



Diciembre 2018 - ISSN: 1696-8352

TRANSMISIÓN DE LA MARCA CORPORATIVA EN LA CULTURA EMPRESARIAL DE LA COMPAÑÍA BEST DOCTORS INSURANCE ECUADOR

Janeth Campoverde¹

Docente Principal facultad de Comunicación
Universidad Espíritu Santo – Ecuador
bcampo@uees.edu.ec

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Janeth Campoverde (2018): “Transmisión de la marca corporativa en la cultura empresarial de la compañía Best Doctors Insurance Ecuador”, Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, (diciembre 2018). En línea:

<https://www.eumed.net/rev/oel/2018/12/transmision-marca-corporativa.html>

Resumen

En la actualidad cada vez hay más empresas que consideran importante el que sus colaboradores conozcan la cultura empresarial de la compañía, es decir, comprender las funciones de toda la organización, elementos que la conforman, la filosofía y los objetivos que manejan con el fin de que esto sea una fortaleza para los resultados en la empresa. La comunicación es base vital para la relaciones de intracomunicación en la empresa pues ayudan a que los colaboradores se comuniquen de una manera sencilla, clara y concisa, esto atraerán mejores resultados en cada uno de los departamentos de la empresa. En esta investigación se consideró la empresa de medicina prepagada Best Doctors Insurance Ecuador la cual maneja un programa de transmisión de marca con sus colaboradores, así abarca y genera una cultura organizacional.

Palabras Clave: Cultura organizacional- filosofía- objetivos- fortalezas- transmisión de marca.

Abstract

Currently, there are many companies that consider it's important for their employees to know the company's business culture, that is, to understand the functions of the entire organization, the elements that make it up, the philosophy and the objectives they use in order to let this be a strength for the results in the company. Communication is a vital basis for intracommunication relations in the company because they help employees to communicate in a simple, clear and consistent way, this will attract better results in each of the company's departments. In this research we considered the company of prepaid medicine Best Doctors Insurance Ecuador which manages a program of transmission of brand with its collaborators, thus it covers and generates an organizational culture.

¹ Docente Principal de la Facultad de Comunicación en la Universidad de Especialidades Espíritu Santo, Máster en Comunicación Organizacional, Comunicación Empresarial.

Keywords: Organizational culture - philosophy - objectives - strengths - brand transfer.

1. INTRODUCCIÓN

La cultura empresarial es definida por Francesc (2017) es que este elemento se ha convertido en el reto principal de las organizaciones, de hecho en la investigación realizada se puede determinar como dos de cada gerentes consideran que la cultura empresarial es el factor que define el modelo operativo. De tal forma, que se vuelve indispensable el poder transmitir este mensaje con los demás empleados porque van a tener mayor conocimiento de la filosofía de la agencia y esto sin duda alguna le permite conocer las fortalezas del negocio permitiendo que se creen lazos con los colaboradores.

Las tendencias actuales están permitiendo que dentro del lugar de trabajo se tome en consideración el inculcar a los empleados la importancia de conocer la cultura empresarial. Hacer referencia al concepto de cultura es comprender que se debe conocer las funciones de la organización y cada uno de los elementos que la conforman. Sin embargo, el trabajo que tienen las compañías es el de transmitir la marca de forma interna como externa.

En todo caso Rodríguez (2018) ha definido la cultura empresarial como el conjunto de valores, normas que caracterizan el posicionamiento del personal en cada nivel de la institución desde el estilo de dirección hasta la imagen corporativa de la organización.

Es por ello que para el desarrollo de la siguiente investigación se ha tomado como referencia a la empresa de medicina prepagada Best Doctors Insurance Ecuador, la misma que mantiene una filosofía internacional y que logra mantener constantes incentivos internos para sus empleados. Así, a lo largo del artículo se podrá detallar el programa de transmisión de marca que tiene con sus colaboradores y a través de ello se logra abarcar la cultura organizacional.

2. DESAROLLO

La cultura empresarial de forma externa puede ser analizada como el AND o aquel elemento que le ofrece valor e identidad a la empresa. Es de cierta manera la personalidad de cada organización y aquellas características que lo hacen ser diferente a la competencia. Como lo indica Robbins (2016) la cultura empresarial es el sistema que ayuda a distinguir a una organización de otra, es un elemento empírico no tangible pero que puede ser medido según su rendimiento.

La teoría del *Branding* comunica que el crear un concepto de marca va más allá de el logotipo o toda la estrategia de marketing que se presente, y esto debe de ser que la empresa debe de tomar mayor consideración de la imagen corporativa que se desea presentar al público. Adicional a ello, se debe de construir internamente una imagen de marca para de esa forma tener mejor comprendido lo que se desea proyectar con el público objetivo (Costa, 2015).

Otra de las teorías que refuerza el conocimiento de transmisión de marca es la de las cinco W por sus siglas en inglés, las cuales se traducen a las siguientes preguntas: Qué, cómo, cuándo, dónde, por qué, cómo. Cada una de estas interrogantes buscan que el mensaje pueda transmitirse de una manera más sencilla y el que recibe la información conozca de aquello que se le está dando a conocer.

Es por ello que para conocer mejor la cultura empresarial y su significado se hace necesario tomar como caso de estudio a Best Doctors Insurance, esta entidad tiene diez años ofreciendo sus servicios en el Ecuador, la misma es una empresa de seguros médicos que cada año ha aumentando no solo su volumen de ventas si no la cantidad de colaboradores con los que contaba, en la actualidad son 85 personas las que trabajan dentro de esta compañía.

Lo interesante de Best Doctors es que su filosofía como empresa debe de expandirse no solo a los empleados si no también con sus agentes. Esto se debe a que quienes están encargados de las ventas de sus pólizas son aquellas aseguradoras que funcionan como *brokers* y cada uno de los

agentes que se encuentran dentro de esta jerarquía son los que comisionan por la venta realizada. Es así como Best Doctors se preocupa por ofrecer la mejor armonía para sus colaboradores y sus agentes brindando así una imagen de seguridad y trabajo en equipo.

Best Doctors ha sido elegida para esta investigación porque es una entidad que proyecta seguridad, confianza y armonía con sus actores tanto internos como externos. Cabe mencionar que la segmentación de mercado de esta compañía son personas de clase media para arriba su confianza y reputación de marca es la que le brinda que sus asegurados estén dispuestos a pagar cantidades elevadas por sus pólizas ya que saben que se trata de una organización donde el servicio es la base de todo.

De forma interesante como se ha indicado el lema de Best Doctors se centra en brindar servicio de calidad a sus asegurados y agentes. Para ello, fue necesario que se realice un sin número de capacitaciones internas donde se les indicó primero a los colaboradores aquellas acciones que debían de implementar para brindar excelente servicio al cliente.

Así mismo la importancia del servicio ha sido transmitida a los agentes ya que ellos son el nexo entre el cliente y la empresa. Si los agentes brindan servicios de calidad y buen trato con los clientes pues este va a sentir que se están escuchando sus necesidades y que se desea brindar las mejores herramientas para solucionar sus problemas o dudas que se presenten.

En todo caos para poder tener encontrar respuestas a la siguiente investigación fue necesario consultar como son los procesos internos con el ser humano a trabajadores de la empresa Best Doctors. El denominador común de cada uno de los empleados es que se encuentran gustosos de poder ser parte de esta organización, adicional agregan que lo que más les llama la atención es la inspiración que ofrecen a su colaboradores para que forjen trabajo en equipo y así brindar mayor apertura a que exista armonía en el trabajo.

Adicional a ello la cultura empresarial que transmite Best Doctors es que cuenta con personal capacitado para llevar a cabo cada uno de los procesos, siempre siendo un lugar acogedor para sus empleados y cada persona que pueda visitar las oficinas. Por otro lado, los incentivos que se presentan de manera mensual hacen que este sea un lugar atractivo para trabajar, de manera mensual se elige al empleado del mes y al mismo se le hace entrega de una tarjeta de regalo de consumo y un día libre para ese mes.

También, cada trabajador puede hacer uso de dos días libres al año, sumando a ellos que pueden estar libres el día de su cumpleaños. Uno de los empleados resaltó que antes de ingresar a colaborar ya había escuchado buenos comentarios sobre la preocupación que existe de la empresa para mantener felices a sus empleados, agentes y clientes; se resalta que uno de los logros que ha tenido la dirección empresarial es la de poder inscribir a sus colaboradores a un cursos de inglés, mismo que es pagado por la agencia.

Los empleados generalmente piensan que esta organización les brinda todas las comodidades y flexibilidades, que no han ningún tipo de complicación y que el ambiente laboral es el ideal. De la misma manera se reconoce que constantemente se realizan eventos que permiten que el empleado pueda dejar sus labores cotidianas para tener momentos de recreación con sus diferentes colegas.

En las festividades especiales como lo es día del padre, madre, navidad fin de año, se organizan eventos para que puedan participar los empleados y así compartir días agradables entre todos. Se debe resaltar que este tipo de incentivos no solo los reciben los empleados, si no que el departamento comercial se encarga de que de forma constante se realicen capacitaciones con los agentes y diferentes eventos que involucren la participación del personal, *brokers* y de cada una de las entidades externas que son parte del día a día de Best Doctors.

Por otro lado, se conoce que mensualmente se elige al mejor vendedor del mes y al mismo se le ofrecen incentivos. Para aquellos agentes que han cumplido sus metas se le da la oportunidad que adquieran pólizas de Best Doctors con diferentes descuentos y así se logra incentivar a los mismos a que sigan vendido.

Sin duda alguna ofrecer el mejor servicio y los mejores incentivos a los agentes ayuda a que Best Doctors sea el ideal cuando un individuo necesita un seguro y esto se debe a que la competencia está siendo agresiva no solo en precios si no también en beneficios. A lo largo de los años Best

Doctors ha logrado posicionarse de tal forma que para los consumidores esta es una de las ofertas más caras del mercado.

Cuando los precios de una compañía son los más costosos del mercado y sus clientes aún así siguen eligiéndolos esto quiere decir que se está haciendo un buen trabajo de fidelización ya que los clientes pueden diferenciar entre calidad y precio y eligen siempre aquel que mejor servicio les está ofreciendo.

Best Doctors así se convierte en una entidad interesante de analizar ya que destina parte de su gasto administrativo al personal, haciendo que cada uno de sus empleados se sienta privilegiado por laboral dentro de esa institución, haciendo así que su marca se expanda dentro de sus oficinas y con cada uno de los agentes que forma parte de esta entidad.

3. CONCLUSIONES

Finalmente, se puede observar que Best Doctors es una compañía internacional que ha trasladado sus operaciones en Ecuador y que a través de esta filosofía de que el servicio tiene que ser de excelencia ha logrado transmitir su marca entre cada uno de sus grupos de interés, especialmente los agentes y sus colaboradores. Las diferentes actividades que se hacen en la empresa otorgan que se infiera que existe un presupuesto de gastos administrativos para los empleados que es bien aprovechado.

También haciendo referencia a las teorías de transmisión de marca se puede ver que se cumple de manera interna ya que la cultura organizacional ha sido comprendida por cada uno de los colaboradores. Las actividades tanto internas como externas deben de seguir su curso para no evitar que se pierda la armonía que se ha creado en la organización.

4. REFERENCIAS

Costa, C. (2015). *Teoría Branding Lugar y Marca Territorio*. Obtenido de The place brand observer: <https://placebrandobserver.com/es/teoria/>

Francesc, E. (2017). *Cultura empresarial: concepto, tipos y componentes*. Obtenido de Grupo PYA: <https://blog.grupo-pya.com/cultura-empresarial-concepto-tipos-componentes/>

Robbins, S. (octubre de 2016). *La cultura organizacional* . Obtenido de http://www.excelencia-empresarial.com/Cultura_Empresarial.htm

Rodriguez, Y. (15 de Mayo de 2018). *¿Qué es la cultura empresarial y por qué es tan importante?* Obtenido de Escuela Internacional de Profesionales y Empresas: <https://www.eipe.es/cultura-empresarial-importancia/>