



Beneficios de una Cultura basada en Valores del Seguro Nacional de Salud (SeNaSa).

Por: Ramon Tavaréz

(El monto del beneficio que se puede derivar de una **campaña ética basada en valores**, es incalculable en comparación a la inversión que representa la puesta en marcha de una estrategia y/o acción de esta naturaleza).

Cuando una institución o empresa, no importando su naturaleza recurre a la estrategia de desarrollar una Campaña de Cultura basada en Valores, probablemente, ha hecho una proyección de los beneficios tangibles e intangibles y directos e indirectos que esta aportara, tanto a sus trabajadores o colaboradores, a si como a su competencia del mercado y sobre todo a quienes son su razón de ser, sus clientes o demandantes de sus productos y/o servicios.

En los mercados actuales, tanto los de bienes, como de servicios, el elemento que más incide en la acción final de consumir o demandar, es la **confianza** que se tenga en que la organización con la que nos estamos relacionando, actúa y se desenvuelve sobre una **ética de cultura basada valores** que garantizan las especificaciones, características y cumplimiento de lo acordado, para entrega con que se han presentado al consumidor esos bienes y servicios, sobre todo en lo relativo a las garantías de la calidad que soportan el precio al que se adquieren.

Cuando hablamos de un bien intangible como la **cobertura del riesgo de salud**, estamos en presencia del consumo de un servicio (salud), que no lo decide quien lo demanda, sino

quien presta ese servicio, quien es contratado por la intermediación de una entidad aseguradora que debe servir de garantía en la prestación de ese servicio entregado por un tercero (el prestador de servicio de salud).

Refiriéndonos de manera directa a quienes son nuestros beneficiarios o consumidores finales (afiliados), debemos conseguir establecer el pilar de más importancia para la permanencia de esos afiliados en nuestra institución, que es la **confianza**, esto porque cuando hay confianza se pueden abordar todas las situaciones que se presenten, teniendo siempre como norte alcanzar la satisfacción plena de nuestros afiliados.

Para hacer una ponderación de los beneficios de una campaña Ética de una Cultura basada en Valores, planteamos la siguiente ecuación:

VALORES + PRODUCTIVIDAD = SATISFACCION Y FIDELIDAD DE AFILIADOS

Desagregando las variables que componen dicha ecuación tenemos:

Valores Institucionales + Productividad = Satisfacción y fidelidad de Afiliados

$$\begin{array}{l} \bullet \text{ Equidad} \\ \bullet \text{ Honestidad} \\ \bullet \text{ Transparencia} \\ \bullet \text{ Trato Humano} \end{array} \left. \vphantom{\begin{array}{l} \bullet \text{ Equidad} \\ \bullet \text{ Honestidad} \\ \bullet \text{ Transparencia} \\ \bullet \text{ Trato Humano} \end{array}} \right\} + \left. \begin{array}{l} \text{Como resultado de un trabajo} \\ \text{realizado con eficiencia,} \\ \text{compromiso e innovación} \end{array} \right\} = \begin{array}{l} \text{Satisfacción y} \\ \text{Fidelidad de Afiliados} \end{array}$$

Actuar siempre apegado a esos valores institucionales, garantiza que todo el personal de la institución trabaja teniendo respeto, responsabilidad y compromiso, lo que permite alcanzar **Resultados Positivos**. Conocer y poner en práctica esos valores, posibilita arraigar la cultura de saber decir que **NO** cuando algo esta incorrecto y permite siempre cumplir con los **compromisos** institucionales acordados. Lograr que el personal trabaje apegado a los Valores Institucionales, posibilita la implementación de políticas de ahorros en el uso de insumos, para disminuir los costos operativos de la institución, por ejemplo: apagar equipos y luces que no estén en uso, imprimir y copiar documentos solo cuando sea necesario. Los valores además inciden en el rendimiento laboral, ayudando al cumplimiento de horario y motivando la participación y creatividad de los trabajadores.

La falta de ética siempre pone en riesgo la credibilidad y recordemos que ésta, traducida en confianza es el mejor espacio para lograr la integración, la participación y el compromiso de todos los colaboradores de la institución, por lo que se debe siempre promover lo correcto, lo justo y lo honesto, apegado a lo legal.

Finalmente, podemos concluir, que la ética es la salud vigorosa de la institución que garantiza valores, confianza, resultados positivos, productividad y sobre todo la **SATISFACCION Y FIDELIDAD DE NUESTROS AFILIADOS.**

Cuando somos capaces de vivir y actuar apegados a la ética, estamos en condición de enfrentar cualquier reto, desafío o proyecto. Invertir en la construcción del edificio ético de nuestra institución, nos garantiza, la más importante rentabilidad: **PERMANENCIA Y LIDERAZGO.**

Lunes 25 de abril del 2011.