



**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
LICENCIATURA EN RELACIONES PÚBLICAS Y
COMUNICACIONES**



T E M A

**“LAS RELACIONES HUMANAS COMO UN INSTRUMENTO PARA
MEJORAR LAS RELACIONES PÚBLICAS EN LAS
ORGANIZACIONES DE EL SALVADOR”
(CASO ESPECÍFICO: COMPAÑÍAS ASEGURADORAS)**

Trabajo de Graduación presentado por:

**Karina Lizzette Peraza Bonifacio
Flor de los Angeles Rodríguez Novales**

Para optar al Grado de:

**LICENCIADO EN RELACIONES PÚBLICAS Y
COMUNICACIONES**

Mayo , 2003

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

LIC. JOSÉ MAURICIO LOUCEL
RECTOR

ING. NELSON ZÁRATE SÁNCHEZ
VICERRECTOR ACADÉMICO

ING. DANILO ADOLFO DÍAZ PÉREZ
DECANO

JURADO EXAMINADOR

LIC. CAROLINA CARBAJAL DE INCLAN
PRESIDENTA

LIC. NORMAN NOEL ALAS TRUJILLO
PRIMER VOCAL

LIC. MAURICIO HENRÍQUEZ
SEGUNDO VOCAL

MAYO , 2003

San Salvador, El Salvador, Centroamérica.

AGRADECIMIENTOS

*Llegar al objetivo es importante si hemos asimilado las lecciones del recorrido.
La conquista, además, se transforma en un nuevo punto de partida para iniciar
otra búsqueda y continuar aprendiendo...*

Paulo Coelho

A Dios por regalarme el don de la vida y por abrirme caminos de felicidad y por darme la oportunidad de estudiar y aprender.

A mi madre, que siempre fue el pilar que me brindó su fortaleza, fe y confianza sobre todo en los momentos que lo necesite para lograr mis metas; a mi padre por brindarme siempre su apoyo.

A mis hermanas, Estela y Maritza por creer siempre en mí; y Helen por ser siempre la persona que estuvo a mi lado cuando necesité de su ayuda y por su paciencia.

A mi compañera de tesis, Flor por su dedicación y esfuerzo, que al igual que yo tuvo personas que siempre confiaron y creyeron en ella para hacer de esto una realidad; a nuestro asesor **Lic. Mauricio Henríquez** quien compartió de sus conocimientos para realizar un buen trabajo.

A mis familiares, por haber creído en mí y a mis amigos que siempre estuvieron a mi lado brindándome su apoyo y confianza.

Esto es por ellos.

AGRADECIMIENTOS

A nuestro Dios: por colmarme constantemente de salud, fuerza y esperanza, para no desmayar ante los obstáculos que enfrentamos día con día en busca de cumplir una etapa de nuestra vida.

A mis padres y hermanas: Por el apoyo y la confianza que me han brindado siempre, por creer en mí, y en especial dedico este momento a mi papá que ya no está conmigo físicamente pero siempre lo llevo en mi corazón.

A mis amigos: Por creer en mi capacidad y demostrarme su apoyo hoy y siempre. A Oscar Melgar por estar a mi lado continuamente, demostrándome su cariño incondicional en los momentos difíciles de mi vida.

Por compartir su conocimientos, por la dedicación y paciencia durante el proceso de estudio: **Lic. Mauricio Henríquez, asesor y Karina Peraza, compañera de tesis: Mil gracias.**

INDICE

	Pág.
INTRODUCCION	i
CAPITULO I	
MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL DE REFERENCIA SOBRE LAS RELACIONES HUMANAS COMO UN INSTRUMENTO PARA MEJORAR LAS RELACIONES PÚBLICAS EN LAS ORGANIZACIONES DE EL SALVADOR. (CASO ESPECÍFICO : COMPAÑIAS ASEGURADORAS)	
1.1 Las Relaciones Humanas	1
1.1.1 Definición de Relaciones Humanas	1
1.1.2 Desarrollo Histórico de Relaciones Humanas	3
1.1.3 Diferencia entre Relaciones Humanas y Relaciones Públicas	6
1.1.4 Las Relaciones Humanas en las Organizaciones	7
1.1.4.1 Funciones	8
1.1.4.2 Objetivos	8
1.1.5 Importancia de las Relaciones Humanas en las Organizaciones	10
1.1.5.1 La Motivación	11
1.1.5.2 El Liderazgo	13
1.1.5.3 La Comunicación	15
1.1.6 El Cambio Organizacional	16

1.2 Las Relaciones Públicas	18
1.2.1 Definición de Relaciones Públicas	18
1.2.2 Antecedentes de las Relaciones Públicas	21
1.2.3 Las Relaciones Públicas en El Salvador	24
1.2.4 Importancia de las Relaciones Públicas en las Organizaciones	27
1.2.5 Funciones y Objetivos de las Relaciones Públicas	28
1.2.5.1 Funciones	28
1.2.5.2 Objetivos	31
1.2.6 Las Relaciones Públicas y la Comunicación	32
1.2.7 Concepto y Proceso de Comunicación	33
1.2.8 Importancia de la Comunicación en las Relaciones Públicas	35
1.3 La Organización	37
1.3.1 Definiciones	37
1.3.2 Tipos de Organización	38
1.3.2.1 Organización Formal	39
1.3.2.2 Organización Informal	39
1.3.3 Importancia de la Comunicación en las Organizaciones	40
1.3.4 Flujo de la Comunicación en la Organización	42
1.3.4.1 Comunicación Descendente	42
1.3.4.2 Comunicación Ascendente	43
1.3.4.3 Comunicación Transversal	43
1.3.4.4 Comunicación Escrita, Oral y No Verbal	44

1.4	Las Compañías Aseguradoras	45
1.4.1	Evolución del Seguro en el Mundo	45
1.4.2	Evolución de las Compañías Aseguradoras en El Salvador	46
1.4.3	Normativas Legales de las Sociedades de Seguros	48

CAPITULO II

INVESTIGACION DE CAMPO SOBRE LAS RELACIONES HUMANAS COMO UN INSTRUMENTO PARA MEJORAR LAS RELACIONES PÚBLICAS EN LAS ORGANIZACIONES DE EL SALVADOR. “CASO ESPECÍFICO: COMPAÑÍAS ASEGURADORAS”

2.1	Objetivo	49
2.2	Metodología	50
2.2.1	Fuentes de Información	50
2.2.2	Método	50
2.2.3	Tipo de Estudio	51
2.2.4	Diseño de la Investigación	51
2.2.5	Técnicas e Instrumentos	52
2.2.6	Determinación de la Muestra	52
2.2.7	Determinación del Universo	56
2.2.7.1	Unidades de Análisis	57

2.2.7.2	Sujetos de Estudio	58
2.2.7.3	Procedimientos	58
2.3	Tabulación, Análisis y Presentación de Resultados	59
2.3.1	Presentación de Resultados de la Encuesta	60
2.3.2	Presentación de Resultados de la Guía de Entrevista	83
2.4	Alcances y Limitaciones	103

CAPITULO III

DIAGNÓSTICO PROPOSITIVO PARA LAS RELACIONES HUMANAS COMO UN INSTRUMENTO PARA MEJORAR LAS RELACIONES PÚBLICAS EN LAS COMPAÑÍAS ASEGURADORAS

3.1	Introducción	105
3.2	Justificación	106
3.3	Finalidad	109
3.4	Diagnóstico Propositivo	110
3.5	Recomendaciones	118
3.6	Conclusiones	119

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo de grado se ha desarrollado el tema de “Las Relaciones Humanas como un instrumento para mejorar las Relaciones Públicas en las Compañías Aseguradoras de El Salvador”, el cual tiene como objeto demostrar como la práctica de las Relaciones Humanas pueden convertirse en un instrumento integral en la gestión de las Relaciones Públicas. Las organizaciones no pueden prescindir de las **funciones de Relaciones Públicas**, por lo cual si no existe un departamento encargado, debe de existir una persona facultada para realizarlas.

En el primer capítulo se sustentan temas sobre Las Relaciones Públicas, Relaciones Humanas, Las Organizaciones y Las Compañías de Seguros de El Salvador respectivamente. En cada uno de los temas se han desarrollado antecedentes, definiciones, funciones, similitudes y diferencias entre ambas disciplinas, así como también su importancia dentro de la organización. Para sustentar el presente capítulo se desarrolló un apartado que concentra información específica sobre la evolución de las Compañías Aseguradoras en El Salvador.

En el segundo capítulo se contempla la metodología de investigación implementada, la cual tuvo como objetivo recolectar y analizar la información para determinar si las Relaciones Humanas son un instrumento para mejorar las Relaciones Públicas. El proyecto de la investigación se apoyó de la encuesta y la entrevista, donde los sujetos de estudio fueron 1,115 empleados que conforman a las 18 Compañías Aseguradoras, habiéndose determinado una muestra de 240 casos. En este apartado se presentan gráficamente los resultados de la investigación de campo.

Con el propósito de presentar una alternativa de solución ante la problemática enunciada se ha desarrollado un tercer capítulo, basado en los resultados obtenidos en la investigación, el cual consiste en la presentación de la situación actual de las Compañías Aseguradoras con respecto a las funciones que realiza el Departamento de Recursos Humanos, y cómo por medio de éste, las Compañías de Seguros pueden optimizar las Relaciones Públicas, integrando funciones que mejoren las relaciones actuales entre la empresa y los públicos internos; sin embargo, cabe mencionar que la gestión de Relaciones Públicas la debe desarrollar un ente especialista en esta rama.

CAPITULO I

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL DE REFERENCIA SOBRE LAS RELACIONES HUMANAS COMO UN INSTRUMENTO PARA MEJORAR LAS RELACIONES PÚBLICAS EN LAS ORGANIZACIONES DE EL SALVADOR. (CASO ESPECÍFICO: COMPAÑÍAS ASEGURADORAS).

1.1 Las Relaciones Humanas.

1.1.1 Definiciones de Relaciones Humanas.

El término de “Relaciones Humanas” ha sido objeto de confusión acerca de su significado, sin embargo, el proceso de modernización que ha enfrentado el mundo y las diferentes investigaciones que realizaron científicos sociales del siglo XIX, las Relaciones Humanas tomaron la siguiente definición: “Es el conjunto de principios que gobiernan las relaciones entre los individuos”.¹

¹ Murillo Soria, Víctor. “Relaciones Humanas, Teorías y Casos”. Segunda Ed. Editorial Limusa, México, 1990. Pág.19.

Estos son principios originados de su contexto y experiencia personal, social y laboral que se forma durante su desarrollo, y dependiendo la forma en que éstos hallan sido asimilados así serán los resultados que obtendrá en dichas relaciones. Para que estas relaciones entre hombres y mujeres sean favorables, principalmente deben comprenderse y aceptarse así mismo, lo que permitirá que su interrelación represente una acertada práctica.

Precisar una definición de Relaciones Humanas que abarque todas las dimensiones y enfoques, además de difícil podría distorsionar la esencia de las mismas. Las Relaciones Humanas constituyen un cuerpo sistemático de conocimiento, cada vez más voluminoso y cuyo objetivo es la explicación y predicción del comportamiento humano.

Según Elton Mayo, científico social define las Relaciones Humanas como “La forma que los gerentes interactúan con sus subalternos. Cuando la administración del personal estimula la obtención de más y mejor trabajo, tenemos buenas Relaciones Humanas en la organización”.²

Las relaciones laborales que deben existir entre la administración y el personal que conforman a la organización deben estar enfocadas al logro

² Mayo, Elton. “El movimiento de las Relaciones Humanas”. www.gestiopolis.com.

de objetivos en común, identificándose en conjunto como un grupo empresarial que trabajan por un mismo fin.

1.1.2 Desarrollo Histórico de las Relaciones Humanas.

Entre los años de 1760 y 1820, durante el desarrollo de la Revolución Industrial, iniciada en Inglaterra trajo cambios en la estructura económico-social, creando un grupo por una parte, de industriales y por otra, de la fuerza de trabajo sujeta a condiciones insalubres y salarios de subsistencia. En esta etapa, los industriales se encontraron con la inesperada tarea de convencer al público en general de su derecho de autoridad y la necesidad de industrialización.

En aquella época las ideologías empresariales estaban basadas en una relación de necesaria dependencia por parte de los obreros sobre quienes se ejercía la autoridad a través de las líneas tradicionales de amo y sirviente. La teoría de la dependencia suponía que los ricos deberían ser responsables para con los pobres y atenerse a las reglas morales correspondientes al buen orden social.

Al finalizar la centuria pasada, Federico Taylor junto con otros estudiosos de menor renombre iniciaron en los Estados Unidos lo que es conocido con el nombre de la "dirección científica".

A partir de los últimos años veinte del siglo XIX, el movimiento de las Relaciones Humanas logró grandes alcances con los estudios de Elton Mayo, quien demostró que el factor humano es de importancia capital en la industria para la elevación de la productividad. Por lo tanto, considerando que los empleados son de vital importancia en la organización, también las Relaciones Humanas se tornaron imprescindibles y utilizadas como un instrumento que debería servir en primer término al desarrollo de las personas y en segundo a los objetivos económicos.

Como se ha visto el modo de pensar de los empresarios ha cambiando con el tiempo y ha medida que el proceso de industrialización se ha hecho mucho más complejo, el empresario ha intensificado la aplicación del método científico al control de la conducta humana. La gerencia moderna considera al individuo como un ente integral a quien debe de dársele la oportunidad de desarrollar su talento de la manera como mejor se adapte a su personalidad, para provecho tanto de él como de la propia empresa.

Elton Mayo y otros teóricos de las Relaciones Humanas introdujeron el concepto de “hombre social”, con el fin de reemplazar el antiguo concepto de “hombre racional”, motivado por necesidades económicas personales. Este movimiento mejoró la perspectiva clásica que consideraba la productividad casi exclusivamente como problema de ingeniería. Además, estos investigadores recalcaron la importancia del estilo del gerente y con ello revolucionaron la formación de los administradores en oposición a las habilidades técnicas. Su trabajo hizo renacer el interés por la dinámica de grupos. Los administradores comenzaron a pensar en función de los procesos y premios del grupo para complementar su enfoque anterior en el individuo.

El concepto de hombre social era un modelo importante de contrapeso unilateral con la del hombre-económico racional; sin embargo no describía totalmente a los individuos en el lugar de trabajo, lo cual impulsó a que muchos administradores y escritores supusieran que el empleado, considerado como un hombre social es más productivo, basándose en los resultados obtenidos de estudios realizados en la década de 1950.

El ambiente social de trabajo es uno de los factores de interacción más importantes que influyen en la productividad. Otros niveles son: los niveles

salariales, el grado de interés de las tareas, la cultura, estructura organizacional y las relaciones entre empleados y gerentes.

1.1.3 Diferencia entre Relaciones Humanas y Relaciones Públicas.

Las Relaciones Humanas se refieren al arte de llevarse bien con los demás, mientras las Relaciones Públicas planifican estrategias de comunicación que les permite ganar aceptación con los públicos tanto actuales como potenciales; sin embargo, no se puede hablar de Relaciones Públicas si no existen Relaciones Humanas, porque el desarrollo de una es la razón de ser de la otra.

La diferencia entre estas disciplinas es que las Relaciones Humanas se interesan por mantener y crear relaciones cordiales entre los seres humanos; por otra parte las Relaciones Públicas son vinculaciones con los públicos en general.

La similitud entre estas disciplinas puede generar confusión e incluso en algunas empresas se les menciona como que ambas tuviesen un mismo significado y es que ambas se basan en vinculaciones; por su parte las Relaciones Humanas se refieren a vinculaciones con personas en forma

individual y las Relaciones Públicas se refieren a vinculaciones en forma colectiva, es decir grupos u organizaciones.

Bajo este enfoque se puede decir que las Relaciones Humanas son un instrumento de las Relaciones Públicas, pues a través de ellas las organizaciones pueden lograr un mejor entendimiento y colaboración de sus públicos.

1.1.4 Las Relaciones Humanas en las Organizaciones.

Las Relaciones Humanas están presentes en todos las áreas por las que esta conformada una organización, ya que desde el momento que existe la necesidad de comunicarse, su aplicación es fundamental. Para lograr la calidad en éstas relaciones, es necesario que la dirección tenga un claro entendimiento de lo que representan dentro de su ambiente y por medio de éstas identificar las posibles necesidades del empleado para desarrollar sus funciones con la empresa.

Cabe mencionar que las Relaciones Humanas dentro de la empresa funcionan sobre bases económicas y sociales; es decir están enfocadas a la formación integral del personal y al desarrollo de un ambiente laboral

favorable, lo cual incrementa su rendimiento y por consiguiente, el logro de metas y objetivos propuestos por la organización.

1.1.4.1 Funciones.

La función socio-económica de la organización, se encuentra presente en todos los momentos y circunstancias de su labor, asimismo la función de las Relaciones Humanas se encuentra diseminada en la comunidad de trabajo para que la organización llegue a ser un todo desde su constitución, durante su vida y hasta su máximo desarrollo posible.

Se debe tomar en cuenta que cada hombre que forma o formará parte de la organización, entre a ella integralmente, con sus potencias, aptitudes, habilidades y conocimientos, pero también con necesidades, aspiraciones, derechos, responsabilidades y propósitos, es decir, potencialmente en aptitud de actuar constructivamente como miembro de la misma.

1.1.4.2 Objetivos.

Entre los objetivos del estudio de las Relaciones Humanas y la conducta en las organizaciones se encuentran los siguientes:

- Desarrollar una mejor comprensión de la conducta humana a través de una investigación sistemática en la literatura y autores de la ciencia de la información y de la conducta.
- Lograr mejor habilidad para adoptar decisiones en las situaciones donde existan problemas humanos, prestando atención a los problemas potenciales existentes y al diagnóstico de la situación.
- Buscar la forma de identificar los problemas con respecto a los objetivos y valores de la organización, tratando de hallar la mejor solución frente a varias alternativas y el proceso preferible para aplicarla.
- Obtener una experiencia personal para enfrentar los problemas humanos en las organizaciones, mediante:
 - Comprensión de la conducta individual de cada clase de personas y de la propia.
 - Comprensión de las características personales según las clasificaciones antropológicas existentes.

- Comprensión de la interacción entre dos personas y entre grupos, con acento en su dinámica.
- Comprensión de las fuerzas sociológicas y de su influencia en la conducta humana.

1.1.5 Importancia de las Relaciones Humanas en la Organización.

Si el ser humano es concebido como un ente social, relacionarse con otros seres es una necesidad inherente a éste; sin embargo, su buena práctica estará determinada de tal forma que hombres y mujeres busquen desarrollar relaciones cordiales entre los mismos. Estas relaciones pueden ser consideradas buenas cuando impulsan la probabilidad que la organización alcance sus metas y malas cuando no es así.

Existen muchas razones por lo que las Relaciones Humanas son de gran importancia tanto para la vida social del ser humano como para sus relaciones de trabajo en la organización, ya que su importancia radica en que el comportamiento humano puede ser administrable organizacionalmente. Con esto no se quiere decir que el hombre puede ser

manipulado, sino que su comportamiento dentro de la empresa puede ser modificado partiendo de las necesidades organizacionales.

Este enfoque no significa que las Relaciones Humanas consisten en un conjunto de técnicas para manejar personas, como se hacía en el pasado, cuando se trataba de manipular a las personas para que actuaran de cierta manera en el trabajo o para estimular su moral.

Con el objeto de lograr alta calidad en las Relaciones Humanas, es necesario crear un programa con metas realistas. También es necesario el apoyo y convencimiento de la dirección acerca del éxito de su implantación y operación. Esto no es tarea fácil para la gerencia, en vista de la necesidad de ajustar su modo de pensar y actuar a la naturaleza y fines del programa.

1.1.5.1 La Motivación.

De manera amplia, “Motivación es aquello que impulsa a una persona a actuar de determinada manera, lo cual origina una propensión hacia un comportamiento específico”³. Ese impulso a actuar puede ser provocado

³Relaciones Humanas. www.monografias.com.

por un estímulo de carácter colectivo con el fin de satisfacer una necesidad individual.

En las organizaciones, surgen las teorías de la motivación del empleado y con esto las necesidades que deben ser satisfechas por la organización para el bienestar de su recurso. Tres teorías específicas se formularon durante el periodo de los 50's, estas son la jerarquía de las necesidades, la más conocida de la época formulada por Abraham Maslow, las teorías "X" y "Y" y la teoría de la motivación – Higiene.

"De acuerdo con A.H. Maslow, las necesidades humanas no son de igual intensidad y surgen en una secuencia definida".⁴ El aseguraba lo anterior y para ello elaboró una teoría de la motivación base en el concepto de jerarquía de necesidades que influyen en el comportamiento humano, donde según él las necesidades crecen a medida que el hombre las satisface, desde las básicas hasta las más elevadas. Las necesidades tienen la siguiente jerarquía:

- ➡ Necesidad de autorrealización.
- ➡ Necesidad de estimación y de estatus.
- ➡ Necesidades de pertenencia y sociales.

⁴ Davis, Keith. "Comportamiento Humano en el Trabajo ". 10ª ed. Editorial McGraw Hill. México 1999. Pág. 132.

➡ Necesidad de seguridad.

➡ Necesidad fisiológica.

“El modelo de jerarquía de necesidades de Maslow postulan en esencia que los individuos poseen necesidades que desean satisfacer y que las necesidades gratificadas no son tan poderosamente motivadoras como las necesidades insatisfechas”⁵.

Esta determinación hace referencia que el ser humano presenta diferentes niveles de necesidades, las cuales surgen durante el desarrollo de su vida y serán satisfechas en el orden de prioridades de las mismas. Maslow reconoció que una persona tenderá a buscar la satisfacción simultánea de sus necesidades en diferentes niveles y que rara vez logrará satisfacer plenamente todas las de un mismo nivel.

1.1.5.2 El Liderazgo.

Conforme se consolida la teoría administrativa y de las organizaciones, el estudio del liderazgo ha cobrado fuerza como una función dentro de la organización. El liderazgo se define como “El arte o proceso de influir sobre

⁵ Ibídem. Pág. 134.

las personas para que se esfuercen en forma voluntaria y entusiasta en la consecución de los objetivos de grupo”.⁶

Hay que tomar en cuenta que bajo esta definición, el liderazgo incluye tres elementos importantes: **influencia, apoyo y esfuerzo**. Un líder se diferencia de los demás miembros de un grupo por ejercer mayor influencia en las organizaciones o en actividades propias de una sociedad.

Esta perspectiva no enfatiza las características ni el comportamiento del líder, sino las circunstancias sobre las cuales los grupos de personas integran y organizan sus actividades hacia objetivos. Un grupo tiende a actuar a través de sus miembros.

Para que el líder pueda destacarse dentro de la organización como tal deberá poseer la habilidad de trabajar eficazmente con las personas y generar trabajo en equipo, por lo tanto un líder es un miembro de la organización que se destaca por sus habilidades personales y que tiene la capacidad de influir en el grupo para el logro de metas de dicha organización.

⁶Paquete Didáctico "Teoría Administrativa I " 2ªparte. Universidad Tecnológica de El Salvador. 1995.Pág.18

1.1.5.3 La Comunicación.

“La Comunicación es la transferencia de información de una persona a otra. Es un medio de contacto con los demás por medio de la transmisión de ideas, datos, reflexiones, opiniones y valores. Su propósito es que el receptor comprenda el mensaje de acuerdo con lo previsto”.⁷

Como ya se ha destacado, la comunicación se define como la transmisión de información de un emisor a un receptor a través de un proceso que involucra los diferentes elementos que constituyen el proceso de comunicación, los cuales son el emisor, mensaje, canal, receptor y la retroalimentación, sin embargo para que éste sea considerado un proceso completo se debe tomar en cuenta que por medio de la retroalimentación se conoce la respuesta o reacción de la persona que recibe la información.

Dentro de una organización es indispensable desarrollar una comunicación eficaz para que exista un ambiente laboral pro-activo a las decisiones que tome la gerencia en función al desarrollo de la misma, por lo tanto su eficacia se determinará en gran medida con la forma en que apliquen los canales de información.

⁷ Davis, Keith. Opus. Cit. Pág. 53

1.1.5.4 El Cambio Organizacional.

El cambio organizacional se define “como la técnica que trata de la adaptación de la organización a las demandas de cambio planteadas por el medio ambiente en el cual opera”.⁸

Los cambios no surgen del vacío; sino de la necesidad de modificar una situación actual que le permitirá a la empresa adecuarse cada vez más a las demandas que se le presenten. Las nuevas tecnologías y empresas cada vez más globalizadas, exigen a las organizaciones de hoy en día adaptarse a las exigencias que le admitirán incursionar en un mercado cada vez más competitivo.

Otra definición sería: “La capacidad de adaptación de las organizaciones a las diferentes transformaciones que sufra el medio ambiente interno y externo, mediante el aprendizaje”.⁹

Los cambios organizacionales surgen de la necesidad de romper con el equilibrio existente, para transformarlo en otro mucho más provechoso financieramente hablando, en este proceso de transformación las fuerzas que se oponen deben de interactuar con el equilibrio (resistencia al cambio)

⁸ “Paquete Didáctico de Organización y Métodos”.Universidad Tecnológica de El Salvador.1991. Pág.133.

⁹ “Cambio Organizacional “ www.gestiopolis.com.

es por ello que cuando en una organización se plantea un cambio, debe implicar un conjunto de tareas para tratar de minimizar esta interacción de fuerzas, dentro de estas se podrían enumerar las siguientes:

➡ Hacer participar democráticamente a los miembros de la organización en el proceso de la planificación. La participación democrática de los miembros de una organización es determinante para el desarrollo y éxito de la misma.

➡ Contar con un personal idóneo. La empresa debe contar con un personal capacitado para poder desempeñar sus actividades laborales con eficiencia.

➡ Ir formando al personal o en muchos casos el incentivar para que este se prepare. Desarrollar en los empleados el deseo de incorporarse activamente en el proceso de cambio que se presentará.

➡ Concientizar a los miembros de la organización sobre la incidencia de los cambios y las secuelas negativas de la no implementación de los mismos.

Es decir, la implementación de un cambio en la organización se deberá a la necesidad de mejorar una situación actual, el cual beneficiará tanto a la empresa como a los que la integran.

Toda organización enfrenta una amplia variedad de cambios que se deben a la evolución constante dentro del medio que operan, el cual es cada vez más exigente. Algunas variaciones se pueden enfocar a modificaciones internas y otras a cambios externos. La decisión de cambiar se origina cuando existe la necesidad de adoptar nuevas tendencias que mejoren las ya existentes, entre las cuales se pueden mencionar la incorporación de nuevas tecnologías, estructuras, actividades de la organización y personas que en conjunto lograrán perfeccionar sus funciones.

1.2 Las Relaciones Públicas.

1.2.1 Definición de Relaciones Públicas.

Las Relaciones Públicas han tomado diferentes definiciones durante su desarrollo, sin embargo la diversidad de éstas enfocan una misma idea. Según el profesor honorario de Relaciones Públicas Sam Black, las define “Como el esfuerzo planificado y sostenido para establecer y mantener la

buena voluntad y la comprensión mutua, entre una organización y su público”.¹⁰

Toda organización, está rodeada de públicos compuesto de diferentes personas, que de una manera u otra influyen en el desarrollo de sus actividades, por lo tanto los sistemas de comunicación que ésta aplique deberán cumplir con el objetivo de mantener un entendimiento mutuo entre ellos, lo cual generará resultados favorables de su gestión.

Indudablemente, las organizaciones necesitan del apoyo de sus públicos para poder realizar su labor, pues sin su apoyo difícilmente logrará resultados positivos. Los tipos de públicos que se identifican dentro de la organización son públicos internos y externos, considerando como internos a aquellas personas que forman parte de la estructura organizativa y los públicos externos son todos aquellos que se encuentran en su entorno, tales como clientes, proveedores, medios de comunicación, entre otros.

Las Relaciones Públicas, según Bernays, en 1955 “Es el intento mediante información, persuasión y corrección de generar apoyo público para una actividad, causa, movimiento o institución”.¹¹

¹⁰ Black, Sam. “ABC de las Relaciones Públicas”. 3ª. ed ,Edición Gestión 2000,. Barcelona, España,1994. Pág. 18

¹¹ Biagi, Shirley. Impacto de los Medios. 4a. ed. Thomson Editores, México, DF. 1999. Pág. 254.

A medida que el término de Relaciones Públicas fue adoptado, simultáneamente era objeto de cambios que se enlazaban a los diferentes medios en los cuales eran aplicadas; sin embargo, desde sus inicios involucraron a los públicos y a la persuasión de los mismo como parte fundamental de dicho aserto.

Una definición más amplia es la contenida en la Declaración Mexicana, que fue firmada en agosto de 1978, por representantes de más de treinta asociaciones de Relaciones Públicas, tanto nacionales como regionales: “Las Relaciones Públicas es la conjunción del arte y la ciencia social de analizar las tendencias, prever sus consecuencias, asesorar a la dirección de la organización y poner en práctica los programas de acción, previamente planificados, que sirvan tanto al interés de la organización como la del público”.¹²

Las definiciones antes citadas enuncian un elemento en común para la práctica de las Relaciones Públicas, el cual está basado en el entendimiento mutuo entre la organización y el público a través de un proceso comunicativo que permitirá la interacción entre los mismos, fundamentados en la confianza y credibilidad.

¹² Black, Sam. Opus Cit. Pág. 18.

Las Relaciones Públicas son, en sí: “una función administrativa que evalúa la actitud del público, identifica las políticas y los procedimientos de una organización con el interés público y lleva a cabo un programa de acción destinado a atraer la comprensión y la aceptación del público”.¹³

Bajo estas características las Relaciones Públicas no deberán ser entendidas únicamente como la que se encarga de generar el buen nombre de una organización; sino como la disciplina que opera en todas las áreas que conforman a la organización.

1.2.2 Antecedentes de las Relaciones Públicas.

El origen de las Relaciones Públicas alcanzó gran ímpetu durante el período de la 1ª y 2ª Guerra Mundial, donde asumió inicialmente el papel de prensa promoviendo asuntos políticos; y fue hasta el año de 1923 donde se marca el inicio de las Relaciones Públicas como “Profesión”.

Sin embargo, se puede enunciar que las Relaciones Públicas han sido practicadas desde la Antigua Grecia, cuando gobernantes de esa época

¹³Cabezas Córdova, Reina Isabel y otros, Tesis: “Las Relaciones Públicas como un instrumento estratégico para la aplicación de la nueva filosofía institucional de servicio al cliente (caso específico: Las Organizaciones no Gubernamentales)”. Universidad Tecnológica de El Salvador. 2001. Pág. 7

trataban de moldear la opinión pública a través de discursos cuyo fin era modificar actitudes. “Unos de los primeros líderes políticos en darse cuenta de la importancia de las Relaciones Públicas fue Augusto César, quien en el primer siglo de nuestra era mandó a erigir estatuas de sí mismo por todo el Imperio Romano para fortalecer su imagen”.¹⁴

A raíz de este acontecimiento, las Relaciones Públicas tomaron otro significado, grandes líderes políticos de la época buscaron la manera de crear sus propias imágenes plasmadas en monedas y estampillas. “En sí las Relaciones Públicas surgieron formalmente con la Revolución Industrial durante los años de 1760 y 1820. Éstas fueron reconocidas como una función administrativa de las empresas hasta comienzos del siglo XX. En 1882 se escuchó por primera vez la expresión “Relaciones Públicas”, cuando el abogado Norman Eaton hizo mención de ellas en una conferencia en Yale Law School, que llevó el nombre de The Public Relation and Duties Profession”.¹⁵

Desde sus inicios, las Relaciones Públicas fueron de gran trascendencia para la industria, tomando la representatividad de una función administrativa que no podía pasar desapercibida, pues los alcances que lograban obtener

¹⁴ Biagi, Shirley. Opus Cit. Pág. 252.

¹⁵ Flamenco Muñoz, Julia Salome y otros, Tesis: “Como desplazar a la competencia a través de estrategias de relaciones públicas en los medios de comunicación impresos caso específico “El mundo vrs. Colatino”. Universidad Tecnológica de El Salvador. 1998. Pág. 2

a través de éstas eran significativos para ganar aceptación dentro del mundo político, económico y social.

“Entre los primeros practicantes de Relaciones Públicas, el mejor conocido es Ivy Lee, quien empezó su carrera cuando inauguró su oficina en Nueva York junto con George F. Parker ”.¹⁶

“En 1903 el empresario americano John Rockefeller contrata al periodista estadounidense Ivy Ladbetter Lee (creando el primer departamento de Relaciones Públicas) con el fin de mejorar la imagen de las empresas ferrocarrileras”.¹⁷

Lee inició su trabajo de campo, tratando de mejorar las relaciones existentes entre empresas y patronos con el público en general, y con la prensa en particular, la cual atacaba con rudeza a los patronos, debido principalmente a los violentos métodos empleados para combatir las continuas huelgas. Se dedicó entonces a mejorar la imagen de estas empresas y de los mismos empresarios (incluido el millonario John D. Rockefeller), creó el primer departamento de especialidad, y aplicó técnicas para mantener satisfechos a los públicos.

¹⁶ Biagi, Shirley, Opus Cit. Pág. 252.

¹⁷ Flamenco Muños, Julia Salome y otros. Opus Cit. Pág. 2.

Con la participación de Lee, las Relaciones Públicas dan los primeros resultados positivos como práctica y profesión, considerado por esta razón como el fundador de las Relaciones Públicas modernas. “Posteriormente reapareció el vocablo “Relaciones Públicas” y fue Samuel Spencer quien lo utilizó cuando ocupaba el puesto de presidente de una compañía ferrocarrilera”.¹⁸ Lee trabajó para Rockefeller con el fin de contrarrestar la negativa que existía en torno a la industria ferrocarrilera.

1.2.3 Las Relaciones Públicas en El Salvador.

“Las Relaciones Públicas hasta en épocas recientes se han convertido en un tema que se considera digno de estudio en educación, si se toma como criterio, la atención que se ha prestado a las Relaciones Públicas desde principios de la década de los veinte, ahora puede decirse que se está llegando a una profesionalización de ésta disciplina”.¹⁹

En El Salvador, las empresas iniciaron la creación de departamentos de Relaciones Públicas desde hace 20 años aproximadamente, para cumplir así los objetivos proyectados por la organización, los cuales

¹⁸ Ibídem. Pág. 2-3.

¹⁹ García Escobar, Rosalinda y otros. “Tesis de Relaciones Humanas en la Microempresa como un soporte para el logro de objetivos generales a través de las Relaciones Públicas” Universidad Tecnológica de El Salvador. 1997. Pág. 5.

estaban encaminados al crecimiento económico y social, dependiendo del fin de la misma. Sin embargo, ejecutar acciones de Relaciones Públicas en esa época eran muy reducidas, ya que dicha disciplina comenzaba a dar sus primeros pasos en tierras salvadoreñas, siendo administradas inicialmente por profesionales especialistas en otras ramas: psicólogos, administradores de empresas u otros.

“En febrero de 1972, fue creada la ahora desaparecida Asociación Salvadoreña de Profesionales en Relaciones Públicas (ASERP), asociación sin fines de lucro, apolítica y no religiosa; y fue en 1980 cuando se llevó a cabo el Primer Simposio Nacional de Relaciones Públicas, organizado por ASERP, y con la participación de instituciones gubernamentales y privadas que ejercían las Relaciones Públicas”.²⁰

“En 1988 nace la ARP, Asociación de Relaciones Públicas, primera empresa de Relaciones Públicas en el país, con un funcionamiento independiente y apoyo logístico de una unidad de investigación, estadística y encuesta, y con la actualización de los avances tecnológicos y un entrenamiento técnico práctico para el personal en las sedes de sus agencias asociadas en el exterior”.²¹

²⁰ Ibídem. Pág. 8.

²¹ Ibídem. Pág. 10.

Es de esta forma que las Relaciones Públicas comenzaron a evolucionar en el país, representando actualmente una parte integral de cualquier organización que desee expandirse dentro de un mercado competitivo y exigente que enfrenta el siglo XXI.

“Las primeras empresas privadas que incluyeron un departamento de Relaciones Públicas fueron La Constancia, La Prensa Gráfica, Embotelladora Salvadoreña, Hotel El Salvador Sheraton (actualmente Hotel Radisson Plaza) Diario el Mundo, Lima Zablah, Codisa y Didea”.²²

Sin duda alguna, las Relaciones Públicas han representado para éstas empresas un desafío cada vez más intenso, que con el afán de mantener y mejorar constantemente la imagen con sus públicos han trascendido paso a paso para mantenerse firme dentro del mundo competitivo tanto local como internacional. Cabe destacar que en la actualidad, la gerencia de Relaciones Públicas representa para la empresa salvadoreña un apoyo determinante para el logro de objetivos.

²² Flamenco Muños, Julia Salome y otros. Opus Cit. Pág. 5.

1.2.4 Importancia de las Relaciones Públicas en las Organizaciones.

Toda organización que desea tener credibilidad, éxito e imagen positiva y ser aceptada en los diferentes sectores por los que se ve rodeada, no puede dejar a un lado la importancia de la aplicación de las Relaciones Públicas, ya que por medio de éstas tratan de mantener la comprensión, la simpatía y el apoyo de aquellos públicos con los que están o deberán estar vinculados; con el fin de concientizar, estimular o influir en las personas por medio de la comunicación para hacer juzgar de manera favorable a la organización.

Ésta es la base fundamental de toda organización para proyectar su imagen organizacional positivamente, ya que por éste medio se comunican con los diferentes públicos para:

- ➡ Transmitir una imagen fiel y exacta de la organización.
- ➡ Establecer un entendimiento mutuo.
- ➡ Hacer conocer su valor como fuente de trabajo, su aporte a la economía nacional y su prestigio en el orden internacional.
- ➡ Su aporte a la comunidad.

Muchas veces las organizaciones se enfrentan a huelgas y paros protagonizados por los empleados, a consecuencia de una comunicación poco efectiva con los mismos; y es aquí donde las Relaciones Públicas juegan un papel muy importante para impulsar su desarrollo económico y social.

1.2.5 Funciones y Objetivos de las Relaciones Públicas.

Para desarrollarse y justificar su utilidad social, la empresa necesita comprender cuales son sus funciones y objetivos dentro del mercado empresarial, así como también tener claramente definido cual es el rol de las Relaciones Públicas dentro de su estructura.

1.2.5.1 Funciones.

Existen 3 formas para establecer la función:

- ➡ Mediante un departamento o persona especializada dentro de la organización.
- ➡ Mediante la contratación de servicio de asesores independientes especialistas en Relaciones Públicas.

➡ Mediante la combinación de las dos formas anteriores.

En este caso, los asesores encargados de la función de Relaciones Públicas deberán asesorar a los demás miembros de la empresa, ya que todos en algún momento deberán ejercerlas al contactar en forma directa con los públicos en general.

Hay empresas que no tiene la capacidad de crear un departamento de Relaciones Públicas o tener un consultor especial debido a que son empresas pequeñas con poco o sin capital; sin embargo, esto no les impide utilizarlas, ya que se pueden elaborar programas de acción que les ayude a mejorar sus relaciones y mantener una comunicación recíproca a fin de crear un clima de confianza que favorezca a su desarrollo.

La función de Relaciones Públicas en la organización es el conjunto ordenado de actividades para promover entre la comunidad de trabajo y en cada uno de los sectores, que son su causa, su razón de ser y su meta, la mutua comprensión recíproca y la permanente solidaridad de carácter económico social en concordancia con la finalidad general de la organización.

Al destacar que las Relaciones Públicas son una parte integral de toda la estructura organizativa se debe tomar en cuenta que su participación activa en todos los departamentos que la conforman será determinante para la consecución de metas y objetivos que la dirección ha fijado en función tanto para los públicos internos como externos.

“El ejercicio de las Relaciones Públicas incluye lo siguiente:

- Asesoramiento: basado en la comprensión de la conducta humana.
- Análisis de las tendencias futuras y predicción de sus consecuencias.
- Investigación de la opinión pública, sus actitudes y expectativas.
- Establecer y mantener una comunicación de doble vía, basada en la verdad y en una información total.
- Prevención de conflictos y malas interpretaciones.
- Fomento del respeto mutuo y la responsabilidad social.
- Armonización de los intereses públicos y privados.
- Fomento de las buenas relaciones entre el personal, los proveedores y los clientes.
- Mejora de las relaciones industriales.
- Atraer un buen personal y reducir el trasiego de trabajadores.
- Promoción de productos y servicios.

➡ Proyección de la imagen e identidad corporativa”.²³

Básicamente, los profesionales de Relaciones Públicas enfrentan una compleja labor que vinculan diferentes funciones gerenciales enfocadas al logro de objetivos institucionales.

1.2.5.2 Objetivos.

Para las Relaciones Públicas es importante fijar objetivos que encaminen sus funciones eficazmente hacia el logro de los mismos, lo cual es posible a través de un claro entendimiento de su proceso.

“Entre los objetivos de las Relaciones Públicas se pueden enumerar los siguientes:

- ➡ Crear prestigio e imagen del servicio o producto.
- ➡ Promover la imagen o servicio del producto.
- ➡ Mantener buena disposición de los empleados.
- ➡ Prever y solucionar problemas laborales.
- ➡ Acaparar una actitud favorable de los accionistas
- ➡ Promover la buena voluntad de los proveedores.

²³ Black, Sam. Opus Cit. Pág. 16.

- ➡ Obtener una buena actitud del gobierno.
- ➡ Atraer nuevos clientes y mantener buena voluntad de los comerciantes.
- ➡ Atraer el mejor personal.
- ➡ Crear y mantener buena simpatía en las relaciones con los clientes y consumidores.
- ➡ Dirección y formulación de políticas.
- ➡ Mantener buenas relaciones con los medios de comunicación “²⁴”.

Es preciso enfatizar, que las Relaciones Públicas siempre estarán enfocadas al interés público; es decir, promover, mantener y garantizar las buenas relaciones entre los públicos tanto actuales como potenciales.

1.2.6 Las Relaciones Públicas y la Comunicación.

Hablar de Relaciones Públicas es hablar de comunicación, ya que gran parte de sus funciones consiste en mantener relación entre grupos de personas que son denominados públicos. Relacionarse con los medios de comunicación, coordinar y dirigir conferencias, relacionarse con los diferentes niveles jerárquicos de la organización son algunas de las

²⁴ García Escobar, Rosalinda y otros. Opus Cit. Págs. 13-14.

actividades que a diario enfrenta el especialista de ésta rama; y es por este motivo que el saber comunicarse representa para un profesional en Relaciones Públicas una característica inherente a su personalidad.

1.2.7 Concepto y Proceso de Comunicación.

Para definir concretamente el concepto de comunicación, es necesario conocer primeramente la etimología de la misma. “Comunicación viene de la raíz latina COMMUNIS, la cual significa COMÚN; es decir que el que se comunica trata de establecer una relación con sus semejantes”.²⁵

A medida que el hombre ha evolucionado sus necesidades de comunicación se han transformado con el tiempo, buscando cada día nuevas tecnologías que le permitan relacionarse con el medio que lo rodea. En la actualidad no existen fronteras que limiten su capacidad de comunicación con el resto del mundo.

“La comunicación es la transferencia de información de una persona a otra. Es un medio de contacto con los demás por medio de la transmisión de

²⁵Paquete Didáctico de Teoría de la Comunicación. Universidad Tecnológica de El Salvador. 1997. Pág. 13.

ideas, datos, reflexiones, opiniones y valores. Su propósito es que el receptor comprenda el mensaje de acuerdo con lo previsto”.²⁶

Al definir la comunicación como la transmisión de ideas hacia un receptor, cabe mencionar que para ejecutar tal acción es necesario cumplir con un proceso que involucre a un emisor del mensaje y un receptor del mismo; sin embargo, para que el mensaje llegue a su destino intervienen medios y canales que se encargan de transportarlo. El proceso de comunicación también abarca otro factor importante para que se cumpla con este proceso “la retroalimentación”.

Dentro del proceso de comunicación, es importante destacar que la retroalimentación será la reacción del receptor con respecto al mensaje, la cual puede ser positiva o negativa dependiendo del fin que se persiga. A través de la retroalimentación se puede conocer la aceptación o rechazo del público para con la organización.

El cumplimiento de este proceso de comunicación en las Relaciones Públicas es indispensable, ya que de esta manera la organización logra conocer el nivel de aceptación o rechazo ante el medio en que se expande; es decir, las Relaciones Públicas deben considerar que el cumplimiento de

²⁶ Davis, Keith. “Comportamiento Humano en el Trabajo” 10ª ed. McGraw Hill, México, DF, 1999. Pág. 68

este proceso le garantizará la obtención de una respuesta de sus públicos sea ésta negativa o positiva.

1.2.8 Importancia de la Comunicación en las Relaciones Públicas.

La Comunicación es fundamental en la existencia de la comunidad moderna porque hace nacer en ella la comprensión, la aceptación y consentimiento; es así, como las Relaciones Públicas constituyen una actividad por medio de la cual las organizaciones buscan la comprensión y colaboración de la comunidad en la que se desenvuelven.

“El mensaje de Relaciones Públicas debe ser elaborado, teniendo en cuenta el interés y el nivel cultural del público al cual va dirigido, porque en caso contrario, para muchos puede resultar fácil y para otros sumamente elevados. A esta sintonización del mensaje con el interés y con el nivel cultural de público al cual va dirigido, es a lo que se denomina mensaje personalizado”.²⁷

En Relaciones Públicas se debe considerar que el mensaje siempre será elaborado de acuerdo al público que se desea dirigir; es decir que el

²⁷ “Las Relaciones Humanas”. www.monografias.com

vocabulario que se utilice deberá ser ajustado de acuerdo al nivel cultural del grupo objetivo. Un grupo de inversionistas podrán entender sobre terminologías financieras; sin embargo un grupo de obreros desconocerán los términos, lo que representa un obstáculo de comunicación para con los empleados si no se adecua a su nivel.

“El mensaje personalizado puede ir dirigido a un gran número de personas que constituyen un público siempre atendiendo al interés particular de este público y a su nivel cultural”.²⁸

La comunicación en Relaciones Públicas debe funcionar pro-activamente para que existan resultados óptimos que beneficien a la organización, tomando en cuenta que este beneficio debe estar fundado sobre la satisfacción de los públicos a los cuales se dirige.

Tanto para las Relaciones Públicas como para las organizaciones, sin importar su fin, los públicos que identifica son: internos y externos. Se consideran públicos internos a todos aquellos que forman parte de la empresa, así como sus empleados, accionistas, directivos y funcionarios, entre otros. Los públicos externos son representados por aquellos grupos de personas que tienen una determinada reciprocidad con la organización,

²⁸ Ibidem.

y los cuales no forman parte del organigrama de ésta. También se reconoce otro tipo de públicos denominados potenciales, los cuales se definen como un grupo de personas que en un momento determinado formaran parte de los públicos activos de la organización.

1.3 La Organización.

Un grupo de personas que trabajan conjuntamente para alcanzar objetivos en común pueden en un momento determinado constituir una organización, la cual podrá regirse por medio de normas, procedimientos y políticas que operarán funcionalmente para alcanzar metas que persiguen.

1.3.1 Definiciones.

La Organización se puede definir como un grupo de personas que trabajan conjuntamente para alcanzar un objetivo en común. Sin embargo existen numerosas definiciones concebidas por algunos autores, tal es el caso de Koontz o Donnell, quien la define “como un proceso mediante el cual, el administrador transforma un caos en orden, evitando conflictos entre las

personas sobre asuntos de trabajo o de responsabilidad y establece un ambiente adecuado para el trabajo de equipo”.²⁹

George R. Terry, define la organización de la siguiente manera: “ Es el establecimiento de relaciones efectivas de comportamiento entre personas, de manera que puedan trabajar juntas con eficacia y puedan obtener, una satisfacción personal al hacer tareas seleccionadas bajo condiciones ambientales dadas por el propósito de alcanzar alguna meta u objetivo”.³⁰

1.3.2 Tipos de Organización.

Dentro de la Organización se pueden identificar dos tipos: **Formales e Informales**. Se define como organizaciones formales al grupo de personas que trabajan coordinadamente con un propósito en común, y una organización informal es un grupo que surge dentro de la organización formal que no están constituidas bajo una estructura jerárquica.

²⁹ Paquete Didáctico “Teoría Administrativa I”, Universidad Tecnológica de El Salvador, San Salvador, 1995.
Pág. 31

³⁰ Ibídem

1.3.2.1 Organización Formal.

“Chester Barnard considera una organización como de tipo formal cuando las actividades de dos o más personas están deliberadamente coordinadas para el logro de ciertos objetivos. Afirma que la existencia de un propósito común consciente es la esencia de una organización formal y que ésta existe cuando las personas pueden comunicarse entre sí, están dispuestas a actuar, y comparten un propósito en común”.³¹

Esta definición afirma principalmente que una organización se basa en el trabajo coordinado entre los miembros que la conforman bajo un esquema que les permite funcionar ordenadamente. Este esquema comprende la forma de administración del recurso humano y material.

1.3.2.2 Organización Informal.

“El amplio interés en la organización informal se desarrolló a partir de los estudios realizados en Western Electric en la década de los treinta, en los que se llegó a la conclusión de que la organización informal era parte importante de la situación de trabajo total. Estos estudios demostraron que la organización informal es una red de relaciones personales y sociales no

³¹ Paquete Didáctico “Teoría Administrativa I” Universidad Tecnológica de El Salvador, San Salvador, 1995. Pág.35.

establecida o requerida por una organización formal pero que surge espontáneamente como resultado de la asociación de los individuos entre sí”.³²

Una Organización informal es aquel grupo que no poseen un objetivo explícito, es decir son grupos que surgen dentro de una empresa o los que se reúnen con el fin de departir. La organización informal surge de la estructura formal y pueden crecer hasta adoptar grandes dimensiones.

1.3.3 Importancia de la Comunicación en las Organizaciones.

Para muchos autores, la comunicación ha reconocido su importancia en un esfuerzo organizado. Según Chester Barnard, por ejemplo, consideró la comunicación “Como el medio a través del cual las personas se vinculan en una organización para alcanzar un fin común”.³³

En consideración, a lo antes expuesto se dice que en una organización, la actividad de grupo es imprescindible, lo que concentra acciones comunicacionales que relacionan a todos sus miembros, por lo que la comunicación es esencial para su funcionamiento, ya que integra las funciones administrativas. Dentro de la organización se identifican dos

³² Davis, Keith. Opus Cit. Pág 367.

³³ Koontz, Harold. “Administración”. Novena Edición. Editorial McGraw Hill. 1998. México. Pág. 522.

formas de expresión: oral y escrita y dentro de éstas se pueden clasificar los diferentes medios de comunicación que se pueden adoptar:

- **Oral:** es dar a conocer verbalmente una instrucción o información, en este caso relacionadas con la empresa.
- **Escrita:** es comunicarse con los demás a través de una carta, memorando, informe empresarial, memorias de labores, boletines informativos, revistas, entre otros.
- **Intranet:** éste medio es innovador para muchas organizaciones, ya que en la actualidad cuentan con sofisticados programas informáticos que les permite estar en línea con todos los empleados de la organización.
- **Internet:** también es considerado un medio innovador, ya que a través de él, las grandes organizaciones pueden mantener un contacto constante con sus proveedores y clientes, mediante la información en línea. Sin embargo, hay que considerar que los medios más empleados son los convencionales (oral y escritos), ya que adoptar las nuevas tecnologías requieren grandes inversiones monetarias que no están al alcance todas las organizaciones.

1.3.4 Flujo de la Comunicación en la Organización.

En toda organización debe existir una comunicación eficaz que fluya en diversas direcciones; es decir hacia abajo, hacia arriba y de manera cruzada. No se puede considerar que la comunicación que fluya en una sola dirección será eficiente, pues todo empleado necesita manifestar su opinión sobre las funciones que desempeña o aportar su punto de vista sobre una situación determinada.

1.3.4.1 Comunicación Descendente.

“La comunicación descendente fluye de las personas en niveles superiores a quienes están en niveles inferiores en la jerarquía organizacional. Este tipo de organización se presenta particularmente en organizaciones con una atmósfera autoritaria”.³⁴

Este tipo de comunicación no le garantiza a la organización que la información que transmite es entendible y asimilada por quien la recibe.

Los medios utilizados para éste tipo de comunicación son orales en su generalidad; entre los cuales se pueden mencionar los discursos, juntas,

³⁴ Koontz, Harold. Opus Cit. Pág. 528.

teléfono, altavoces e inclusive el rumor, sin embargo, invertir en costosas exposiciones o emplear recursos sumamente llamativos no garantizan que la comunicación de arriba hacia abajo sea exitosa.

1.3.4.2 Comunicación Ascendente.

“Esta comunicación va de los subordinados a los superiores sube por la jerarquía organizacional”.³⁵ Este tipo de flujo funciona en organizaciones democráticas, es decir que existe una política participativa donde los empleados se sientan libres para comunicarse con los diferentes mandos de la jerarquía.

1.3.4.3 Comunicación Transversal.

“La Comunicación transversal incluye el flujo horizontal de la información con personas de un mismo o similar nivel organizacional, y el flujo diagonal con personas de diferentes niveles que no tiene relaciones directas de autoridad o subordinación”.³⁶ Este tipo de comunicación se utiliza para acelerar el flujo de información, para mejorar el entendimiento y para coordinar esfuerzos tendientes a la consecución de objetivos.

³⁵ Paquete Didáctico, Opus Cit. Pág. 65.

³⁶ Koontz, Harold. Opus Cit. Pág. 529.

1.3.4.4 Comunicación Escrita, Oral y No Verbal.

“La comunicación escrita tiene la ventaja de ofrecer registros, referencias y defensas legales”.³⁷ La comunicación escrita promueve la uniformidad en políticas y procedimientos, sin embargo, una de sus desventajas podrían ser la acumulación de papel o deficiencias en la redacción de los documentos, provocando que las instrucciones no sean lo suficientemente claras.

Gran parte de la información se comunica oralmente, por lo que la comunicación oral también se enmarca dentro de los flujos. El discurso y la entrevista son los tipos de comunicación oral más usuales.

Por otra parte, la comunicación no verbal se refiere a las expresiones faciales y gestos corporales, es decir, la comunicación no verbal no son palabras escritas ni orales y su significado dependerá del contexto en que se encuentre el observador.

³⁷Koontz, Harold. Opus Cit. Pág. 531.

1.4 Las Compañías Aseguradoras.

1.4.1 Evolución del Seguro en el Mundo.

“La industria aseguradora se puede dividir en tres grandes etapas: de la antigüedad y edad media hasta el siglo XIV ; del siglo XIV al siglo XVII ; y del siglo VII hasta nuestros días”.³⁸ En la primera etapa aparecen los primeros sistemas de ayuda mutua en diferentes civilizaciones, que tuvieron aportaciones importantes como Babilonia con el “Código de Hammurabi” en la cual si en una caravana uno de los integrantes perdía algo los demás pagarían proporcionalmente la pérdida. En Egipto se maneja la idea de ayuda mutua entre los socios de una institución, para ayudar en los ritos funerarios del socio que fallece.

En la segunda etapa aparecen las primeras instituciones de seguros en el ramo marítimo, vida e incendio. Las primeras pólizas de seguros de vida se expidieron en Londres en The Royal Exchange en 1583. En 1677, en Hamburgo se funda la primera Caja General Pública de Incendio, formada por varios propietarios que reunían cierta cantidad de dinero para ayudarse en caso de siniestro.

³⁸ Banco Agrícola, S.A. “Revista Entre Nosotros”. Tomo No.18 , Año 2002. Pág. 11.

En la tercera etapa aparece la primera empresa de seguros sobre bases más técnicas, basada en la ley de los grandes números y de las probabilidades. Las bases técnicas del seguro surgen desde 1654 y en 1669 surge la primera Compañía de seguros sobre la vida “Society of Assurances of Windows and Orphans”. En 1686 surge Lloyd’s como la más poderosa empresa aseguradora.

1.4.2 Evolución de las Compañías Aseguradoras en El Salvador.

Los orígenes de las Compañías de seguros en El Salvador se remontan en los primeros años del siglo XX, logrando penetrar en el mercado como una empresa que ofrece sus servicios de seguros tanto para personas naturales como jurídicas.

No existe una fecha exacta en cuanto a su incursión en el país, sin embargo actualmente la Centro Americana, S.A. cuenta con más de 70 años de servicio constituida en 1915, siguiéndole la Compañía Aseguradora Suiza Salvadoreña mejor conocida como “Asesuisa”.

Con el paso del tiempo el sector asegurador ha evolucionado de tal manera que actualmente se registran 18 entidades que funcionan destacadamente en el mercado salvadoreño, entre las cuales funcionan instituciones

extranjerías como lo es Pan American Life y AIG, Compañía de Seguros. El grupo de empresas que actualmente operan como sector asegurados :

1. Aseguradora Agrícola Comercial, S.A.
2. Aseguradora Popular, S.A.
3. Aseguradora Suiza Salvadoreña, S.A.
4. Compañía General de Seguros, S.A.
5. Compañía Anglo Salvadoreña de Seguros, S.A.
6. Internacional de Seguros, S.A.
7. La Central de Seguros y Fianzas, S.A.
8. La Centro Americana, S.A.
9. Pan American Life Insurance, Company (sucursal El Salvador).
10. Seguros del Pacífico, S.A.
11. Seguros e Inversiones, S.A.
12. AIG, Unión y Desarrollo, S.A.
13. Seguros Universales, S.A. Seguros de Personas.
14. Compañía Mundial de Seguros. S.A.
15. Seguros Futuro, AC de R.L.
16. AIG, S.A. Seguros de Personas.
17. SISA, Vida, S.A. Seguros de Personas.
18. La Principal, .S.A. Seguros de Personas.

“Fue en año de 2001 cuando el sistema asegurador se hace presente tras los impactantes siniestros que enfrentaba el país el 13 de enero y 13 de febrero de ese año, enfrentando un total de reclamos de 47,380 con un valor estimado de \$334.4 mm. (trescientos treinta y cuatro mil millones de dólares)”.³⁹

Cabe mencionar que estas cifras corresponden al cierre del mes de diciembre de 2001, debido a que las Compañías se encuentran en proceso de actualización y depuración de dichas estadísticas.

1.4.3 Normativas Legales de las Sociedades de Seguros.

Actualmente, la industria Aseguradora es regulada por la Superintendencia del Sistema Financiero, la cual inició a partir de la Reforma Financiera en los años 80s.

El 10 de octubre de 1996 se publicó en el Diario Oficial de El Salvador la Ley de Sociedades de Seguros, la cual será a partir del 20 de abril de 1999 el instrumento jurídico operativo que garantizará la transparencia de la actividad aseguradora. “Dicha ley es considerada como una de las mayores fortalezas para el país debido a que con ésta se está modernizando el

³⁹ Boletín Informativo. “Banco Central de Reserva”. Marzo, 2002.

marco legal de los seguros y además se establecen algunos pasos del proceso de apertura”.⁴⁰

Las reestructuraciones de ley que el país a implementado durante los últimos años han encaminado al sistema económico a desarrollar el mercado de capitales apoyado de una institución autónoma que supervisa su legitimidad.

CAPITULO II

INVESTIGACION DE CAMPO SOBRE LAS RELACIONES HUMANAS COMO UN INSTRUMENTO PARA MEJORAR LAS RELACIONES PÚBLICAS EN LAS ORGANIZACIONES DE EL SALVADOR. (CASO ESPECÍFICO: COMPAÑÍAS ASEGURADORAS).

2.1 Objetivo.

Recolectar la información, analizarla y determinar si las Relaciones Humanas, son un instrumento para mejorar las Relaciones Públicas en las Compañías Aseguradoras de El Salvador.

⁴⁰ Ibidem.

2.1 Metodología.

Para implementar la investigación fue necesario tomar en cuenta todos aquellos aspectos relacionados con los sujetos de estudios. La encuesta y la entrevista fueron los métodos de apoyo para ejecutar esta acción; posteriormente se procedió a la interpretación, análisis y presentación de resultados.

2.2.1 Fuentes de Información.

El proyecto de investigación se apoyó en fuentes primarias, específicamente en una entrevista estructurada dirigida a los Jefes de Recursos Humanos, y la encuesta dirigida a los públicos internos de las Compañías Aseguradoras. La información que se recolectó fue de primera mano, es decir de donde se originó la información.

2.2.2 Método.

El método que se adoptó en la investigación fue el hipotético deductivo como el referente metodológico, es decir el punto de partida y llegada del análisis, además por medio de éste se establecieron predicciones a partir de los principios generales obtenidos en las empresas sujetas de estudio.

2.2.3 Tipo de Estudio.

El estudio que se realizó correspondió al tipo descriptivo, ya que su principal función es describir situaciones relacionadas con los sujetos de estudio, en este caso, las organizaciones de servicio, específicamente las Compañías Aseguradoras de El Salvador.

La investigación propuesta permitió correlacionar las variables entre sí, es decir; la flexibilidad de la misma consistió en relacionar las causas y efectos que derivaron los fenómenos involucrados en el estudio. En este sentido, la investigación consolida aspectos propios del estudio en cuestión, cimentando las bases cognoscitivas de futuras investigaciones.

2.2.4 Diseño de la Investigación.

El diseño de la investigación se refirió al No Experimental, es decir, se únicamente se observaron los fenómenos en su contexto y posteriormente se sometieron a su respectivo análisis.

2.2.5 Técnicas e Instrumentos.

Para llevar a cabo la investigación se necesito aplicar dos técnicas: la encuesta, teniendo como instrumento el cuestionario; y la entrevista estructurada teniendo como instrumento la guía de entrevista.

La entrevista: La técnica de la entrevista estructurada estuvo orientada al contacto directo de cada una de las Compañías Aseguradoras, es decir al jefe de Departamento de Recursos Humanos. Para su desarrollo se utilizó la guía de entrevista como técnica, que tuvo como propósito obtener información sobre aspectos relacionados con el tema en cuestión, sin perder de vista los objetivos planteados en la investigación.

La encuesta: Esta se autosuministró a los empleados de las Compañías Aseguradoras quienes fueron las unidades de análisis. El instrumento que se empleó fue el cuestionario.

2.2.6 Determinación de la Muestra.

Las Compañías Aseguradoras están conformadas por 1,115 empleados en sus diferentes áreas, según datos obtenidos por la Superintendencia del Sistema Financiero.

❑ Informantes Clave.

Se ha considerado como informantes clave a los jefes de Recursos Humanos de las 18 Compañías Aseguradoras sujetas de estudio, por lo tanto no se utilizó ninguna fórmula estadística debido a que se trabajará con el universo.

❑ Empleados.

El número de empleados que conforman las 18 Compañías Aseguradoras es de 1,115 quienes fueron sometidos a un proceso de muestreo estadístico a través de la fórmula para poblaciones numerales finitas.

Cálculo de la Muestra:

$$n = \frac{Z^2 p q N}{(N-1) E^2 + p q z^2}$$

Simbología :

n = Indica el tamaño de la muestra

p = Probabilidad de éxito de que ocurra el evento

q = Probabilidad de fracaso de ocurrencia del evento

Z = Indica el nivel de confianza .

E = Indica el margen de error.

N = Indica el tamaño del universo o la población.

donde :

$$n = ?$$

$$p = 50\% = 0.50$$

$$q = 50\% = 0.50$$

$$Z = 92\% = 92/2 = 46.00 = 0.46 = 1.75$$

$$E = 0.08\%$$

$$N = 1,115$$

Procedimiento de ecuación:

$$n = \frac{(1.75)^2 (0.50) (0.50) (1,115)}{(1,115-1) (0.05)^2 + (0.50) (0.50) (1.75)^2}$$

$$n = \frac{853.6718}{2.7850 + 0.7656}$$

$$n = \frac{853.6718}{3.5506}$$

n = 240
casos

Muestreo estratificado

Fórmula:

$$ME = \frac{U \times n}{N}$$

Simbología:

ME : muestreo estratificada

U : N°. de empleados por compañía

n : tamaño de la muestra

N : universo

No.	Compañía	Universo	Muestra
1	Aseguradora Agrícola Comercial, S.A.	90	19.37
2	Aseguradora Popular	64	13.77
3	Aseguradora Suiza Salvadoreña	160	34.44
4	Compañía General de Seguros	105	22.60
5	Compañía Anglo Salvadoreña de Seguros	34	7.31
6	La Centro Americana, S.A.	93	20.01
7	AIG Unión y Desarrollo, S.A.	62	13.34
8	Seguros e Inversiones, S.A.	128	27.55
9	Seguros del Pacífico, S.A.	31	7.32
10	Internacional de Seguros, S.A.	43	9.25
11	Seguros Universales, S.A. Seguros de Personas	18	3.87

12	Pan American Life Insurance Company.	111	23.89
13	La Central de Seguros y Fianzas, S.A.	44	9.47
14	Seguros Futuros de A.C de R.L.	17	3.65
15	Compañía Mundial de Seguros, S.A.	15	3.23
16	La Principal, .S.A. Seguros de Personas.	7	1.15
17	AIG, S.A. Seguros de Personas	32	6.88
18	SISA, Vida S.A. Seguros de Personas.	61	13.13
	Total	1,115	240.25

Los sujetos de estudio se abordaron al azar, es decir, los formularios se autosuministraron a los empleados de las diferentes áreas por las que están constituidas cada una de las Compañías Aseguradoras.

2.2.7 Determinación del Universo.

El universo que se tomó en la investigación estuvo representado por las Compañías Aseguradoras ubicadas en la Área Metropolitana de San Salvador las cuales hacen un total de 18, según dato proporcionado por la Superintendencia del Sistema Financiero.

2.2.7.1 Unidades de Análisis.

Para poder realizar la investigación, se tomaron como unidades de análisis a las organizaciones del sector servicio, específicamente las Compañías Aseguradoras autorizadas a operar como sociedades de seguros y fianzas por la Superintendencia del Sistema Financiero ubicadas en el área metropolitana de San Salvador, las cuales hacen un total de 18, detallándose a continuación :

1. Aseguradora Agrícola Comercial, S.A.
2. Aseguradora Popular, S.A.
3. Aseguradora Suiza Salvadoreña, S.A.
4. Compañía General de Seguros, S.A.
5. Compañía Anglo Salvadoreña de Seguros, S.A.
6. Internacional de Seguros, S.A.
7. La Central de Seguros y Fianzas, S.A.
8. La Centro Americana, S.A.
9. Pan American Life Insurance, Company.
(sucursal El Salvador).
10. Seguros del Pacífico, S.A.
11. Seguros e Inversiones, S.A.
12. AIG, Unión y Desarrollo, S.A.

- 13.Seguros Universales, S.A. Seguros de Personas.
- 14.Compañía Mundial de Seguros. S.A.
- 15.Seguros Futuro, AC de R.L.
- 16.AIG, S.A. Seguros de Personas.
- 17.SISA, Vida, S.A. Seguros de Personas.
- 18.La Principal, .S.A. Seguros de Personas.

2.2.7.2 Sujetos de Estudio.

Se consideraron como sujetos de estudio a los jefes de Departamento de Recursos Humanos (se les denomina informantes clave) y empleados, ambos conforman el universo de la investigación:

- | | |
|------------------------------|-------|
| ▪ Jefes de Recursos Humanos. | 18 |
| ▪ Empleados. | 1,097 |

2.2.7.3 Procedimiento.

La mecánica que se utilizó para realizar la investigación fue la siguiente:

- **Prueba Piloto.**

Esta fase tuvo como objetivo validar los instrumentos elaborado para realizar la investigación, es decir que con esta prueba se logró identificar si

las preguntas formuladas en los instrumentos estaban lo suficientemente claras. Los sujetos de estudio de ésta fase, como en la investigación fueron los jefe del Departamento de Recursos Humanos y los empleados de las Compañías Aseguradoras, a quienes se les autosuministraron formularios en los cuales no se identificó ninguna observación de parte de ellos. Los formularios utilizados en la prueba piloto se incluyeron en el proceso de análisis de la investigación.

El total de formularios utilizados para realizar dicha prueba fue de 15, de los cuales 2 fueron guías de entrevistas estructuradas dirigidas a los Jefes de Recursos Humanos y 13 fueron cuestionarios dirigidas a los empleados de las Compañías Internacional de Seguros y La Principal.

2.3 Tabulación, Análisis y Presentación de Resultados.

A continuación se presenta la contabilización de las respuestas obtenidas en la investigación de campo realizada en las Compañías Aseguradoras de El Salvador:

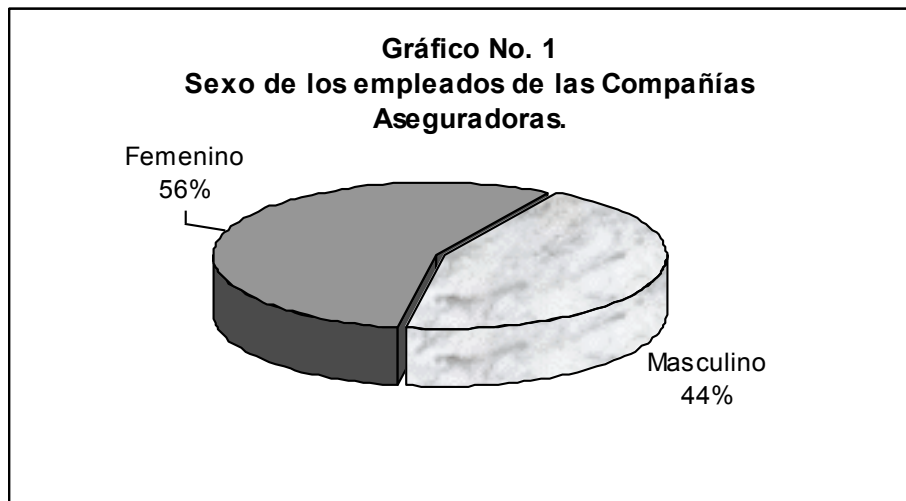
2.3.1 Presentación de Resultados de la Encuesta.

Sexo

Objetivo: Conocer en términos porcentuales cuantos hombres y mujeres conforman el personal de las Compañías Aseguradoras de El Salvador

Cuadro No. 1

Criterio	Frecuencia	Porcentaje	Observación
Masculino	90	44%	
Femenino	113	56%	
TOTAL	203	100%	



Análisis:

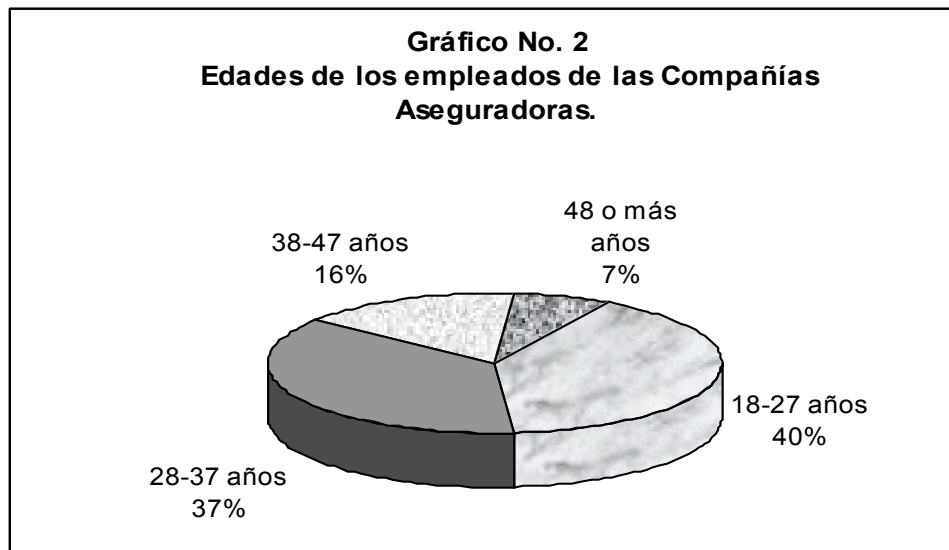
Del total de empleados encuestados en la diferentes Compañías Aseguradoras de El Salvador, el 44% está representado por el sexo Masculino y el 56% por el sexo Femenino.

Edad

Objetivo: Conocer las edades entre las que oscilan los empleados de las Compañías Aseguradoras de El Salvador.

Cuadro No. 2

Rangos	Frecuencia	Porcentaje	Observación
18-27 años	82	40%	
28-37 años	75	37%	
38-47 años	32	16%	
48 o más años	14	7%	
TOTAL	203	100%	



Análisis :

El 40 % de los empleados encuestados esta representada por personas entre los 18 y 27 años de edad, el 37 % lo representan empleados entre 28 y 37 años de edad, obteniendo una representatividad del 16% las personas

de 38 y 47 años y un 7% las personas de 48 años o más.

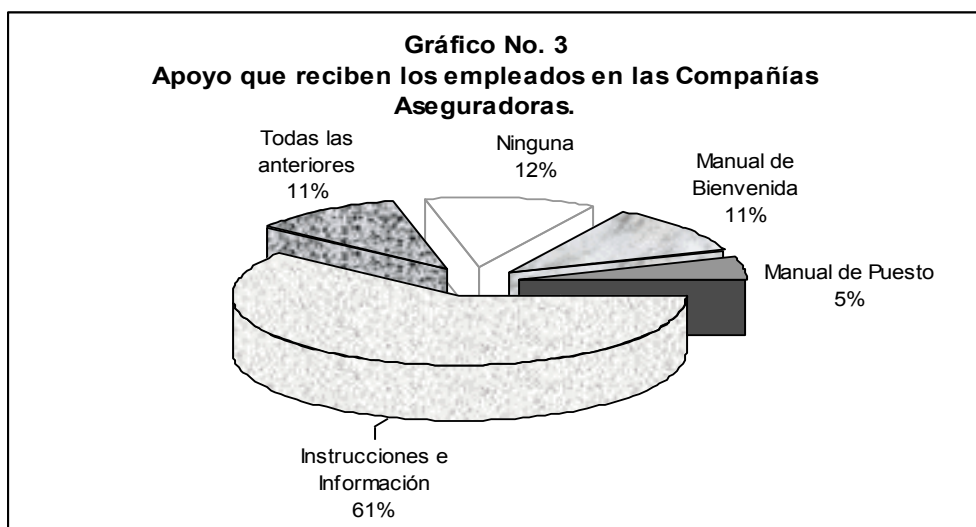
Pregunta No. 1

Cuando se incorporó a la Compañía, ¿Qué tipo de apoyo recibió?

Objetivo: Identificar si los empleados de las Compañías Aseguradoras reciben apoyo que les facilite su incorporación a la empresa.

Cuadro No. 3

Criterio	Frecuencia	Porcentaje	Observación
Manual de Bienvenida	23	11%	
Manual de Puesto	11	5%	
Instrucciones e información	122	60%	
Todas las anteriores	22	11%	
Ninguna	25	12%	
TOTAL	203	100%	



Análisis:

Las Compañías Aseguradoras, en su mayoría brindan apoyo a los empleados que se incorporan a la empresa por medio de instrucciones e información de trabajo, lo cual se confirma con una representatividad del 61% en el presente análisis. El 12% de los empleados abordados manifestaron que no recibieron ningún tipo de apoyo de parte de la empresa. El 11% manifestó que recibieron Manual de Bienvenida, Manual de Puesto, entre otros; de igual manera, el 11% manifestó que solamente recibieron Manual de Bienvenida, es decir que el 88% de los empleados recibieron apoyo de parte de la empresa cuando ingresaron a la misma.

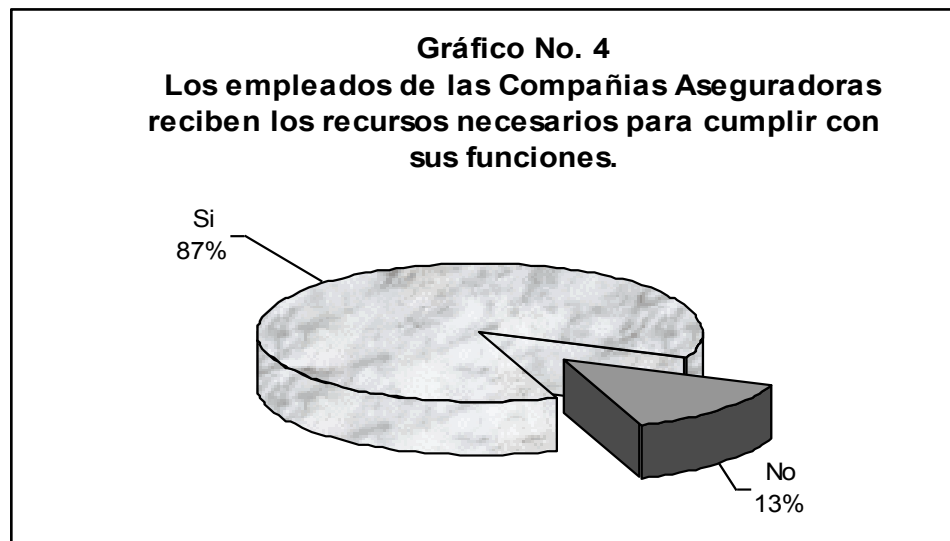
Pregunta No. 2

¿Considera que la Compañía le brinda los recursos materiales, tecnológicos e intelectuales necesarios para cumplir con sus funciones ?

Objetivo: Conocer si las Compañías de Seguros brindan los recursos necesarios a los empleados para el cumplimiento de funciones.

Cuadro No. 4

Criterio	Frecuencia	Porcentaje	Observación
Si	176	87%	
No	27	13%	
TOTAL	203	100%	



Análisis:

Los empleados encuestados manifestaron que las Compañías Aseguradoras les brindan los recursos necesarios para cumplir con su labor; es decir que cuentan con los recursos materiales, tecnológicos e intelectuales idóneos para desempeñarse en el campo, representado este acerto por un 87%. El 13% restante manifestó que no reciben el apoyo necesario para desempeñar eficientemente sus actividades de trabajo.

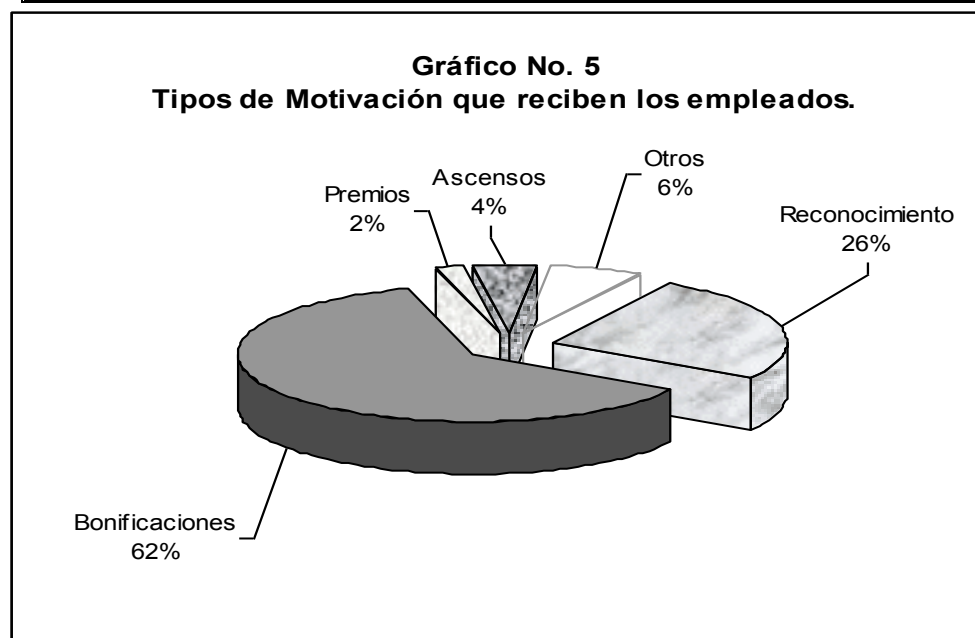
Pregunta No. 3

¿ Qué tipo de motivación recibe para estimular su desempeño laboral ?

Objetivo: Identificar los tipos de motivación que reciben los empleados de las Compañías Aseguradoras para estimular su desempeño laboral.

Cuadro No. 5

Criterio	Frecuencia	Porcentaje	Observación
Reconocimientos	52	26%	
Bonificaciones	125	62%	
Premios	4	2%	
Ascensos	9	4%	
Otros	13	6%	Dividendos, Seminarios, Capacitaciones
TOTAL	203	100%	



Análisis:

El 62% de los empleados encuestados de las Compañías Aseguradoras reciben Bonificaciones como tipo de motivación, lo cual demuestra que los empleados se sienten estimulados por la labor que realizan. Otro tipo de motivación que reciben, son los Reconocimientos representado por el 26%. El 6% manifestó recibir otro tipo de motivación tales como dividendos, seminarios y capacitaciones, y prestaciones extras que las empresas les brindan. Del total de empleados encuestados el 6% manifestó que los Premios y Ascensos no son un tipo de motivación que la empresa tomo en cuenta para estimular su desempeño.

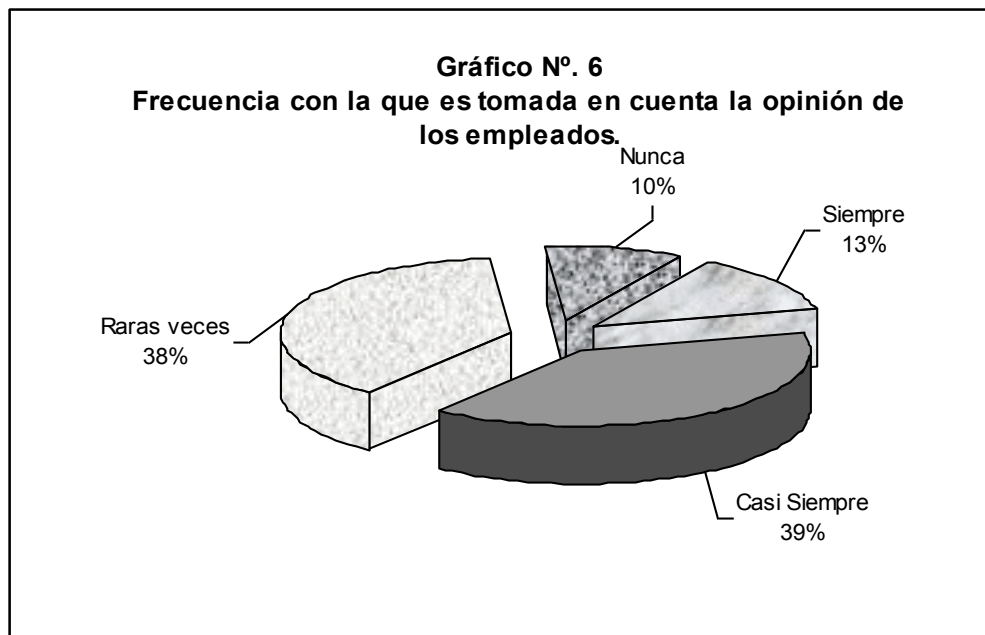
Pregunta No. 4

¿ Considera usted que la Compañía toma en cuenta la opinión de sus empleados ?

Objetivo: Conocer si existe participación de los empleados en toma de decisiones en la empresa para la que laboran.

Cuadro No. 6

Criterio	Frecuencia	Porcentaje	Observación
Siempre	26	13%	
Casi Siempre	80	39%	
Raras veces	77	38%	
Nunca	20	10%	
TOTAL	203	100%	



Análisis:

El 39% del personal encuestado opinan que la Compañía siempre toma en cuenta su opinión, sin embargo el 38% manifestó que son tomados en cuenta raras veces. El 13% cree que siempre son tomados en cuenta y el 10% considera que nunca; por lo tanto se puede analizar que los empleados consideran que su opinión es importante para la empresa al momento de tomar decisiones laborales ya que la tendencia de su participación se ve reflejada en un 90%, es decir que únicamente el 10% opina que la empresa nunca los toma en cuenta.

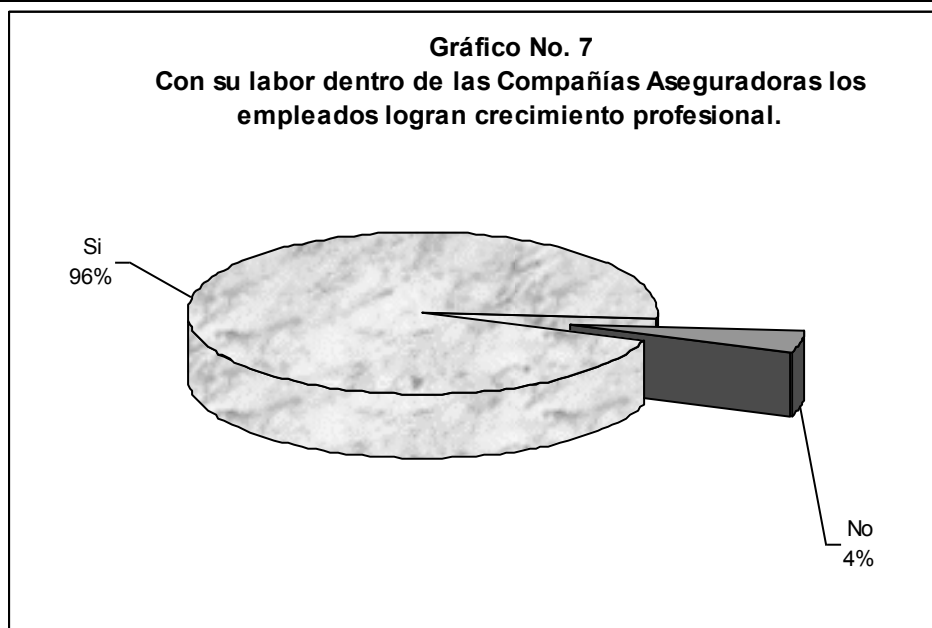
Pregunta No. 5

¿ Considera usted que con su labor en la Compañía, contribuye al crecimiento tanto de la empresa como profesional ?

Objetivo: Analizar si el recurso humano que conforman las Compañías Aseguradoras se sienten realizados con su labor dentro de la empresa.

Cuadro No. 7

Criterio	Frecuencia	Porcentaje	Observación
Si	194	96%	
No	9	4%	
TOTAL	203	100%	



Análisis :

El 96% de los empleados abordados en las diferentes Compañías Aseguradoras consideran, que su labor dentro de la empresa contribuye a su crecimiento profesional, por lo tanto se determina que los empleados se sienten realizados y que a la vez contribuyen al crecimiento de la empresa. El 4% consideró que su función no llena sus expectativas como profesionales.

Pregunta No. 6

¿ Cómo calificaría la comunicación interna, actualmente en la Compañía?

Objetivo: Conocer la calidad de comunicación interna de las Compañías Aseguradoras de El Salvador.

Cuadro No. 8

Criterio	Frecuencia	Porcentaje	Observación
Muy efectiva	87	43%	
Poco efectiva	99	49%	
Nada efectiva	11	5%	
No funciona	6	3%	
Total	203	100%	



Análisis:

El 49% de los empleados abordados en la diferentes Compañías Aseguradoras consideran que la comunicación interna es poco efectiva; el 43% manifestó que es muy efectiva, es decir, que actualmente no existe calidad de comunicación interna en las empresas del sector asegurador, ya que obtuvo una representatividad del 92% del total de personas encuestadas. EL 5% manifestó que la comunicación no es nada efectiva y el 3% cree que no funciona.

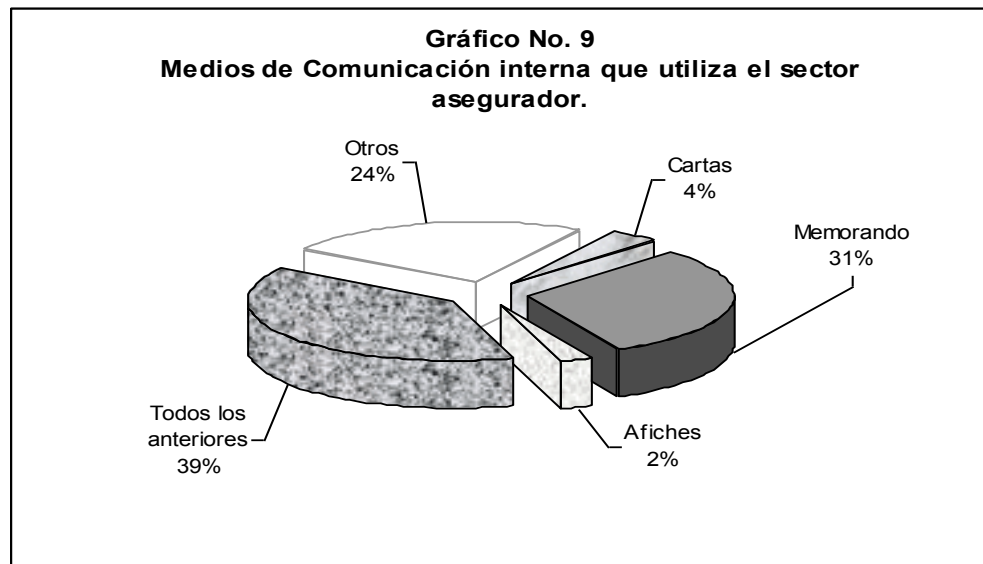
Pregunta No. 7

¿ Cuáles serían los canales de comunicación adecuados para mantenerse informado ?

Objetivo: Identificar las formas de comunicación interna en las Compañías de El Salvador.

Cuadro No. 9

Criterio	Frecuencia	Porcentaje	Observación
Cartas	8	4%	
Memorando	62	31%	
Afiches	5	2%	
Todos los anteriores	79	39%	
Otros	49	24%	Correo electrónico.
TOTAL	203	100%	



Análisis:

Los empleados abordados en las diferentes Compañías Aseguradoras manifiestan que los canales de comunicación utilizados por la empresa son Cartas, Memorandun y Afiches, representado por 37%. El 24% manifestó que actualmente poseen correo electrónico.

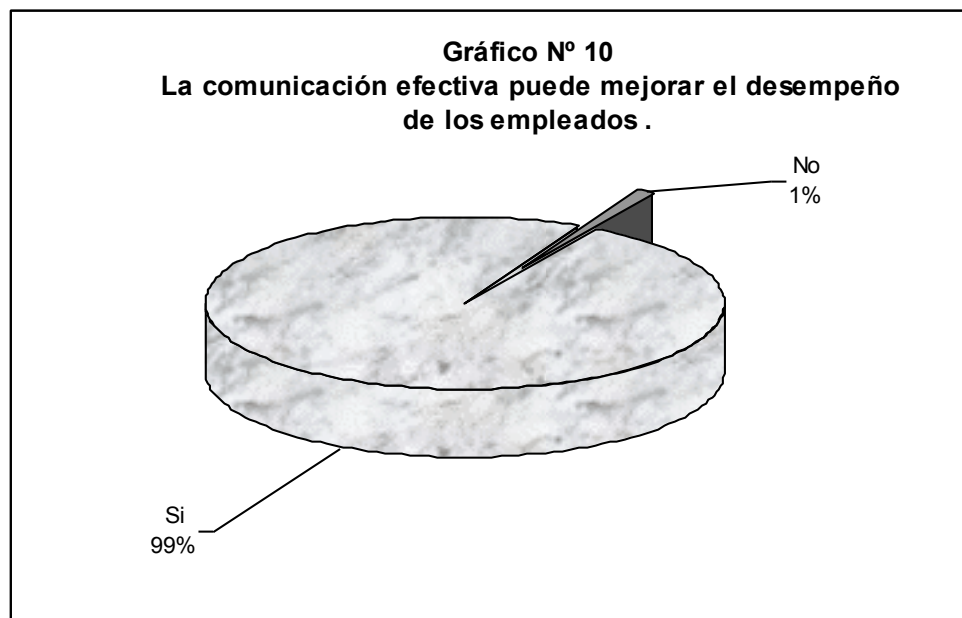
Pregunta No. 8

¿ Considera usted que la comunicación efectiva dentro de la Compañía puede mejorar su desempeño ?

Objetivo: Conocer si los empleados pueden mejorar su desempeño por medio de la comunicación efectiva.

Cuadro No. 10

Criterio	Frecuencia	Porcentaje	Observación
Si	201	99%	
No	2	1%	
TOTAL	203	100%	



Análisis:

Del total de los empleados abordados en las diferentes Compañías Aseguradoras, el 99% considera que la comunicación efectiva dentro de la empresa puede mejorar su desempeño laboral, ya que los tiempos de respuesta a sus funciones serían más cortos porque la información la recibirían en forma oportuna, es decir que la comunicación efectiva en la empresa es indispensable para su crecimiento.

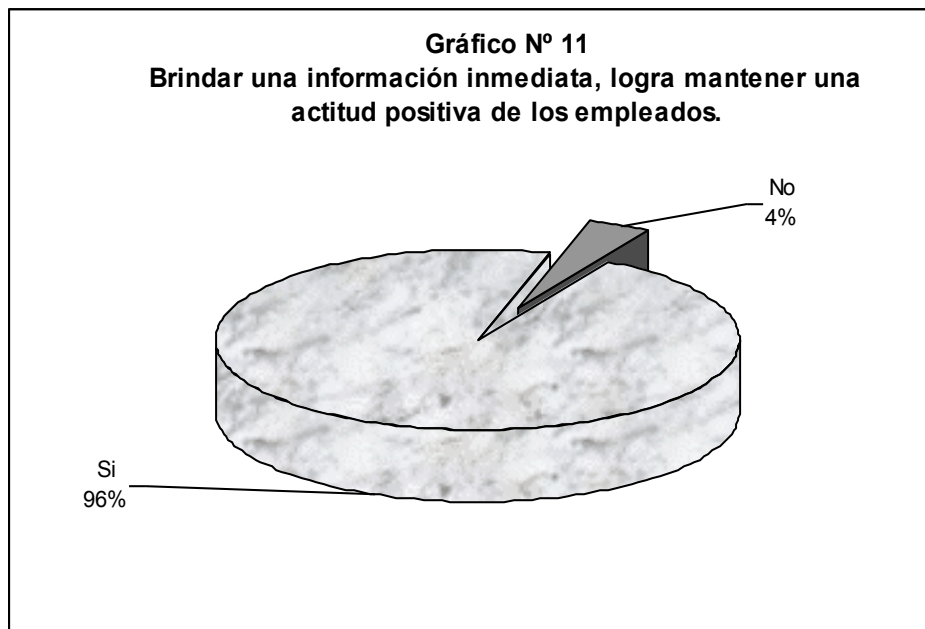
Pregunta No. 9

Si al brindarle una información inmediata sobre aspectos laborales, ¿Considera que propiciaría una actitud positiva hacia la Compañía ?

Objetivo: Conocer si las Compañías Aseguradoras lograrían una actitud positiva en los empleados al brindarles una información inmediata.

Cuadro No. 11

Criterio	Frecuencia	Porcentaje	Observación
Si	195	96%	
No	8	4%	
TOTAL	203	100%	



Análisis:

Los empleados que conforman el sector Asegurador consideran que al brindarles una información inmediata, su actitud hacia la empresa sería positiva, ya que de ésta forma su rendimiento en la empresa mejoraría porque existiría mayor entendimiento con respecto a sus funciones, conocerían sobre lineamiento, aumentaría su eficiencia; su trabajo se desarrollaría con mayor calidad. Además manifestaron que de ésta forma la empresa lograría despertar en ellos una mayor identificación y confianza. Únicamente el 4% opinó que no mejoría su actitud.

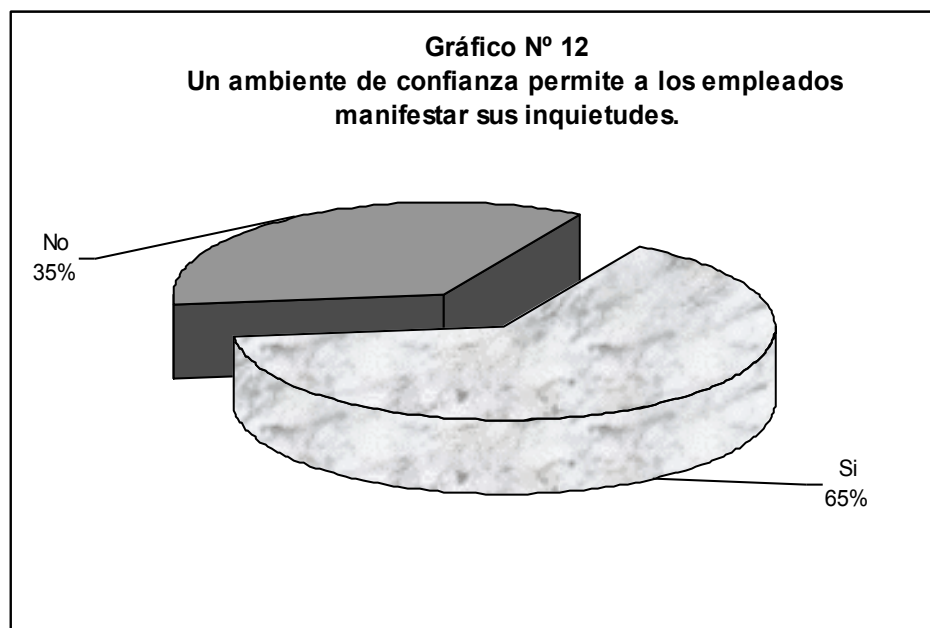
Pregunta No. 10

¿Existe un ambiente de confianza, que le permita manifestar sus inquietudes ?

Objetivo: Conocer si en las Compañías Aseguradoras existe un ambiente de confianza que le permita a sus empleados manifestar sus inquietudes.

Cuadro No. 12

Criterio	Frecuencia	Porcentaje	Observación
Si	132	65%	
No	71	35%	
TOTAL	203	100%	



Análisis:

Del total de empleados encuestados, el 65%.manifestó que en la Compañía existe suficiente confianza para manifestar sus inquietudes, aportar sus ideas, que en la mayoría de ocasiones son tomadas en cuenta. El 35% dice que no participan con confianza porque consideran que cualquier inquietud puede tomarse en su contra, es decir existe temor de participación.

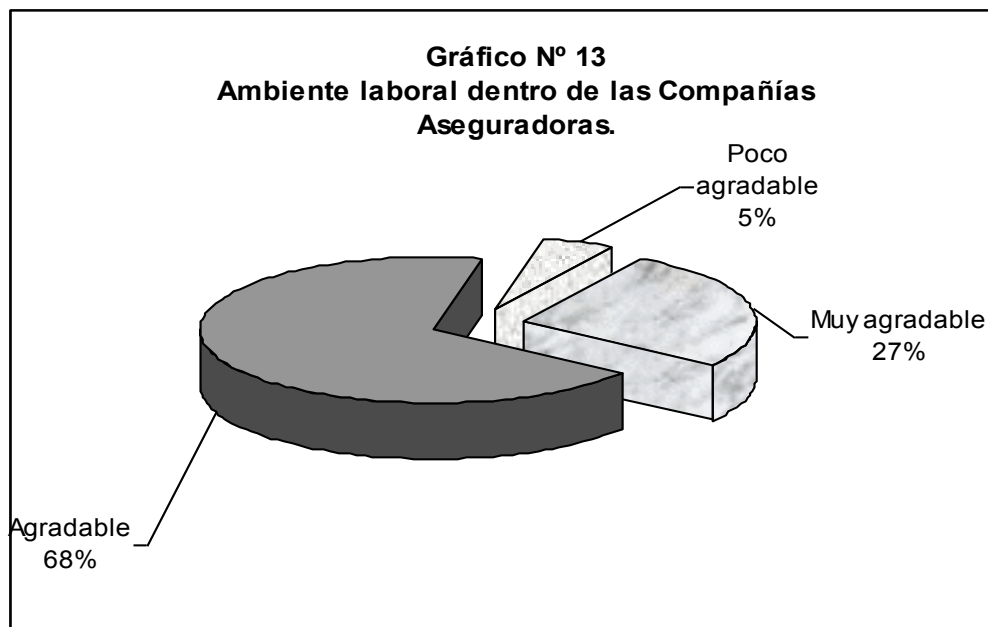
Pregunta No. 11

¿Cómo calificaría el ambiente laboral dentro de la Compañía ?

Objetivo: Conocer el criterio de los empleados de las Compañías Aseguradoras con respecto al ambiente laboral de la empresa.

Cuadro No. 13

Criterio	Frecuencia	Porcentaje	Observación
Muy agradable	54	27%	
Agradable	139	68%	
Poco agradable	10	5%	
Total	203	100%	



Análisis:

Del total de empleados encuestados, el 68% manifestó que el ambiente laboral que existe en la empresa es agradable, el 27% cree que es muy agradable, es decir que el 95% considera que en las Compañías Aseguradoras existe un ambiente de trabajo agradable. Únicamente el 5% considera que el ambiente laboral es poco agradable.

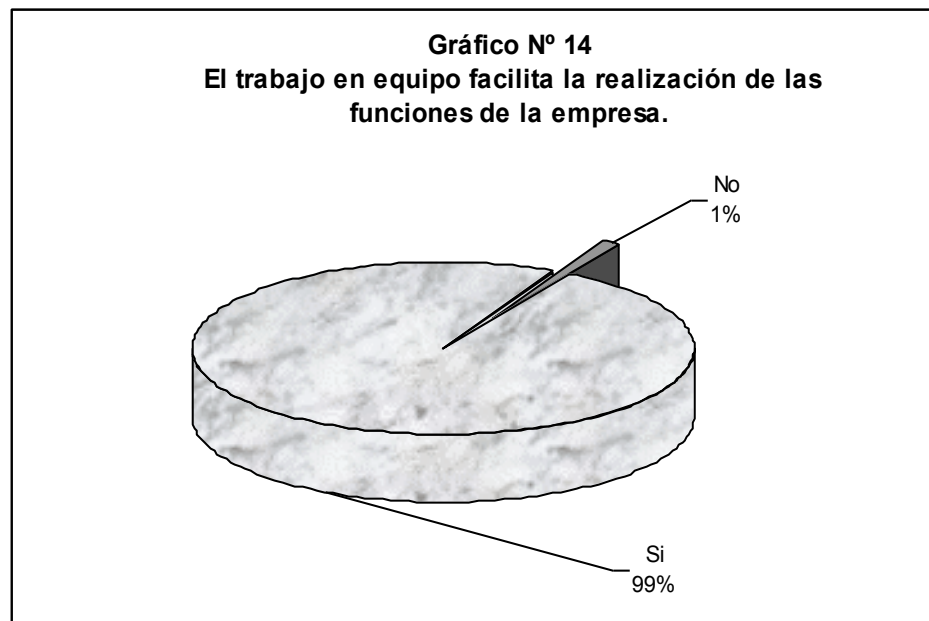
Pregunta No. 12

¿Considera usted que el trabajo en equipo le facilita la realización de sus funciones ?

Objetivo: Determinar si el trabajo en equipo facilita a los empleados la realización de sus funciones.

Cuadro No. 14

Criterio	Frecuencia	Porcentaje	Observación
Si	201	99%	
No	2	1%	
TOTAL	203	100%	



Análisis:

Para los empleados que laboran dentro de las Compañías Aseguradoras es muy importantes e indispensables el trabajo en equipo ya que según los resultados el 99% de ellos lo aplican para llevar a cabo sus funciones laborales con éxito ;mientras que el 1% de ellos manifestó todo lo contrario. Por medio del trabajo en equipo se logra beneficios tanto para el empleado como para la empresa para la que laboran.

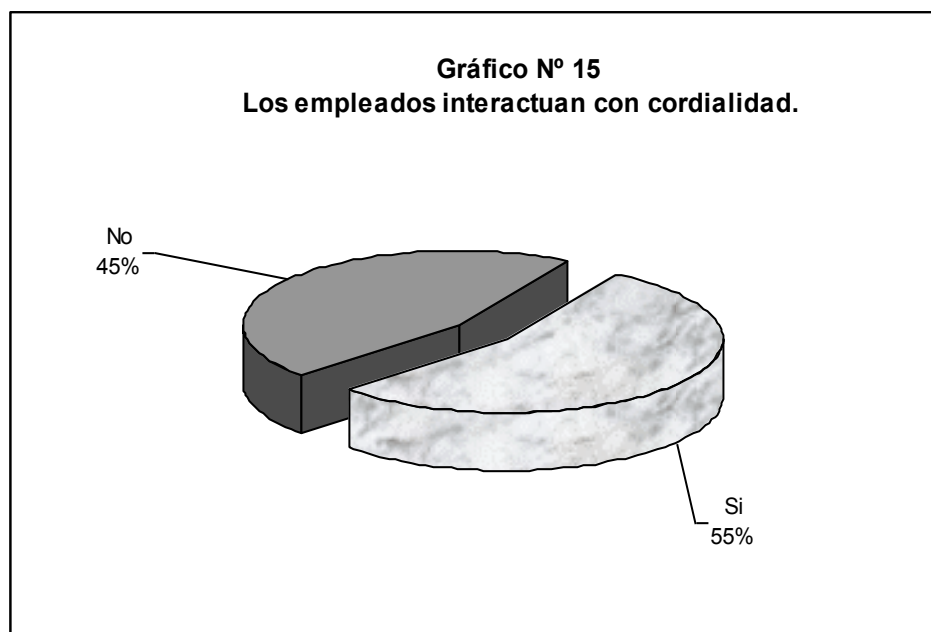
Pregunta No. 13

¿Considera que todos los empleados interactúan con cordialidad ?

Objetivo: Identificar si existe cordialidad entre los empleados del sector asegurador.

Cuadro No. 15

Criterio	Frecuencia	Porcentaje	Observación
Si	111	55%	
No	92	45%	
TOTAL	203	100%	



Análisis:

El 55% de los empleados encuestados manifestaron que los compañeros de trabajo mantienen una relación cordial entre ellos. El 45% dijo que no existe cordialidad entre los empleados.

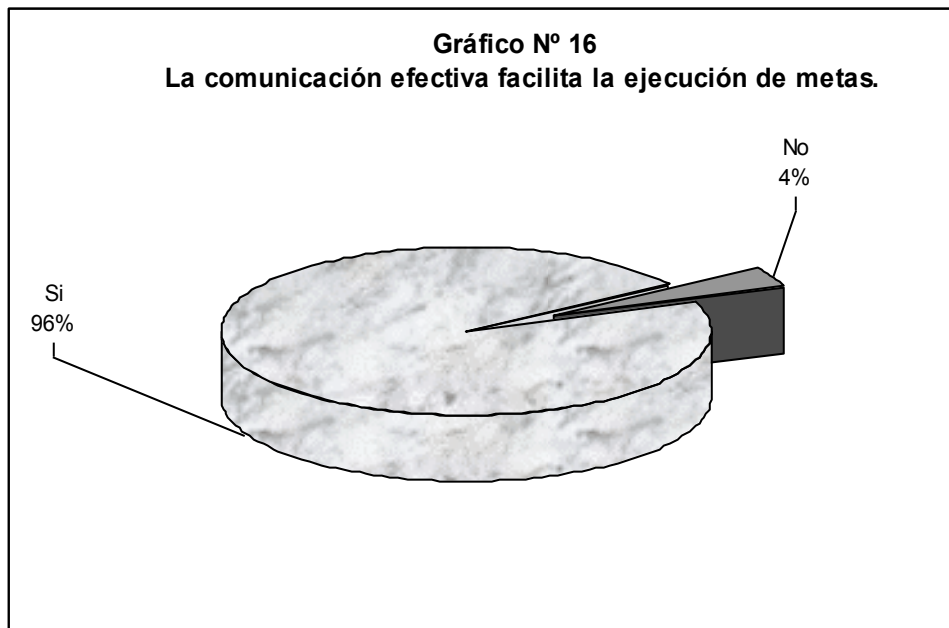
Pregunta No. 14

¿Usted considera que al mantener una comunicación efectiva en la Compañía le facilitará la ejecución de las metas ?

Objetivo: Determinar si la comunicación efectiva facilita la ejecución de metas en las Compañías Aseguradoras.

Cuadro No. 16

Criterio	Frecuencia	Porcentaje	Observación
Si	195	96%	
No	8	4%	
TOTAL	203	100%	



Análisis:

Los empleados de las Compañías Aseguradoras consideran que la existencia de una comunicación efectiva en la empresa contribuye en gran medida a la ejecución de metas, ya que de ésta forma ellos pueden mantenerse informados oportunamente, y realizar sus funciones de trabajo con mayor eficiencia. Únicamente el 4% manifestó que la ejecución de metas no radica en la existencia de una comunicación eficiente dentro de la Compañía.

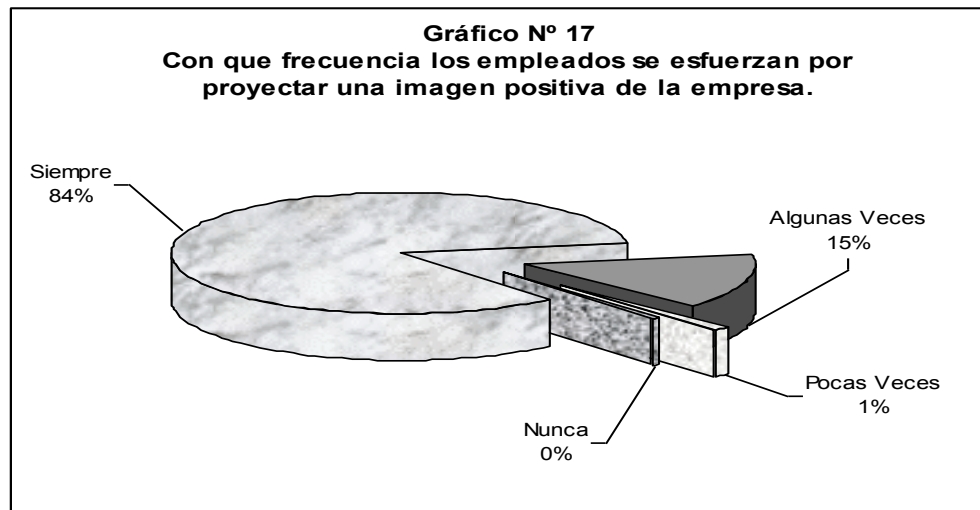
Pregunta No. 15

¿Considera que usted hace su mejor esfuerzo para proyectar la imagen de la Compañía?

Objetivo: Analizar si los empleados de las Compañías Aseguradoras se esfuerzan por proyectar una imagen positiva de la empresa para la que laboran.

Cuadro No. 17

Criterio	Frecuencia	Porcentaje	Observación
Siempre	169	84%	
Algunas Veces	30	15%	
Pocas Veces	3	1%	
Nunca	1	0%	
Total	203	100%	



Análisis:

El 84% de los empleados encuestados en las diferentes Compañías Aseguradoras manifestaron que siempre hacen su mejor esfuerzo por proyectar la imagen positiva de la empresa, el 15% manifestó que algunas veces, por lo que se puede determinar que del total de los empleados abordados únicamente el 1% dijo que no siempre se preocupan por su proyección.

Pregunta No. 16

¿Cuál sería su recomendación sobre las Relaciones Humanas dentro de la Compañía?

Objetivo: Analizar la opinión de los empleados con respecto a las Relaciones Humanas que actualmente existen en las diferentes Compañías Aseguradoras de El Salvador.

Análisis:

La población encuestada considera que para que exista calidad en las Relaciones Humanas dentro de la Compañía es necesario desarrollar programas que integren al recurso humano de las diferentes áreas, por lo que sugieren que sea a través de convivios, seminarios y capacitaciones enfocadas al fortalecimiento de valores; tales como lo son la confianza, la honestidad y el respeto, entre otros; a la vez, los empleados solicitan capacitaciones para los jefes de todas las unidades de la empresa. Otro factor muy importante es el tomar en cuenta su opinión en forma constante dentro de la toma de decisiones, lo cual sugieren que se logre por medio de la existencia de la comunicación bidireccional, donde la información pueda ser canalizada en forma efectiva utilizando los canales idóneos.

2.3.2 Presentación de Resultados de la Guía de Entrevista.**Pregunta No. 1**

Como Departamento de Recursos Humanos ¿Cuál es el método de inducción utilizado para incorporar nuevos miembros a la Compañía ?

Objetivo: Identificar si el Departamento de Recursos Humanas de las Compañías Aseguradoras utilizan métodos de inducción que faciliten la incorporación de los nuevos miembros.

Cuadro No. 1

Criterio	Frecuencia	Porcentaje	Observación
Manual de Bienvenida	2	17%	
Descripción de Puesto	6	50%	
Instrucciones de Trabajo	4	33%	
TOTAL	12	100%	



Análisis:

El 50% de los Jefes del Departamento de Relaciones Humanas de las diferentes Compañías Aseguradoras manifestaron que la empresa brinda el apoyo necesario a los empleados que se incorporan, facilitando Manuales de Puesto, el 33% manifestó que proporcionaron Instrucciones de Trabajo y el 17% manifestó que los empleados recibieron un Manual de Bienvenida cuando se incorporaron.

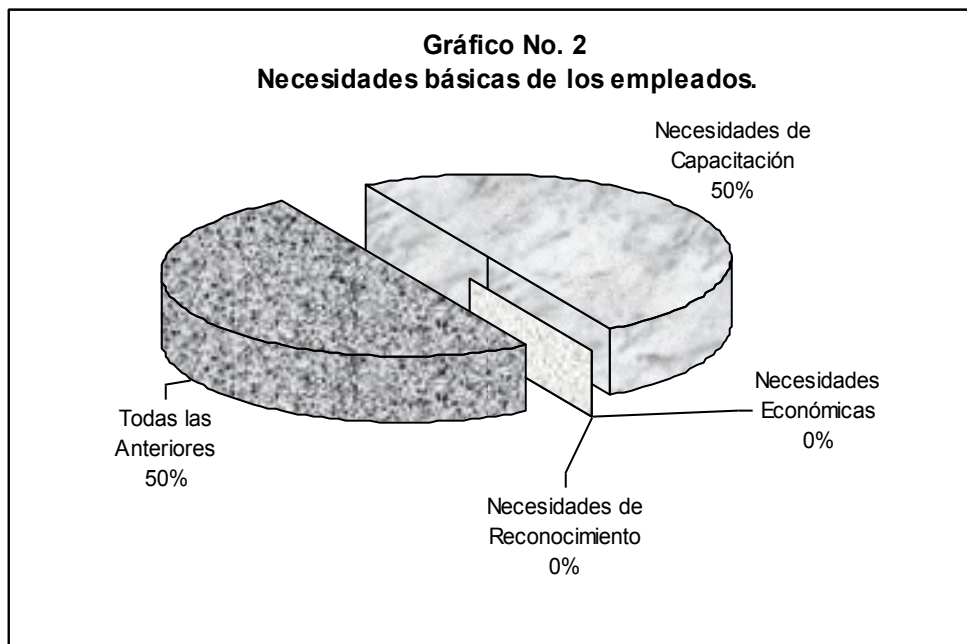
Pregunta No. 2

Para lograr el buen desempeño de los empleados ¿ Cuales serían las necesidades primordiales que la Compañía considera básicas para su buen desempeño ?

Objetivo: Identificar cuales son las principales necesidades que las Compañías Aseguradoras consideran básicas para mantener el buen desempeño de los empleados.

Cuadro No. 2

Criterio	Frecuencia	Porcentaje	Observación
Necesidades de Capacitación	6	50%	
Necesidades Económicas	0	0%	
Necesidades de Reconocimiento	0	0%	
Todas las Anteriores	6	50%	
TOTAL	12	100%	



Análisis:

Los Jefes de Recursos Humanos de las diferentes Compañías Aseguradoras opinan que la empresa brinda a sus empleados los recursos para cubrir las necesidades. El 50% de los Jefes encuestados manifestaron que la necesidad de capacitación es una de las más importantes, sin embargo el resto de los jefes opinaron que tanto la necesidad de capacitación como las económicas y las de Reconocimiento son importantes para mantener el desempeño óptimo en el personal.

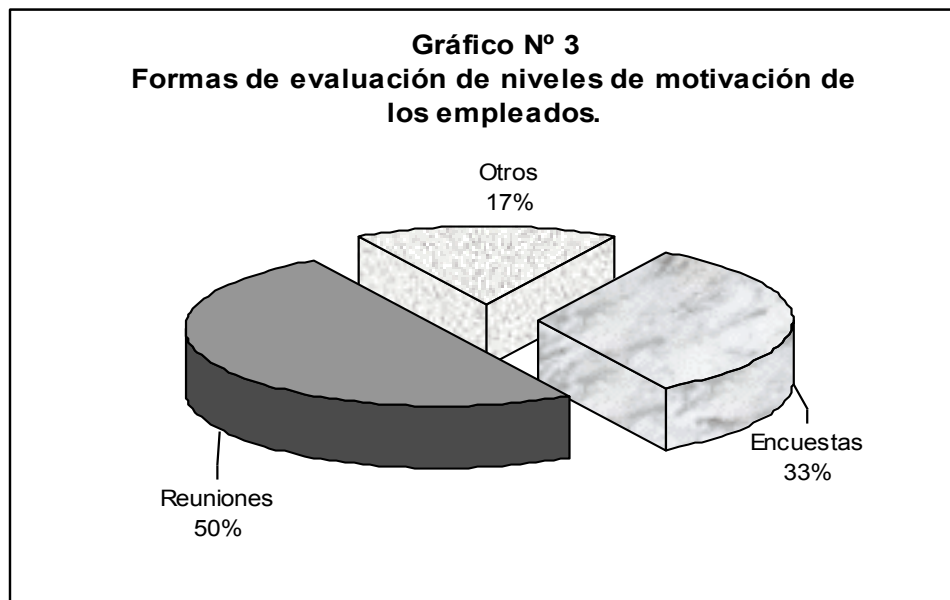
Pregunta No. 3

¿ De que manera la Compañía evalúa el nivel de motivación de los empleados ?

Objetivo: Conocer de que forma las Compañías Aseguradoras evalúan el nivel de motivación de los empleados.

Cuadro No. 3

Criterio	Frecuencia	Porcentaje	Observación
Encuestas	4	33%	
Reuniones	6	50%	
Otros	2	17%	
TOTAL	12	100%	



Análisis:

Las Compañías Aseguradoras consideran que evalúan los niveles de motivación de los empleados por medio de reuniones periódicas, lo cual está representado por un 50%, también consideran que otra forma de evaluar el nivel de motivación es por medio de la encuesta. El 17% restante manifestó que éste tipo de evaluaciones puede lograrse de otra forma, sin especificar ninguna opción.

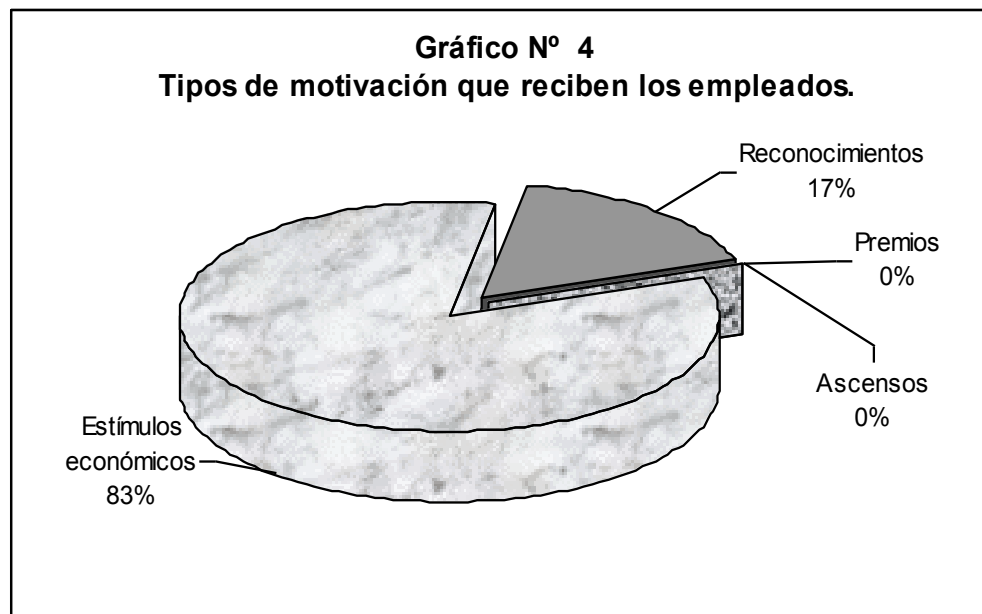
Pregunta No. 4

¿De qué forma la Compañía motiva al personal?

Objetivo: Conocer de qué forma las Compañías Aseguradoras motivan a los empleados que conforman al sector asegurador.

Cuadro No. 4

Criterio	Frecuencia	Porcentaje	Observación
Estímulos económicos	10	83%	
Reconocimientos	2	17%	
Premios	0	0%	
Ascensos	0	0%	
Otros	0	0%	
TOTAL	12	100%	



Análisis:

Los Jefes de Recursos Humanos de las diferentes Compañías Aseguradoras manifestaron que los empleados son motivados

constantemente por medio de estímulos económicos, lo cual obtuvo una representatividad del 83%, el 17% manifestó que los reconocimientos son una forma muy importante de motivar al personal. Los ascensos y los premios son una forma relevante.

Pregunta No. 5

¿Cuáles son los mecanismos de participación que la Compañía utiliza para integrar el Recurso Humano?

Objetivo: Identificar cuales son los mecanismos de participación que utilizan los Departamentos de Recursos Humanos en las Compañías Aseguradoras para mantener integrado al Recurso Humano.

Análisis:

Los jefes de Recursos Humanos de las Compañías Aseguradoras expresaron que los mecanismos de participación que utilizan para mantener integrado al personal son por medio de: comités, reuniones de trabajo, seminarios, eventos sociales, capacitaciones y convivios. Los jefes de Recursos Humanos consideran que los eventos sociales son un mecanismo de participación donde el personal puede interactuar con los empleados que conforman las diferentes áreas de la Compañía.

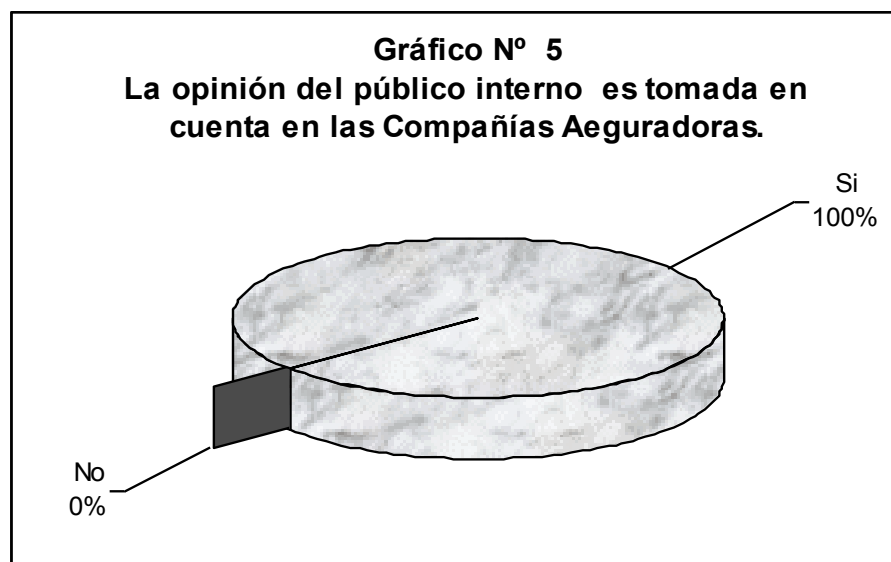
Pregunta No. 6

¿Considera usted, que la Compañía toma en cuenta la opinión de sus públicos internos?

Objetivo: Conocer si las Compañías Aseguradoras toman en cuenta la opinión de los públicos internos.

Cuadro No. 5

Criterio	Frecuencia	Porcentaje	Observación
Si	12	100%	
No	0	0%	
TOTAL	12	100%	



Análisis:

Los Jefes de Recursos abordados en la investigación manifestaron en un 100% que los empleados son tomados en cuenta por la empresa y que su opinión cuenta al momento de tomar una decisión.

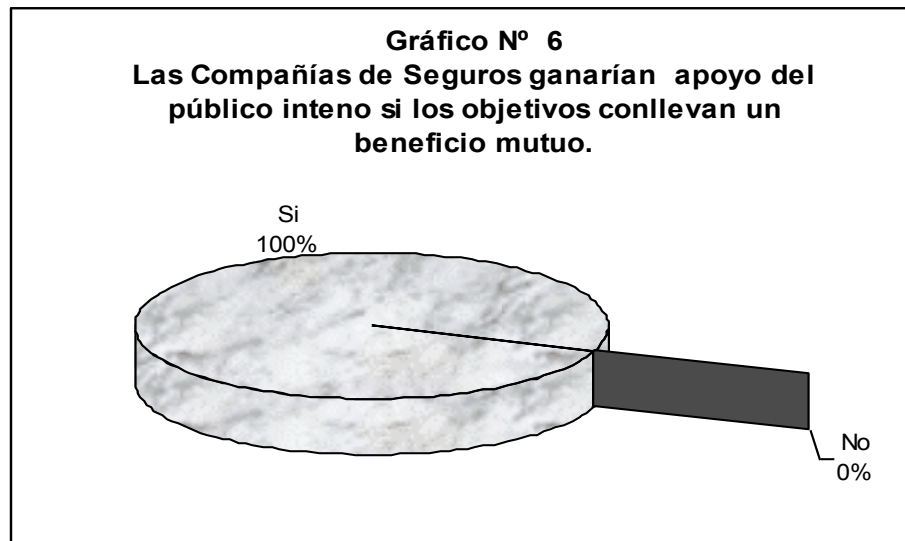
Pregunta No. 7

¿Considera usted que podría ganar apoyo del público interno si los objetivos de la Compañía conllevan un beneficio mutuo?

Objetivo: Identificar si las Compañías Aseguradoras pueden ganar apoyo del público interno si sus objetivos conllevan un beneficio tanto para la empresa como para sus empleados.

Cuadro No. 6

Criterio	Frecuencia	Porcentaje	Observación
Si	12	100%	
No	0	0%	
TOTAL	12	100%	



Análisis:

Las Compañías Aseguradoras de El Salvador, consideran en un 100% que pueden ganar apoyo del público interno siempre y cuando los intereses de la empresa conlleven un beneficio tanto para el empleado como para la empresa.

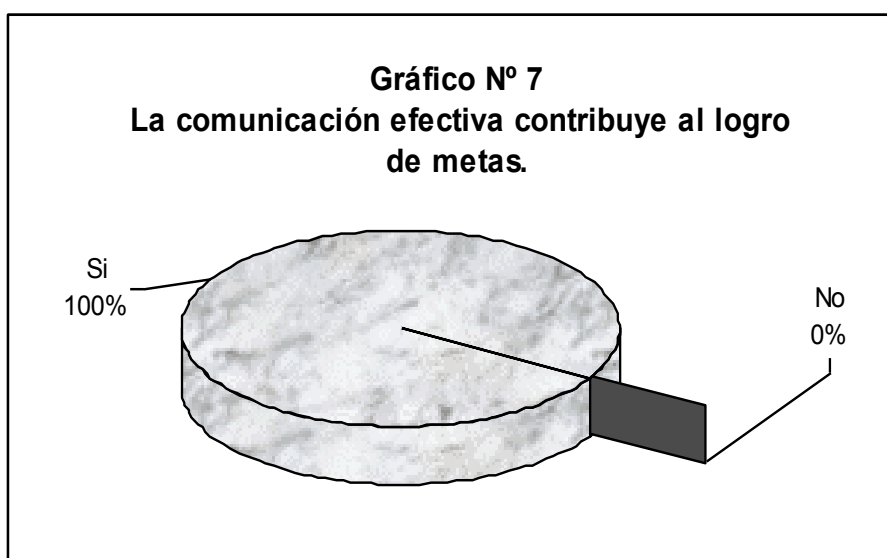
Pregunta No. 8

En cuanto al logro de metas de la Compañía ¿Considera usted que la existencia de una comunicación efectiva contribuiría a su cumplimiento?

Objetivo: Analizar si de la existencia de una comunicación efectiva contribuiría el cumplimiento de metas de la Compañía.

Cuadro No. 7

Criterio	Frecuencia	Porcentaje	Observación
Si	12	100%	
No	0	0%	
TOTAL	12	100%	



Análisis:

Los Jefes de Recursos Humanos de las Compañías Aseguradoras, consideran que la existencia de una comunicación efectiva dentro de la empresa puede contribuir al cumplimiento de metas, ya que por éste medio pueden lograr que los empleados estén informados oportunamente sin perder de vista que dicha comunicación debe ser clara.

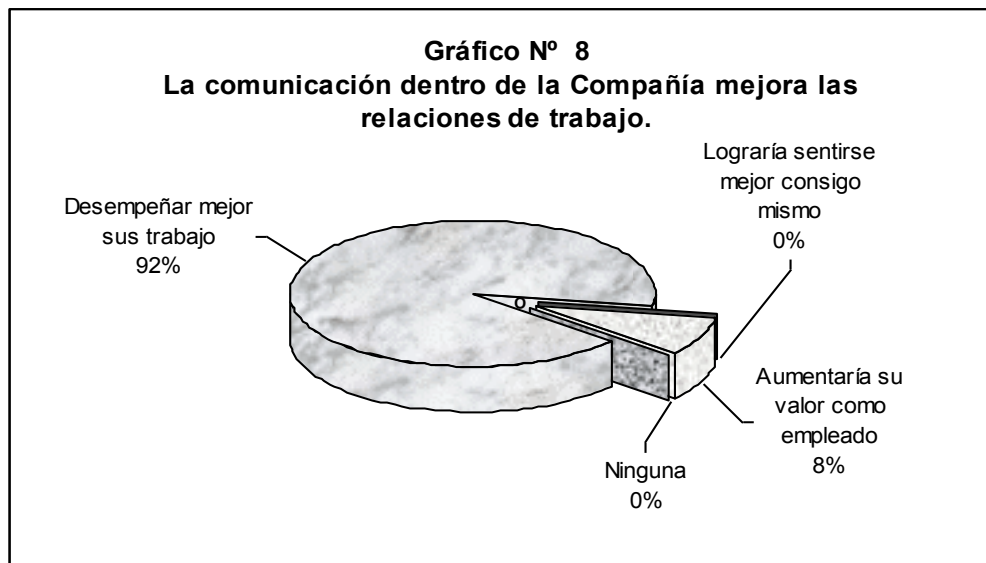
Pregunta No. 9

¿De qué manera la comunicación dentro de la Compañía contribuye a mejorar la relación de trabajo?

Objetivo: Analizar de que manera la comunicación contribuye en el desarrollo positivo de las relaciones de trabajo.

Cuadro No. 8

Criterio	Frecuencia	Porcentaje	Observación
Desempeñar mejor sus trabajo	11	92%	
Lograría sentirse mejor consigo mismo	0	0%	
Aumentaría su valor como empleado	1	8%	
Ninguna	0	0%	
TOTAL	12	100%	



Análisis:

La comunicación es indispensable para el funcionamiento de cualquier empresa, y las Compañías de Seguros no son la excepción, y consideran que por medio de la comunicación los empleados logran desempeñar mejor su trabajo, con una representatividad en la presente investigación del 92%. El 8% opinó que la comunicación también logra aumentar el valor de cada uno de los empleados, ya que por medio de ella, las personas logran expresar sus sentir hacia el ambiente de trabajo.

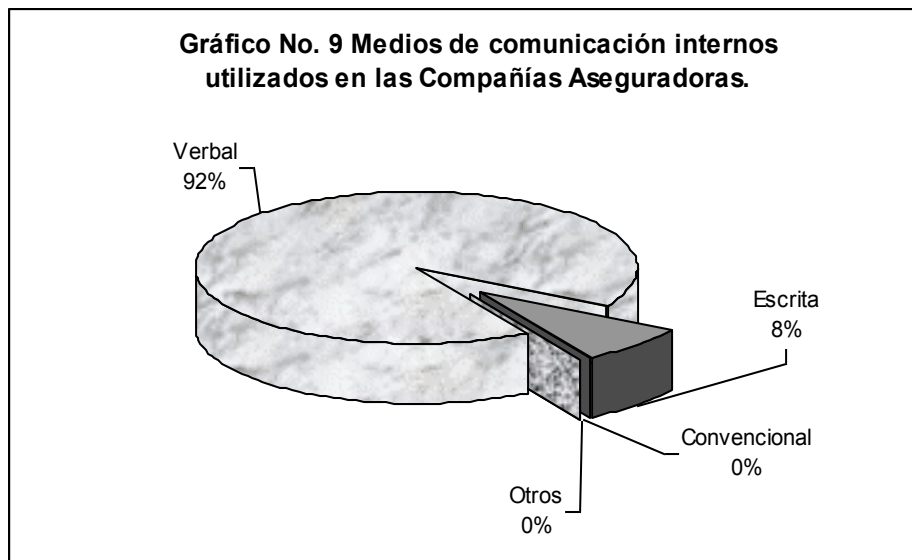
Pregunta No. 10

¿Cuáles son los medios de comunicación internos utilizados dentro de la Compañía actualmente?

Objetivo: Identificar cuales son los medios de comunicación utilizados en las Compañías Aseguradoras.

Cuadro No. 9

Criterio	Frecuencia	Porcentaje	Observación
Verbal	11	92%	
Escrita	1	8%	
Convencional	0	0%	
Otros	0	0%	
TOTAL	12	100%	



Análisis:

Los Jefe de Recursos Humanos manifestaron que el medio de comunicación interno que más se utilizan son los verbales, con una representación del 92% , mientras que el 8% lo obtuvo el medio escrito. Dentro de los otros medios utilizados está la Cartelera informativa.

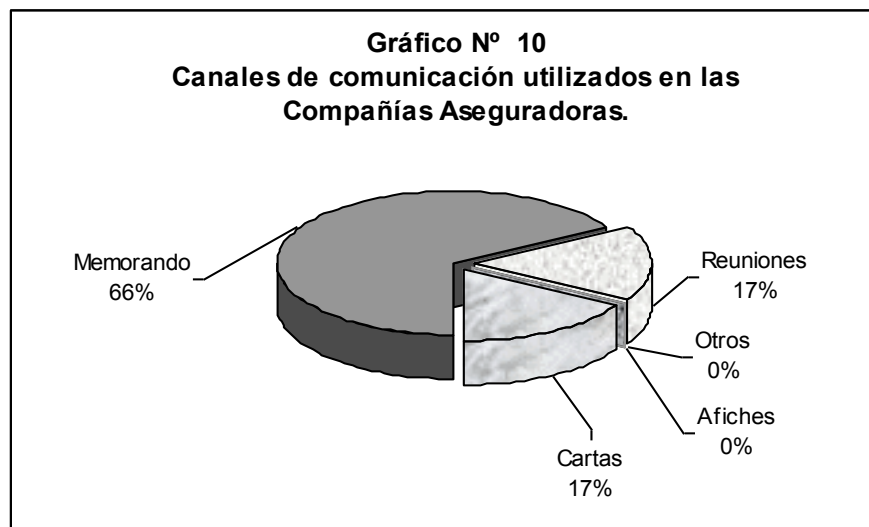
Pregunta No. 11

¿Cuáles son los canales de comunicación existentes?

Objetivo: Identificar cuales son los canales de comunicación que utilizan actualmente las Compañías Aseguradoras.

Cuadro No. 10

Criterio	Frecuencia	Porcentaje	Observación
Cartas	2	17%	
Memorando	8	66%	
Reuniones	2	17%	
Afiches	0	0%	
Otros	0	0%	
TOTAL	12	100%	



Análisis:

Los canales de comunicación interna utilizados en las Compañías Aseguradoras son en su mayoría por medio de Memorando con un 66%, también las cartas y reuniones de trabajo obtuvieron un mismo valor

porcentual del 17% cada uno, los afiches no son utilizados como canales de comunicación. Un canal de comunicación muy importante dentro de las empresas es el correo electrónico, el cual se ha convertido en una herramienta indispensable para estar informados.

Pregunta No. 12

¿A su criterio, facilitar al empleado una información clara y precisa propiciaría una actitud positiva hacia la compañía?

Objetivo: Analizar si para los Jefes de Relaciones Humanas de las Compañías Aseguradoras, el facilitar información importante a los empleados puede crear una actitud positiva hacia la empresa.

Análisis:

Los resultados de la investigación muestran que hay un equilibrio en las respuestas tanto de los jefes como de los empleados, lo cual denota que si los empleados reciben una información clara y precisa existirá una actitud positiva hacia con la empresa.

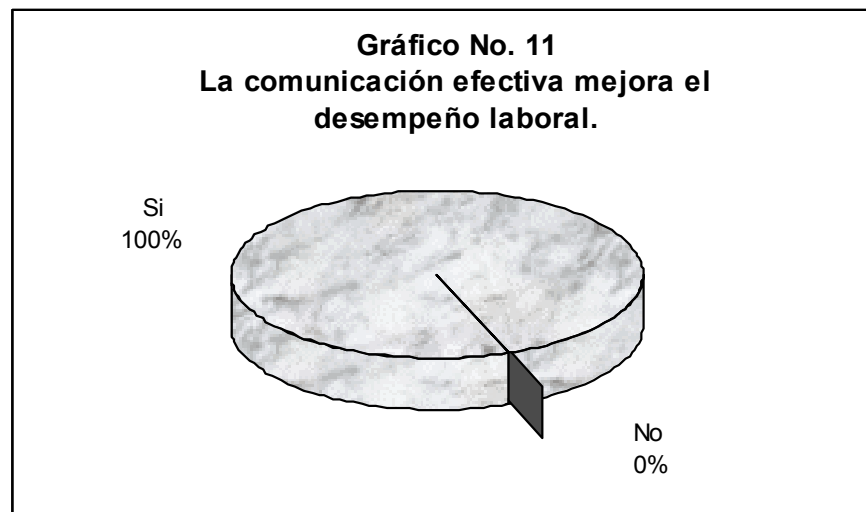
Pregunta No. 13

¿Considera que la comunicación efectiva dentro de la Compañía puede mejorar el desempeño laboral?

Objetivo: Conocer si los Jefes de Relaciones Humanas consideran que la existencia de una comunicación efectiva puede mejorar el desempeño laboral de los empleados.

Cuadro No. 11

Criterio	Frecuencia	Porcentaje	Observación
Si	12	100%	
No	0	0%	
TOTAL	12	100%	



Análisis:

Los Jefes de Recursos Humanos consideran en un 100% que la comunicación efectiva dentro de la Compañía puede mejorar el desempeño laboral. Es importante destacar que la comunicación es la base de toda empresa para que pueda mantenerse relacionada con los diferentes públicos, y para las Compañías Aseguradoras mantener una comunicación efectiva es indispensable debido a que su labor consiste en el trato directo con sus públicos.

Pregunta No. 14

¿De que manera contribuye la Compañía para lograr una mayor interacción de los empleados con el fin de mantener una comunicación efectiva?

Objetivo: Conocer de que manera el Departamento de Recursos Humanos de las Compañías Aseguradoras logran la interacción constante entre los empleados para mantener una comunicación efectiva.

Análisis:

El aporte que se obtuvo por medio de la investigación demuestra que las reuniones de trabajo, son una de las formas mas comunes, esta es con el fin de mantener integrado al personal. Con el objeto de mantener la comunicación efectiva el correo electrónico representa actualmente para las empresas una herramienta de mucha importancia que permite que la calidad de comunicación sea mejorados constantemente.

Pregunta No. 15

¿Existe un ambiente de confianza que le permita al empleado manifestar sus inquietudes?

Objetivo: Analizar si en las Compañías Aseguradoras existe un ambiente de confianza entre los empleados que les permita manifestar sus inquietudes.

Cuadro No. 12

Criterio	Frecuencia	Porcentaje	Observación
Si	10	83%	
No	2	17%	
TOTAL	12	100%	



Análisis:

Desde su punto de vista de los Jefes de Recursos Humanos dentro de la Compañía existe un ambiente de confianza que le permite a los empleados expresarse con libertad, lo cual obtuvo un valor porcentual del 83%. Ellos afirman que existe una política de puertas abiertas; sin embargo el 17% manifestó que no existe un ambiente de confianza.

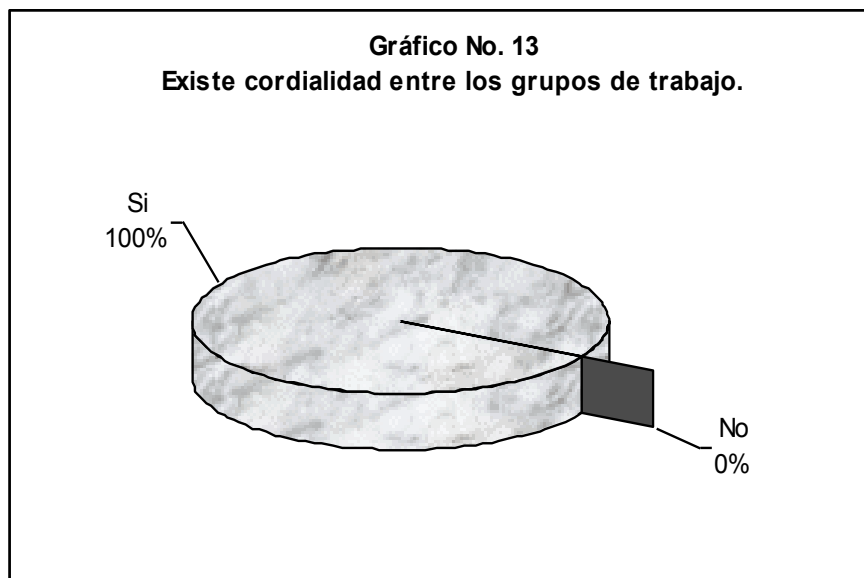
Pregunta No. 16

En cuanto al ambiente de trabajo, ¿Considera usted que existe cordialidad entre los grupos ?

Objetivo: Analizar si en las Compañías Aseguradoras existe cordialidad entre los grupos de trabajo.

Cuadro No. 13

Criterio	Frecuencia	Porcentaje	Observación
Si	12	100%	
No	0	0%	
TOTAL	12	100%	



Análisis:

En las Compañías Aseguradoras existe cordialidad entre los grupos de trabajo, de acuerdo a las respuestas que brindaron los Jefes de Recursos Humanos de las diferentes empresas, lo cual obtuvo una representación del 100%. Sin embargo, de acuerdo al cuestionario que se les formuló a los empleados, la reacción ante dicha interrogante fue diferente,

manifestando que en la empresa no existe un ambiente de confianza donde puedan expresar sus inquietudes y necesidades, ya que existe temor que cualquier comentario sea utilizado en su contra.

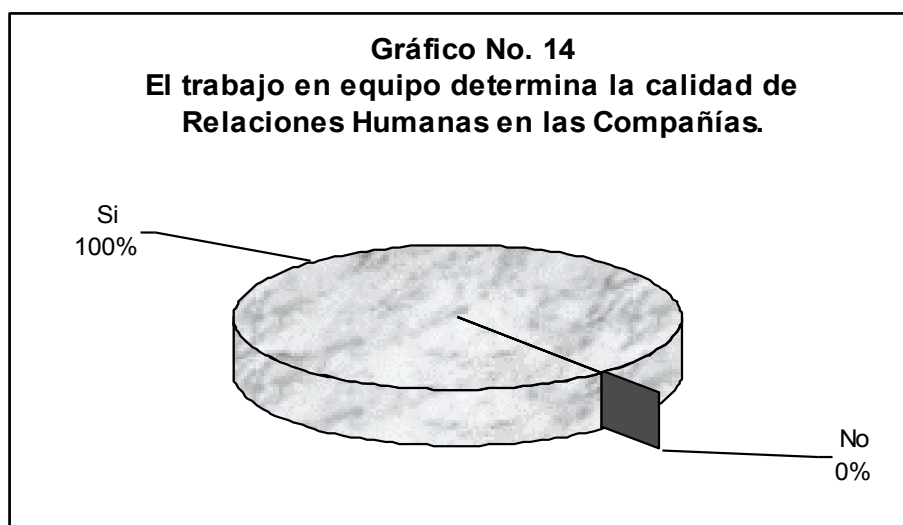
Pregunta No. 17

Al fomentar el trabajo en equipo, ¿Puede usted determinar la calidad de Relaciones Humanas dentro de la Compañía ?

Objetivo: Analizar si el trabajo en equipo puede determinar la calidad de Relaciones Humanas dentro de las Compañías Aseguradoras.

Cuadro No. 14

Criterio	Frecuencia	Porcentaje	Observación
Si	12	100%	
No	0	0%	
TOTAL	12	100%	



Análisis:

Los Jefes de Recursos Humanos consideran en un 100% que la calidad de las Relaciones Humanas puede determinarse por medio del trabajo en equipo, pues por medio de este se puede evidenciar que existe cordialidad entre los compañeros de trabajo y, si las Relaciones Humanas busca incorporar al recurso humano al ambiente de trabajo; el trabajo en equipo se convierte en una evidencia clara que sí hay calidad en las Relaciones Humanas de la empresa.

2.4 Alcances y Limitaciones.

Para cumplir con el objetivo de la investigación fue necesario determinar una muestra de 240 cuestionarios y 18 guías de entrevista, de los cuales únicamente se logro autosumnistrar 203 cuestionarios y 12 Guías de Entrevista Estructurada.

o Alcances.

La información que se logro recopilar en la investigación de campo permitió conocer la opinión de los empleados que conforman las 18 Compañías Aseguradoras de El Salvador, así como también se logro conocer la de los jefes de Recursos Humano de cada una de las Compañías.

- **Limitaciones.**

Una de las principales causas que obstaculizó el desarrollo de la investigación en un 100% con lo previsto fue por no contar con la autorización de algunas empresas, no permitiendo recopilar información de las Compañías de Seguros Pan American Life, AIG y Popular, manifestando que era prohibido realizar cualquier tipo de investigación ajena a la dirección.

Otra de las principales limitantes que se originaron fue que no se permitió que a los empleados se les suministrara la encuesta; sino que funcionó autosuministradamente. En algunas de las Compañías Aseguradoras no se entregaron los formularios a los empleados, manifestando que estos se negaron a brindar su colaboración.

CAPÍTULO III

DIAGNÓSTICO PROPOSITIVO PARA LAS RELACIONES HUMANAS COMO UN INSTRUMENTO PARA MEJORAR LAS RELACIONES PÚBLICAS EN LAS COMPAÑÍAS ASEGURADORAS.

3.1 Introducción.

El diagnóstico se ha elaborado partiendo de los resultados obtenidos en las diferentes Compañías de Seguros de El Salvador. Las Compañías de Seguros son empresas de carácter privado, regidas legalmente por la Superintendencia del Sistema Financiero y su actividad principal dentro del mercado es la comercialización de seguros en sus diferentes ramos.

La investigación ha tenido como propósito conocer, si dentro de la estructura de las Compañías Aseguradora, las Relaciones Humanas pueden ser un instrumento para mejorar las Relaciones Públicas, apoyándose en la encuesta dirigida a los empleados; y la entrevista dirigida a los Jefes de Recursos Humanos. La encuesta contempla la apreciación de los empleados de diferentes áreas de las empresas consideradas sujetos de estudio con respecto a la forma administrativa con

la que son dirigidos; por otra parte la guía de entrevista reúne respuestas de los Jefes de Departamento de Recursos Humanos de las Compañías Aseguradoras, que tienen como fin ampliar el conocimiento del campo en cuestión.

Mantener relaciones cordiales con sus públicos, es una función determinante en las Relaciones Públicas, y en las Compañías Aseguradoras es de vital importancia para su funcionamiento, y su naturaleza lo exige. Las Relaciones Públicas se apoyan de diferentes estrategias de comunicación para poder cumplir con su rol, así como también de instrumentos que permitan alcanzar sus objetivos y en este documento presenta como las Compañías de Seguros, pueden mejorar sus Relaciones Públicas tomando como instrumento a las Relaciones Humanas, apoyándose de sus públicos internos.

3.2 Justificación.

En la estructura organizativa de las Compañías Aseguradoras de El Salvador no existe un departamento de Relaciones Públicas, por lo tanto algunas de las funciones que le competen a dicho departamento son ejecutadas por otras unidades no especializadas en éste campo.

La empresa debe considerar que las Relaciones Públicas son imprescindibles, por lo tanto si no existe una gerencia responsable de ejecutarlas, el departamento de Recursos Humanos es el área idónea para desarrollarlas debido a la similitud que existe en ciertas funciones.

La finalidad de la investigación es prescribir como las Relaciones Humanas son un instrumento para mejorar las Relaciones Públicas en las Compañías Aseguradoras, apoyándose directamente en el departamento de Recursos Humanos de cada una de las empresas, debido a que éste departamento mantiene una estrecha relación con los empleados, como son conocidos por el Departamento de Recursos Humanos, y públicos internos por el Departamento de Relaciones Públicas.

Partiendo de los resultados obtenidos en la investigación de campo, se identifican los siguientes aspectos:

- El material de apoyo que reciben los empleados durante su proceso de inducción no es completo, en la mayoría de los casos los empleados únicamente reciben instrucciones de trabajo. Los nuevos miembros de la organización necesitan conocer sobre aspectos relevantes de la empresa; tales como políticas y procedimientos, prestaciones, estructura organizativa y reglamentos de trabajo.

- Las empresas no cuentan con un sistema de motivación equitativos que incentive a todos los miembros de la organización.
- Según los resultados obtenidos en la investigación, los empleados consideran que su opinión no se valora en las decisiones de la empresa.
- Los sistemas de comunicación interna no son efectivos; lo cual entorpece las actividades de trabajo. La comunicación eficaz en la empresa es un sistema fundamental, en el sentido que permite a las personas que participen en su gestión, conocer los aspectos más significativos que de ella se derivan, en pocas palabras permite que los empleados conozcan más de la empresa; además, sirve de elemento integrador entre las distintas áreas de la organización, promoviendo la interacción entre ellas por medio de la comunicación.

Para implementar acciones de Relaciones Públicas en las Compañías Aseguradoras tomando como instrumento las Relaciones Humanas es imprescindible conocer cuales son las necesidades de su personal, desarrollar sus habilidades y estimular la comunicación eficaz; para que su sistema de trabajo funcione con efectividad. Esto lo pueden lograr con la capacitación permanente a los empleados que permita desarrollar sus

destrezas de trabajo, fomentar el trabajo en equipo y eliminar barreras de comunicación que entorpezcan sus funciones, todos estos con el fin de fortalecer las relaciones con el público interno.

3.3 Finalidad.

El presente informe tiene como finalidad destacar como las Relaciones Humanas pueden ser instrumento para mejorar las Relaciones Públicas en las Compañías Aseguradoras de El Salvador. Esto se basa principalmente en aclarar cuales son las actividades que le competen al Departamento de Recursos Humanos y cuales son las funciones que engloban las actividades de Relaciones Públicas, para lo cual se ha elaborado un cuadro que contiene cuales son las funciones de cada una de éstas disciplinas (ver página No.117).

En la organización, el departamento de Recursos Humanos es el que tiene la habilidad para manejar al personal en cuanto a cuestiones legales, reglamentos de trabajo, políticas de pago, prestaciones, reclutamiento y seguridad social; es decir, el Departamento de Recursos Humanos es la unidad que mantiene una relación constante con el público interno de la empresa, por lo tanto, sus funciones en conjunto pueden convertirse en un

instrumento que apoyen a las Relaciones Públicas con el fin de propiciar buenas relaciones entre la organización y el público interno.

Por medio del Departamento de Recursos Humanos se pueden desarrollar programas de capacitación que busquen integrar al personal de las diferentes áreas para innovar sus conocimientos y desarrollar sus habilidades, así como también contribuir a su crecimiento personal.

Los alcances que marcan los programas de capacitación son notables, siempre y cuando se tomen en cuenta que después de cada programa es importante buscar la retroalimentación del grupo para que exista participación de parte de éstos, con el fin de monitorear el éxito o fracaso de la capacitación.

3.4 Diagnóstico Propositivo.

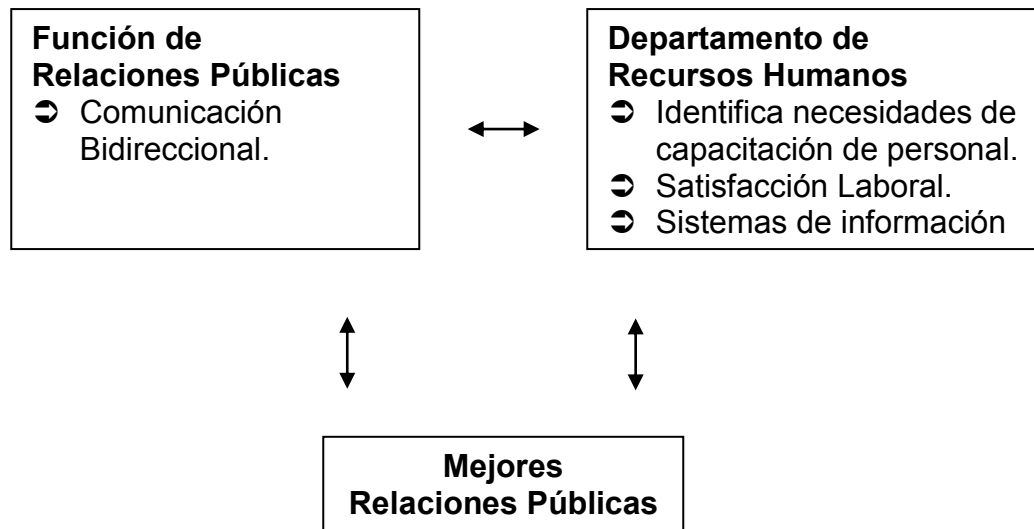
Para tener un criterio más amplio sobre la situación actual en las diferentes Compañías Aseguradoras de El Salvador, se ha elaborado un cuadro comparativo que describe las principales funciones que le corresponden a cada una de las áreas:

SITUACIÓN ACTUAL	
FUNCIONES RELACIONES PÚBLICAS	FUNCIONES RELACIONES HUMANAS
Define e integra la estrategia de imagen Corporativa en la organización.	Compensa en forma equitativa a los empleados.
Planifica el trabajo operativo de una oficina de Relaciones Públicas.	Ubica a los empleados en los puestos adecuados.
Asesora a la empresa en materia de comunicación interna y externa para la toma de decisiones globales.	Determina niveles de desempeño y salariales.
Investiga la opinión pública.	Crea planes de capacitación y desarrollo.
Mantiene una comunicación bidireccional.	Identifica las necesidades de los empleados.
Planifica la comunicación de las organizaciones.	Mantiene condiciones favorables en el entorno laboral.
Establece estrategias y planes de acción dirigido a sus públicos.	Evalúa de qué manera los cambios en el entorno afectan el desempeño de los empleados.
Monitorea los acontecimientos políticos, económicos y sociales que se suscitan fuera de la organización para prever el impacto y definir acciones necesarias para afrontarlas.	Conocer las necesidades reales de Recurso Humano de una empresa.

SITUACIÓN ACTUAL	
FUNCIONES RELACIONES PÚBLICAS	FUNCIONES RELACIONES HUMANAS
Diseña sistemas de comunicación.	Proceso de reclutamiento.
Promoción de productos y servicios.	Promover el trabajo en equipo.
Proyección de la imagen e identidad corporativa.	Brinda seguridad social al empleado.
Prepara y procesa material informativo, tales como folletos, hojas volantes, textos, manuales, afiches, boletines y otros.	Incorpora nuevos miembros a la organización.
Asesora en asuntos protocolarios para eventos en general.	Organiza celebraciones especiales.

A continuación se presenta un diagnóstico propositivo como alternativa para mejorar las Relaciones Públicas en las Compañías Aseguradoras de El Salvador, el cual deberá ser reconsiderado por el Departamento de Recursos Humanos de cada una de las empresas consideradas sujetas de estudio:

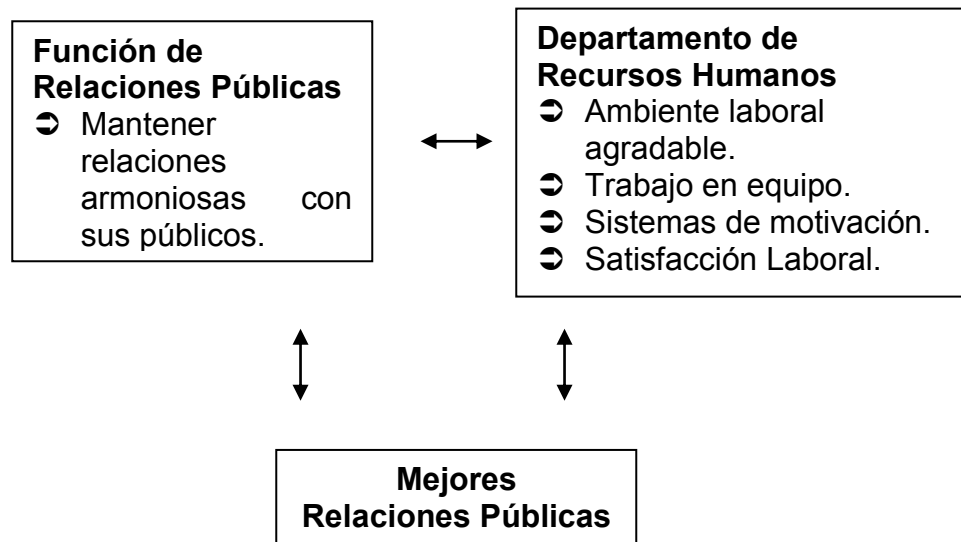
Función No. 1



Comunicación Bidireccional:

Con la comunicación bidireccional, la empresa podrá identificar las necesidades de sus públicos, y de esta forma diseñar los mecanismos de comunicación interna que necesita. Estas necesidades pueden ser de capacitación y desarrollo, reemplazo de procedimientos, reconocimiento entre otras. También, por medio de ésta, la Compañía detectará problemas laborales que le proveerá a los empleados satisfacción. Los sistemas de información internos deben cumplir con su fin, es decir transportar la información de forma oportuna. La comunicación bidireccional también es importante en el desarrollo de las labores cotidianas, por que su dinámica permite que la información fluya hacia arriba, hacia abajo y lateralmente.

Función No. 2

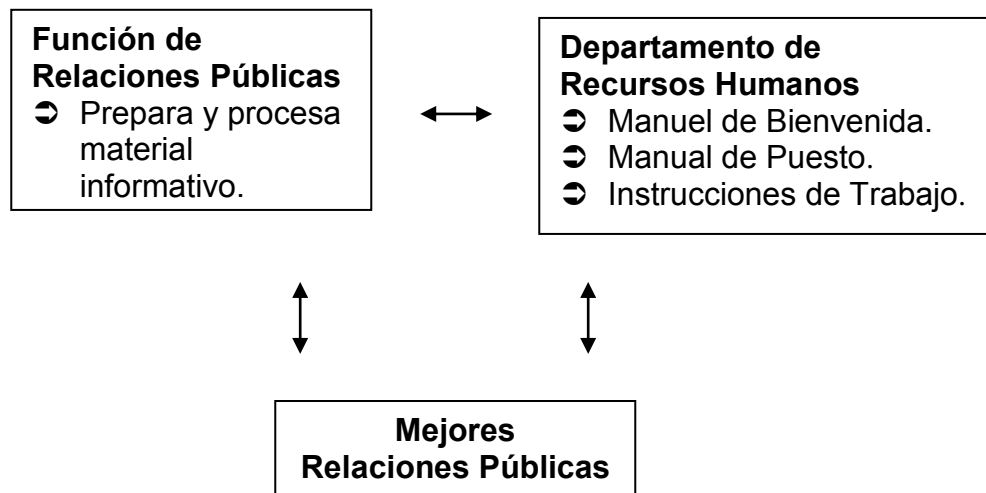


Relaciones armoniosas con sus públicos:

La calidad de relaciones con los públicos es un factor que permitirá a la empresa mantener un ambiente de trabajo agradable. Así como también el trabajo en equipo permitirá que los empleados interactúen con su entorno y mejorar constantemente su calidad y creatividad en el trabajo. Los sistemas de motivación y reconocimiento también propician una reacción positiva, un público motivado estará en la disposición de realizar mejor su trabajo. Los empleados son el recurso mas valioso y por ello la necesidad de mantenerlos satisfechos es indispensable para que exista armonía en el ambiente laboral. Es importante que la Compañía introduzca en sus políticas programas de motivación para mantener empleados con un alto

nivel motivacional y a la vez incorporar mecanismos de reconocimientos justos que los estimulen, es decir premios, bonificaciones, comisiones entre otros.

Función No. 3

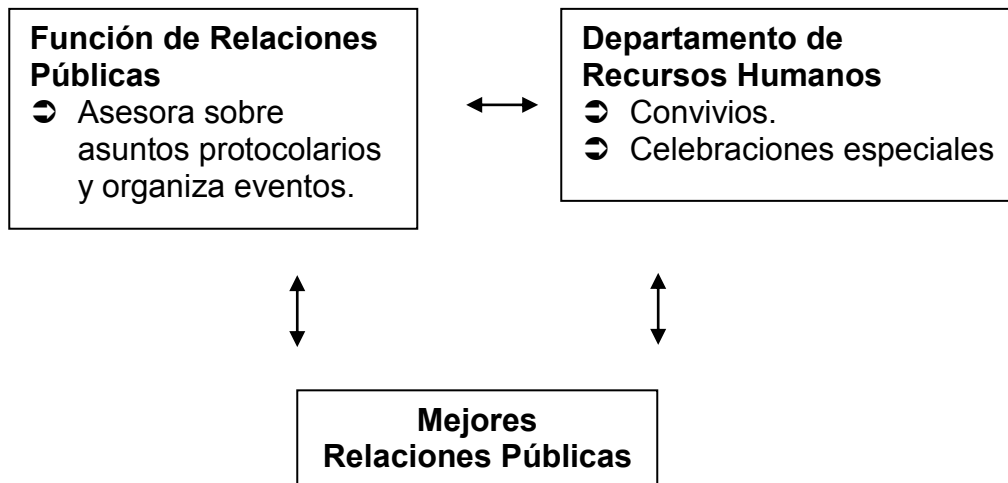


Prepara y procesa material informativo:

El proceso de inducción de los nuevos miembros a las Compañías es importante para que el empleado logre identificarse e incorporarse a la empresa con mayor facilidad. Los nuevos empleados necesitan conocer sobre las políticas de la empresa, procedimientos y tener claro su perfil dentro de la organización. Un público interno informado proporcionará un servicio de calidad tanto a sus compañeros de trabajo como a los públicos externos. El material informativo que el departamento puede proporcionar

internamente son: manual de bienvenida, manual de puesto, boletines, revistas, afiches y carteleras.

Función No. 4

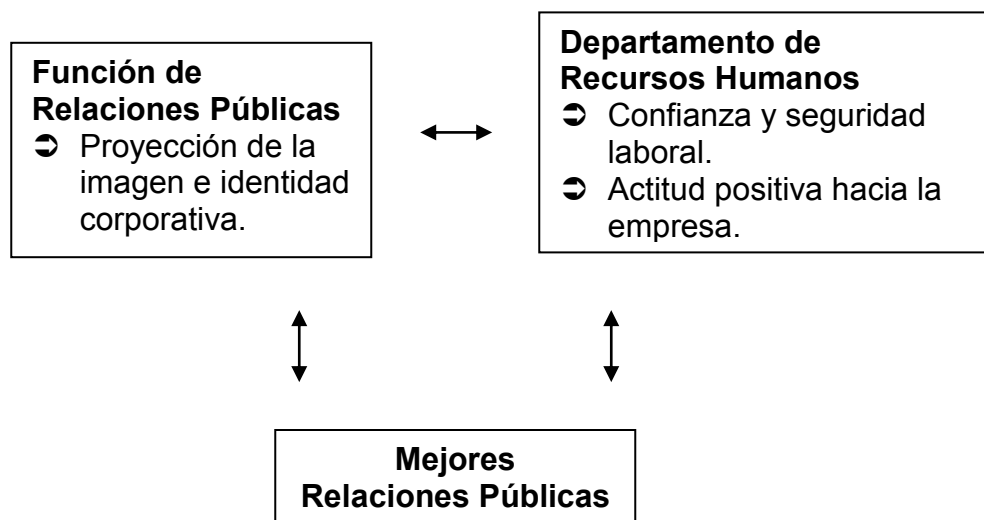


Asesora sobre asuntos protocolarios y organiza eventos:

La empresa debe considerar que los empleados también necesitan recrearse, para lo cual deben desarrollar actividades sociales que integren al personal de las diferentes áreas de la organización. El Departamento de Recursos Humanos, como encargado de esta organización debe buscar la forma creativa de comunicarlo a los empleados, para que éstos sientan que su participación en los eventos es importante. Dentro de las funciones de Relaciones Públicas se considera importante el asesoramiento sobre asuntos protocolarios, pues en su mayoría de empresas participan en

eventos especiales, en los cuales los altos funcionarios de las Compañías se vuelven figuras importantes, y es en ese momento donde son la imagen de la empresa ante su público.

Función No.5



Proyección de la imagen e identidad corporativa:

Las Compañías Aseguradoras no pueden prescindir de la necesidad de mantener una reputación y credibilidad ante sus públicos, ya que su negocio dentro del mercado es la comercialización de productos intangibles que únicamente podrán vender si existe confianza de parte de los públicos para con la empresa. Para mantener una imagen corporativa favorable, la Compañía debe considerar que mantener a su público interno debidamente

informado es determinante para general en éstos confianza, seguridad laboral e identificación.

3.5 Recomendaciones.

Con el fin de mejorar las Relaciones Públicas de las Compañías Aseguradoras de El Salvador y con base a los resultados de la investigación se recomienda :

- ➡ Las funciones que realiza Relaciones Públicas y Relaciones Humanas son complementarias, por lo tanto se recomienda que se integren funciones, en vista que ambos son centro de recepción de información de los públicos internos.

- ➡ Innovar los canales de comunicación interna utilizados en las Compañías de seguros, ya que los empleados manifestaron que actualmente existen canales idóneos que les permita mantenerse informados oportunamente, lo cual obstaculiza desarrollar la comunicación efectiva.

- Adoptar sistemas de motivación, con el fin de que los empleados se sientan estimulados con respecto a la labor que realizan en la empresa. Estos sistemas pueden estar enfocados la realización de programas orientados al fortalecimiento de valores, trabajo en equipo y cultura organizacional.
- Como profesionales de Relaciones Públicas, y con base a la experiencia adquirida en la investigación de campo, recomendamos a la Universidad Tecnológica de El Salvador, integrar dentro del Pensum académico, asignaturas enfocadas a la disciplina de Las Relaciones Humanas para que exista un conocimiento más amplio con respecto a la relación humana dentro de las organizaciones.

3.6 Conclusiones.

De la investigación sobre “Las Relaciones Humanas como un Instrumento para mejorar las Relaciones Públicas en las Compañías Aseguradoras de El Salvador”, el grupo concluye lo siguiente:

- Las funciones de Relaciones Públicas siempre existen en las empresas, por lo tanto no se deben considerar como funciones ajenas a la labor que realizan las Compañías de Seguros.

- ➡ Las funciones de Relaciones Humanas no deben confundirse con las funciones de Relaciones Públicas, pues son dos disciplinas afines, pero diferentes; por su parte Relaciones Humanas busca incorporar el recurso humano al ambiente laboral, y Relaciones Públicas se encarga de proyectar la imagen corporativa de una empresa.

- ➡ Las Compañías Aseguradoras de El Salvador deben tener presente que las Relaciones Públicas son de vital importancia, ya que por medio de éstas logran fortalecer su imagen, credibilidad y la confianza con los públicos.

BIBLIOGRAFÍA

- Biagi, Shirley. Impacto de los Medios. 4ª. ed. Thomson Editores.
México, D. F. , 1999. Pág. 430.
- Black, Sam. ABC de las Relaciones Públicas. 3ª. ed. Gestión 2000.
Barcelona, España, 1994. Pág. 227.
- Davis, Keith. Comportamiento Humano en el Trabajo. 10ª. ed. McGraw-Hill. México, D. F. , 1999. Pág. 647.
- Kootz Harold. Administración. 9ª. ed. McGraw-Hill. México, D. F. , 1998.
Pág. 522.
- Murillo Soria, Víctor. Relaciones Humanas, Teorías y Casos. 2ª. ed.
Limusa, México, D. F. , 1990. Pág. 19.
- Paquete Didáctico. Teoría de la Comunicación. Universidad Tecnológica
de El Salvador, San Salvador, 1997. Pág. 13.
- Paquete Didáctico. Teoría Administrativa I. 1ª. Parte. Universidad
Tecnológica de El Salvador, San Salvador, 1995. Pág. 31.

- ➡ Paquete Didáctico. Teoría Administrativa I. 2ª. Parte. Universidad Tecnológica de El Salvador, San Salvador, 1995. Pág. 18.
- ➡ Paquete Didáctico. Organización y Métodos. Universidad Tecnológica de El Salvador, San Salvador, 1991. Pág. 133.
- ➡ Flamenco Muñoz, Julia Salome; García López, Sonia Yanira. Tesis. Como desplazar a la competencia a través de estrategias de Relaciones Públicas en los medios de comunicación impresos, caso específico El Mundo vrs. Colatino. Universidad Tecnológica de El Salvador, San Salvador, 1998. Pág. 95.
- ➡ García Escobar, Rosalinda ; Chávez Granados, Harold Néstor. Tesis. Relaciones Humanas en la Microempresa como un soporte para el logro de objetivos generales a través de las Relaciones Públicas. Universidad Tecnológica de El Salvador, San Salvador, 1997. Pág. 147.
- ➡ Cabezas Córdova, Reina Isabel y otros, Tesis. Las Relaciones Públicas como un instrumento estratégico para la aplicación de la nueva filosofía institucional de servicio al cliente, caso específico las organizaciones no gubernamentales. Universidad Tecnológica de El Salvador, San Salvador, 2001. Pág. 222.

➡ Banco Central de Reserva, Boletín Informativo, Marzo, San Salvador, El Salvador, 2002. Pág. 45.

➡ Banco Agrícola, S.A., Revista Entre Nosotros, San Salvador, El Salvador, 2002. Tomo N° 18.

➡ www.monografias.com

➡ www.gestiopolis.com

➡ www.sieca.com

➡ www.ssf.gob.sv



Universidad Tecnológica de El Salvador
Facultad de Humanidades y Ciencias Naturales
Escuela de Comunicaciones

Nº _____

**LAS RELACIONES HUMANAS COMO UN INSTRUMENTO PARA MEJORAR LAS
RELACIONES PÚBLICAS EN LAS ORGANIZACIONES DE EL SALVADOR
CASO ESPECÍFICO: “COMPAÑÍAS ASEGURADORAS DE EL SALVADOR”.**

Objetivo

Con el presente formulario se pretende determinar, si las Relaciones Humanas como un instrumento de las Relaciones Públicas, mejoran la comunicación interna en las Compañías Aseguradoras de El Salvador.

Indicaciones

Se solicita su colaboración para responder con objetividad el presente formulario, el cual es de carácter confidencial. Deberá marcar una respuesta a cada una de las siguientes interrogantes :

1ª PARTE		Datos generales	
Sexo		Edad	
Masculino	☐	18-27	☐
Femenino	☐	28-37	☐
		38-47	☐
		47 ó más	☐
1. Cuando se incorporo a la Compañía ¿ Qué tipo de apoyo recibió?		4. ¿Considera usted que la Compañía, toma en cuenta la opinión de sus empleados?	
a) Manual de Bienvenida	☐	a) Siempre	☐
b) Manual de Puesto	☐	b) Casi siempre	☐
c) Instrucciones e Información	☐	c) Raras veces	☐
d) Todas las anteriores	☐	d) Nunca	☐
e) Ninguna	☐		
2. ¿Considera que la Compañía le brinda los recursos materias, tecnológicos e intelectuales necesarios para cumplir con sus funciones?		5. ¿Considera usted que con su labor en la Compañía, contribuye al crecimiento tanto de la empresa como profesional ?	
Si	☐	Si	☐
No	☐	No	☐
3. ¿Que tipo de motivación recibe para estimular su desempeño laboral?		6. ¿Cómo calificaría la comunicación interna, actualmente de la Compañía ?	
a) Reconocimientos	☐	a) Muy efectiva	☐
b) Bonificaciones	☐	b) Poco efectiva	☐
c) Premios	☐	c) Nada efectiva	☐
d) Ascensos	☐	d) No funciona	☐
e) Otros			
¿Cuales?			

7. ¿Cuales serían los canales de comunicación, adecuados para mantenerse informado? a) Cartas ☐ b) Memorando ☐ c) Afiches ☐ d) Todos los anteriores ☐ e) Otros ☐ ¿Cuales? _____ _____	11. ¿Cómo calificaría, el ambiente laboral dentro de Compañía? a) Muy Agradable ☐ b) Agradable ☐ c) Poco Agradable ☐
8. ¿Considera usted, que la comunicación efectiva dentro de la Compañía, puede mejorar su desempeño? Si ☐ No ☐	12. ¿Considera que el trabajo en equipo, le facilita la realización de sus funciones? Si ☐ No ☐
9. Si al brindarle una información inmediata sobre aspectos laborales, ¿Considera que propiciaría una actitud positiva hacia la Compañía ? Si ☐ No ☐ ¿Por qué? _____ _____ _____	13. ¿Considera que todos los empleados interactúan con cordialidad? Si ☐ No ☐
10. ¿Existe un ambiente de confianza, que le permita manifestar sus inquietudes? Si ☐ No ☐ ¿Por qué? _____ _____ _____	14. Usted considera que el mantener una comunicación efectiva en la Compañía le facilitara la ejecución de metas? Si ☐ No ☐
	15. ¿Considera que usted hace su mejor esfuerzo para proyecta la imagen positiva de la Compañía? a) Siempre ☐ b) Algunas veces ☐ c) Pocas veces ☐ d) Nunca ☐
	16. ¿Cual seria su recomendación sobre las Relaciones Humanas dentro de la Compañía? _____ _____ _____

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

Fecha	:	_____
Compañía	:	_____
Observaciones	:	_____



Universidad Tecnológica de El Salvador
Facultad de Humanidades y Ciencias Naturales
Escuela de Comunicaciones

Nº _____

LAS RELACIONES HUMANAS COMO UN INSTRUMENTO PARA MEJORAR LAS
RELACIONES PÚBLICAS EN LAS ORGANIZACIONES DE EL SALVADOR

CASO ESPECÍFICO: "COMPAÑÍAS ASEGURADORAS DE EL SALVADOR"

GUIA DE ENTREVISTA DIRIGIDA A JEFES DE DEPARTAMENTO DE RECURSOS
HUMANOS

Objetivo

La presente entrevista tiene como objetivo abordar a los jefes de Departamento de Recurso Humano de las diferentes Compañías Aseguradoras para conocer si las Relaciones Humanas representan para ellos una herramienta fundamental para mejorar la comunicación interna.

Datos generales

Compañía: _____

Nombre del entrevistado: _____

Fecha : _____

1. Como departamento de Relaciones Humanas cuál es el método de inducción utilizado para incorporar nuevos miembros a la Compañía ? a) Manual de Bienvenida ☐ b) Descripción de Puesto ☐ c) Instrucciones de Trabajo ☐	3. ¿De que manera la Compañía evalúa el nivel de motivación de los empleados ? a) Encuestas ☐ b) Reuniones ☐ c) Otros ☐ ¿Cuales? _____ _____
2. Para lograr el buen desempeño en los empleados ¿Cuales serian las necesidades primordiales que la Compañía considera básicas para su buen desempeño ? a) Necesidades de Capacitación ☐ b) Necesidades Económicas ☐ c) Necesidades de Reconocimiento ☐ d) Todos las Anteriores ☐	4.¿ De que forma la Compañía motiva al personal ? a) Estímulos Económicos ☐ b) Reconocimientos ☐ c) Premios ☐ d) Ascensos ☐ e) Otros ☐ ¿Cuales? _____ _____

5. ¿ Cuales son los mecanismos de participación que la Compañía utiliza para integrar al Recurso Humano? _____ _____ _____	11.¿Cuáles son los canales de comunicación existentes? a) Cartas ☐ b) Memorando ☐ c) Reuniones ☐ d) Afiches ☐ e) Otros ☐ ¿Cuales? _____ _____
6. ¿ Considera usted, que la Compañía toma en cuenta la opinión de sus públicos internos? Si ☐ No ☐	12. ¿A su criterio, facilitar al empleado una información clara y precisa propiciaría una actitud positiva hacia la Compañía? _____ _____ _____
7. ¿ Considera usted que podría ganar apoyo del público interno si los objetivos de la Compañía conllevan un beneficio mutuo ? Si ☐ No ☐	13. ¿Considera que la comunicación efectiva dentro de la Compañía puede mejorar el desempeño laboral ? Si ☐ No ☐
8. En cuanto al logro de metas dentro de la Compañía,¿Considera usted que la existencia de una comunicación efectiva contribuiría a su cumplimiento? Si ☐ No ☐	14. ¿De que manera contribuye la Compañía para lograr una mayor interacción de los empleados con el fin de mantener una comunicación efectiva ? _____ _____ _____
9. ¿De que manera la comunicación dentro de la Compañía contribuye a mejorar la relación de trabajo? a) Desempeñar mejor su trabajo ☐ b) Lograría sentirse mejor consigo mismo ☐ c) Aumentaría su valor como empleado ☐ d) Ninguna ☐	15. ¿Existe un ambiente de confianza que le permita al empleado manifestar sus inquietudes ? Si ☐ No ☐ ¿Por qué? _____ _____ _____ _____
10. ¿Cuáles son los medios de comunicación Internos utilizados dentro de la Compañía actualmente ? a) Verbal ☐ b) Escrita ☐ c) Convencional ☐ d) Otros ☐ ¿Cuales? _____ _____	

16. ¿En cuanto al ambiente de trabajo, ¿considera usted que existe cordialidad entre los grupos ?

Si ☐

No ☐

17. ¿Al fomentar el trabajo en equipo, ¿puede usted determinar la calidad de Relaciones Humanas dentro de la Compañía ?

Si ☐

No ☐

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

Fecha : _____

Observación : _____
