



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO HENRÍQUEZ UREÑA

VICERRECTORÍA DE POSTGRADO

Escuela de Postgrados

Maestría en Administración de Negocios

**ANÁLISIS SOBRE EL IMPACTO DEL SISTEMA DE AUTORIZACIONES EN LA
SATISFACCIÓN DE CLIENTES DE SEGUROS DE SALUD INTERNACIONAL**

Caso: Humano Seguros 2019

SUSTENTANTES:

Yohanery García De la Cruz 17-2072

Jefree Ramon Ogando Reyes 17-2227

Para la obtención del grado de:

Master en Administración de Negocios

ASESORES:

Dr. Angel Puentes

Lic. Ludwig Oviedo

Los conceptos emitidos en el presente proyecto de tesis de postgrado son de la exclusiva responsabilidad de los sustentantes del mismo.

Santo Domingo, DN., República Dominicana

Julio, 2019

Autorización de presentación de tesis

DR. ÁNGEL PUENTES PUENTES como asesor de metodología y el LIC. LUDWIG OVIEDO como asesor de contenido de la Escuela de Postgrado, de la Facultad de Vicerrectoría de Postgrado e Internacionalización, Universidad Nacional Pedro Henríquez Ureña, hacemos constar que la Tesis titulada ANÁLISIS SOBRE EL IMPACTO DEL SISTEMA DE AUTORIZACIONES EN LA SATISFACCIÓN DE CLIENTES DE SEGUROS DE SALUD INTERNACIONAL Caso: Humano Seguros 2019, realizada bajo nuestra asesoría, reúne todas las condiciones exigibles para ser presentada y defendida públicamente, considerando tanto la relevancia del tema como del procedimiento metodológico utilizado: revisión teórica adecuada, contextualización, definición de objetivos, variables estudiadas y estructuración de los datos pertinentes a la naturaleza de la información recogida, así como las conclusiones aportadas.

Por todo ello, manifestamos nuestro acuerdo para que sea que sea autorizada su presentación.

Santo Domingo DN, República Dominicana, 16 de julio del año 2019

Firma

Firma

Declaración de Autor de Obra Intelectual Original

Yohanery García De la Cruz No.402-2129467-7 y Jefree Ramón Ogando Reyes No. 402-21687904. Declaramos: Ser los autores de la tesis que lleva por título ANÁLISIS SOBRE EL IMPACTO DEL SISTEMA DE AUTORIZACIONES EN LA SATISFACCIÓN DE CLIENTES DE SEGUROS DE SALUD INTERNACIONAL Caso: Humano Seguros 2019, asesorada por el Dr. Ángel Puentes Puentes y el Lic. Ludwig Oviedo, quienes presentaremos a la Escuela de Graduados, para que sea defendida y evaluada en sesión pública.

Que la tesis es una obra original. Además, puede ser libremente consultable. Que nos consta que una vez la tesis haya sido defendida y aprobada, su divulgación se realizará bajo licencia de la Universidad Nacional Pedro Henríquez Ureña. Que el contenido de la tesis y su publicación no infringe derechos de propiedad intelectual, industrial, secreto comercial o cualquier otro derecho de terceros, por lo que exoneramos a la Universidad Nacional Pedro Henríquez Ureña, de cualquier obligación o responsabilidad ante cualquier acción legal que se pueda suscitar derivada de la obra o de su publicación. Estos datos no vulneran derechos de terceros y por lo tanto asumimos cualquier responsabilidad que se pueda derivar de las mismas y de su publicación, como constancia, firmamos el presente documento.

Santo Domingo DN, República Dominicana, 16 de julio del año 2019

Firma

Firma

Agradecimientos

A DIOS padre que está en los cielos y es el responsable de cada respiro y cada latido de nuestros corazones, le agradezco por darme la determinación y enfoque para seguir adelante con mis estudios.

Yohanery García

Dedicatoria

A mi familia y amigos que siempre han estado presentes durante todos los momentos importantes de mi vida, me han apoyado incondicionalmente respetando mis decisiones amorosamente y siendo mi soporte.

Yohanery García

Agradecimientos

A la Universidad Nacional Pedro Henríquez Ureña, por ser la fuente de conocimiento que me ha permitido continuar con mi preparación profesional.

A los asesores, maestros y compañeros por formar parte de este camino y por siempre motivarme a continuar dando lo mejor de mí.

Jefree Ogando

Dedicatoria

A Dios porque es quien permite que todo sea posible y por darme la sabiduría para seguir adelante.

A mi familia y amigos por siempre confiar en mí y apoyarme en todas las metas que me propongo.

A Mí, por creer siempre en mí, por nunca renunciar, por siempre tratar de hacer el bien y por siempre tratar de ser autentico en todo lo que hago.

Jefree Ogando

Tabla de contenido

Autorización de presentación de tesis	2
Declaración de Autor de Obra Intelectual Original	3
Agradecimientos	4
Dedicatoria	4
Tabla de contenido	8
Lista de tablas	10
Lista de figuras	11
Resumen	12
Abstract	13
Capítulo 1: Aspectos Generales	15
Introducción:	15
1.2 Justificación	17
1.3 Planteamiento del Problema	18
1.4 Formulación del problema de investigación	20
1.5 Sistematización	20
1.6 Objetivos	21
1.6.1 Objetivo General	21
1.6.2 Objetivos Específicos	21
Capítulo 2: Marco Teórico	22
2.1 Servicio al cliente	22
2.1.1 Métodos de servicio al cliente	23
2.1.2 Proceso de servicio al cliente	24
2.1.3 Impacto del servicio al cliente	25
2.2 El sector asegurador	26
2.2.1 Historia de las aseguradoras	26
2.2.2 Aseguradoras en República Dominicana	27
2.2.3 Compañías en el sector	28
2.2.4 Compañías competidoras en seguros internacionales	29
2.3 Tecnología y el sector asegurador	29
2.3.1 Automatización de los procesos	31
2.3.2 Las autorizaciones médicas	32
2.4 Conceptualización	33

2.5 Contextualización	34
Capítulo 3: Marco Metodológico	36
3.1 Metodología de la investigación	36
3.1.1 Base metodológica	36
3.1.2 La investigación	36
3.2 Diseño metodológico	37
3.2.1 Tipo de investigación	38
3.2.2 Localización: delimitación en tiempo y espacio	38
3.2.4 Técnicas de investigación	40
3.2.5 Fuentes de recolección de información	41
3.2.6 Procedimientos estadísticos para el análisis de los resultados	42
Capítulo 4: Presentación y discusión de los resultados	47
4.1.2 Principales comentarios de los clientes al llenar dicha encuesta:	47
4.1.3. Encuesta 2: Utilización de las vías de autorización	48
4.1.4 Principales comentarios de los clientes al llenar dicha encuesta:	53
4.1.5 Entrevistas a ejecutivos o directores de áreas involucradas en el uso de los canales digitales y servicios al cliente internacional	53
Entrevista 1: Gerente Centro de contacto (Call Center)	53
Entrevista 2: Gerente de Experiencia de Clientes	54
Entrevista 3: Gerente senior de desarrollo web	55
Entrevista 4: Gerente senior de Técnica de salud internacional	56
Entrevista 5: Gerente de Canales Electrónicos	57
Entrevista 6: Gerente de Servicio al Cliente Internacional	58
4.1.6 Costos Aproximados App	59
4.1.7 Uso de la aplicación durante el primer semestre del año en curso (Enero a Junio 2019)	59
4.2 Discusión de los resultados	61
Conclusiones	63
Recomendaciones	66
Referencias bibliográficas	688
Anexos	70

Lista de tablas

Tabla 1. Compañías en el sector asegurador	27
Tabla 2. Compañías en el sector asegurador, salud internacional	28
Tabla 3. Clientes contactados	43
Tabla 4. Nivel de satisfacción con respecto a su seguro de viaje	44
Tabla 5. Contaba con la información necesaria para saber cómo actuar	44
Tabla 6. Dificultad para contactar a su proveedor de servicio de asistencia	45
Tabla 7. Nivel de satisfacción con la respuesta brindada por el personal de asistencia	46
Tabla 8. Disposición de recomendar el seguro Buen Viaje de Humano a amigos y familiares	47
Tabla 9. Clientes contactados	48
Tabla 10. Vía de autorización del proceso	49
Tabla 11. Tiene la aplicación para autorización en su celular	49
Tabla 12. Utilización de la aplicación	50
Tabla 13. Vía más rápida para realizar una autorización	51
Tabla 14. El proceso en general	51
Tabla 15. Satisfacción con el servicio obtenido	53
Tabla 16. Uso de las vías de autorización	59
Tabla 17. Cantidad de autorizaciones aprobadas y declinadas	60

Lista de figuras

Figura 1. Clientes contactados (Encuesta grupo humano 2018)	43
Figura 2. Nivel de satisfacción con respecto a su seguro de viaje (Encuesta grupo humano 2018).	44
Figura 3. Contaba con la información necesaria para saber cómo actuar (Encuesta grupo humano 2018).	45
Figura 4. Dificultad para contactar a su proveedor de servicio de asistencia (Encuesta grupo humano 2018)	45
Figura 5. Nivel de satisfacción con la respuesta brindada por el personal de asistencia (Encuesta grupo humano 2018).	46
Figura 6. Disposición de recomendar el seguro Buen Viaje de Humano a amigos y familiares (Encuesta grupo humano 2018).	47
Figura 7. Clientes contactados (Elaboración propia).	48
Figura 8. Utilización de las vías de autorización (Elaboración propia)	49
Figura 9. Tiene la aplicación para autorización en su celular (Elaboración propia)	50
Figura 10. Utilización de la aplicación (Elaboración propia)	50
Figura 11. Vía más rápida para realizar una autorización (Elaboración propia)	51
Figura 12. Calificación del proceso en general (Elaboración propia)	52
Figura 13. Satisfacción con el servicio obtenido (Elaboración propia)	52
Figura 14. Uso de las vías de autorización Enero a Junio 2019, (Elaboración propia)	60
Figura 15. Cantidad de autorizaciones aprobadas y declinadas (Elaboración propia).	60

Resumen

En este estudio, se analiza el impacto del sistema de autorizaciones de servicios en la satisfacción de los clientes de seguros de salud internacional. Con el objetivo general, se buscan identificar los factores que influyen en la satisfacción mediante la búsqueda de información que conteste las preguntas sobre la demora en los tiempos, el conocimiento como tal del sistema y la satisfacción general de los clientes. Se presenta un estudio utilizando el método de investigación cualitativo, utilizando los instrumentos de la observación, encuesta y entrevistas que nos garantizan la correcta obtención de los datos que definen los resultados de la investigación.

Se trabajó con una muestra de 38 clientes contactados mediante dos encuestas y 6 gerentes de la compañía entrevistados. Estos resultados indican claramente la insatisfacción de los clientes con los tiempos de respuesta y el desconocimiento de los canales electrónicos como vía de autorización, a diferencia de las respuestas de las entrevistas donde se identifica que para la compañía el sistema es altamente funcional, aunque con puntos de mejora. Lo que permite definir que la compañía desconoce la magnitud del problema en realidad.

Palabras Claves: Autorizaciones, Asegurados, Canales Electrónicos, Satisfacción.

Abstract

In this investigation, the impact of the system of the authorization services on the satisfaction of international health insurance clients is analyzed. With the general objective, it is sought to identify the factors that they infer in the satisfaction by means of the search of information that answers the questions on the delay in the times, the knowledge as such of the system and the general satisfaction of the clients. A study is presented using the qualitative research method, using the instruments of observation, survey and interviews that guarantee us the correct obtaining of the data that define the results of the investigation.

We worked with a sample of 38 clients contact through two surveys and 6 managers of the company were interviewed. These results clearly indicate the dissatisfaction of the clients with the response times and the ignorance of the electronic channels as a way of authorization, unlike the answers of the interviews where it is identified that for the company the system is highly functional, although with points of improvement. What allows to define that the company does not know the magnitude of the problem in reality.

Keywords: *Authorizations, Insured, Electronic Channels, Satisfaction.*

**ANÁLISIS SOBRE EL IMPACTO DEL SISTEMA DE AUTORIZACIONES EN LA
SATISFACCIÓN DE CLIENTES DE SEGUROS DE SALUD INTERNACIONAL**

Caso: Humano Seguros 2019.

Capítulo 1: Aspectos Generales

Introducción:

Al escuchar la palabra servicio al cliente entendemos que se trata de brindar un soporte por un producto o servicio adquirido por un consumidor. A medida que las tecnologías avanzan y las estrategias abarcan un mayor número de personas, los clientes ya no solo buscan un buen precio y calidad, sino, un servicio excepcional.

En todas las organizaciones se habla de servicio al cliente y sobre la importancia que tiene ofrecer un servicio de calidad, para ello deben plantearse una estrategia adecuada de atención al cliente que permita generar un servicio óptimo, creando buenas relaciones humanas, tanto dentro de la empresa como con los clientes y proveedores.

En la República Dominicana, el servicio al cliente es considerado un caso de estudio profundo, donde las organizaciones invierten recursos en la capacitación del personal y tecnológico. En un mercado tan diverso y con tantas vertientes culturales diferentes, resulta variable para cada organización la gestión del servicio al cliente.

Para las aseguradoras de riesgos de salud, el servicio al cliente es fundamental para poder llevar a cabo la correcta gestión de la organización. En este sector, el enfoque es totalmente a la rapidez y calidad con la cual sus asegurados reciben los servicios que han contratado. Desde el momento de la emisión de pólizas hasta el servicio final, todo está envuelto en una búsqueda constante para satisfacer a los clientes.

Humano Seguros es una aseguradora de riesgos de salud con una trayectoria de más de 17 años brindando productos de salud al mercado dominicano. Su enfoque está orientado a ofrecer un servicio de calidad para sus asegurados tomando como objeto la

rapidez en la que reciben sus autorizaciones por parte de los canales de servicio al cliente disponible.

En el caso de clientes de seguros de salud internacional la compañía invierte numerosos recursos en mejorar la calidad del servicio. Aun así, se presentan altos niveles de insatisfacción por los tiempos de esperas y fallas del sistema, específicamente en la aplicación móvil y oficina virtual web que en muchos casos retrasa por horas y hasta días la obtención de estos servicios y en otros casos los clientes ni siquiera conocen del uso de estas vías de autorización.

Con el fin de mejorar la experiencia de los clientes, en esta investigación evaluaremos el impacto que tiene el sistema de autorización de los procedimientos y estudios actualmente sobre la satisfacción de los clientes de salud internacional, mediante la realización de un análisis que nos permita conocer cuáles son los agravantes claves que presenta el sistema y como él mismo puede ser mejorado para elevar los niveles de satisfacción.

1.1 Antecedentes

En todas las organizaciones se habla de la importancia que tiene el servicio al cliente y cómo esto afecta el reconocimiento de la misma en el mercado. Para ello se debe plantear una estrategia que permita generar un buen servicio de calidad. De aquí la preocupación por crear canales alternos de servicio (como las aplicaciones móviles y oficinas virtuales) que ayuden a mejorar esta experiencia. Para el sector asegurador es de suma importancia implementar sistemas rápidos y eficaces que garanticen un servicio de salud ágil para los asegurados de salud internacional.

Se han realizado diferentes estudios referentes al tema dentro de los cuales mencionamos los siguientes:

Esta investigación se llevó a cabo en Barcelona, se consiguieron 305 encuestas validadas a clientes de seguros de particulares. Estos resultados arrojan la conclusión de que los clientes están más interesados en la solución rápida de sus problemas que en la importancia de la gestión del área de servicios sea cual sea el método empleado para la solución de los mismos. (Escayola, 2017).

Otro estudio realizado en República Dominicana, muestra que de un total de 4 departamentos involucrados en el proceso de servicio integral el 35.9% de los encuestados afirman tener una relación directa con las demás áreas. Al realizar el análisis de cara a la atención que reciben los clientes se ha identificado que el 41% presenta insatisfacción en relación a la solución de sus reclamaciones (Peña, 2016).

El atributo mejor evaluado fue la tangibilidad. Para este resultado se evaluaron las expectativas y percepciones de la calidad del servicio de una muestra de 384 personas donde el 53.7% refleja que el atributo principal de una aseguradora es su capacidad de respuesta y un 23.8% a la confianza que presenta tener sus servicios en la misma. Con esto se pudo observar una deficiencia en el servicio brindado pues en todos los ítems las expectativas son superiores a las percepciones (Skinner y León 2016).

Este estudio muestra el porcentaje de aceptación y satisfacción que tienen los afiliados para con la empresa. Muestra el posicionamiento de la misma en el mercado y demuestra como sistemas eficientes garantizan el correcto uso de las atenciones (Aponte, 2014).

1.2 Justificación

Partiendo de esto podemos definir que el estudio de esta investigación permitirá evaluar los niveles de satisfacción, específicamente en el uso de los canales electrónicos para la autorización de los procedimientos: aplicación móvil y oficina virtual. Además de

cómo es la gestión de los colaboradores que brindan soporte directo a esta plataforma electrónica y cómo proceden a facilitar el uso del servicio.

Tomando en cuenta que estos canales ya existen y están a la disposición de los clientes, este estudio intenta presentar una mejora significativa que permita elevar los niveles de satisfacción y el reconocimiento de la compañía como una empresa preocupada por brindar un servicio de alto nivel y a la vanguardia. Esta investigación está dirigida a la compañía quien podrá con estos resultados evaluar el plan de mejora a los canales electrónicos propuestos y así poder tomar en consideración las ventajas de una posible migración de los canales convencionales a los canales electrónicos.

1.3 Planteamiento del Problema

Considerando que el factor humano y tecnológico juega un papel importante para que la organización realice la correcta gestión de sus procesos, ambos son esenciales para la empresa. Para esta investigación se consideró ver la situación desde ambas perspectivas para definir nuestro problema a estudiar.

A pesar de la vasta experiencia en el mercado dominicano, la empresa cuenta con poco más de 6 años en el mercado de pólizas de Salud Internacional. Es evidente comprobar que en la planificación, estrategia y gestión del área de servicio al cliente, existen fallas y procesos internos como externos que interfieran en la correcta gestión de los procesos y por consiguiente en las expectativas que tienen los clientes sobre el producto.

La autorización de los procedimientos es uno de los pasos fundamentales que se deben de llevar a cabo para poder hacer efectivo el servicio, es en dicho proceso donde se verifica que la póliza del cliente esté al día y que ese procedimiento está incluido dentro de sus beneficios. Humano Seguros cuenta con distintas vías para autorizar los procedimientos

entre estas vías tradicionales (personal que se encarga de la realización de la autorización) y vías electrónicas (donde el mismo cliente mediante la aplicación virtual o la plataforma introduce los datos y obtiene su autorización). Hasta ahora ambas vías convergen en la manipulación del factor humano.

Al momento, se puede definir que los canales electrónicos actuales presentan en su mayoría fallas en los tiempos de respuestas debido a que el factor humano detrás de esta plataforma desconoce el tipo de cliente y la correcta gestión de sus solicitudes, dejando en evidencia que es necesario una plataforma de autogestión de solicitudes.

Problemas Específicos

- Retraso en la gestión de los servicios directos internacionales a través del app móvil y oficina virtual.
- Retraso en autorización de procedimientos tanto simples como los más complejos gestionados a través del app móvil y oficina virtual.
- Falta de capacitación del factor humano quien gestiona las solicitudes.
- Desconocimiento del uso de los canales electrónicos por parte de los clientes.

1.4 Formulación del problema de investigación

¿Cómo influye el sistema de autorizaciones sobre la satisfacción de los clientes de seguros de salud internacional (Caso Humano Seguros 2019)?

1.5 Sistematización

- ¿Cómo es la experiencia de los clientes de salud internacional desde su solicitud de la autorización hasta la aprobación del procedimiento en Humano Seguros?
- ¿Cuáles son los factores que permiten ofrecer un seguimiento más rápido y de calidad a las solicitudes de seguros internacionales en Humano Seguros?
- ¿Cómo influye la automatización del servicio la calidad de la gestión de los seguros de salud internacional en Humano Seguros?
- ¿Cómo implementar un proceso de mejora al sistema de autorizaciones de seguro internacionales en Humano Seguros?

1.6 Objetivos

1.6.1 Objetivo General

Analizar el impacto del sistema de autorizaciones sobre la satisfacción de los clientes de seguros de salud internacional. Caso Humano Seguros 2019.

1.6.2 Objetivos Específicos

- Analizar la experiencia de los clientes de salud internacional desde su solicitud de la autorización hasta la aprobación del procedimiento en Humano Seguros.
- Identificar los factores que permiten ofrecer un seguimiento más rápido y de calidad a las solicitudes de seguros internacionales en Humano Seguros.
- Evaluar la influencia de la automatización del sistema en la calidad de la gestión de los seguros de salud internacional en Humano Seguros.
- Proponer la implementación de un proceso de mejora al sistema de autorizaciones de seguro internacionales en Humano Seguros.

Capítulo 2: Marco Teórico

2.1 Servicio al cliente

Desde la antigüedad, el hombre siempre ha buscado formas satisfacer sus necesidades. A medida que pasó el tiempo, la forma de obtener los productos y de satisfacer esas necesidades fue cambiando pues en la mayoría se tenían que movilizar hacia otros lugares para obtenerlo. Luego en épocas más comerciales, los productos eran ofertados en mercados con una amplia variedad de ellos, las personas que producían se concentraban más en la cantidad debido a la alta demanda haciendo que la calidad de los productos fuera decayendo. Debido a esta demanda y a la calidad del mismo, los consumidores no estaban satisfechos con lo que reciben y buscaban formas de satisfacer su malestar. De esta forma surge el servicio al cliente, siendo una manera de vender un producto con un valor agregado: La satisfacción del consumidor. Hoy en día existen muchas formas de realizarlo y en cada momento las empresas se orientan más a ofrecer un servicio de calidad.

“El servicio es el conjunto de prestaciones que un cliente espera además del producto o del servicio básico como consecuencia del precio, la imagen y la reputación del mismo” (Horovitz, 1990).

Karl Albrecht en su libro “La excelencia del servicio” (2001) nos presenta 7 principios para definir al cliente:

- Un cliente es la persona más importante en cualquier negocio.
- Un cliente no depende de nosotros. Nosotros dependemos de él.
- Un cliente no es una interrupción de nuestro trabajo. Es un objetivo.
- Un cliente nos hace un favor cuando llega. No le estamos haciendo un favor atendiéndolo.

- Un cliente es una parte esencial de nuestro negocio; no es ningún extraño.
- Un cliente no es sólo dinero en la registradora. Es un ser humano con sentimientos y merece un tratamiento respetuoso.
- Un cliente merece la atención más comedida que podamos darle. Es el alma de todo negocio.

Con esto podemos definir que el Servicio al Cliente es todo esfuerzo que una empresa realiza para satisfacer las necesidades de sus clientes respecto al producto que han adquirido. Es fundamental para las empresas desempeñar este papel para ofrecer las prestaciones que los clientes esperan tener de la misma.

El Servicio al Cliente es aquella actividad que relaciona la empresa con el cliente, a fin de que éste quede satisfecho con dicha actividad (Peel, 1993).

2.1.1 Métodos de servicio al cliente

Existen diferentes métodos de realizar el servicio al cliente en función de la forma en cómo se utilice. A continuación 3 de las formas que determinan cómo será la interacción con los clientes.

- **Servicio Presencial:** Este tipo de servicios se genera con el contacto físico del cliente en una oficina de servicios del producto que ha adquirido. Aquí juega un papel importante el contacto visual y el lenguaje no verbal.
- **Servicio Telefónico:** En este servicios el contacto se genera con el uso de las telecomunicaciones. La mayoría de las inquietudes de los clientes son solucionadas mediante esta vía sin necesidad de su traslado a una oficina. En este método el lenguaje verbal es el muy importante pues influye en las reacciones de los clientes.
- **Servicio Virtual:** En este mundo digitalizado era de esperarse el uso de dichas plataformas. Ya sea por correo electrónico, redes sociales, oficinas virtuales o chats en vivo, este es un método utilizado por quienes tienen acceso a estos sistemas de

información. Aquí predomina la rapidez y la automatización del servicio (Peralta Maniviesa, 2019).

2.1.2 Proceso de servicio al cliente

El proceso de servicio al cliente se caracteriza por el conjunto de actividades relacionadas entre sí que permite responder a las necesidades del cliente. Las fases del proceso son en punto clave que garantizará la correcta gestión del servicio.

Para sintetizar el proceso, tomaremos las 5 fases fundamentales que lo implica (Rodríguez, 2018):

Fase 1. Búsqueda de información: Durante esta fase, el cliente se realiza las cuestionantes de que producto necesita, cuando y donde lo puede obtener. Esta búsqueda puede ser realizada mediante las referencias, periódicos, internet o empresas similares. En este proceso logra identificar que necesita y procede al contacto con quien puede ayudarle a satisfacer su necesidad

Fase 2. Contacto: Este es el paso más importante pues determinará toda la experiencia del cliente. En esta fase es importante que las empresas presten atención a las necesidades del cliente y se intente resolver sus dudas. En el proceso el cliente preguntara, cuestionara y comparará los productos o servicios que piensa adquirir

Fase 3. Obtención del producto: Esta es la decisión de compra. El cliente está seguro de adquirir este producto y es donde el servicio al cliente entra en acción directa. Aquí se garantiza que el cliente entienda lo que obtiene, se le ofrecen las informaciones generales, los contactos antes cualquier eventualidad y todo lo relacionado a la obtención de su producto o servicio.

Fase 4. Solución de problemas: Esta es la fase decisiva de satisfacción. Al momento de presentar alguna duda o situación respecto a su producto, el cliente contacta al departamento para la solución de sus problemas. Aquí no importa solo resolver la cuestión,

sino también de la forma en cómo se soluciona. El cliente puede percibir la voz, gestos y procesos que se llevan a cabo y en gran medida determinará su grado de satisfacción. La propuesta de alternativas de solución sin duda está indicada por el grado de atención que el personal logre colocar en la solicitud.

Fase 5. Finalización: Esta es la conclusión y retroalimentación del proceso. En esta fase final es necesario asegurarse que la necesidad haya sido cubierta. En este momento también se introduce una encuesta de satisfacción, las cuales deben ser breves y puntuales.

2.1.3 Impacto del servicio al cliente

El servicio de alta calidad genera una satisfacción. Lo cual es necesario para poder retener al cliente. El impacto que tiene repercute tanto en el producto como en la percepción de la marca en el mercado. Es una inversión en mejorar la imagen y en ofrecer a los clientes soluciones a sus necesidades.

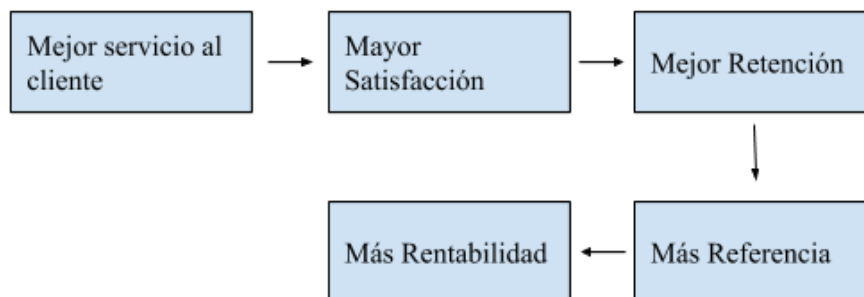


Figura 1. Flujo de impacto (elaboración propia, 2019).

Si el impacto es negativo puede tener conflictos en la lealtad de los clientes y en la imagen. Por esto es importante siempre que las empresas destaquen con un impacto positivo en la satisfacción de sus clientes.

2.2 El sector asegurador

Para la Enciclopedia Financiera (2018) una aseguradora es:

“Es aquel intermediario financiero que proporciona cobertura, en forma de compensación resultante de la pérdida, daño, lesión, tratamiento o dificultades a cambio de unos pagos llamados primas. La compañía calcula el riesgo de que se produzca determinado suceso y así puede determinar el importe de la prima”.

Las aseguradoras forman parte de la actividad económica de un país. Tiene características específicas relacionadas a la prestación de servicios que surgen de un riesgo el cual se está asegurando.

Existen 3 tipos de seguros, según la Enciclopedia Financiera (2018):

- Seguros Personales: vida, accidentes, salud, pensiones o dependencias
- Seguros Patrimoniales: incendios, automóvil, agrarios, robo, crédito o multirriesgos
- Seguros de Servicios: jurídicos, viajes o decesos

En el ramo de seguros personales tenemos las aseguradoras de salud, quienes se encargan de administrar las diferentes situaciones respecto a la salud y riesgos por enfermedades. También gestionan los tratamientos y cirugías mediante autorizaciones previas y contratados con los centros médicos afiliados o comúnmente llamados prestadores

2.2.1 Historia de las aseguradoras

El seguro es tan antiguo como el mismo servicio al cliente y las civilizaciones pasadas. Desde sus orígenes el hombre además de sus sustentos, ha buscado la protección de sus bienes y de sí mismo a través de transferir los riesgos a los que pudieran ser expuesto. De este hecho, nacen los seguros como un financiamiento donde no se transfiere

todo el riesgo sino los efectos financieros que éste ocasione, disminuyendo el impacto que tendrá en la persona o bien asegurado (Albarrán Lozano, 2018).

Esta actividad se remonta a la edad media especialmente en el continente europeo donde existen datos sobre actividades de aseguramiento en Italia, Holanda, Grecia y Londres. A finales del siglo XIX en España se inicia una regulación de seguros mediante la ley de registros de empresas de seguros que desató la actividad económica y el control por el poder público.

2.2.2 Aseguradoras en República Dominicana

La historia de las aseguradoras en República Dominicana data de los años 1910 - 1920 donde se establecieron las primeras compañías de origen canadiense siendo pioneros en la actividad en el país. Durante los años 1930 y 1932 entra en vigencia la ley no. 68 de seguros privados y empieza a crecer la actividad económica. En el año 1932 se crea la primera aseguradora de origen dominicana durante el mandato de Rafael Leónidas Trujillo. Aunque contaba con el respaldo del gobierno se vio obligada a competir en un mercado donde ya existían compañías extranjeras (Superintendencia de Seguros, 2019).

Para los años 1960 - 1974 el crecimiento de las aseguradoras tomo un desarrollo exponencial ya que existían 30 compañías, todas ellas de diferentes líneas de seguros. En 1969 se funda la Compañía Nacional de Seguros que años más tarde se llamará segna y posteriormente en el nuevo milenio ARS Humano, en este periodo también surge la creación de otras aseguradora por grupos empresariales dominicanos y extranjeros como La universal Compañía General de Seguros y Seguros Pepín y La Unión de Seguros. En 1969, se creó la Ley No.400 de la Superintendencia de Seguros, la cual desde entonces ha tenido a su cargo la administración de estas compañías.

Con el paso de los años surgieron nuevas demandas y conflictos en el sector asegurador que trajeron como consecuencia las leyes vigentes actuales y la creación de órganos reguladores y asociaciones encargadas de la supervisión de las actividades.

En los años 2000 se promulga la ley 18-07 creando el sistema de seguridad social y la aparición de las primeras administradoras de riesgos de salud (ARS). Facilitando el acceso a los servicios médicos de los ciudadanos dominicanos. De esta ley surge la primera ARS del mercado: ARS Humano (Hoy Humano Seguros) iniciado sus operaciones luego en 2002. Durante este periodo se creó la asociación dominicana de administradoras de riesgos de salud (ADARS) para apoyar y regular las actividades de todas las ARS que comenzaron sus funcionamientos posteriores a su creación

2.2.3 Compañías en el sector

Humano Seguros	ARS Simag
Seguros Universal	ARS GMA
ARS Senasa	ARS Yunén
ARS Palic Salud	ARS Metasalud
ARS Futuro	ARS Asemap
ARS Renacer	Medicard
ARS Monumental	ARS Salud Segura
ARS Constitución	ARS CMD
ARS Semma	APS ARS, entre otras

Tabla 1. Compañías en el sector asegurador (Elaboración propia).

2.2.4 Compañías competidoras en seguros internacionales

Humano Seguros	Seguros Reservas
Worldwide Seguros	Seguros Sura
Seguros Universal	La Colonial
BMI Companies	Mapfre BHD
Bupa Dominicana	Aetna Health

Tabla 2. Compañías en el sector asegurador, salud internacional (Elaboración propia).

2.3 Tecnología y el sector asegurador

La revolución tecnológica ha obligado a las aseguradoras a entrar en un mercado cada vez más digital y automatizado. Esta realidad global es la causante en cambios en el comportamiento de los consumidores y a su vez en cómo se gestionan los servicios.

El rol de las aseguradoras hace unos años fue incrementar las primas y la cantidad de seguros anuales presentes. Aunque sigue siendo así, este enfoque tecnológico ha obligado a mirar mucho más a la satisfacción de los clientes y hacia encontrar nuevas formas de procesar sus servicios y conectar con ellos.

En el sector salud la mayoría cuenta con sistemas de información donde almacenan las informaciones de sus pólizas. Estos sistemas están integrados con el sistema general de la compañía y son gestionados por los colaboradores. Este sistema puede contener numerosas funciones que facilitan la gestión de servicios y que cada vez se encuentran siendo automatizados.

Desde las consultas de asegurados, cobros, modificaciones, autorizaciones, endosos hasta informes de servicios, todo se encuentra en un sistema integrado que es manejado por parámetros de coberturas.

Dichos sistemas se integran en otras herramientas como oficinas virtuales, aplicaciones móviles o stand de servicios para ofrecer lo requerido de una forma más ágil y seguro.

El impacto tecnológico no solo se limita a los sistemas de información, sino también a la interacción digital con sus clientes. Y es que las redes sociales, oficinas virtuales y otros canales electrónicos cada vez toman más fuerza en este mercado.

Mario Ochoa (2018)- Director de Data para Microsoft Latinoamérica nos dice: “El panorama de ventas de seguros muestra que: el 71 % de los compradores están dispuestos a adquirir seguros en línea; el 37 % usaron teléfonos inteligentes y el 46 % tabletas para interactuar con sus aseguradoras; y el 48 % tiene en cuenta los comentarios que se dejaron en los medios sociales cuando se trata de comprar seguros“.

Las aseguradoras presenta un nuevo reto: Ser ágiles. Sus clientes cada vez más están digitalizados y por esto es la constante búsqueda de mejoras a los sistemas. Desde sistemas de reembolsos automáticas, adquisición de pólizas vía web o autorizaciones de servicios vía aplicaciones móviles, todo es una constante búsqueda de mejoras para satisfacer las necesidades de sus clientes.

Es este orden, podemos concretar que el servicio y el sistema tecnológico es la base del éxito del sector. En una rama como la salud donde los servicios deben ser ofrecidos rápido y con la cobertura exacta, es importante resaltar la importancia de crear mejoras en los sistemas que automaticen la gestión de los servicios. De esta forma se elevará el nivel de satisfacción y la valoración de la marca en el mercado.

2.3.1 Automatización de los procesos

En la sociedad actual cada vez son más las empresas que optan por migrar de lo tradicional a lo tecnológico, con el objetivo no solo de estar a la vanguardia sino también de lograr una mejor eficiencia en su labor ahorrando pagos de mano de obra y tiempo. Según Kalpakjian, Schmid (2002) “Se define la automatización, por lo general como un proceso de hacer que las máquinas sigan un orden predeterminado de operaciones con poca o ninguna mano de obra”.

Hasta ahora en nuestro país, sólo 1% de las empresas utiliza la automatización o robótica para el desarrollo de sus procesos productivos, cuando en América Latina el porcentaje es cinco veces mayor (5.7%), según el estudio “Tendencias globales de capital humano 2018” realizado por la firma Deloitte.

Al ofrecer los resultados del estudio hecho por la consultora, Sofía Calderón, una de las socias de la misma explicó que lo más importante es que entendamos que robótica no es robot como tal, sino que la automatización de procesos es accesible ya. La robótica o automatización es una fuerza de trabajo que no necesariamente tiene que reemplazar a las personas en las organizaciones, sino que por el contrario hay que potenciar habilidades en los recursos humanos para que puedan interactuar con la máquina.

En el caso de Grupo Humano, cuentan con medios tecnológicos que han ayudado a la automatización de los sistemas de manera paulatina, un uso efectivo de estas vías garantiza el rendimiento de la cuantiosa inversión que significa la implementación de sistemas automáticos en cualquier compañía. Con el uso de las herramientas tecnológicas y lo que esta simboliza en la vida de los usuarios, es un factor determinante para el éxito de las empresas contar con un buen manejo de las mismas. “No es raro encontrar proyectos o

procesos tecnológicos en los que un alto grado de automatización es considerado como un factor importante de éxito”. (Sánchez Ávila, 2014).

2.3.2 Las autorizaciones médicas

Para la realización de procedimientos médicos, estudios, servicios o medicamentos, la clínica, hospital y farmacia necesitan aprobación con anticipación para que el plan cubra de manera parcial o total los costos.

Humano Seguro no es la excepción, como todas las aseguradoras, el proceso de autorización es fundamental. Siendo una empresa a la vanguardia cuenta con las siguientes vías de autorización:

- Centro de atención al cliente vía telefónica
- Visita oficina o un stand de servicio
- Autorizaciones en Línea
- Aplicación Virtual

Cada empresa cuenta con un conjunto de normas diferentes al momento de realizar un proceso de autorización de prestaciones y servicios tomando en cuenta la relación costo, beneficio, entre otros elementos. Mientras más eficiente sea el sistema de autorizaciones mayor será la satisfacción de los clientes, de la misma forma se facilita la gestión de todo el personal de la empresa y de la compañía como tal.

La Dra. Laura Cartuccia (2008) expresó algunos puntos en los que el sistema informático tiende a facilitar la tarea del auditor que dirige o controla el sistema de autorizaciones automático o en línea:

- Mejoran el nivel del servicio, con dominio total de la situación
- Evitan el calvario administrativo al usuario
- Reducen los costos administrativos

- Aumentan sensiblemente el control
- Incrementan la eficacia y la eficiencia de la auditoría médica
- Verifican la cobertura y su estado
- Minimizan el volumen de prestaciones rechazadas y los costos que esto implica
- Aumentan la eficiencia del servicio de los prestadores.

2.4 Conceptualización

Los clientes de las organizaciones forman parte integral del sistema de información de la misma. Para poder ofrecer este servicio dicho sistema debe estar integrado con plataformas de acceso a los servicios contratados por sus clientes. Para el sector asegurador esto implica la implantación de una plataforma en donde cada cliente puede realizar:

- Póliza de seguro contratada
- Realización de solicitudes
- Consultas de coberturas
- Consultas de reclamaciones
- Realizar pagos
- Consulta de medicamentos
- Red de prestadores

Se forma mediante la integración del departamento de servicio al cliente, operaciones y tecnología. Se evalúa la estructura de planes, la estructura de servicio actual y la plataforma en donde será implementado. Hoy en día se cuentan con las aplicaciones móviles donde cada cliente puede interactuar con estas variables. Sin embargo, no está creado un sistema automático donde la inyección sea solo del cliente y el sistema.

2.5 Contextualización

El sector asegurador de la República Dominicana se ha convertido en uno de los más fuertes de la economía nacional. En los últimos años dicho sector ha experimentado un crecimiento sostenido. Está conformado por 29 empresas que hasta hace poco eran 38 las compañías que competían en el mercado. Siendo Humano Seguros la aseguradora con mayor participación en el mercado con un total de 45% (Severino, 2018).

Órgano Regulador: La Superintendencia de Seguros de la República Dominicana (www.superseguro.gov.do) tiene a su cargo la administración y aplicación del régimen legal de las compañías aseguradoras y reaseguradoras en el país.

Marco Legal: La Ley No. 146-02 rige todas las operaciones de seguros, reaseguros y fianzas realizadas en la República Dominicana.

Humano Seguros es un grupo asegurador con una trayectoria de más de 17 años de excelencia e innovación en la creación de soluciones completas y a la medida para sus clientes.

Brinda una oferta integral de seguros a través de dos grandes compañías:

- **Primera ARS de Humano**, enfocada en el bienestar y protección de los clientes y afiliados del Sistema Dominicano de la Seguridad Social.
- **Humano Seguros**, especialistas en seguros de personas, seguros generales y fianzas, asegurando protección de la familia completa y de sus bienes.

Posicionamiento de las empresas de Grupo Humano en el mercado asegurador de la República Dominicana:

Humano Seguros mantiene el liderazgo en el sector de la Seguridad Social con un 45% de participación en el mercado de las ARS privadas y 33% del total del mercado.

Visión

Ser la empresa más admirada de la República Dominicana.

Propósito

En Humano aseguramos el bienestar de las personas.

Principios

Pasión por el servicio, Solidaridad, Integridad, Trato humano, Visión y Liderazgo,

Orientación a resultados, Sostenibilidad

Ubicación:

Av. Lope de Vega #36, Piantini - Santo Domingo, República Dominicana

Travel Ace Assistance: es una empresa que forma parte del Grupo Asegurador Zurich fundado en Suiza, el cual es uno de los proveedores de seguros y asistencia al viajero líderes del mundo.

Capítulo 3: Marco Metodológico

3.1 Metodología de la investigación

Metodología es el estudio crítico del método. Método es la sucesión de pasos ligados entre sí con un propósito (Pardinas, 1989). La metodología de la investigación hace referencia a un conjunto de técnicas de origen científico aplicadas a un objeto de estudio, con el objetivo de arrojar resultados sobre la problemática expuesta. La manera en que se logra el desarrollo del tema de estudio que incluyen desde la perspectiva del tipo, diseño, objetivos y fases de la investigación; así mismo, se deben agregar las fuentes de información para establecer el contexto del estudio.

3.1.1 Base metodológica

Cuando se habla de bases se hace referencia al fundamento sobre los que descansa una cosa y/o sobre los que se eleva una estructura, ya sea física o mental.

Con metodología nos referimos a un conjunto de bases de carácter general que permitan asentar sobre ellas cualquier tipo de conocimiento, aquellas bases en las que se apoya el conocimiento y el dominio de los métodos, los cuales son el medio o camino que debemos utilizar para lograr un fin determinado.

“Al consultar una base de datos, sólo nos interesan las referencias que se relacionen estrechamente con el problema específico que vamos a investigar”. Sampieri, 2014.

3.1.2 La investigación

“La investigación es un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno o problema” Sampieri, 2014.

Toda investigación incluye recopilación de datos, información y hechos utilizados para el avance del conocimiento. Cuando se investiga, se llevan a cabo diferentes acciones y se implementan estrategias con el fin de descubrir, explicar y/o resolver una situación de interés.

La investigación es la base del conocimiento científico, aunque no toda investigación es científica en sí, para lograrlo la investigación debe de realizarse de forma sistemática, con objetivos claros y debe de partir de cuestiones que puedan ser comprobadas y replicadas. Así mismo, los resultados deber ser analizados objetivamente y teniendo en cuenta las diferentes variables que puedan intervenir y afectar al fenómeno estudiado.

3.2 Diseño metodológico

La mayor parte de los autores describen y explican las diferencias entre las características de los métodos de investigación tanto cuantitativos como cualitativos. El método cuantitativo refiere en aspectos numéricos, en datos cuantificables que permitan obtener resultados y opiniones en base a números. Es decir, "busca medir variables con referencia a magnitudes. Tradicionalmente se ha venido aplicando con éxito en investigaciones de tipo experimental, descriptivo, explicativo y exploratorio, aunque no exclusivamente" (Niño, 2011).

La investigación cualitativa hace referencia a la cualidad del objeto de estudio, a la descripción por medio de las características de la situación de estudio, llegar a conclusiones sin utilizar fuentes numéricas. Este método toma como misión recolectar y analizar la información en todas las formas posibles, exceptuando la numérica. Tiende a centrarse en la exploración de un limitado pero detallado número de casos o ejemplos que se consideran interesantes o esclarecedores, y su meta es lograr `profundidad` y no `amplitud`. (Blaxter, 2000).

La investigación es cualitativa debido a que está orientada a analizar como el servicio al cliente actual afecta la satisfacción de los clientes de salud internacional de la compañía. Llegaremos a conclusiones basándonos en características no en fuentes numéricas.

Tomando en cuenta la situación actual se pretende analizar la factibilidad de una implementación de una plataforma tecnológica que permita mejorar el servicio. Para lo cual, utilizaremos diferentes técnicas y herramientas en el análisis para el desarrollo de la investigación, entre estas la entrevista, la observación, la encuesta, entre otras.

3.2.1 Tipo de investigación

Desde la perspectiva de Yin 1994, citado en Cereceres 2003 los estudios de caso se clasifican en tres tipos:

- Exploratorio: que a veces es considerado el preludio de una investigación social.
- Explicativo: que puede ser utilizado como causa de una investigación.
- Descriptivo: que requiere de una teoría descriptiva para ser desarrollado antes de iniciar el proyecto.

Aunque bien es cierto, la clasificación anterior varía dependiendo del autor y la fuente, algunos mencionan de 10 a 15 tipos de investigación tomando en cuenta diferentes variantes.

Esta investigación es exploratoria, descriptiva y analítica.

- Exploratoria, debido a que se conocerá el nivel de satisfacción de los clientes que han adquirido el servicio de salud internacional.
- Descriptiva, porque se detalla el proceso que involucra el cliente, la plataforma tecnológica existente y el servicio al cliente brindado por el personal de Grupo Humano a la respuesta de las solicitudes, adquisición del producto, retrasos, cancelaciones, etc.
- Analítica, porque observaremos las causas y los efectos del servicio brindado, además de analizar la raíz del problema y buscar la posible solución al mismo.

3.2.2 Localización: delimitación en tiempo y espacio

La delimitación espacial hace referencia al lugar (área geográfica) en donde se está llevando a cabo la investigación. El departamento encargado de Salud Internacional (en el

cual se centra nuestra investigación) se encuentra en el primer piso del Campus Humano ubicado en la Av. John F. Kennedy, Santo Domingo, República Dominicana.

La delimitación temporal refiere al periodo de tiempo de la procedencia de los datos a utilizar en la investigación. Para este estudio se ha recopilado información desde enero del año 2018, hasta la fecha. Siendo las encuestas del pasado año y del actual, y las entrevistas solo del año en curso.

3.2.3 Población y muestra

Para realizar cualquier tipo de investigación es necesario elegir una serie de factores los cuales serán determinantes al momento determinar la veracidad de la misma. Entre estos podemos mencionar la población y la muestra a elegir. Algunos estudios no se realizan a una muestra, sino que se incluye el total de la población o universo, sin embargo por cuestiones de ahorro de tiempo y dinero, es lo más común que se tome en cuenta una muestra.

La población es un grupo de elementos o casos, ya sean individuos, objetos o acontecimientos, que se ajustan a criterios específicos y para los que pretendemos generalizar los resultados de la investigación (Macmillan, Schumacher, 2005). Por otra parte, la muestra es un subgrupo del universo o población del cual se recolectan los datos y que debe ser representativo de ésta (Sampieri, 2014).

Según Sampieri (2014) “muestrear” es el acto de seleccionar un subconjunto de un conjunto mayor, universo o población de interés para recolectar datos a fin de responder a un planteamiento de un problema de investigación. Asimismo, cuando se determina la muestra en una investigación se toman dos decisiones fundamentales: la manera cómo van a seleccionarse los casos (participantes, eventos, episodios, organizaciones, productos, etc.) y el número de casos a incluir (tamaño de muestra).

Según (López, 2010) Cada elemento del universo tiene una probabilidad conocida y no nula de figurar en la muestra, es decir, todos los elementos del universo pueden formar parte de la muestra. Los métodos de muestreo probabilístico son aquellos que se basan en el principio de equiprobabilidad. Es decir, aquellos en los que todos los elementos del universo tienen la misma probabilidad de ser elegidos para formar parte de la muestra. El muestreo no probabilístico es una técnica donde las muestras se recogen en un proceso que no brinda a todos los individuos de la población iguales oportunidades de ser seleccionados (Cuesta, 2009).

Para el presente estudio se utilizara un muestreo no probabilístico, y dentro del mismo el muestreo por conveniencia debido a que seleccionaremos a los individuos que conviene para la investigación y la toma de la muestra.

Los criterios de selección de la muestra fueron los siguientes:

- Residir en República Dominicana.
- Tener un seguro de salud internacional con Humano Seguros.
- Haber utilizado el servicio.

3.2.4 Técnicas de investigación

Por ser una investigación de carácter cualitativa, contaremos las siguientes herramientas: La observación, es el primer método utilizado en la investigación, seguido por la encuesta, la cual nos permitirá conocer el grado de satisfacción de los clientes y la entrevista a ejecutivos de la entidad de las áreas involucradas en nuestro estudio (tecnología, relaciones públicas y costos).

Observación: Puede definirse la observación científica como "una técnica de recolección de información consistente en la inspección y estudio de las cosas o hechos tal como acontecen en la realidad (natural o social) mediante el empleo de los sentidos (con o sin ayuda de soportes tecnológicos), conforme a las exigencias de la investigación

científica y a partir de las categorías perspectivas construidas a partir y por las teorías científicas que utiliza el investigador” (Yuni, Urbano 2006).

Encuesta: en esta técnica de investigación, son las personas las que brindan la información al investigador, el cual elabora un cuestionario relacionado con el estudio. Es una de las técnicas más utilizadas.

Según Alvira Martin, (2011) “La encuesta presenta dos características básicas que la distinguen del resto del resto de los métodos de captura de información: 1. Recoge información proporcionada verbalmente o por escrito por un informante mediante un cuestionario estructurado. 2. Utiliza muestras de la población objeto de estudio”.

Entrevista: esta se lleva a cabo mediante una conversación profesional, en la cual, el investigador obtiene información del entrevistado. En esta interacción los autores expresan sus ideas, experiencias y creencias a quien realiza el estudio, dando así una perspectiva real sobre el tema.

“La entrevista es una técnica, que como muchas otras, viene a satisfacer los requerimientos de interacción personal que la civilización ha originado. El término entrevista proviene del francés *Entrevoir*, que significa *verse uno al otro*”. Acevedo Ibáñez, López Martín, 1986.

3.2.5 Fuentes de recolección de información

Para la realización de la investigación las fuentes de recolección de datos pueden ser: primarias y secundarias.

Las referencias o fuentes primarias proporcionan datos de primera mano, pues se trata de documentos que incluyen los resultados de los estudios correspondientes. Ejemplos de fuentes primarias son: libros, antologías, artículos de publicaciones periódicas, monografías, tesis y disertaciones, documentos oficiales, reportes de asociaciones, trabajos presentados en conferencias o seminarios, artículos periodísticos, testimonios de expertos,

documentales, videocintas en diferentes formatos, foros y páginas en internet, etcétera (Sampieri, 2014). Dentro de esta categoría nuestra investigación obtuvo información de libros, tesis de maestrías, encuestas realizadas, las entrevistas con los ejecutivos de las áreas involucradas, etc.

Las fuentes secundarias tienen como principio recopilar, resumir y reorganizar información contenida en las fuentes primarias. Fueron creadas para facilitar el proceso de consulta, agilizando el acceso un mayor número de fuentes en un menor tiempo (Replinger, 2017). Dentro de esta categoría podemos mencionar que nuestra investigación contiene informes de la compañía aseguradora, artículos sobre estudios relacionados al tema de investigación, consultas a enciclopedias, etc.

3.2.6 Procedimientos estadísticos para el análisis de los resultados

Según Kerlinger, el análisis de datos es el precedente para la actividad de interpretación. La interpretación se realiza en términos de los resultados de la investigación. Esta actividad consiste en establecer inferencias sobre las relaciones entre las variables estudiadas para extraer conclusiones y recomendaciones. Analizar significa establecer categorías, ordenar, manipular y resumir los datos (Avila Baray, H.L. 2006).

Capítulo 4: Presentación y discusión de los resultados

4.1 Presentación

Este capítulo compone de la presentación de los resultados que se han obtenidos mediante la utilización y aplicación de los métodos de investigación: Observación, encuesta y entrevistas realizadas y obtenidos de los clientes de salud internacional, como de también los gerentes y el personal que infieren en las diferentes áreas que se involucran.

4.1.1 Encuesta de satisfacción de clientes Buen Viaje (Seguro internacional):

Cada año Humano Seguros, preocupado por la satisfacción de sus clientes y la mejora continua de sus servicios, realiza encuestas para conocer el nivel de satisfacción tanto de los clientes con seguros nacionales como con los usuarios del seguro internacional. A continuación la encuesta realizada durante el 2018 a los clientes que adquirieron los beneficios del seguro Buen Viaje.

Clientes contactados	17
Clientes no contactados	53
Total clientes con seguros Buen Viaje	70

Tabla 3. Clientes contactados (Encuesta grupo humano 2018).

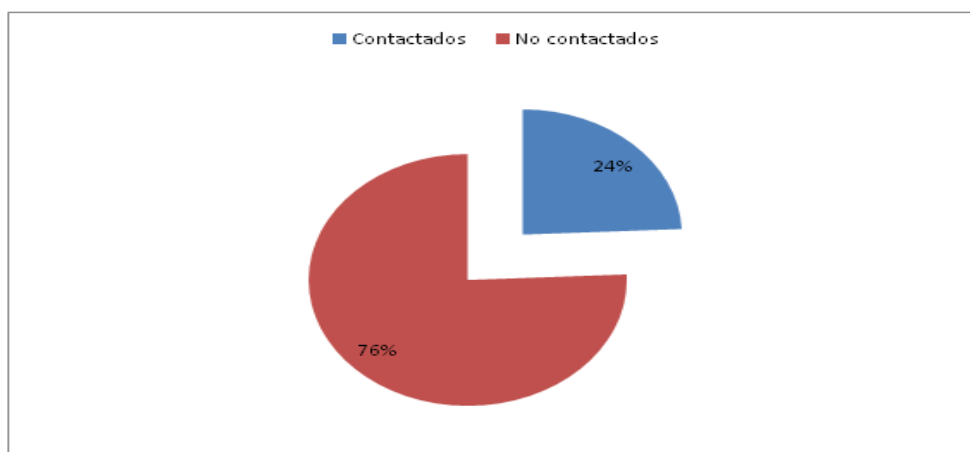


Figura 1. Clientes contactados (Encuesta grupo humano 2018).

1. ¿Cuál es su nivel de satisfacción general con respecto a su seguro de viaje?

	Cantidad de clientes
Bueno	6
Muy bueno	6
Malo	3
Muy malo	1
Regular	1

Tabla 4. Nivel de satisfacción con respecto a su seguro de viaje (Encuesta grupo humano 2018).

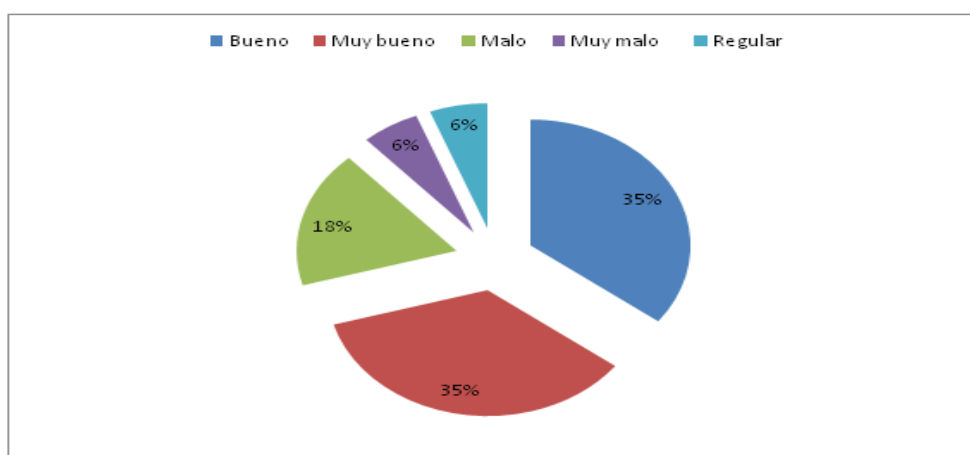


Figura 2. Nivel de satisfacción con respecto a su seguro de viaje (Encuesta grupo humano 2018).

2. Al momento que ocurrió su emergencia, ¿Contaba con la información necesaria para saber cómo actuar?

	Cientes
Si	10
No	7

Tabla 5. Contaba con la información necesaria para saber cómo actuar (Encuesta grupo humano 2018).

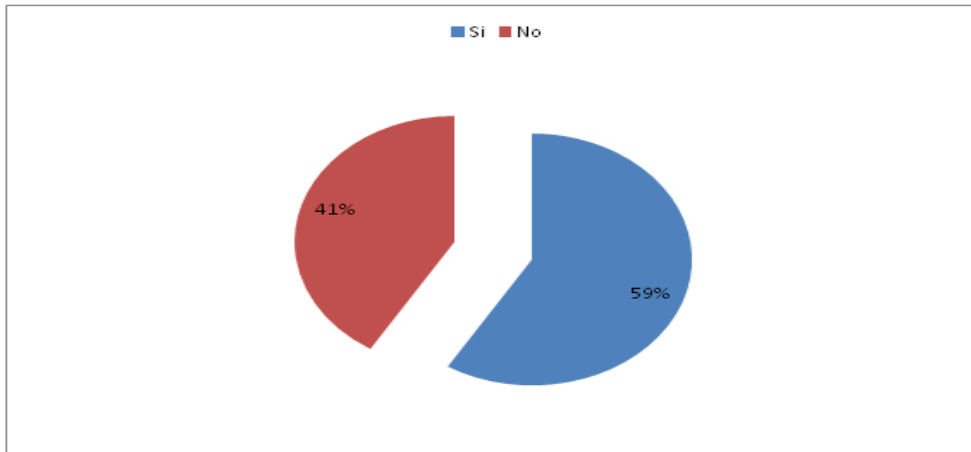


Figura 3. Contaba con la información necesaria para saber cómo actuar (Encuesta grupo humano 2018).

3. ¿Qué tan fácil fue contactar a su proveedor de servicio de asistencia?

	Cientes
Muy fácil	4
Fácil	10
Difícil	1
Muy difícil	2

Tabla 6. Dificultad para contactar a su proveedor de servicio de asistencia (Encuesta grupo humano 2018)

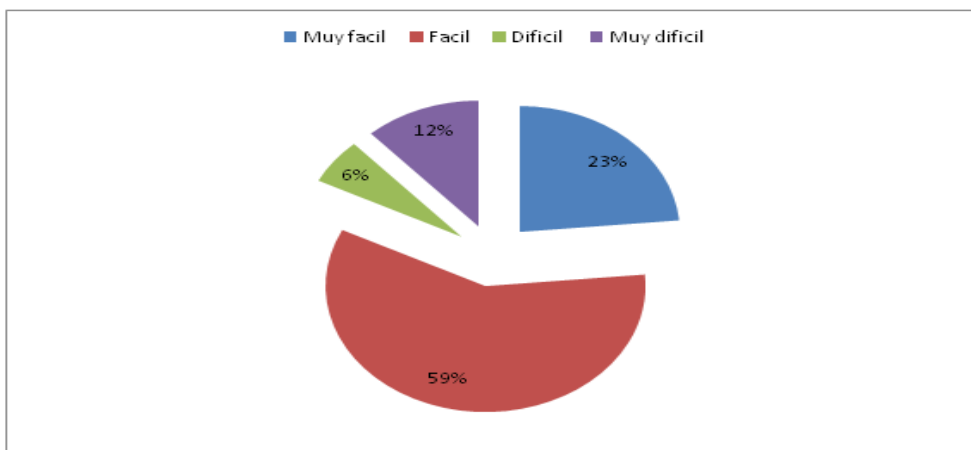


Figura 4. Dificultad para contactar a su proveedor de servicio de asistencia (Encuesta grupo humano 2018)

4. ¿Qué tan satisfecho se sintió con la respuesta brindada por el personal de asistencia (Travel Ace)?

	Cientes
Muy satisfecho	7
Satisfecho	4
Insatisfecho	2
Muy insatisfecho	3
Regular	1

Tabla 7. Nivel de satisfacción con la respuesta brindada por el personal de asistencia (Encuesta grupo humano 2018).

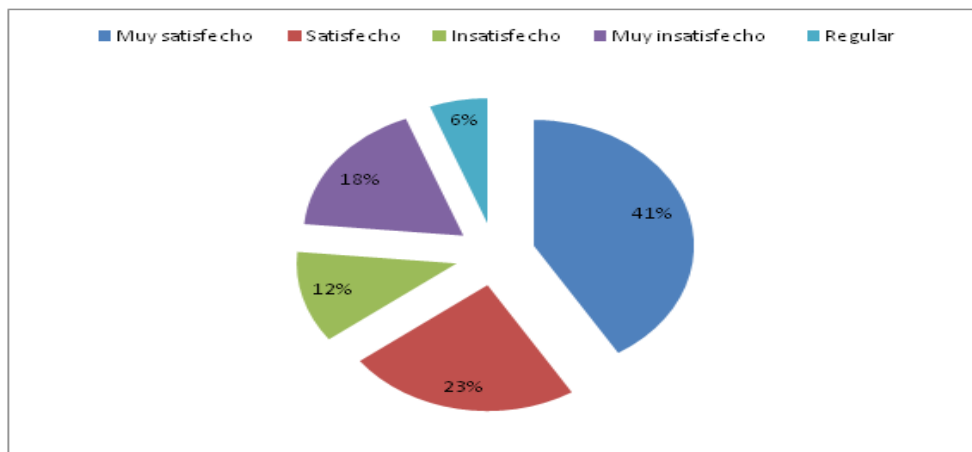


Figura 5. Nivel de satisfacción con la respuesta brindada por el personal de asistencia (Encuesta grupo humano 2018).

5. En una escala de 0 a 10, donde 10 representa la puntuación más alta, ¿Qué tan dispuesto estaría en recomendar el seguro Buen Viaje de Humano a amigos y familiares?

	Cientes
Promotores	10
Pasivos	2
Detractores	5

Tabla 8. Disposición de recomendar el seguro Buen Viaje de Humano a amigos y familiares (Encuesta grupo humano 2018).

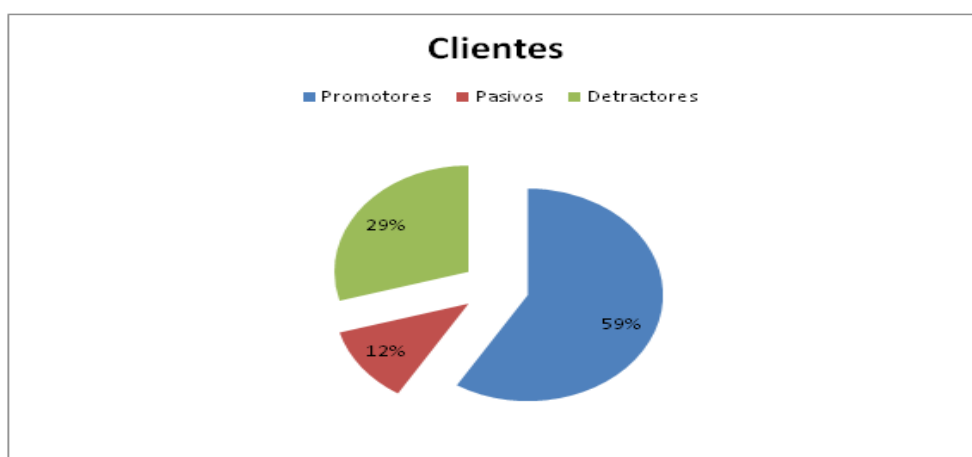


Figura 6. Disposición de recomendar el seguro Buen Viaje de Humano a amigos y familiares (Encuesta grupo humano 2018).

4.1.2 Principales comentarios de los clientes al llenar dicha encuesta:

- Deben mejorar el tiempo de respuesta, se tarde mucho para autorizar.
- Sigam brindando un excelente servicio
- Suministrar listado de los hospitales para no esperar tanto tiempo
- Contar con médicos especialistas
- Proceso demasiado largo, deben aprobar en cualquier hospital porque es una emergencia.
- Tuve que llamar varias veces para que el seguro autorizada
- No me quisieron atender con el seguro

- Deben indicar que cubre el seguro, porque pensaba que cubría todo.

4.1.3. Encuesta 2: Utilización de las vías de autorización

Humano Seguros ha desarrollado diferentes vías de autorización para facilitar el acceso de los clientes, sin embargo, surgen preguntas sobre dichas vías, el conocimiento que tienen los usuarios sobre las mismas y la utilización que le dan, es por lo cual decidimos hacer la siguiente encuesta sobre el uso de las vías de autorización durante el año en curso (2019). Teniendo acceso a un listado de 58 clientes, de los cuales pudimos conversar con 21.

Contactados	21
No contactados	37
Total de clientes	58

Tabla 9. Clientes contactados (Elaboración propia).

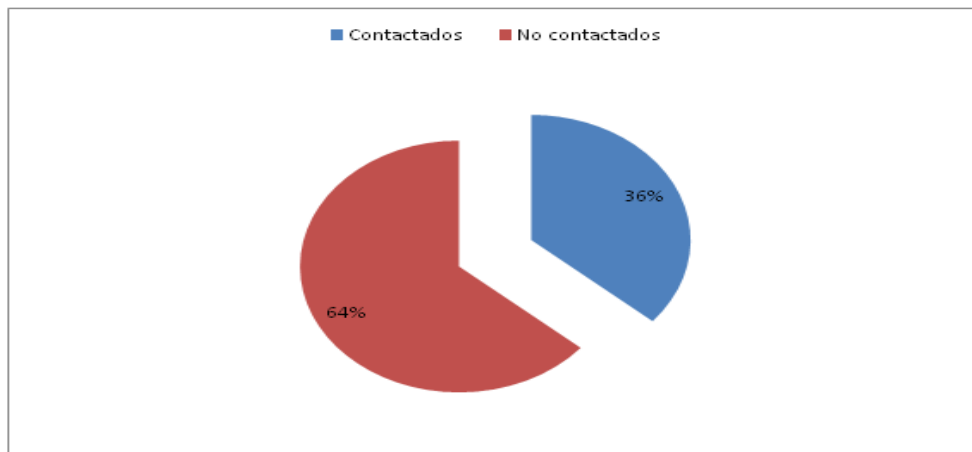


Figura 7. Clientes contactados (Elaboración propia).

1. Al momento de su emergencia, ¿Cómo se pudo autorizar su procedimiento?

	Cientes
Vía telefónica	11
Asistiendo al stand de humano en el centro de salud	6
A través de la plataforma virtual	3
A través de la aplicación	1

Tabla 10. Utilización de las vías de autorización (Elaboración propia, programa: Excel)

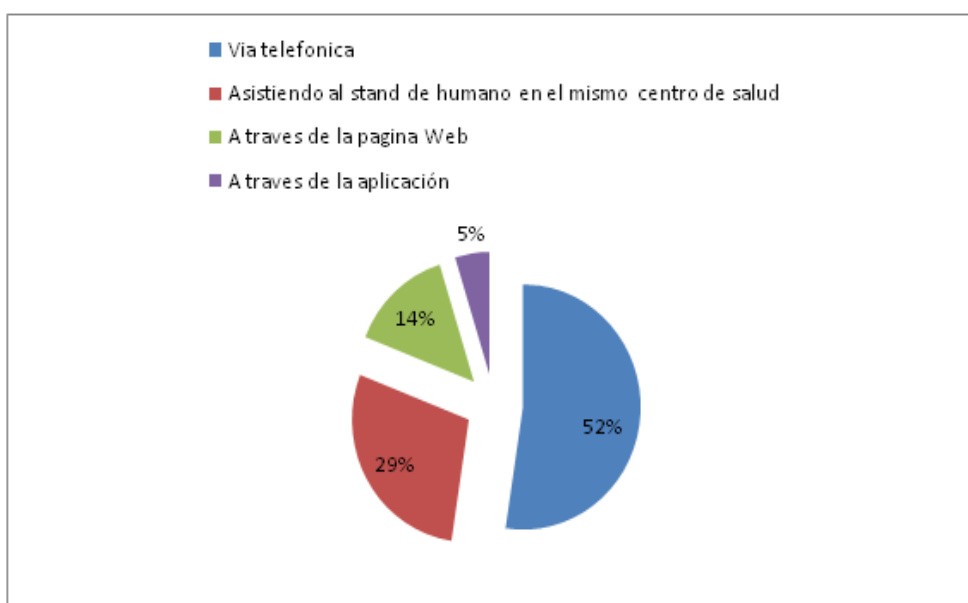


Figura 8. Utilización de las vías de autorización (Elaboración propia, programa: Word).

2. ¿Tiene la aplicación para autorización en su celular?

	Cientes
No	17
Si	4

Tabla 11. Tiene la aplicación para autorización en su celular (Elaboración propia, programa: Excel).

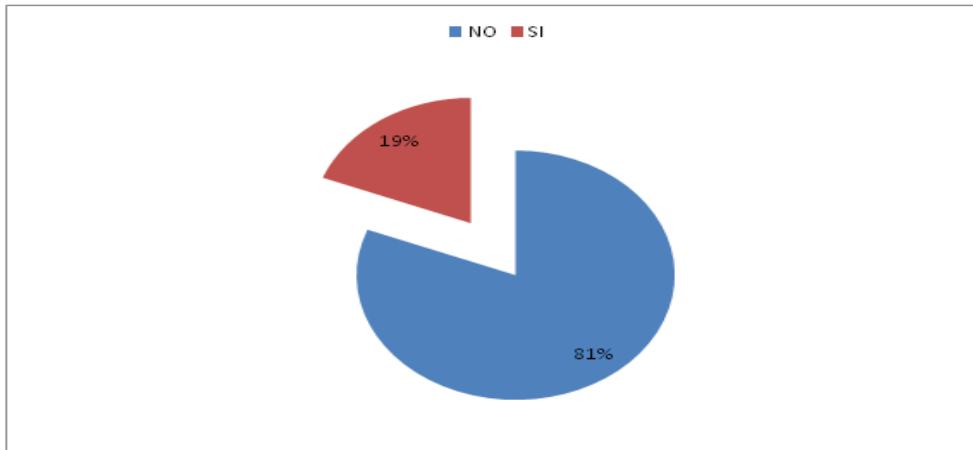


Figura 9. Tiene la aplicación para autorización en su celular (Elaboración propia).

3. ¿Ha utilizado la aplicación?

Si	3
No	18

Tabla 12. Utilización de la aplicación (Elaboración propia, programa: Excel).

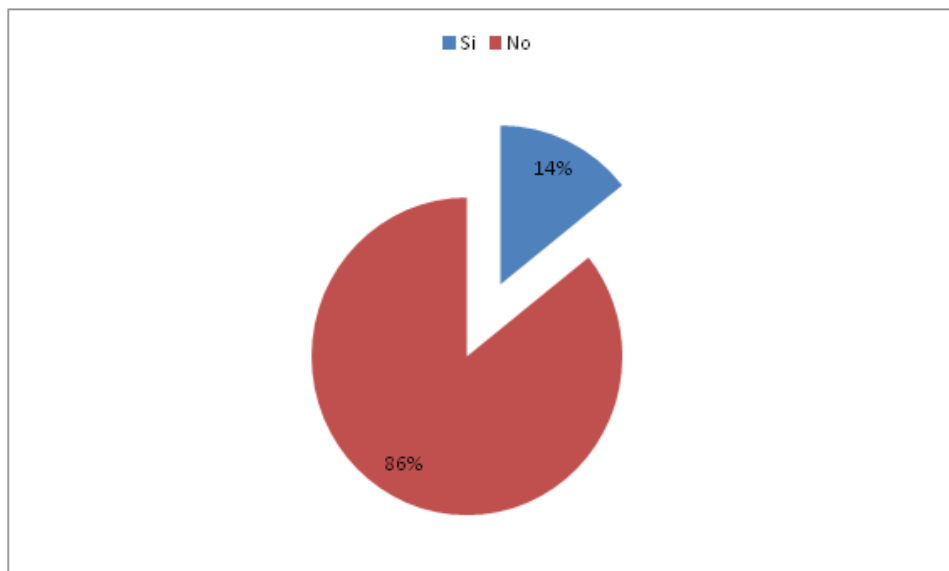


Figura 10. Utilización de la aplicación (Elaboración propia, programa: Word).

4. ¿Cuál considera usted es la vía más rápida para realizar la autorización?

	Cientes
Asistiendo al Stand de Humano en el centro de salud	15
Asistencia vía telefónica	4
Aplicación	2
Página web	0

Tabla 13. Vía más rápida para realizar una autorización (Elaboración propia).

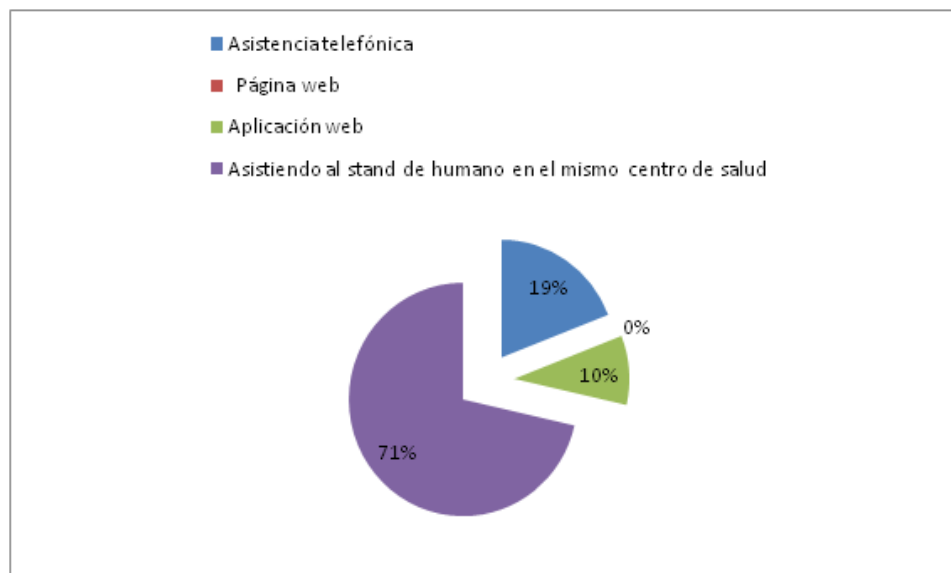


Figura 11. Vía más rápida para realizar una autorización (Elaboración propia, programa: Word).

5. ¿Cómo considera que es el proceso de autorización en general?

	Cientes
Adecuado	9
Inadecuado	12

Tabla 14. Calificación del proceso en general (Elaboración propia, programa: Excel).

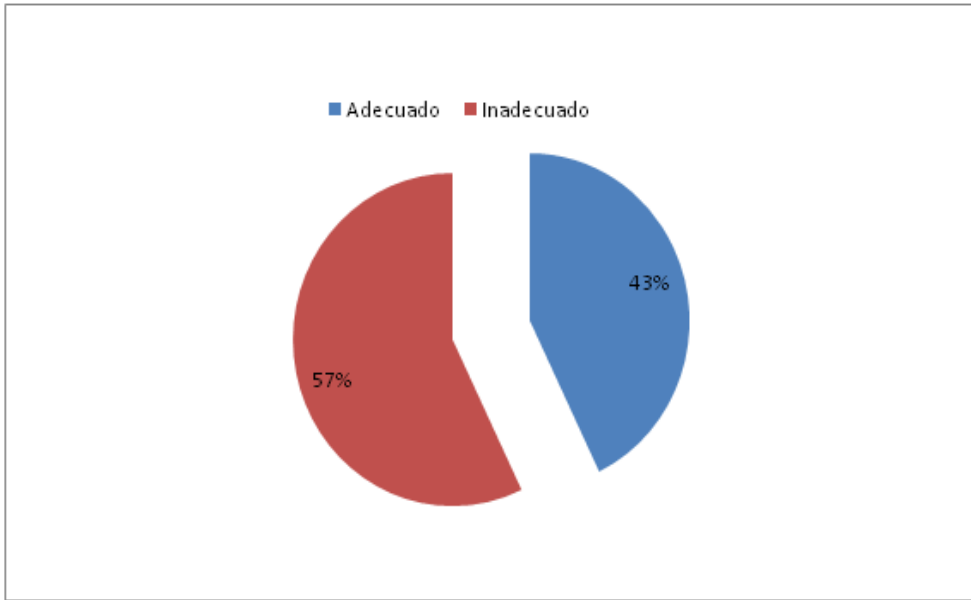


Figura 12. Calificación del proceso en general (Elaboración propia, programa: Word).

6. ¿Quedó satisfecho con el servicio obtenido?

	Cientes
Si	9
No	12

Tabla 15. Satisfacción con el servicio obtenido (Elaboración propia, programa: Excel).

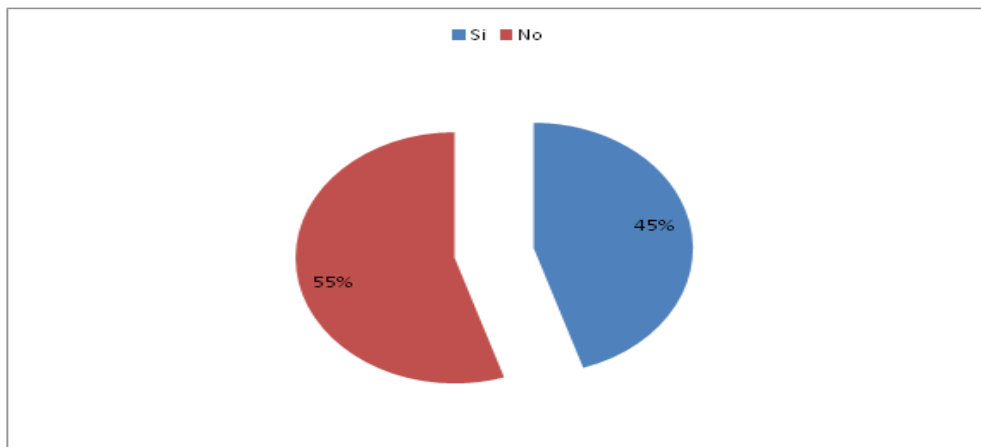


Figura 13. Satisfacción con el servicio obtenido (Elaboración propia, programa: Word).

4.1.4 Principales comentarios de los clientes al llenar dicha encuesta:

- El servicio de autorización es muy lento
- No teníamos información sobre la aplicación
- Si sabíamos de la aplicación, sin embargo, no nos guiaron en la utilización de la misma.

4.1.5 Entrevistas a ejecutivos o directores de áreas involucradas en el uso de los canales digitales y servicios al cliente internacional

Entrevista 1: Gerente Centro de contacto (Call Center)

1. ¿Cuál es su percepción actual respecto al sistema de autorización internacional?

Basándome en mi experiencia, el tiempo de respuesta es de 24 a 48 horas y se ha cumplido con el tiempo siendo uno de los plazos más rápidos y menos complejos que tenemos.

2. ¿Considera que los clientes tiene fácil acceso a sus servicios de autorizaciones?

Si. Se tiene la disponibilidad del app y la oficina virtual por lo que considero que los clientes tienen fácil acceso a poder recibir sus autorizaciones rápido

3. Hablando de los canales electrónicos ¿Cree que el app y/o la oficina virtual están facilitando el acceso a los servicios?

Claro. Porque los asegurados ya no tienen la necesidad de desplazarse a una sucursal sumando el tiempo de espera, mientras que desde su casa pueden realizar la solicitud y en 24 horas recibir sus autorizaciones internacionales

4. ¿Que ha escuchado respecto a las opiniones de los clientes sobre estos canales?

En cuanto al uso, los asegurados han tenido una buena experiencia. Pero sin embargo, en los registros de clientes y uso de la aplicación tenemos muchos puntos de mejoras y por esto se tiene un choque de información

5. ¿Considera que el área de servicio al cliente internacional está en línea con las necesidades de los clientes?

Sí, pero parcialmente. Pues sabes que la aplicación es nueva y tiene muchos puntos de mejoras, agregándole mejores formas de solicitar sus servicios

6. ¿Qué mejoras pueden ser realizadas a los canales electrónicos para mejorar la satisfacción de los clientes de cara a las autorizaciones?

Agregarle otros tipos de servicios que puedan ser autorizaciones sin necesidad de ser evaluados por un oficial, pues al momento solo pueden hacer consultas y estudios simples.

Entrevista 2: Gerente de Experiencia de Clientes

1. ¿Cuál es su percepción actual respecto al sistema de autorización internacional?

Realmente el sistema de autorizaciones es uno de los más flexibles del mercado por las vías que tenemos para que puedan realizarlo

2. ¿Considera que los clientes tiene fácil acceso a sus servicios de autorizaciones?

Si. De manera presencial, por el app, por la web, stands de servicios y puntos humanos

3. Hablando de los canales electrónicos ¿Cree que el app y/o la oficina virtual están facilitando el acceso a los servicios?

A nivel de autorización tenemos puntos de mejoras en el tiempo, aunque sí ha facilitado mucho el uso per se puede mejorar la forma en cómo se realiza

4. ¿Que ha escuchado respecto a las opiniones de los clientes sobre estos canales?

Muchas quejas con relación a la creación de usuarios y para solicitar cualquier tipo de servicio debe de hacerlo solo el titular y no sus dependientes

5. ¿Considera que el área de servicio al cliente internacional está en línea con las necesidades de los clientes?

Totalmente, el área de internacional siempre está a la disposición de resolver los problemas que se presentan por el app

6. ¿Qué mejoras pueden ser realizadas a los canales electrónicos para mejorar la satisfacción de los clientes de cara a las autorizaciones?

Modificar las formas de autorizar y que los clientes que son dependientes tengan acceso a poder realizarlas.

Entrevista 3: Gerente Senior de desarrollo web

1. ¿Cuál es su percepción actual respecto al sistema de autorización internacional?

Es un sistema ágil con respuesta rápida y efectiva para el cliente en todos sus canales

2. ¿Considera que los clientes tiene fácil acceso a sus servicios de autorizaciones?

Si, totalmente, pues la empresa ha implementado la herramienta del app para facilitarles una mayor accesibilidad a sus solicitudes

3. Hablando de los canales electrónicos ¿Cree que el app y/o la oficina virtual están facilitando el acceso a los servicios?

Si. Pues posee todas las herramientas necesarias para poder recibir sus autorizaciones

4. ¿Que ha escuchado respecto a las opiniones de los clientes sobre estos canales?

Los clientes hablan de forma positiva pues cada día más procuran el uso de nuestros canales electrónicos como el app, web y oficina virtual

5. ¿Considera que el área de servicio al cliente internacional está en línea con las necesidades de los clientes?

Muy de acuerdo. Posee todo el personal para facilitar los servicios y el uso de los canales

6. ¿Qué mejoras pueden ser realizadas a los canales electrónicos para mejorar la satisfacción de los clientes de cara a las autorizaciones?

Que el tiempo de respuesta sea menor a 24 horas.

Entrevista 4: Gerente Senior de Técnica de salud internacional

1. ¿Cuál es su percepción actual respecto al sistema de autorización internacional?

Entiendo que el sistema tiene muchas debilidades que deben ser corregidas pues no existen con relación entre lo que se necesita para poder autorizar y lo que los oficiales o analistas solicitan

2. ¿Considera que los clientes tiene fácil acceso a sus servicios de autorizaciones?

Si. Porque los canales electrónicos están ahí para su uso. Pero fácil acceder es una cosa y que les sea fácil hacerlo es otra

3. Hablando de los canales electrónicos ¿Cree que el app y/o la oficina virtual están facilitando el acceso a los servicios?

Si. Es una herramienta con un tiempo de 24 horas que es un excelente tiempo de respuesta y es algo que se tiene a la mano

4. ¿Que ha escuchado respecto a las opiniones de los clientes sobre estos canales?

No he escuchado nada la verdad

5. ¿Considera que el área de servicio al cliente internacional está en línea con las necesidades de los clientes?

Si. Pero pudieran estar mejor pero salen a flote

6. ¿Qué mejoras pueden ser realizadas a los canales electrónicos para mejorar la satisfacción de los clientes de cara a las autorizaciones?

Entiendo que no es necesaria ninguna mejora

Entrevista 5: Gerente de Canales Electrónicos

1. ¿Cuál es su percepción actual respecto al sistema de autorización internacional?

El sistema es muy bueno y eficaz en el proceso con los diferentes canales que se tienen a la disposición del cliente

2. ¿Considera que los clientes tiene fácil acceso a sus servicios de autorizaciones?

Así es, más aun con los canales electrónicos que estamos implementando

3. Hablando de los canales electrónicos ¿Cree que el app y/o la oficina virtual están facilitando el acceso a los servicios?

Totalmente. Cada día se realizan mejoras en el uso de la interfaz para poder ofrecer un mejor servicio

4. ¿Que ha escuchado respecto a las opiniones de los clientes sobre estos canales?

Cuando solicitan autorizaciones y reembolsos casi siempre tiene problemas pues indican que tiene retrasos

y es algo complicado. Esto es totalmente percepción de los clientes pero estamos trabajando en ello

5. ¿Considera que el área de servicio al cliente internacional está en línea con las necesidades de los clientes?

Si. El departamento es muy ágil en responder a los requerimientos

6. ¿Qué mejoras pueden ser realizadas a los canales electrónicos para mejor la satisfacción de los clientes de cara a las autorizaciones?

Desde mi punto de vista, puede ofrecer los servicios con menos cantidad de procesos envueltos. Pues una autorización está atada a una documentación que se necesita, pero esto ya es algo más técnico. Yo consideraría muchas mejoras pero estoy atada a las áreas y sus procesos.

Entrevista 6: Gerente de Servicio al Cliente Internacional

1. ¿Cuál es su percepción actual respecto al sistema de autorización internacional?

Excepcional. Nuestro sistema es uno de los más rápidos en el mercado, tiene sus mejoras como todo. Pero en comparación, somos los mejores

2. ¿Considera que los clientes tiene fácil acceso a sus servicios de autorizaciones?

Totalmente. Más ahora con los canales electrónicos. Con los convencionales ya teníamos una gran satisfacción pero ahora es mucho mayor

3. Hablando de los canales electrónicos ¿Cree que el app y/o la oficina virtual están facilitando el acceso a los servicios?

Así es. Ha mejorado mucho el servicio

4. ¿Que ha escuchado respecto a las opiniones de los clientes sobre estos canales?

Positiva. Cada día más personas llaman para registrarse y poder hacer uso

5. ¿Considera que el área de servicio al cliente internacional está en línea con las necesidades de los clientes?

Correcto. Todos aquí estamos alineados con las necesidades de los clientes. Para eso estamos.

6. ¿Qué mejoras pueden ser realizadas a los canales electrónicos para mejor la satisfacción de los clientes de cara a las autorizaciones?

Los tiempos de respuesta pueden mejorar. 24 horas es excelente pero podemos quitar algunos procesos del medio y acortar este tiempo.

4.1.6 Costos aproximado aplicación Humano Seguros

Las aplicaciones y plataformas electrónicas pueden ser herramientas costosas, tanto en su implementación como en el mantenimiento, sin embargo, es indiscutible el nivel de eficiencia que experimentan una vez establecidos estos canales para el servicio de los clientes. Durante la entrevista con el encargado de esta área en Humano Seguros, obtuvimos cierta información referente al costo de la aplicación que actualmente está al servicio de los clientes de todo Grupo Humano.

Para el desarrollo de la aplicación se invierte anualmente US\$64,000. Para las mejoras se invirtieron unos US\$12,000, y en las actualizaciones US\$5,000. En el mantenimiento de la misma el precio varía dependiendo del sistema operativo US\$1,900 iOS y US\$960 Android. Estos costos son anuales y se pagan por horas hombres de trabaja. La hora hombre cuesta US\$200 por cada desarrollador involucrado

4.1.7 Uso de la aplicación durante el primer semestre del año en curso (Enero a Junio 2019)

Humano Seguros actualmente cuenta con 11,345 clientes de salud internacional de los cuales 5,711 usan los servicios de manera frecuente. Durante el primer semestre del año de esos 5,711 solo 79 usaron la aplicación virtual como vía de autorización de sus procedimientos y estudios.

Uso de las vías de autorización	
Usuarios de la aplicación	79
Usuarios otra vía de autorización	5,632
Total usuarios activos	5,711

Tabla 16. Uso de las vías de autorización Enero a Junio 2019, (Elaboración propia, programa: Excel)

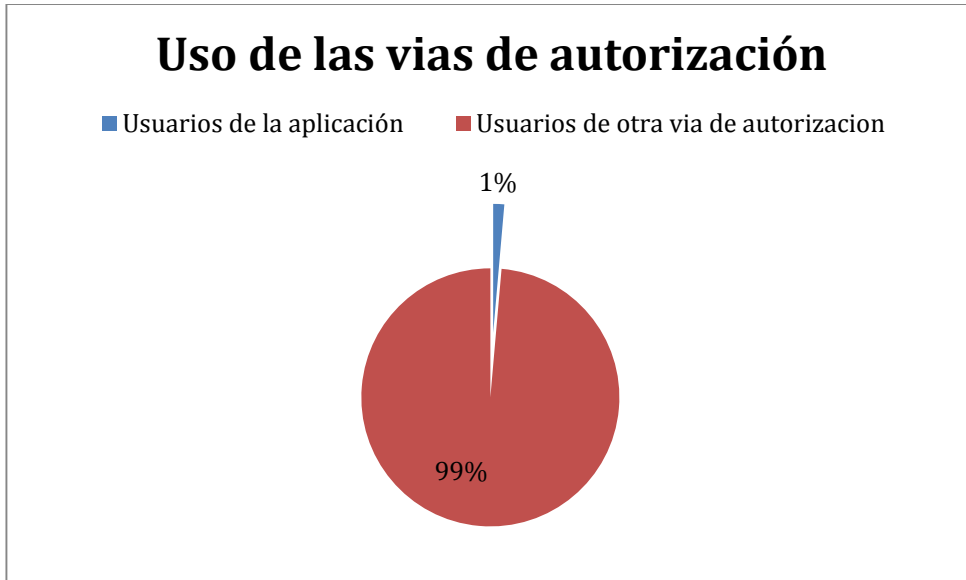


Figura 14. Uso de las vías de autorización Enero a Junio 2019, (Elaboración propia, programa: Word)

	Autorizaciones
Aprobadas	46
Declinadas	33
Total usuarios	79

Tabla 17. Cantidad de autorizaciones aprobadas y declinadas (Elaboración propia, programa: Excel).

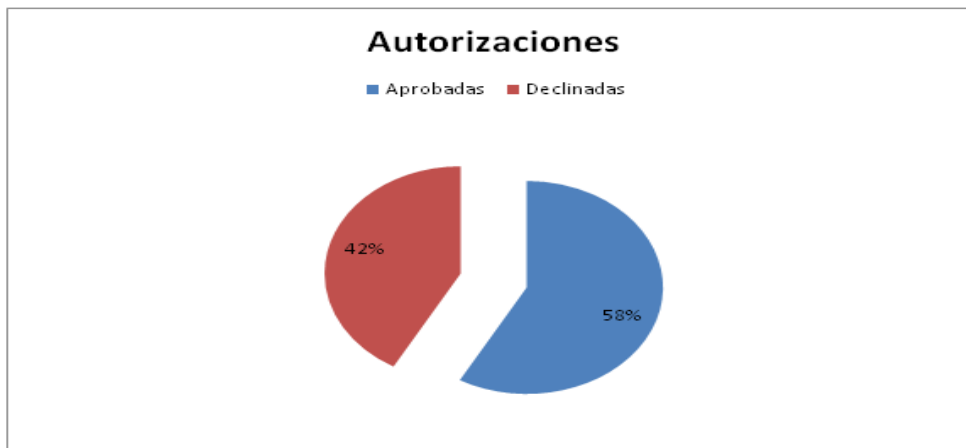


Figura 15. Cantidad de autorizaciones aprobadas y declinadas (Elaboración propia programa: Word).

4.2 Discusión de los resultados

Tener la oportunidad de evaluar ambas partes, nos ha permitido identificar las vertientes de los problemas de investigación.

En primer lugar, tenemos las respuestas de los clientes donde tanto en la encuesta realizada por la compañía, como nuestra propia encuesta. Podemos identificar que el conocimiento de los canales electrónicos (particularmente el app) y también el tiempo de respuestas para sus autorizaciones son los puntos más importantes de estos resultados. Los clientes desconocen o no utilizan los canales electrónicos y aquellos que sí lo hacen (representando una minoría) se quejan por los tiempos prolongados para poder recibir sus autorizaciones de servicio.

De cara a los clientes de internacional, siendo estos un tipo de persona con unas características muy particulares por el tipo de producto que poseen y la clase social a la que pertenecen resultado muy preocupante estos resultados. El cliente de salud internacional es un cliente muy demandante que exige tener sus servicios en el menor tiempo posible y por las vía más fácil.

El uso de los canales electrónicos está precisamente creado para eso y en mayor medida la aplicación móvil. Pero si vemos los resultados podemos identificar que solo la minoría la utiliza (unos por desconocimiento y otros por el tiempo de respuesta). Es por esto que resulta vital mejorar el sistema de servicios de autorizaciones en general y garantizar el uso de los servicios con el menos tiempo de respuesta posible.

Por otra parte, tenemos a las entrevistas realizadas a las personas involucrados en las áreas de la compañía que impactan directamente el sistema de autorizaciones y también los canales electrónicos.

Las respuestas son sorprendentemente diferentes a los clientes. En estas áreas de la compañía, se tiene la percepción de que el sistema de autorizaciones es funcional, rápido y

altamente efectivo, desde la gerencia de servicio al cliente internacional hasta la gerencia de desarrollo web. Tanto el sistema convencional y digital funcionan correctamente. El tiempo de respuesta actual establecido es de 24 horas laborable, sin embargo, ya identificamos que este tiempo aún es corto, no es respetado fielmente o para los clientes aun así sigue siendo un tiempo muy largo para esperar.

En algo que sí casi todos concuerdan en la pregunta no. 6 es que debe de existir una mejora en el tiempo de respuesta y también una mejora en forma de cómo los clientes reciben sus autorizaciones. Para la compañía, el sistema está funcional y el tiempo de 24 horas es real y prudente, pero no han evaluado que para sus clientes estos tiempos se transforman en mensajes de insatisfacción como se han podido ver en los resultados.

En general tuvimos cierta dificultad para obtener información de la compañía, si bien es cierto, se nos facilitó información sobre los costos de la aplicación por año, teníamos el objetivo de establecer una comparación entre los costos de los canales convencionales (personal, local, etc) y los costos de los canales electrónicos, información que no nos fue brindada.

Esta comparación objetiva de los resultados nos ha permitido generar nuestras conclusiones y desarrollar las recomendaciones a los problemas de investigación. En la siguiente parte presentamos las conclusiones detalladas para cada pregunta de investigación y también las recomendaciones finales.

Conclusiones

Al realizar la discusión y análisis de todos los datos obtenidos en la investigación, expondremos las conclusiones de nuestro estudio desglosando cada objetivo previamente establecido.

- **Analizar la experiencia de los clientes de salud internacional desde su solicitud de la autorización hasta la aprobación del procedimiento en Humano Seguros.**

La experiencia de los clientes de salud internacional debe de estar orientada a ofrecer los servicios de una forma rápida y eficaz. Los clientes esperan de la compañía que todos sus solicitudes sean respondidas en el menor tiempo posible, enfocándose no solo en brindar los servicios, sino en que las autorizaciones sean ejecutadas mediante un proceso efectivo en el que el cliente pueda poner su total confianza frente a las situaciones de emergencia, que son a final de cuenta el motivo por el cual adquieren un producto de salud internacional de una compañía de la importancia y reconocimiento como lo es Humano seguros. El proceso de autorizar un estudio o procedimiento puede resultar un poco frustrante para los clientes, no solo debido al tiempo de espera, sino también a la desinformación referente a dichos plazos y a la incertidumbre de saber si será o no aprobada la solicitud.

- **Evaluar la influencia de la automatización del sistema en la calidad de la gestión de los seguros de salud internacional en Humano Seguros.**

La empresa ha proyectado la automatización de sus procesos creando canales electrónicos como parte de las vías para autorizar los estudios y procedimientos médicos. Dichos canales actualmente están en funcionamiento, fueron diseñados para agilizar el proceso de autorización, brindando al cliente la posibilidad de realizarlo a través de una aplicación y de la oficina virtual. Basándonos en los datos obtenidos, podemos asegurar

que los canales electrónicos no están cumpliendo con los requerimientos de los clientes. Esta deficiencia afecta la experiencia del cliente y la calidad en la gestión, si se evalúa las respuestas de los clientes se puede identificar la insatisfacción que estos experimentan. La automatización de los procesos incide positivamente en la calidad de los servicios, siempre y cuando, se realice de una manera objetiva y cumpliendo con todo lo ofrecido al cliente en cuanto a rapidez y efectividad. De lo contrario, la automatización puede ser solo una inversión cuya realización no cumpliría con los objetivos de la misma.

- **Identificar los factores que permiten ofrecer un seguimiento más rápido y de calidad a las solicitudes de seguros internacionales en Humano Seguros.**

Aun teniendo estos canales electrónicos los clientes prefieren utilizar los canales convencionales (presentándose a las oficinas comerciales o a los stand ubicados en las clínicas) lo cual genera también insatisfacción debido a que los clientes deben de movilizarse y dedicar parte de su tiempo en esta labor. Lo anteriormente mencionado es causado por el desconocimiento de la existencia de los canales electrónicos, falta de confianza y la prolongada espera, es por lo cual, que conocimiento de las herramientas electrónicas y la correcta utilización de las mismas, de la mano con un acortamiento de los tiempos de autorización, constituyen los factores principales para ofrecer un servicio más rápido y de calidad.

- **Proponer la implementación de un proceso de mejora al sistema de autorizaciones de seguro internacionales en Humano Seguros.**

La compañía puede que conozca los fallos en el sistema de autorizaciones, sin embargo, no parece conocer la magnitud de los mismos y la experiencia negativa que esto provoca en sus clientes.

Aunque cuenta con un buen posicionamiento en el mercado dominicano y una cantidad de clientes significativa, para el cuidado y mantenimiento de dicha cartera de

clientes debe enfocarse no solo en tener los medios para realizar una buena gestión sino también en fortalecerlos, mejorarlos y darlos a conocer. La comunicación es uno de los fallos con los que cuenta actualmente el sistema de autorización, debido a que según las investigaciones, alrededor del 1% de los clientes utilizan la aplicación virtual, lo que demuestra el poco uso de la herramienta. Es por lo cual, proponemos una mejora en los procesos comenzando por una evaluación interna hasta llegar a una automatización general en los procesos, aprovechando así los recursos que ya tiene la empresa, (detallamos dicho proceso de mejora en las recomendaciones).

Recomendaciones

Las siguientes recomendaciones están basadas en los resultados obtenidos y previamente analizados con el objetivo de mejorar el sistema de autorizaciones de Humano Seguros, enfocándonos en los clientes de salud internacional:

- **Realizar auditoría y levantamiento:**

Se recomienda realizar una auditoría y un levantamiento de todas las áreas involucradas en el proceso de autorizaciones, obteniendo el recorrido del proceso que realiza cada área y cómo estos interactúan entre sí y afectan el resultado final que es la autorización. Con este levantamiento se deben depurar aquellas áreas que mediante sus actividades dificultan y a su vez retrasan los tiempos de respuesta creando así una insatisfacción en los clientes, quienes en su mayoría al momento de la emergencia se encuentran en otro país y se les dificulta la movilización hacia un Centro de Servicio de Humano.

- **Mejorar los canales electrónicos:**

Mediante una actualización de software es posible reducir los tiempos de respuestas de las autorizaciones. Si se trabaja en acortar los tiempos, se puede lograr un acercamiento a los objetivos promocionados actualmente (autorización de 1 hora), y así fomentar la confianza de los clientes.

- **Capacitar a todos los colaboradores en el uso los canales electrónicos:**

Se hace necesario que todos los colaboradores de Humano Seguros conozcan el producto para que así, puedan de manera efectiva instruir a los clientes sobre la existencia y las ventajas del mismo, logrando que sea mayor la cantidad de clientes que conozcan estos canales.

- **Migrar de los canales convencionales a los canales electrónicos:**

Una vez sea realizada la mejora y los clientes conozcan estas vías de autorización, se producirá automáticamente una migración de los canales convencionales, debido a que los clientes (que ya conozcan y confíen en dicho producto), pueden ahorrar tiempo y esfuerzos al utilizar los mismos, logrando con esto, la modernización de los servicios y la utilización de productos que ya han representado una inversión para la empresa, trayendo consigo la eficiencia y rapidez que los clientes esperan desde el momento en que adquieren el servicio. La automatización es una herramienta vital en el mundo actual y muy necesario para este sector.

Referencias bibliográficas

- Acevedo, A. y López, A. (2004). *El proceso de entrevista: Conceptos y modelos*. México: Editorial Limusa
- Albrecht K. (2001). *La excelencia en el servicio*. Bogotá: 3R.
- Alvira Martín, F. (2011). *La encuesta: una perspectiva general metodológica*. España: Caslon, S. L.
- Aponte, R. (2014) Tesis: *Análisis del nivel de satisfacción de los afiliados de ARS Humano en Santo Domingo*. República Dominicana.
- Avila Baray, H.L. (2006) *Introducción a la metodología de la investigación*. Edición electrónica. Texto completo en www.edumed.net/libros/2006c/203/
- Blaxter, L. y Hughes, C. (2000). *Cómo se hace una investigación*. España: Gedisa.
- Cartuccia, L. (2008). *Autorización de Servicios y Facturación*. 05.07.2019, de Auditoria Medica Sitio web: <https://auditoriamedica.wordpress.com/2008/09/12/autorizacion-de-servicios-y-facturacion/>
- Escayola, J. (2017) Tesis: *Estudio sobre la calidad percibida en clientes de seguros de particulares*. Barcelona
- Horovitz, J. (1990). *La calidad del servicio*. España: Mac Graw-Hill
- Kalpakjian, S. y Schmid, S. (2002). *Manufactura, ingeniería y tecnología*. México: Pearson Educación.
- McMillan, J. H. y Schumacher, S. (2005). *Investigación Educativa*. Madrid: Pearson Addison Wesley
- Nivar, A. (2018). *Estudio revela que sólo 1% de empresas en el país usa la robótica*. 05/07/2019, de Diario Libre Sitio web: <https://www.diariolibre.com/economia/estudio-revela-solo-1-de-empresas-en-rd-usa-la-robotica-HE9666081>
- Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill
- Sánchez Ávila, G. (2014). *Uso de la tecnología en el aula II*. Estados Unidos: Palibrio LLC.
- Pardinas, F. (1989). *Metodología y técnicas de investigación en ciencias sociales*. México: Siglo XXI editores S. A.

Peña, A. (2016). *Tesis: Plan integral de servicio al cliente para una aseguradora, caso: La Monumental de Seguros*. República Dominicana.

Peralta Maniviesa (2019). *Tipos de atención al cliente*. 09.06.2019, de Pymerang web <http://www.pymerang.com/marketing-y-redes/935-5-ventajas-claves-al-contratar-el-mystery-shopping>

Skinner, A. y León, M. (2016). *Estudio: Calidad en el servicio de las empresas aseguradoras del municipio libertador del estado Mérida*. México.

Yuni, J.A. & Urbano, C.A. (2006). *Técnicas para Investigar. Recursos metodológicos para la preparación de proyectos de investigación. Vol I y II*. Córdoba: Editorial Brujas

Anexos

Por motivos de confidencialidad, los documentos que servirían como anexos a nuestra investigación, no pueden ser mostrados.

Anexo 1: Encuesta realizada vía telefónica durante el mes de Abril del año en curso a 21 usuarios de Seguro Internacional (cuestionario utilizado):

Buscando la mejora de los servicios de autorizaciones de procedimientos y estudios de Humano Seguros, específicamente para fortalecer el servicio brindado de los clientes internacionales, hemos realizado la siguiente encuesta para incluir en nuestra tesis. Gracias de antemano por su colaboración:

1. Al momento de su emergencia, ¿Cómo se pudo autorizar su procedimiento?

- a. Vía telefónica (IIII IIII I: 11 respuestas)
- b. Asistiendo al Stand de Humano en el mismo centro de salud (IIII I: 6 respuestas)
- c. A través de la plataforma virtual (III: 3 respuestas)
- d. A través de la aplicación (1: Respuesta)

2. ¿Tiene la aplicación para autorización en su celular?

- a. Si (III: 4 respuestas)
- b. No (IIII IIII IIII II: 17 respuestas)

3. ¿Ha utilizado la aplicación?

- a. Si (III: respuestas)
- b. No (IIII IIII IIII III: 18 respuestas)

4. ¿Cuál considera usted es la vía más rápida para realizar la autorización?

- a. Asistiendo al Stand de Humano (IIII IIII IIII: 15 respuestas)
- b. Asistencia vía telefónica (III: 4 respuestas)
- c. Aplicación web (II: 2 respuestas)

d. Página web: (0 respuestas)

5. ¿Cómo considera que es el proceso de autorización en general?

a. Adecuado (IIII IIII: 9 respuestas)

b. Inadecuado (IIII IIII II: 12 respuestas)

6. ¿Quedó satisfecho con el servicio obtenido?

a. Si (IIII IIII: 9 respuestas)

b. No (IIII IIII II: 12 respuestas)

Anexo 2: Canales Electrónicos

Oficina virtual Humano

Enlace Web:

<https://oficinavirtualsalud.humano.com.do/OficinaVirtual/Login?evento=Login>

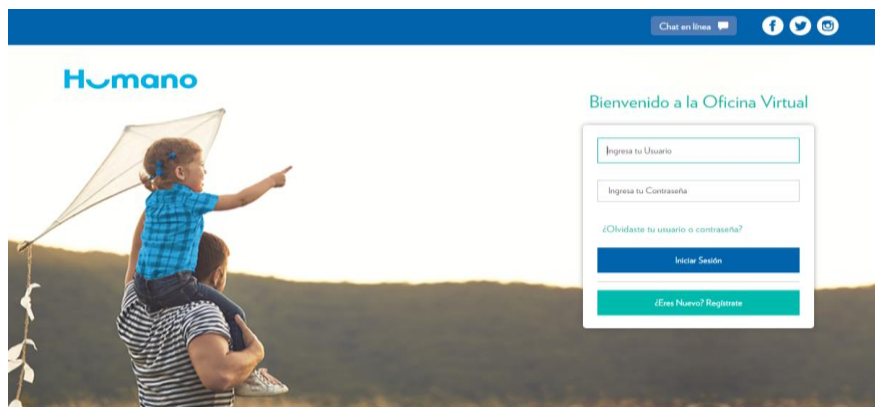


Imagen 1: Oficina Virtual (plataforma de autorizaciones)

Enlace App: <https://apphumano.com/>

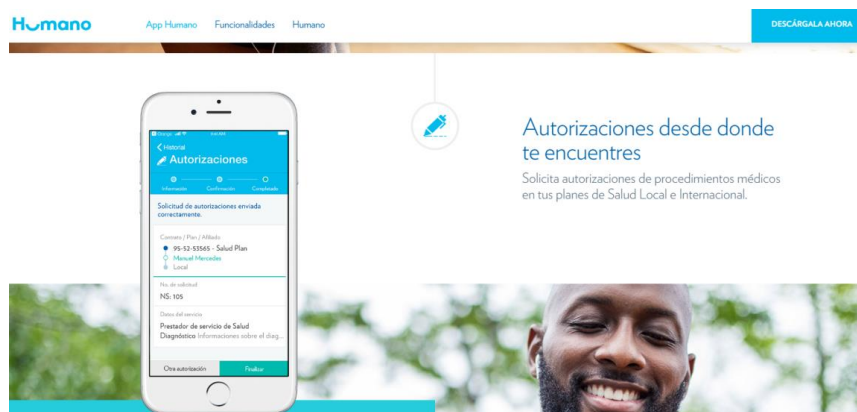


Imagen 2: Vista de la aplicación de autorizaciones