



UNIVERSIDAD  
PRIVADA  
DEL NORTE

# FACULTAD DE NEGOCIOS

---

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN

“PROPUESTA DE GESTIÓN DE PROTOCOLOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE DE MEDIWORK S.A.C., TRUJILLO 2017”

Tesis para optar el título profesional de:

**Licenciada en Administración**

**Autores:**

Bach. Ericka Anais Vidal Reyna  
Bach. Gabriela Stephanie Trawelsi Cáceres

**Asesor:**

Ms. Roger Hurtado Rojas

Trujillo – Perú  
2017

## APROBACIÓN DE LA TESIS

El asesor y los miembros del jurado evaluador asignados, **APRUEBAN** la tesis desarrollada por las Bachilleres **Ericka Anais Vidal Reyna** y **Gabriela Stephanie Trawelsi Cáceres**, denominada:

### **"PROPUESTA DE GESTIÓN DE PROTOCOLOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE DE MEDIWORK S.A.C., TRUJILLO, 2017"**

---

Ms. Roger Hurtado Rojas  
**ASESOR**

---

Eco. María Eugenia Alfaro Sánchez  
**JURADO**  
**PRESIDENTE**

---

Dr. Henry Elder Ventura Aguilar  
**JURADO**

---

Dra. Rossana Magaly Cancino Olivera  
**JURADO**

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

### Contenido

<b>APROBACIÓN DE LA TESIS</b> .....	<b>ii</b>
<b>DEDICATORIA</b> .....	<b>iii</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	<b>iv</b>
<b>ÍNDICE DE CONTENIDOS</b> .....	<b>v</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	<b>vii</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b> .....	<b>viii</b>
<b>RESUMEN</b> .....	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>x</b>
<b>CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>11</b>
1.1. Realidad Problemática.....	11
1.2. Formulación del problema.....	12
1.3. Justificación.....	12
1.4. Limitaciones.....	13
1.5. Objetivos.....	13
1.5.1. <i>Objetivo General</i> .....	13
1.5.2. <i>Objetivos Específicos</i> .....	13
<b>CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO</b> .....	<b>14</b>
2.1. Antecedentes.....	14
2.2. Bases Teóricas.....	17
<b>CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA</b> .....	<b>38</b>
3.1. Operacionalización de variables.....	38
3.2. Diseño de la investigación.....	38
3.3. Unidad de estudio.....	39
3.4. Población.....	39
3.5. Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos.....	39
3.6. Métodos, instrumentos y procedimientos de análisis de datos.....	39
<b>CAPÍTULO 4. RESULTADOS</b> .....	<b>40</b>
4.1. Diagnóstico de la gestión de atención al cliente de la empresa MEDIWORK S.A.C.....	44
4.2. Diseño de los protocolos de atención.....	53
4.3. Elaboración de las fases de gestión de los protocolos de atención.....	62
<b>CAPÍTULO 5. DISCUSIÓN</b> .....	<b>98</b>

<b>CONCLUSIONES</b> .....	<b>100</b>
<b>RECOMENDACIONES</b> .....	<b>101</b>
<b>REFERENCIAS</b> .....	<b>102</b>
<b>ANEXOS</b> .....	<b>104</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 01 Tipo de clientes.....	17
Tabla N° 02 Elementos que tienen relevancia con la creación de un entorno favorable.....	20
Tabla N° 03 Características específicas de las fases de atención telefónica .....	21
Tabla N° 04 Estrategias que promueven un cambio en la cultura organizacional .....	28
Tabla N° 05 Operacionalización de la variable.....	37
Tabla N° 06 Servicios de MEDIWORK S.A.C.....	41
Tabla N° 07 Escala de Cumplimiento .....	43
Tabla N° 08 Calificación del aspecto - Presentación ante el Cliente.....	43
Tabla N° 09 Nivel de cumplimiento del aspecto - Presentación ante el Cliente.....	43
Tabla N° 10 Calificación del aspecto - Identificación de las necesidades del cliente.....	45
Tabla N° 11 Nivel de cumplimiento del aspecto - Identificación de las necesidades del cliente .....	45
Tabla N° 12 Calificación del aspecto - Durante el tratamiento.....	47
Tabla N° 13 Nivel de cumplimiento del aspecto - Durante el tratamiento.....	47
Tabla N° 14 Calificación del aspecto - Despedida.....	49
Tabla N° 15 Nivel de cumplimiento del aspecto - Despedida.....	49
Tabla N° 16 Diagrama de Gantt N°01.....	80
Tabla N° 17 Diagrama de Gantt N°02.....	84
Tabla N° 18 Políticas de los protocolos de atención.....	85
Tabla N° 19 Presupuesto .....	87
Tabla N° 20 Resultados de encuesta.....	104

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 01	Clasificación de los clientes de acuerdo a su nivel de satisfacción y relación con la empresa.....	19
Figura N° 02	Razones por las que los individuos se resisten al cambio.....	23
Figura N° 03	Razones de resistencia organizacional .....	24
Figura N° 04	Proceso de evaluación y control.....	32
Figura N° 05	Ubicación geográfica de la empresa .....	39
Figura N° 06	Organigrama de MEDIWORK S.A.C. ....	40
Figura N° 07	Presentación ante el cliente. ....	44
Figura N° 08	Identificación de las necesidades del cliente. ....	46
Figura N° 09	Durante el tratamiento. ....	48
Figura N° 10	Despedida. ....	50
Figura N° 11	Mapa de procesos en general de MEDIWORK S.A.C.....	80
Figura N° 12	Actividades del proceso de programación de citas de MEDIWORK S.A.C.....	81
Figura N° 13	Proceso de Programación de citas de MEDIWORK S.A.C .....	82
Figura N° 14	Actividades del proceso de Gestión Documentaria de MEDIWORK S.A.C.....	83
Figura N° 15	Proceso de Gestión Documentaria de MEDIWORK S.A.C .....	84
Figura N° 16	Actividades del proceso de tratamiento de MEDIWORK S.A.C.....	85
Figura N° 17	Proceso de tratamiento de MEDIWORK S.A.C.....	86
Figura N° 18	Actividades del proceso de post evaluación de MEDIWORK S.A.C.....	87
Figura N° 19	Proceso de Post Evaluación de MEDIWORK S.A.C. ....	88
Figura N° 20	Resultados de encuesta realizado por MEDIWORK S.A.C.....	104

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación se llevó a cabo en la empresa MEDIWORK S.A.C., dedicada al rubro de la medicina física y rehabilitación, ubicado en la Provincia de Trujillo, Distrito de Trujillo, Departamento de La Libertad; se consideró determinante el área de atención al cliente como eje del presente trabajo.

El objetivo de la investigación del presente trabajo consistió en describir la propuesta de gestión de protocolos de atención al cliente de MEDIWORK S.A.C., del año en curso; al mismo tiempo este objetivo fue por interés del propio gerente de la empresa.

Para poder obtener este objetivo, se realizó una recolección de datos para determinar los aspectos de la atención al cliente que se brinda en la empresa, en donde intervinieron factores como: comunicación (diálogo), contacto, empatía, desenvolvimiento, aspecto físico, entre otros relacionados a la atención al cliente. Determinando que la empresa no cuenta con los lineamientos adecuados para dirigirse correctamente hacia sus clientes y esto trae consigo quejas o insatisfacción.

El presente trabajo tiene un valor teórico de los conocimientos académicos; así como también un valor social por constituir una fuente de información a investigaciones futuras y para el enriquecimiento del sector en estudio.

## ABSTRACT

The present research work was carried out in the company MEDIWORK S.A.C., dedicated to the heading of physical medicine and rehabilitation, located in the Province of Trujillo, District of Trujillo, Department of La Libertad; the area of customer service was considered to be the main focus of the present study.

The objective of the investigation of the present work was to describe MEDIWORK S.A.C's customer service protocol management proposal for the current year; At the same time this objective was in the interest of the company's own manager.

In order to obtain this objective, a data collection was carried out to determine the aspects of customer service provided in the company, where factors such as: communication (dialogue), contact, empathy, development, physical appearance, among others Related to customer service. Determining that the company does not have the appropriate guidelines to correctly address its customers and this brings with it complaints or dissatisfaction.

The present work has a theoretical value of academic knowledge; As well as social value as a source of information for future research and for the enrichment of the sector under study.

## **NOTA DE ACCESO**

**No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales.**

## REFERENCIAS

- Comunicación interna: Dirección y gestión de empresas. (2007). España: Editorial Vértice.
- Arceo, V. A. (2012). *El portavoz en la comunicación de las organizaciones : fundamentos teórico-prácticos*. Universidad de Alicante, 2012.
- Camacho, J. (2008). *Diseño e implantación del protocolo de atención y servicio al cliente en las Energéticas de Coéxito Triangulación de producto*. Universidad Nacional Abierta y a Distancia Colombia, Colombia.
- Carrasco Fernández, S. (2013). *Gestión de la atención al cliente/consumidor*. España: Praninfo S.A.
- COPNIA. (2014). *Protocolos de servicio en atenciónal usuario*. Bogotá, Colombia.
- Danisman. (2010). Good intentions and failed implementation: Understanding culturebased. En *European Journal of Work and Organizational* (págs. 200-220).
- De Urbina, J. A. (2001). *El gran libro del protocolo*.
- Dvoskin, R. (2004). *Fundamentos del Marketing, teoría y experiencia*. Buenos Aires: Granica S.A.
- española, D. d. (s.f.). *Protocolo*.
- Fajardo, Ó. (Junio de 2011). *La sostenibilidad como guía para la supervivencia de las empresas*. Obtenido de Friendly Business: <https://fbusiness.wordpress.com/2011/03/06/la-sostenibilidad-como-guia-para-la-supervivencia-de-las-empresas/>
- Gámez, G. R. (2007). *Comunicación Y Cultura Organizacional en Empresas Chinas Y Japonesas* (Edición Electrónica Gratuita ed.). (J. C. Coll, Ed.) eumed.net.
- González, M. y. (2008). *Capacitación para el cambio*.
- Gosso, F. (2008). *Hiper satisfacción del cliente*. México, D.F.: Panorama.
- Grau Salvador Gómez , C. (2010). La evaluación, un proceso de cambio para el aprendizaje. *Artículo de Investigación, Universidad de Alicante. Departamento de Psicología Evolutiva y Didáctica*.
- Herrero, J. C., & Campos García de Quevedo, G. (2015). El necesario protocolo en la comunicación organizacional. *Revista de comunicación y tecnologías emergentes*.
- Hunger, T. L. (2007). *Administración Estratégica y Política de negocios conceptos y casos*. Mexico: Pearson.
- Instituto Nacional de Administración Pública. (s.f.). *Teoría y práctica del presupuesto por programas en México: un caso concreto*. Mexico.
- Kotter, J. (1996). Leading Change. *Harvard Business Review Scholar*.
- Kotter, J. y. (2012). La elección de estrategias para el cambio. *Harvard Business Review*, 1-9.
- Monterrey, U. T. (2012). *Sensibilización a la necesidad de cambio*. México.

- Pérez Porto, J., & Merino, M. (2013). *Definición de protocolo*.
- Puchol, L. (2007). *Dirección y gestión de Recursos humanos*. Madrid: Díaz De Santos S.A.
- Ramos, M. (16 de Junilo de 2015). *La ventaja competitiva sostenible en el tiempo y cómo diferenciarse*. Obtenido de STRATGIA:Su apoyo Logístico: <http://www.stratgia.com/blog/la-ventaja-competitiva-sostenible-y-como-diferenciarse>
- Rizo, G. M. (2006c). *La interacción y la comunicación desde los enfoques de la Psicología Social y la Sociología Fenomenológica. Breve exploración teórica*. Universitat Autònoma de Barcelona, Barcelona.
- Sánchez, G. R. (2016). *Gestión y psicología en empresas y organizaciones*. Madrid: ESIC.
- Valencia, V. D. (2011). *La calidad del servicio y el nivel de satisfacción de los cliente de Cineplanet Trujillo Centro*. Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo.
- Velasquez De Naime, Y., Nuñez Botini, M., & Rodriguez Monroy, C. (2010). Estrategias para el mejoramiento de la productividad. *LACCEI Latin American and Caribbean-Conference for Engineering and Technology*. . Arequipa, Perú.
- Ventura, S. D. (2008). *Propuesta de mejorar en la calidad del servicio para el departamento de recepción en un hotel de gran turismo*. Instituto Politécnico Nacional, México.
- Vicente Mostacero, E. (2016). *Propuesta de un protocolo de atención al cliente para mejorar la calidad del servicio en el área de venta y postventa de América Movil Perú S.A.C. - sede Mall Aventura Plaza Trujillo*. Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo.
- Villa, J. P. (2014). *Manual de atención a clientes y usuarios: una guía para reducir costes, mejorar las ventas y la calidad organizacional en las organizaciones públicas y privadas*. Barcelona: Profit