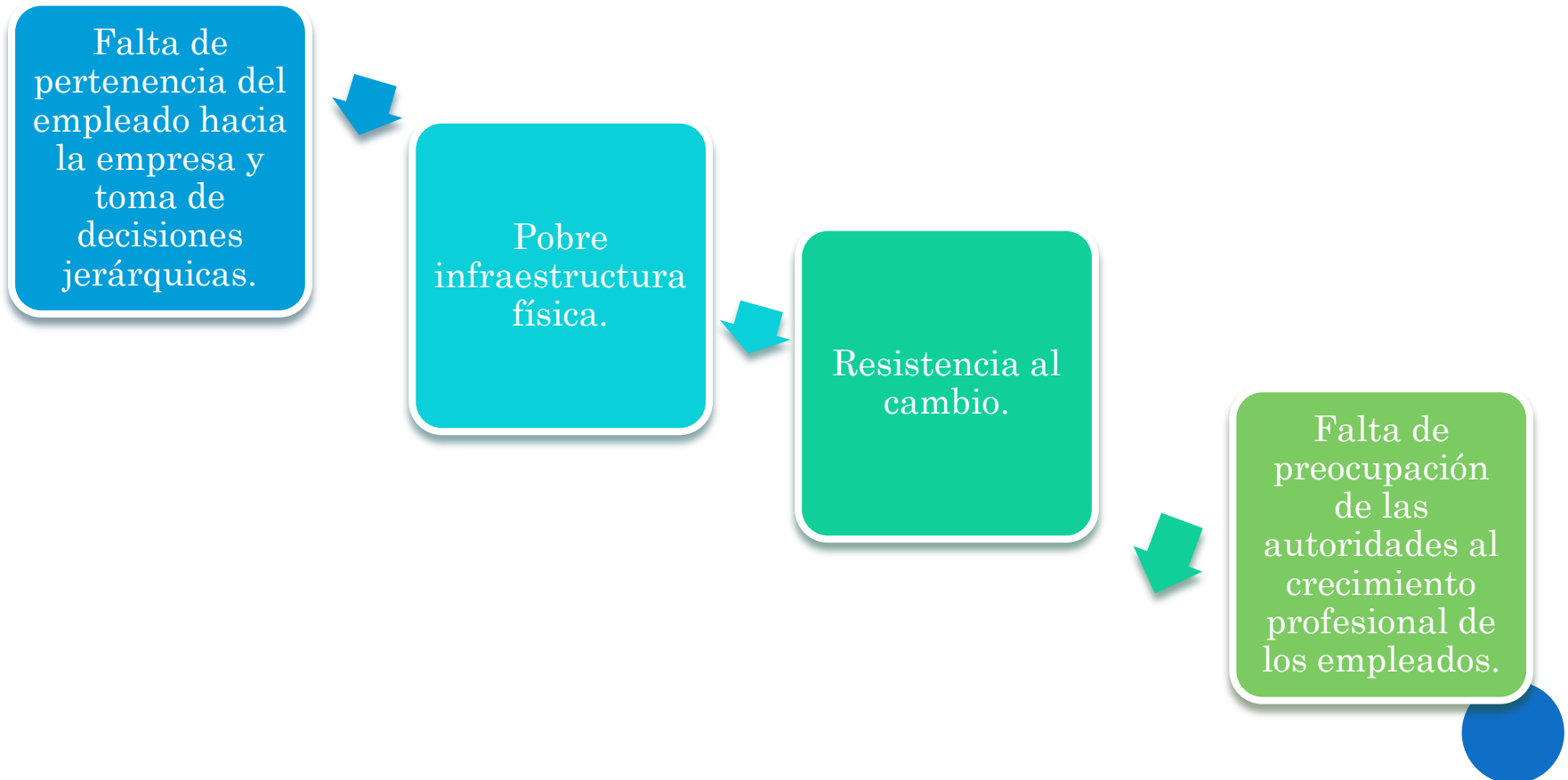
Problemática

- No hay objetivos de satisfacción del cliente interno, además son abiertos y no están marcados de acuerdo a una planificación estratégica donde se delimiten indicadores de cumplimiento.

Replanteamiento

- Dar un servicio de satisfacción tanto a clientes internos como externos.
- En el plazo de 3 años expandir nuestro servicio a otras ciudades del Ecuador

CLIMA ORGANIZACIONAL



Falta de pertenencia del empleado hacia la empresa y toma de decisiones jerárquicas

• **Problema #1**

- Crear un presupuesto de compensaciones y beneficios a los empleados.
- Crear un bono al desempeño del mejor departamento .
- Realizar un *Team Building* una vez al año

• **Estrategias**

En el plazo de un año tener satisfecho al personal, y generar pertenencia de los colaboradores en la empresa. Generar reconocimiento jefe a empleado en la participación de decisiones

• **Resultados esperados**



Pobre
infraestructura
física.

• **Problema #2**

-Realizar una
remodelación interna
de las oficinas tanto
en los espacios físicos
como de su
mobiliaria.

• **Estrategias**

Mejorar el clima
laborar

• **Resultados
esperados**



Resistencia al
cambio.

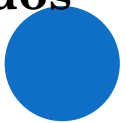
• **Problema #3**

-Realizar al siguiente
año del puesta en
marcha del plan una
evaluación del mismo
con el fin de medir
resultados

• **Estrategias**

En el plazo de 2 años
realizar la medición
de resultados del
plan

• **Resultados
esperados**



Falta de preocupación de las autoridades al crecimiento profesional de los empleados.

• **Problema #4**

-Crear en un plazo de seis meses un Plan de Carrera.

- Que se capacite al personal en temas que son competentes al qué hacer de la empresa.

• **Estrategias**

En el plazo de 2 años los colaboradores se encuentren desempeñando en nuevas áreas.

• **Resultados esperados**



○ Comunicación Interna

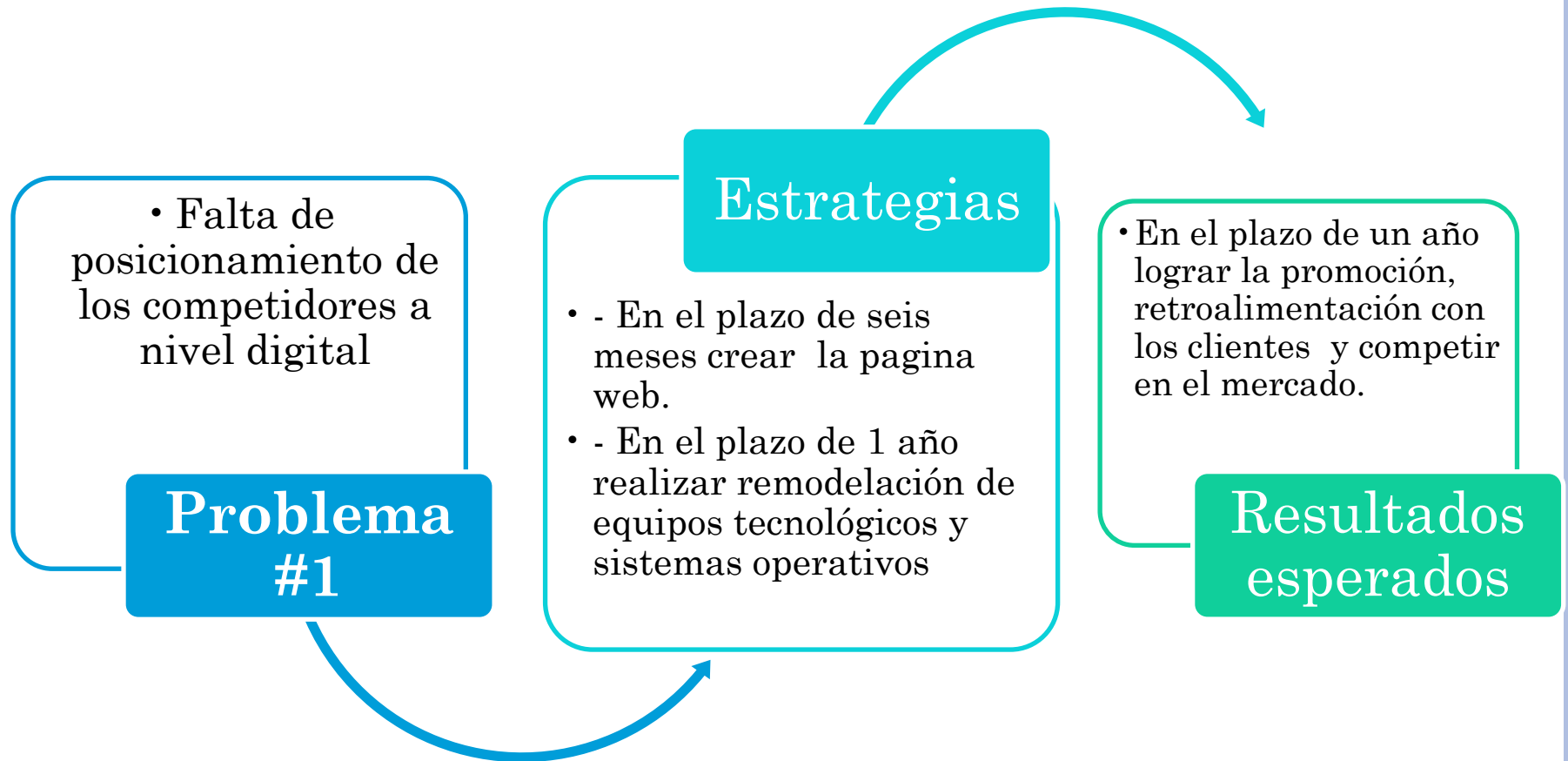
Falta de posicionamiento
de los competidores a
nivel digital.

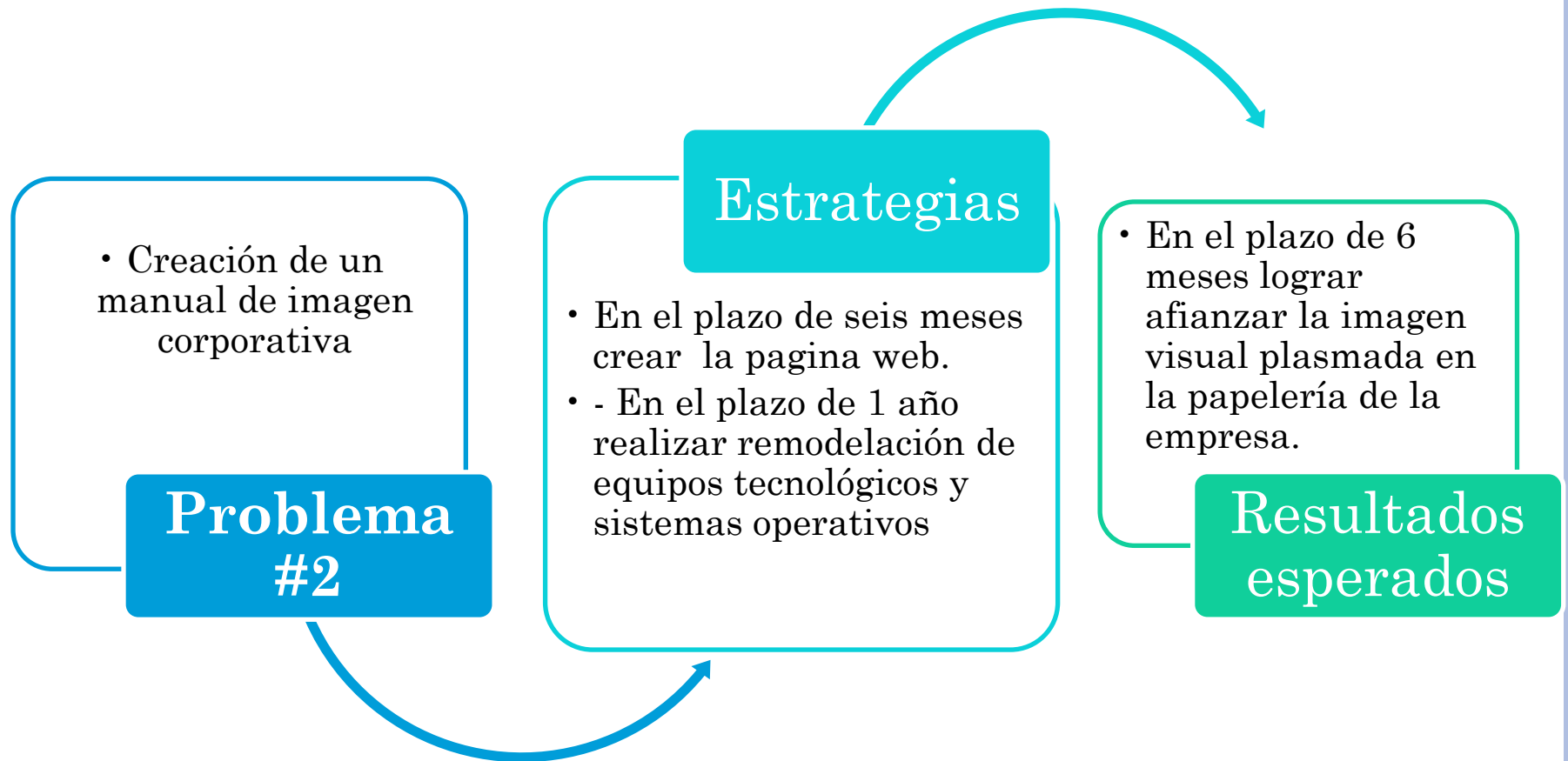
Problemas identificados.

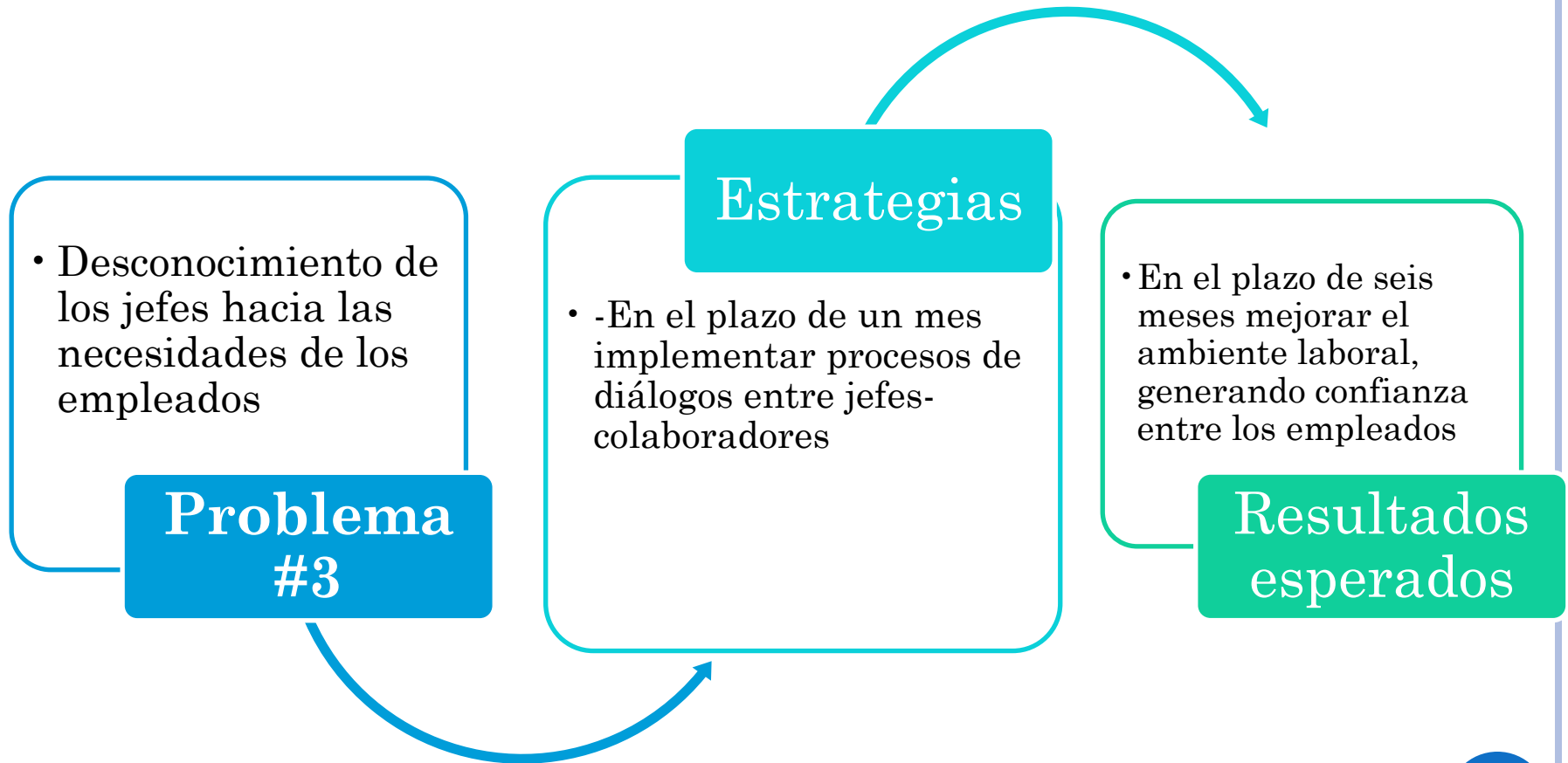
Falta de un manual de
imagen.

Desconocimiento de los
jefes hacia las
necesidades de los
empleados









○ Creación de la página web



<http://avila-asociados.net84.net>

Manual de imagen



SOBRES



IDENTIFICADORES Y ESFEREOS



CARPETA



HOJA MEMBRETADA



COVER Y ETIQUETA CD



○ Conclusiones

- Ávila y asociados posee una gran capacidad de crecer y desarrollarse de forma exitosa gracias al cambio de paradigma en su gestión otorgado por medio de la comunicación.
- El cambio de visión de la comunicación de manera instrumental a una visión compleja – sistémica permitirá a la empresa a no solamente analizar enfoques globales, sino puntos de vista propios de la misma naturaleza de la organización con problemáticas puntuales.
- - El buen manejo de la comunicación organizacional en una empresa permite el desarrollo sostenido y buen desempeño de la misma.
- - El auto- análisis constante y estudio de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas permitirá a la empresa Ávila y Asociados trabajar en la mejora y cumplimiento de sus objetivos a corto, mediano y largo plazo.

