



Universidad
Inca Garcilaso de la Vega

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CIENCIAS
ECONÓMICAS

**Propuesta de gestión de la calidad del servicio en la oficina de seguros
y prestaciones económicas, Lima 2023**

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

Para optar el Título Profesional de

Licenciado en Administración

Autor:

Bach. Scamarone Angeldones, Eduardo Jhonnathan

ORCID 0009-0001-2025-4409

Asesor:

Mg. Nuñez Rojas, Kelly Dafve

ORCID 0000-0001-6378-0110

Lima-Perú

2023

Turnitin Informe de Originalidad

Procesado el: 24-oct.-2023 5:47 p. m. -05

Identificador: 2206250292

Número de palabras: 8099

Entregado: 1

Propuesta de gestión de la calidad del servicio en la oficina de seguros y prestaciones económicas, Lima 2023 Por Eduardo Jhonnathan Scamarone Angeldones,

Índice de similitud

19%

Similitud según fuente

Internet Sources:	19%
Publicaciones:	N/A
Trabajos del estudiante:	13%

1% match (Internet desde 21-mar.-2023)

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/100995/Tovar_VJM-SD.pdf?isAllowed=y&sequence=1

1% match (trabajos de los estudiantes desde 21-feb.-2023)

[Submitted to Universidad Inca Garcilaso de la Vega on 2023-02-21](#)

1% match (Internet desde 14-dic.-2020)

http://www.essalud.gob.pe/transparencia/pdf/ROF_Institucional_Sistematizado_24082020.pdf

1% match (Internet desde 30-sept.-2022)

http://www.essalud.gob.pe/transparencia/pdf/rof/rof_dic_2015.pdf

1% match (trabajos de los estudiantes desde 16-may.-2017)

[Submitted to Universidad Cesar Vallejo on 2017-05-16](#)

1% match (trabajos de los estudiantes desde 31-ago.-2023)

[Submitted to Universidad Peruana Cayetano Heredia on 2023-08-31](#)

1% match ()

[Latino Gaitán, José Santos. "Satisfacción de usuarias, sobre la calidad de atención prenatal recibida, en el servicio de ginecoobstetricia, en consulta externa Hospital Bautista, Managua Nicaragua, Junio 2019", 2019](#)

1% match ()

<http://acams.org/Members/resources/Job%20description-%20In%20Spanish.pdf>

< 1% match (Internet desde 29-sept.-2022)

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/93011/Tarrillo_SKY-SD.pdf?isAllowed=y&sequence=1

< 1% match ()

[Horna Nieto, Iris Dina. "Calidad de servicio y fidelización del usuario externo del Instituto Peruano de Neurociencias, Lima - 2018", Universidad César Vallejo, 2018](#)

< 1% match (Internet desde 16-jul.-2023)

https://Repositorio.Ucv.Edu.Pe/bitstream/handle/20.500.12692/116904/Furlong_SK%20-SD.pdf?isAllowed=y&sequence=1

< 1% match (Internet desde 22-sept.-2022)

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/85098/Garc%c3%ada_GJA-SD.pdf?isAllowed=y&sequence=1

< 1% match (Internet desde 05-oct.-2023)

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/123406/Suclupe_SEE-SD.pdf?isAllowed=y&sequence=1

< 1% match ()

[Mallqui Salazar, Víctor Rolando. "Calidad de los servicios y la imagen corporativa en la oficina de seguros y prestaciones económicas -EsSalud", Universidad César Vallejo, 2018](#)

< 1% match ()

[Montalvo Ramírez, Susana. "Calidad de Servicio y Satisfacción del Usuario en la Especialidad de Traumatología del Hospital Santa Rosa de Puerto Maldonado - 2017.", Universidad Cesar Vallejo, 2018](#)

< 1% match (trabajos de los estudiantes desde 30-oct.-2022)

[Submitted to Universidad Inca Garcilaso de la Vega on 2022-10-30](#)

< 1% match (trabajos de los estudiantes desde 19-oct.-2023)

[Submitted to Universidad Inca Garcilaso de la Vega on 2023-10-19](#)

< 1% match (trabajos de los estudiantes desde 08-ago.-2023)

[Submitted to Universidad Inca Garcilaso de la Vega on 2023-08-08](#)

< 1% match ()

[Bayes Antunez, Angelica Elvira. "Lineamientos estratégicos para mejorar la calidad del servicio de atención en las fiscalías penales de Chimbote, 2022", 'Universidad Cesar Vallejo', 2022](#)

< 1% match ()

[Niño Correa, Regina. "Calidad de atención y satisfacción del usuario externo en el servicio de enfermería, en zona rural de Piura, 2022", 'Universidad Cesar Vallejo', 2023](#)

< 1% match ()

[Portal Almeyda, Elsie Estefanni. "La calidad de atención y la satisfacción del usuario en la Clínica Famisalud, Chíncha, 2022", 'Universidad Cesar Vallejo', 2022](#)

DEDICATORIA

Al Celestial, a Carmen, Eduardo y Caleb.



AGRADECIMIENTO

Agradezco a quienes ayudaron a la realización de este trabajo. Agradecer a mi asesora, su apoyo, orientación y valiosa colaboración fue fundamental para llegar a concluir este trabajo. También agradecer a todos compañeros de curso que compartieron sus conocimientos y experiencias, a las personas que me animaron a culminar con esta etapa académica; este trabajo es un reflejo de la colaboración y esfuerzo conjunto de muchas personas y estaré sinceramente agradecido por el apoyo brindado.



RESUMEN Y PALABRAS CLAVE

Este trabajo se centra en la oficina de seguros y prestaciones económicas en Lima y su búsqueda de garantizar la satisfacción en usuarios y la eficiencia en proporcionar servicios médicos y seguros. El fin es proponer una mejora en la gestión de la calidad del servicio a través de la implementación de un Software de Gestión de Relaciones con el Cliente (CRM). Se evaluaron dos herramientas CRM populares, HubSpot CRM y Zoho CRM, como posibles soluciones. Se concluyó que ambas ofrecen ventajas en términos de automatización, seguimiento de clientes y análisis de datos.

Palabras clave: Gestión de calidad, Seguro Social de Salud, Eficiencia operativa, Satisfacción del cliente, Software CRM



ABSTRACT

This work focuses on the insurance and financial benefits offices in Lima where quality of service in medical care and quality management in health insurance, are key concepts to understand how the entity seeks to guarantee user satisfaction and efficiency in provision of health and insurance services, It had the objective of proposing an improvement in the quality of service with a proposal for the implementation of a Customer Relationship Management Software (CRM) was used to evaluate its impact on operational efficiency; two popular CRM tools were considered, HubSpot CRM and Zoho CRM, as possible solutions for managing customer relationships. It was concluded that both offer advantages in terms of automation, customer monitoring and data analysis.

Keywords: Quality Management, Social Health Insurance, Operational Efficiency, Customer Satisfaction, CRM Software.



INDICE GENERAL

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO	3
RESUMEN Y PALABRAS CLAVE	4
ABSTRACT	5
INTRODUCCION	8
CAPITULO I: MARCO TEORICO DE LA INVESTIGACION	9
1.1 MARCO HISTÓRICO	9
1.1.1 Razón social	9
1.1.2 R.U.C	9
1.1.3 Dirección	9
1.1.4 Actividad principal	9
1.1.5 Misión	9
1.1.6 Visión	9
1.1.7 Reseña histórica	9
1.1.8 Historia de variable	10
○	11
1.2 BASES TEÓRICAS	12
1.3 MARCO LEGAL	12
1.4 ANTECEDENTES DEL ESTUDIO	13
1.4.1 Antecedentes internacionales	13
1.4.2 Antecedentes nacionales	14
1.5 MARCO CONCEPTUAL	15
CAPITULO II: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	17
2.1 DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA	17

2.2	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA GENERAL Y ESPECÍFICOS	17
2.3	OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS	18
CAPITULO III: JUSTIFICACION Y DELIMITACION DE LA INVESTIGACION		19
3.1	JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DEL ESTUDIO	19
3.2	DELIMITACIÓN DEL ESTUDIO	19
CAPITULO IV: FORMULACIÓN DEL DISEÑO		21
4.1	DISEÑO ESQUEMÁTICO	21
4.2	DESCRIPCIÓN DE LOS ASPECTOS BÁSICOS DEL DISEÑO	21
CAPITULO V: PRUEBA DE DISEÑO		23
5.1	Aplicación de la propuesta de solución	23
CONCLUSIONES		30
RECOMENDACIONES		32
BIBLIOGRAFÍA		34
ANEXOS		38



INTRODUCCION

En el sector de servicios de salud y seguros, gestionar la eficiente calidad de servicios y la implementación eficaz de sistemas CRM (Customer Relationship Management) son de vital importancia. La excelencia en el servicio es fundamental para lograr cubrir las demandas de los usuarios y mantener la competitividad en el contexto empresarial en constante cambio. La adopción de un sistema CRM adecuado puede transformar la forma en que una organización se vincula con los clientes, mejora sus procesos internos y aumenta su eficiencia laboral.

Se analizó la problemática actual en la atención sanitaria en Lima, destacando el abordar la insatisfacción del cliente, la ineficiencia en los procesos internos, la capacitación del personal y la comunicación deficiente como áreas críticas a mejorar. Se propone una serie de objetivos específicos para abordar estos problemas, como identificar y resolver las causas de la insatisfacción del cliente, optimizar los procesos internos, proporcionar capacitación y desarrollo profesional al personal y mejorar la comunicación y transparencia con los clientes.

En resumen, este conjunto de datos constituye un enfoque integral para abordar esta problemática. Esto implica la consideración de los obstáculos a superar, así como la identificación de soluciones tecnológicas disponibles, con el objetivo de lograr una notable mejora en la satisfacción del cliente y la productividad empresarial.

CAPITULO I: MARCO TEORICO DE LA INVESTIGACION

1.1 MARCO HISTÓRICO

1.1.1 Razón social

SEGURO SOCIAL DE SALUD

1.1.2 R.U.C

20131257750

1.1.3 Dirección

Av. Domingo Cueto N^{ro}. 120 – Distrito Jesús María.

1.1.4 Actividad principal

EsSalud, una entidad de naturaleza pública y descentralizada, se dedica principalmente a cuidar la salud de sus asegurados, ofreciendo una amplia variedad de servicios que incluyen prevención, promoción, recuperación, rehabilitación y apoyo económico y social. Todo esto se lleva a cabo en el marco del sistema de Seguridad Social en el ámbito de la salud, con contribuciones correspondientes.

1.1.5 Misión

“Brindar prestaciones de salud, económicas y sociales a sus asegurados con una gestión eficiente e innovadora que garantice la protección financiera de las prestaciones integrales”.

1.1.6 Visión

“Ser una institución moderna y en mejora continua, centrada en los asegurados, que garantiza el acceso a la seguridad social en salud con ética, oportunidad y calidad”.

1.1.7 Reseña histórica

El seguro social en Perú tiene sus raíces en la década de 1930, con la promulgación de la Ley de Accidentes de Trabajo y Enfermedades en 1936. Esta ley sentó las bases para el desarrollo del seguro social en el país. En 1940, se estableció el Instituto Peruano de Seguridad Social (IPSS) para coordinar y administrar los diferentes regímenes de seguro social. A lo largo de los años, ha habido reformas, como la creación del sistema nacional de pensiones en 1992 y el sistema de seguro de salud público llamado EsSalud. Se han realizado

esfuerzos recientes para fortalecer el sistema de seguro social, incluyendo la ampliación de coberturas de pensiones y la promoción de la afiliación al seguro social.

En resumen, el seguro social busca garantizar el acceso a atención de salud, prestaciones económicas y pensiones para la mejora de la calidad de vida de los peruanos.

1.1.8 Historia de variable

Según Zeithaml et al. (1988), la gestión de calidad de servicios se refiere a un conjunto de acciones y procedimientos diseñados para asegurar que los servicios ofrecidos por una organización satisfagan las expectativas y evolucionen constantemente hacia la excelencia.

Por otro lado, Bou (1997) subraya que, al evaluar la valía de un servicio, es esencial identificar varias dimensiones de evaluación, las cuales, debido a sus características individuales, permiten obtener una evaluación integral del mismo. Estas dimensiones sirven como puntos de referencia que las personas emplean para valorar diversos aspectos de los servicios o elementos en cuestión. (Bou, 1997).

La creación de dimensiones o atributos distintivos ha sido de gran ayuda para varios autores al dar forma al concepto de calidad de servicio. Estas dimensiones se basan en los atributos o características que los usuarios perciben. En ese sentido, Donabedian propuso un modelo de excelencia en la atención médica que incluye dimensiones fundamentales, como eficacia, eficiencia, optimización, aceptación, accesibilidad, igualdad y legitimidad. Estas dimensiones son cruciales para la atención médica. (Donabedian, 1966)

Así pues, para Horovitz (1991) la calidad en el servicio se resume en: el cliente juzga y establece la excelencia, se fijan metas para el éxito, las expectativas del cliente son cruciales, se establecen estándares precisos, se busca la excelencia eliminando defectos, y, en última instancia, la calidad se basa en la percepción del cliente.

En palabras de Lovelock y Wirtz (2009) , esta gestión involucra una planificación, control sistemático de procesos, recursos y actividades, con el

objetivo de ofrecer servicios que satisfagan de manera consistente los requisitos y las anticipaciones de los clientes.

Redhead (2015) afirma la calidad puede no ser constante y puede diferir entre diferentes clientes, e incluso en ocasiones distintas para un mismo cliente.

Según Kotler et al. (2011), la calidad se refiere a cualquier actividad o beneficio que una entidad o individuo proporciona a otro y que es fundamentalmente intangible, sin dar lugar a la posesión de algo físico.

Hoy en día, la calidad es fundamental en la administración, ya que afecta la eficiencia y efectividad de una organización.

En ese sentido, Ruiz (2017) destaca que la calidad no se encuentra limitada a la creación de productos o la prestación de servicios a un precio adecuado, sino que también implica la mejora constante de productos y servicios. Esto subraya la importancia de la calidad de servicio, ya que se encuentra relacionada con la salud de las personas. Por lo tanto, regular este ámbito es esencial para garantizar su funcionamiento óptimo, promoviendo la confianza en las agencias de seguros y prestaciones de salud.

De tal modo que, La calidad del servicio se relaciona directamente con la satisfacción, sin importar el criterio utilizado. Esta satisfacción puede abarcar desde una gran insatisfacción hasta una completa satisfacción y complacencia.(Pereira, 2006).

Hernández et al. (2017) divide la calidad en dos dimensiones: la conceptual, que refleja la evaluación previa de los usuarios antes de recibir servicios de salud, y operacional, que se basa en comprender las necesidades del usuario brindando servicios adecuados. Cuando se cumplen estas necesidades, la calidad se convierte en un activo valioso.

Parasuraman, Valerie A. Zeithaml y Leonard L. Berry	Horovitz	Christopher Lovelock y Jochen Wirtz.	Redhead	Prieto
1988	1991	2011	2013	2017
Calidad de servicios son actividades y procesos diseñados para cumplir con las expectativas y necesidades de los clientes.	el cliente es quien juzga la calidad del servicio.	Calidad de servicios se enfoca en la planificación y control sistemático de los procesos.	La calidad de un mismo producto o servicio puede ser diferente para diferentes clientes.	Calidad se origina del entendimiento de lo que necesitan y quiere el usuario mediante la satisfacción de este.

Cuadro 1. Fuente propia en base al marco histórico del trabajo.

1.2 BASES TEÓRICAS

Según Ruiz (2017) el concepto de calidad o eficacia en las empresas significa ahora algo más que fabricar bienes u ofrecer servicios de un determinado nivel con un precio acorde. Dado que su vida está en juego y que la calidad del tratamiento en los seguros de enfermedad y las ventajas financieras es vital, los pacientes deben estar satisfechos con el servicio y no tener preocupaciones a la hora de acudir. La satisfacción de un consumidor con un servicio o producto, independientemente del criterio, se denomina calidad del servicio.

De acuerdo con Mendocilla (2015) la teoría de las brechas ofrece una forma de calcular el nivel de satisfacción en servicios de seguros y prestaciones económicas en salud. Esta herramienta se compone de tres dimensiones que son evidentes al recibir un servicio: confiabilidad, respuesta rápida y empatía.

Según Hernández et al. (2017) las dimensiones se dividen de la siguiente manera, conceptual donde la evaluación del usuario es una cualidad que se encuentra relacionada con la satisfacción, pero distinta de ella, ya que transmite valor y gratificación al usuario antes de recibir los servicios del seguro y operacional donde la calidad se deriva de la comprensión de los requisitos y deseos del usuario, medidos por su satisfacción.

De este modo, cuando se satisfacen las exigencias del usuario, éste se convierte en un bien inestimable gracias a su combinación.

1.3 MARCO LEGAL

Con la (Resolución Ministerial N°519-2006/MINSA, 2006); se establece las normas y procesos para la implementación del Sistema de Gestión de Calidad en Salud

La (Resolución Ministerial No 727-2009/MINSA, 2009) define la Política Nacional de Calidad en Salud, que se centra en el aseguramiento universal, la mejora de los servicios, el financiamiento, el recurso humano y el suministro de medicamentos.

Por su parte, el (Reglamento De Organización Y Funciones Del Seguro Social De Salud, 2016), en su artículo N°149 A, menciona que la subgerencia de gestión de las Oficinas de Seguros y Prestaciones Económicas se encarga de administrar los recursos necesarios para su funcionamiento.

1.4 ANTECEDENTES DEL ESTUDIO

1.4.1 Antecedentes internacionales

En su tesis, Maggi (2018) evaluó la satisfacción de los usuarios en los servicios de emergencia pediátrica con relación a atención utilizando la metodología SERVQUAL con cinco dimensiones. Los resultados mostraron insatisfacción en varias dimensiones, especialmente en tangibilidad, fiabilidad, seguridad y empatía, y una satisfacción parcial en capacidad de respuesta. En resumen, se encontró que el servicio carece de seguridad para los pacientes y muestra deficiencias en la empatía en la atención.

Por otro lado, Rivera (2019) en su trabajo investigó la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Green Andes Ecuador. Utilizó el modelo SERVQUAL y encontró que las dimensiones de fiabilidad y capacidad de respuesta tenían brechas negativas significativas. Concluyendo que se deben mejorar los procesos y asignar responsabilidades en las áreas de contacto con el cliente.

Así también, Pabón y Palacio (2020) llevaron a cabo un estudio en el Hospital Local de Sitio Nuevo Magdalena, en el período 2017-2019, con el propósito de evaluar la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios. Utilizaron el cuestionario SERVQUAL para comprender las percepciones y expectativas de los clientes sobre el servicio proporcionado por el hospital. Los resultados mostraron brechas negativas significativas en las dimensiones de fiabilidad y capacidad de respuesta. Como conclusión, se sugirió mejorar los procesos y asignar responsabilidades en las áreas de contacto con el cliente.

Así mismo, Vélez y González (2021) realizaron una investigación sobre atención de calidad en los servicios de salud en Colombia durante la última década. Su objetivo fue analizar diversos aspectos relacionados con este tema, utilizando una búsqueda de estudios publicados en ese período. Los resultados del estudio identificaron las causas en falta de calidad en el Sistema Obligatorio de Garantía de Calidad en Salud, basándose en teorías como Donabedian, Lift Hunt, OMS y OPS. También se exploraron las consecuencias de esta falta de calidad y se presentaron recomendaciones para mejorar la situación. En resumen, se concluyó que el sistema en Colombia tiene deficiencias que afectan negativamente la calidad de los servicios de salud y generan insatisfacción.

Rosa et al. (2020) realizaron una revisión de trabajos de residencia entre 2015 y 2018. Encontraron 31 investigaciones que se centraron en calidad de atención médica. Los enfoques de calidad más comunes fueron sistémicos, que incluyen estructuras, procesos y los resultados. A pesar de la importancia en calidad de los servicios de salud, se identificaron una falta de exploración de enfoques de calidad alternativos al sistémico, lo que resultó en dificultades y descontento entre usuarios y proveedores de servicios de salud, particularmente en términos de la estructura.

1.4.2 Antecedentes nacionales

Reaño (2021) evaluó la satisfacción de los usuarios en servicios de emergencia pediátrica en relación con la calidad de atención usando SERVQUAL. Encontró insatisfacción en tangibilidad, fiabilidad, seguridad y empatía, con satisfacción parcial en capacidad de respuesta. Concluyó que el servicio carece de seguridad para los pacientes y falta calidez en el trato.

Por su parte, De La Cruz (2019) realizó una revisión sistemática de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en empresas peruanas. A través de búsquedas exhaustivas en diversas bases de datos, exploró términos clave relacionados. A pesar de encontrar inconsistencias en los informes y en el respaldo bibliográfico, así como incumplimientos de las normas de publicación propuestas por la American Psychological Association, concluyendo que estas dos variables están estrechamente vinculadas, generando un valor adicional en futuras compras y recomendaciones por parte de los clientes, tanto dentro como fuera de la empresa.

Así también, López y Arenas (2020) estudiaron cómo la gestión de calidad del servicio en el sector público afecta la satisfacción de los clientes de centros gratuitos de asistencia legal en Lima. Utilizaron un enfoque mixto no experimental, incluyendo encuestas a los usuarios. Los resultados indicaron que la sobrecarga de trabajo afecta negativamente a los defensores y concluyeron que existe una relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en este contexto.

Huacachino et al. (2020) analizaron la situación administrativa de EsSalud, la entidad que administra el Seguro Público de Salud en Perú. Su estudio buscó describir los factores que afectan la capacidad de EsSalud como aseguradora.

Utilizaron un enfoque cualitativo y recopilaron datos de fuentes primarias y secundarias. Los resultados sugirieron la necesidad de una reorganización y concluyeron que se requiere una reforma interna para mejorar la atención médica, los beneficios económicos y el apoyo a los trabajadores y beneficiarios.

1.5 MARCO CONCEPTUAL

Las oficinas de seguros y prestaciones se apoyan en un conjunto esencial de principios y enfoques denominados "gestión de la calidad del servicio" con la finalidad de asegurar el nivel de satisfacción de los clientes, la eficiencia de las operaciones y la mejora constante. Los elementos clave de este marco conceptual incluyen:

Satisfacción del cliente: el objetivo principal de la gestión de la calidad del servicio en la oficina de seguros y prestaciones financieras. Se requiere entender y satisfacer las necesidades, expectativas y preferencias del usuario como prioridad. Según Kotler et al. (2017), la satisfacción del cliente se refleja en su evaluación de las expectativas previas en comparación con el desempeño real del servicio. Para lograrlo, es esencial ofrecer un servicio personalizado, transparente y de alta calidad que cumpla con las promesas y compromisos realizados.

Calidad del servicio: Se refiere a la excelencia en provisión de servicios. Esto implica que los servicios ofrecidos deben ser consistentes, confiables, precisos y oportunos. Esto se aplica tanto a la interacción con los clientes como a la entrega de prestaciones económicas y seguros en situaciones de siniestros o contingencias. En resumen, un servicio se considera de calidad cuando satisface las necesidades de los usuarios, abarcando tanto sus aspectos tangibles como intangibles. (Miranda Cruz et al., 2021).

Mejora continua en seguros: La oficina de seguros debe buscar constantemente oportunidades de optimización, procesos mejorados y prácticas destacadas. La retroalimentación del cliente, las métricas de rendimiento y las mejores prácticas sectoriales son fundamentales para esta mejora constante. La calidad en el sector de la salud también se basa en la filosofía de mejora continua de la calidad. (Muñoz et al., 2023).

Eficiencia en seguros: se apoya en la eficiencia operativa. Estas oficinas de seguros debe contar con procesos definidos y eficientes para asegurar la prestación de servicios sin interrupciones innecesarias. Esto incluye la optimización de la gestión documental, flujos de trabajo y la coordinación interdepartamental. La filosofía sugiere que, con

procesos adecuados, no debería haber fallas en el control de calidad, lo que implica que la inspección de calidad del producto se vuelve innecesaria. (Agüero, 2013)

Formación del personal: El equipo de la oficina de seguros desempeña un papel fundamental en la calidad del servicio. La capacitación y desarrollo son esenciales para equipar al personal para brindar un servicio excepcional. Además, la formación tiene un valor en la mejora y especialización de las habilidades de los miembros de la organización, permitiéndoles adaptarse eficazmente a los cambios tecnológicos y legales dentro de la organización. (Cejas y Acosta, 2012).

El marco conceptual en la gestión de calidad del servicio en oficinas de seguros y servicios financieros abarca la satisfacción de las necesidades del cliente, la prestación de un servicio excepcional, la constante mejora de los procedimientos y la promoción de una comunicación abierta. En esta industria, la confianza y la lealtad del cliente esenciales.



CAPITULO II: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1 DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA

La calidad de la atención médica es crítica, y su falta tiene graves consecuencias, incluso mortales. Según la Comisión de Salud Global de Lancet, alrededor de 8 millones de personas mueren por afecciones que son tratables. Esto representa un desperdicio de recursos significativo y también afecta a países de ingresos altos como Estados Unidos. A nivel nacional, los administradores de centros de salud enfrentan desafíos como la escasez de personal, falta de suministros, infraestructura deficiente y restricciones presupuestarias.

En relación con la Autoridad de Previsión Económica y Seguros de Lima, se identificaron varios problemas de control de calidad. Los principales problemas son:

a) Insatisfacción de los clientes: Creciente insatisfacción de los clientes debido a retrasos en la entrega de beneficios económicos, falta de transparencia en las coberturas, dificultades para recopilar información oportuna e ineficiencias de los clientes. Trabajo. b) Procesos ineficientes: los procesos internos de la oficina pueden ser ineficientes y estar mal coordinados, lo que resulta en retrasos en el manejo de quejas y dificultades en el servicio al cliente. c) Debido a la escasa capacitación, el personal de oficina pueden carecer de empatía, comprensión de los productos, servicios y habilidades para resolver problemas. d) Transparencia y falta de comunicación: la información proporcionada a los clientes puede ser poco clara o incompleta, lo que genera falta de confianza y malentendidos sobre el servicio prestado y el proceso de queja.

2.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA GENERAL Y ESPECÍFICOS

2.2.1 Problema General:

¿Cómo mejorar la gestión de la calidad del servicio en la oficina de seguros y prestaciones económicas en Lima para satisfacer las necesidades de los clientes, optimizar los procesos internos y aumentar la eficiencia operativa?

2.2.2 Problemas Específicos:

a) ¿Cuáles son las principales causas de insatisfacción de los clientes con respecto a los servicios ofrecidos por la oficina de seguros y prestaciones económicas?

- b) ¿Qué procesos internos presentan mayores ineficiencias y cómo pueden optimizarse para acelerar la tramitación de reclamaciones y mejorar la atención al cliente?
- c) ¿Qué tipo de capacitación y desarrollo profesional requiere el personal de la oficina para brindar un servicio de calidad y resolver eficazmente los problemas de los clientes?
- d) ¿Cuáles son los obstáculos en la comunicación y transparencia con los clientes, y cómo pueden superarse para generar una mayor confianza en los servicios ofrecidos?

2.3 OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS

2.3.1 Objetivo General:

Proponer una mejora en la gestión de la calidad del servicio en la oficina de seguros y prestaciones económicas en Lima para lograr una mayor satisfacción del cliente, optimizar los procesos internos y aumentar la eficiencia operativa.

2.3.2 Objetivos Específicos:

Identificar y abordar las principales causas de insatisfacción del cliente, implementando medidas correctivas y preventivas.

Optimizar los procesos internos de la oficina para agilizar la tramitación de reclamaciones y mejorar los tiempos de respuesta al cliente.

Brindar capacitación y desarrollo profesional al personal para fortalecer sus habilidades en atención al cliente, conocimiento de productos y resolución de problemas.

Mejorar la comunicación y transparencia con los clientes, proporcionando información clara y oportuna sobre los servicios ofrecidos y los procesos de reclamación.

CAPITULO III: JUSTIFICACION Y DELIMITACION DE LA INVESTIGACION

3.1 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DEL ESTUDIO

3.1.1 Justificación Teórica

La justificación teórica se basa en la relevancia académica y conceptual de abordar este problema; es un tema bien estudiado en la literatura de gestión y marketing, con teorías y modelos que demuestran cómo la satisfacción, la eficiencia operativa y la comunicación impactan la reputación y el éxito de una organización. Al relacionar los problemas específicos encontrados con estas teorías, se busca validar la importancia de investigar y abordar estos desafíos.

3.1.2 Justificación Práctica

La justificación práctica se enfoca en los beneficios concretos de resolver los problemas en la oficina de seguros. Estos problemas pueden afectar la reputación de la empresa, la retención de clientes y la eficiencia operativa. La resolución de estas cuestiones puede conducir a una mejor experiencia del cliente, mayor productividad y ventaja competitiva, lo que se traduce en una empresa más sólida y financieramente saludable.

3.1.3 Justificación Metodológica

La justificación metodológica se trata de cómo seleccionar los métodos de investigación para resolver los problemas. Se utilizarán métodos cualitativos y cuantitativos para recopilar datos relevantes sobre la insatisfacción del cliente, la eficiencia de los procesos, las necesidades de capacitación y la calidad de la comunicación. Elegir los métodos adecuados garantiza resultados óptimos y útiles para ejecutar decisiones estratégicas.

3.2 DELIMITACIÓN DEL ESTUDIO

3.2.1 Delimitación Espacial

Se centrará específicamente en la oficina de seguros y prestaciones económicas ubicada en Lima, Perú. No se incluirán otras sucursales o áreas geográficas en el análisis, ya que el objetivo es abordar los desafíos específicos identificados en esta ubicación.

3.2.2 Delimitación Temporal

Se realizará en agosto y septiembre de 2023, considerando datos históricos para

comprender la evolución de los problemas en esta oficina. Se abordarán las principales causas de insatisfacción del cliente, ineficiencias en los procesos, falta de capacitación y problemas de comunicación. El enfoque se centrará en las áreas clave identificadas en el planteamiento del problema. Las medidas correctivas y preventivas se limitarán al contexto de la periférica de Lima.

3.2.3 Delimitación de Metodología

La metodología utilizada para la investigación, como encuestas, entrevistas y análisis de datos, se limitará a las opciones más relevantes y adecuadas para recopilar información y abordar las preguntas de investigación planteadas.



CAPITULO IV: FORMULACIÓN DEL DISEÑO

4.1 DISEÑO ESQUEMÁTICO

Utilizando un Software como Instrumento de Investigación.

- 4.1.1 Software de Gestión de Relaciones con el Cliente (CRM)
Si se centra en mejorar la atención al cliente, un CRM te permitirá gestionar las interacciones con los clientes de manera más efectiva.
- 4.1.2 Objetivo de la Investigación
Evaluar el impacto de la implementación del software de gestión CRM en la eficiencia operativa de la empresa.
- 4.1.3 Resultados Esperados
Se espera mejorar la atención y respuesta al cliente, mayor organización en la gestión comercial y mayor fidelización de clientes.

4.2 DESCRIPCIÓN DE LOS ASPECTOS BÁSICOS DEL DISEÑO

Se utilizará un Software como Instrumento de Investigación.

- 4.2.1 Objetivo de la Investigación:
El objetivo es evaluar cómo la implementación de un software de gestión CRM impacta en la eficiencia operativa de la empresa. Se busca entender cómo este software puede mejorar la gestión de clientes y procesos internos.
- 4.2.2 Instrumento de Investigación
El instrumento de investigación es el propio software CRM que será implementado en la empresa para gestionar y analizar datos de clientes, interacciones y operaciones.
- 4.2.3 Pasos del Diseño
 - Implementación del Software CRM: Se selecciona y adquiere un software CRM adecuado para las necesidades de la empresa. Se personaliza según los requisitos y se integra con los sistemas existentes.
 - Capacitación del Personal: Se proporciona entrenamiento al equipo para utilizar eficazmente el software. Se asegura la comprensión de las mejores prácticas y cómo maximizar su uso.
 - Recopilación de Datos: Se registra la información sobre interacciones con los clientes en el software. Se analizan estos datos para identificar patrones y tendencias que puedan influir en la eficiencia.
 - Análisis de Resultados: Se evalúa el aumento en la eficiencia operativa a través

de métricas clave. Se identifican áreas de mejora continua y se proponen ajustes según los resultados obtenidos.

Resultados Esperados: Se espera una mejora significativa en la atención al cliente, la gestión de ventas y la retención de clientes como resultado del uso efectivo del software CRM.



CAPITULO V: PRUEBA DE DISEÑO

Para poder realizar una propuesta de mejora en la gestión de calidad de servicio es necesario realizar un diagnóstico FODA de la Ospe.

Factores Internos		
Factores Externos	Fortalezas: 1. Contar con Profesional Asistencial y Administrativo competente y con experiencia. 2. Ser centro de referencia a nivel regional y estratégico. 3. Contar con servicios de especialistas: clínicos, quirúrgicos y ayuda al diagnóstico. 4. Accesibilidad por ubicación geográfica.	Debilidades: 1. Procesos desordenados y baja coordinación entre áreas. 2. Abastecimiento no oportuno de algunos bienes estratégicos y no estratégicos. 3. Bajo impulso a la investigación 4. Gestión centralizada y no participativa
Oportunidades	Estrategias FO 1. Mejorar la calidad en las atenciones, prestaciones y satisfacción del asegurado y derechohabiente. 2. Desarrollar proyectos de inversión para el fortalecimiento de los objetivos propuestos	Estrategias DO 1. Fortalecer la gestión por competencias al personal asistencial y administrativo. 2. Mejorar los procesos logísticos: Comité de adquisiciones y distribución de suministros de bienes estratégicos y no estratégicos
Amenazas	Estrategias FA 1. Establecer la actualización de legajos del personal para establecer requisitos mínimos para cada perfil del trabajador 2. Mejorar procesos internos (asistencial-administrativo), dando un enfoque de calidad.	Estrategias DA 1. Desarrollar un sistema de seguimiento, monitorización y evaluación de los proyectos de investigación

5.1 Aplicación de la propuesta de solución

La implementación de HubSpot CRM podría ser ventajosa para elevar la satisfacción del cliente, optimizar los procedimientos internos y potenciar la eficiencia operativa. A continuación, se describe cómo se podría utilizar HubSpot en este contexto.

Gestión de Contactos y Clientes:

Permite importación de datos de clientes y contactos existentes a HubSpot CRM. Asimismo, con la segmentación crea segmentos de clientes en función de criterios de acuerdo al historial de reclamaciones.

Automatización de Marketing:

Es posible realizar campañas de correo electrónico para enviar correos electrónicos automatizados, como encuestas de satisfacción, recordatorios de renovación de pólizas y boletines informativos.

Diseña flujos de trabajo automatizados para nutrir leads y clientes, ofreciendo contenido relevante y seguimiento de interacciones.

Registra todas las interacciones con los clientes, incluidas las llamadas, correos electrónicos y reuniones.

Seguimiento de Oportunidades para realizar un seguimiento de las actualizaciones de

cobertura.

Servicio al Cliente:

Con Tickets de Soporte configura un sistema de tickets para gestionar las consultas y quejas de los clientes de manera eficiente. Asimismo, crea una base de conocimiento con respuestas a preguntas frecuentes y documentación de políticas de seguros.

Medición y Análisis:

Se puede realizar informes personalizados utilizando las capacidades de generación de informes, rendimiento de ventas y la eficiencia operativa.

Comunicación y Colaboración:

Mejora la comunicación interna entre los departamentos, garantizando la información oportuna a los clientes en relación a las interacciones previas.

Feedback del Cliente:

Crea encuestas de satisfacción del cliente y utiliza los resultados para identificar áreas de mejora.

Formación y Capacitación del Personal:

Recursos de Formación: Utiliza HubSpot Academy para capacitar al personal en la utilización efectiva de la plataforma.

Permite la integración con herramientas de formación para el desarrollo del personal.

Gestión de Documentos y Políticas:

Crea una biblioteca centralizada de documentos, como pólizas, términos y condiciones, y formularios de reclamación. Asegura que los documentos estén actualizados y que los cambios se registren adecuadamente.

Integraciones:

Permite conectar con otras herramientas utilizadas en la oficina de seguros, como sistemas de facturación y gestión de reclamaciones.

En resumen, HubSpot CRM puede centralizar la gestión de clientes, automatizar procesos, mejorar la comunicación interna y recopilar datos valiosos para tomar decisiones informadas. Además, al ofrecer una vista completa de las interacciones con los clientes, contribuirá a la mejora del servicio y la atención del cliente. La clave está en adaptar y personalizar la plataforma para funciones específicas de la organización.

La aplicación de Zoho CRM podría mejorar la satisfacción del cliente y la eficiencia operativa. En este contexto es cómo podría aplicarse:

Gestión de Contactos y Clientes:

Permite importar los datos de clientes y contactos existentes a Zoho CRM y crea

segmentos de clientes en función de criterios como el tipo de seguro, historial de reclamaciones y grado de satisfacción.

Automatización de Marketing:

Posibilita realizar campañas para enviar correos electrónicos automatizados, como encuestas de satisfacción y boletines informativos.

Flujo de Trabajo: Diseña flujos de trabajo automatizados para nutrir leads y clientes, ofreciendo contenido relevante y seguimiento de interacciones.

Gestión de Ventas:

Registra todas las interacciones con los clientes, incluidas las llamadas, correos electrónicos y reuniones.

Zoho CRM permite realizar un seguimiento de las emisiones de nuevas pólizas y las actualizaciones de cobertura.

Servicio al Cliente:

Es posible configurar un sistema de tickets de soporte para gestionar las consultas y quejas de los clientes de manera eficiente y crea una base de conocimiento con respuestas a preguntas frecuentes y documentación de políticas de seguros.

Medición y Análisis:

Utiliza las capacidades de generación de informes para evaluar el nivel de satisfacción de los usuarios y la correcta operatividad.

Comunicación y Colaboración:

Optimiza la comunicación interna y el acceso a la información del cliente entre los departamentos de servicio al cliente y gestión de reclamaciones.

Feedback del Cliente:

Crea encuestas de satisfacción del cliente y utiliza los resultados para identificar áreas de mejora.

Realiza seguimiento de las observaciones y reclamaciones de los clientes, asegurando de que se aborden de manera oportuna.

Formación y Capacitación del Personal:

Se utiliza Zoho CRM University para capacitar al personal en la utilización efectiva de la plataforma y , de ser necesario, es posible integrarlo con herramientas de formación para el desarrollo del personal.

Gestión de Documentos y Políticas:

Crea una biblioteca centralizada de documentos, como pólizas, términos y condiciones, y formularios de reclamación y asegura que los documentos estén

actualizados y que los cambios se registren adecuadamente.

Integraciones:

Conecta con otras herramientas utilizadas en la oficina de seguros, como sistemas de facturación y gestión de reclamaciones.

En resumen, Zoho CRM puede ayudar a centralizar la gestión de clientes, automatizar procesos, mejorar la comunicación interna y recopilar datos valiosos para tomar decisiones informadas. Además, al ofrecer una vista completa de las interacciones con los clientes, contribuirá a la mejora de la calidad del servicio prestado y lograr un alto grado de satisfacción del usuario. La clave está en adaptar y personalizar la plataforma para satisfacer las necesidades específicas de la organización.

ANALISIS FODA

FODA específico para la aplicación de HubSpot CRM en el caso de la propuesta de gestión de la calidad del servicio en la OSPE

Fortalezas (F):

1. **Facilidad de uso:** HubSpot CRM es conocido por su interfaz intuitiva y fácil de usar, lo que facilita la adopción por parte del personal de la oficina de seguros.
2. **Automatización de procesos:** La plataforma ofrece capacidades de automatización que pueden ayudar a agilizar la gestión de clientes y procesos internos, lo que puede mejorar la eficiencia operativa.
3. **Integración con otras herramientas:** HubSpot CRM se integra fácilmente con otras herramientas y servicios, lo que permite una gestión integral de las relaciones con los clientes.
4. **Análisis de datos:** La plataforma ofrece capacidades de análisis de datos que pueden ayudar a identificar áreas de mejora en la calidad del servicio y tomar decisiones informadas.

Oportunidades (O):

1. **Mejora en la eficiencia:** La automatización de tareas y procesos puede llevar a una mayor eficiencia operativa, reduciendo los tiempos de respuesta y agilizando la atención al cliente.
2. **Gestión proactiva de clientes:** HubSpot CRM permite un seguimiento más efectivo de las interacciones con los clientes, lo que puede llevar a una gestión proactiva de sus necesidades y expectativas.
3. **Personalización de la comunicación:** La plataforma permite la personalización

de las comunicaciones con los clientes, lo que puede mejorar la satisfacción del cliente al brindar una atención más individualizada.

4. **Integración con canales digitales:** HubSpot CRM puede integrarse con canales digitales, lo que permite una comunicación más amplia y efectiva.

Debilidades (D):

1. **Costos de implementación:** La implementación de HubSpot CRM puede requerir una inversión inicial significativa en términos de tiempo y recursos financieros para personalizar y configurar la plataforma.
2. **Resistencia al cambio:** El personal de la oficina de seguros puede resistirse a adoptar nuevas tecnologías y procesos, lo que podría obstaculizar la implementación efectiva de HubSpot CRM.
3. **Requerimientos de capacitación:** Se puede requerir capacitación adicional para que el personal utilice eficazmente todas las funciones de HubSpot CRM, lo que podría llevar tiempo y esfuerzo.

Amenazas (A):

1. **Competencia tecnológica:** Otras organizaciones en el mismo sector pueden adoptar tecnologías similares, lo que aumenta la competencia en términos de calidad del servicio y gestión de clientes.
2. **Problemas técnicos:** Problemas técnicos o interrupciones en el software pueden afectar negativamente el servicio y la operativa.
3. **Cambios de tecnología:** Rápidos avances tecnológicos pueden hacer que la inversión en HubSpot CRM quede obsoleta rápidamente si no se actualiza.
4. **Seguridad de datos:** La gestión de datos de clientes en la nube puede plantear preocupaciones de seguridad si no se abordan adecuadamente, lo que podría afectar la confianza del cliente.

Este análisis FODA destaca los factores clave a considerar al implementar HubSpot CRM en la propuesta de. La plataforma ofrece muchas fortalezas y oportunidades para mejorar la eficiencia y la satisfacción del cliente, pero es importante abordar las debilidades y amenazas potenciales para garantizar una implementación exitosa y sostenible.

Aplicación de Zoho CRM en la gestión de la calidad del servicio en la OSPE

Fortalezas:

1. **Tecnología avanzada:** La implementación de Zoho CRM proporciona a la oficina una herramienta tecnológica avanzada para la gestión de clientes y procesos.
2. **Automatización:** Zoho CRM permite la automatización de tareas y procesos, lo que puede aumentar la eficiencia operativa.
3. **Analítica de datos:** La plataforma ofrece capacidades de análisis que pueden ayudar a identificar áreas de mejora en la calidad del servicio.
4. **Comunicación interna:** Zoho CRM facilita la comunicación interna entre equipos, lo que puede mejorar la colaboración.

Oportunidades:

1. **Mayor eficiencia operativa:** La automatización de procesos puede aumentar la eficiencia operativa y reducir los tiempos de respuesta al cliente.
2. **Gestión de datos de clientes:** Zoho CRM permite una gestión más efectiva de los datos de clientes, lo que puede conducir a una mejora en la calidad del servicio.
3. **Análisis de satisfacción del cliente:** La plataforma puede ayudar a recopilar y analizar datos de satisfacción del cliente para tomar medidas correctivas.
4. **Adaptación a las tendencias tecnológicas:** Mantenerse al día con la tecnología es una oportunidad para destacar en el mercado.

Debilidades:

1. **Costos de implementación:** La implementación de Zoho CRM puede requerir una inversión inicial significativa en términos de tiempo y recursos financieros.
2. **Resistencia al cambio:** El personal puede resistirse a adoptar nuevas tecnologías y procesos, lo que podría obstaculizar la implementación efectiva.
3. **Integración de datos:** La integración de datos de sistemas existentes puede ser un desafío técnico.

Amenazas:

1. **Competencia tecnológica:** Otras organizaciones en el mismo sector pueden adoptar tecnologías similares, lo que aumenta la competencia en términos de calidad del servicio.
2. **Fallos técnicos:** Problemas técnicos o interrupciones en el software pueden afectar negativamente la atención al cliente.
3. **Cambios en la tecnología:** Rápidos avances tecnológicos pueden hacer que la inversión en Zoho CRM quede obsoleta rápidamente si no se actualiza.

- 4. Seguridad de datos:** La gestión de datos de clientes en la nube puede plantear preocupaciones de seguridad si no se abordan adecuadamente.

Este análisis FODA proporciona una visión general de los factores internos y externos que pueden afectar la implementación de la gestión de calidad del servicio y la adopción de Zoho CRM en la oficina de seguros y prestaciones económicas. Se deben considerar estos factores al planificar estrategias y tomar decisiones para abordar los problemas identificados en la propuesta.



CONCLUSIONES

En relación a la mejora en la gestión de calidad de servicios en la oficina de seguros y prestaciones económicas, es importante considerar estas conclusiones:

1. La calidad del servicio en seguros y prestaciones económicas es vital para la satisfacción del cliente y la eficiencia operativa. Su falta puede perjudicar la retención de clientes y la eficacia..
2. Desafíos Identificados: Se identificaron varios desafíos en la oficina de seguros, incluida la insatisfacción del cliente debido a retrasos y falta de transparencia, procesos ineficientes, falta de capacitación del personal y problemas de comunicación.
3. Objetivos de la Propuesta: La propuesta se centra en mejorar la calidad del servicio, optimizar los procesos internos y aumentar la eficiencia operativa. Se proponen medidas específicas para abordar los problemas identificados.
4. Herramientas CRM: Se consideraron dos herramientas CRM populares, HubSpot CRM y Zoho CRM, como posibles soluciones para la gestión de relaciones con los clientes. Ambas ofrecen ventajas en términos de automatización, seguimiento de clientes y análisis de datos.
5. Selección de CRM: La elección entre HubSpot CRM y Zoho CRM dependerá de las necesidades específicas de la oficina de seguros. HubSpot CRM se destaca por su facilidad de uso y capacidades de automatización, mientras que Zoho CRM ofrece una amplia gama de aplicaciones empresariales integradas.
6. Metodología de Implementación: La implementación de CRM debe ser cuidadosamente planificada y personalizada para adaptarse a las necesidades de la organización. Se deben proporcionar capacitación y recursos adecuados para garantizar una adopción efectiva.
7. Análisis FODA de HubSpot CRM: Para HubSpot CRM, se identificaron fortalezas en su facilidad de uso y capacidades de automatización. Las oportunidades incluyen mejoras en la eficiencia y la gestión proactiva de clientes. Las debilidades incluyen costos de implementación y resistencia al cambio, mientras que las amenazas están relacionadas con la competencia y problemas técnicos.
8. Análisis FODA de Zoho CRM: Para Zoho CRM, se destacan sus características de integración y personalización. Las oportunidades incluyen una gestión más integral de relaciones con los clientes. Las debilidades pueden estar en la

complejidad de la implementación y los requisitos de capacitación, y las amenazas están relacionadas con la competencia y problemas de seguridad de datos.

En resumen, la gestión de la calidad del servicio en la oficina de seguros y prestaciones económicas es fundamental para el éxito organizacional. La implementación de una herramienta CRM, como HubSpot CRM o Zoho CRM, puede ayudar a abordar los desafíos identificados y mejorar la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente. Sin embargo, la elección y la implementación deben realizarse cuidadosamente para aprovechar al máximo estas herramientas y superar posibles obstáculos.

La elección entre HubSpot CRM y Zoho CRM dependerá de las necesidades de la organización y su adaptabilidad. La mejora continua es esencial para la eficiencia y la satisfacción del cliente.



RECOMENDACIONES

Con base en la propuesta de gestión de calidad del servicio en la oficina de seguros y prestaciones económicas y el análisis de las herramientas CRM, se hacen las siguientes recomendaciones:

1. Antes de seleccionar una herramienta CRM, esencial llevar a cabo una evaluación minuciosa de las necesidades particulares de la oficina de seguros. Esto incluye identificar los problemas clave de calidad del servicio, los procesos internos que requieren optimización y las expectativas de los clientes. Esta evaluación ayudará a determinar cuál de las dos opciones, HubSpot CRM o Zoho CRM, se adapta mejor a las necesidades.
2. Personalización de la Herramienta: Independientemente de la elección del CRM, es esencial personalizar la herramienta para que se ajuste a los flujos de trabajo y procesos internos de la oficina. Esto implica configurar campos personalizados, automatizaciones y flujos de trabajo que sean relevantes para la gestión de seguros y prestaciones económicas.
3. La implementación de CRM exitosa requiere una capacitación adecuada del personal. Se debe asegurar de que todos los miembros del equipo comprendan cómo utilizar la herramienta CRM de manera efectiva. Se debe proporcionar capacitación continua para mantener actualizado al personal sobre las nuevas características y mejores prácticas.
4. Se puede utilizar el CRM para mejorar la experiencia del cliente, hacer un seguimiento de las interacciones con los clientes, registrar sus preferencias y necesidades, y utilizar esta información para ofrecer un servicio más personalizado y satisfactorio, respondiendo de manera proactiva a las consultas y solicitudes de los clientes.
5. La gestión de calidad del servicio es un proceso en constante mejora, y el CRM es una herramienta valiosa para recopilar datos sobre la satisfacción del cliente y la eficiencia operativa. Esto permite realizar mejoras continuas basadas en los resultados.
6. Tanto HubSpot CRM y Zoho CRM brindan seguridad de datos para proteger la información confidencial del cliente y cumplir con regulaciones de privacidad de datos.

7. Se debe realizar evaluaciones periódicas de la herramienta CRM seleccionada para asegurarse de que siga cumpliendo con las necesidades de la organización.

Estas recomendaciones están diseñadas para ayudar a la oficina de seguros y prestaciones económicas a implementar con éxito una solución CRM y mejorar la calidad del servicio. La elección de la herramienta CRM y su implementación efectiva pueden tener un impacto significativo en la satisfacción del cliente y la eficiencia operativa, lo que contribuirá al éxito a largo plazo de la organización.



BIBLIOGRAFÍA

- Agüero Alva, H. (2013). *Gestión de la Calidad*. .
<https://www.calameo.com/read/001952566c364be64e250>
- Miranda Cruz, M. B., Tapia Hermida, L. X., Romero-Flores, M. L., & Chiriboga Zamora, P. A. (2021). *Ciencias Técnicas y Aplicadas Artículo de investigación*. 7, 1430–1446. <https://doi.org/10.23857/dc.v7i4>
- Bou, J. C. (1997). Influencia de la calidad percibida sobre la competitividad: Análisis de los efectos “vía demanda.” In *Dpto. de Administración de Empresas y Marketing, Universitat Jaume I, Castellón*. .
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-50512005000100004
- Cejas Martínez, M., & Acosta, J. A. (2012). *La capacitación laboral: Alcances y perspectivas en tiempos complejos*.
<https://es.scribd.com/document/360778524/Capacitacion-en-Tiempos-Complejos>
- De La Cruz Rodríguez, M. (2019). *La investigación de la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en las empresas peruanas*.
<https://hdl.handle.net/11537/21996>
- Donabedian, A. (1966). Evaluating the quality of medical care. In *Milbank Quarterly* (Vol. 83, Issue 4, pp. 691–729). Blackwell Publishing Inc.
<https://doi.org/10.1111/j.1468-0009.2005.00397.x>
- Hernández, C., Prieto, A. T., & Hernández, C. (2017). *Dimensiones de la calidad de servicio presentes en los programas de postgrado. Reflexiones teóricas*.
<https://www.produccioncientificaluz.org/index.php/impacto/article/view/35028/370>

- Horovitz, J. (1991). *La Calidad del Servicio* (interEditions).
file:///C:/Users/pc/Downloads/kupdf.net_la-calidad-del-servicio-jacques-horovitz-pdf.pdf
- Huacachino Presentación, V. L., León Rivera, J. M., & Madrid Martínez, J. C. (2020). *Adecuación administrativa de ESSALUD como institución administradora de fondo para el aseguramiento de la salud pública*. <http://hdl.handle.net/11354/2702>
- Kotler, P., Bowen, J. T., Makens, J., & Baloglu, S. (2017). *Marketing for Hospitality and Tourism 7th Edition Kotler Solutions Manual*.
<https://testbankdeal.com/download/marketing-for-hospitality->
- Kotler, Philip., Madariaga Miranda, J. G. de., Flores Zamora, Javier., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2011). *Marketing turístico*. Pearson Educación.
- López Castro, F. C., & Arenas Estela, S. (2020). *Gestión de la calidad de servicio del sector público y su incidencia en la satisfacción de los usuarios de los centros de asistencia legal gratuita de la dirección general de defensa Pública y acceso a la justicia, Lima 2020*. <https://hdl.handle.net/20.500.12727/6595>
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2009). *Marketing de servicios personal, tecnología y estrategia*.
<https://fad.unsa.edu.pe/bancayseguros/wp-content/uploads/sites/4/2019/03/1902-marketing-de-servicios-christopher-lovelock.pdf>
- Maggi Vera, W. A. (2018). *Evaluación de la calidad de la atención en relación con la satisfacción de los usuarios de los servicios de emergencia pediátrica Hospital General de Milagro*. [Universidad Católica de Santiago de Guayaquil].
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/9976>
- Mendocilla Sotomayor, K. P. (2015). *Factores que influyen en la satisfacción de los usuarios externos Hospital Nacional Alberto Sabogal Sologuren 2015*.
<https://hdl.handle.net/20.500.12727/2128>
- Muñoz Solera, S., Muñoz Solera, C., Gallego Rodrigo, C., Carbó Roselló, M. A., & Delgado Guerrero, B. (2023). Revisión sistemática de la calidad en el sistema nacional de salud. *Revista Sanitaria de Investigación*.

<https://revistasanitariadeinvestigacion.com/revision-sistemica-de-la-calidad-en-el-sistema-nacional-de-salud/>

- Pabón Córdoba, M. L., & Palacio Díaz, K. I. (2020). *Percepción de la calidad de los servicios de la salud desde la satisfacción de los usuarios en el Hospital Local de Sitio Nuevo Magdalena, periodo 2017-2019*. <https://hdl.handle.net/11323/6423>
- Pereira González, A. (2006). *Evaluación del nivel de satisfacción del usuario externo en relación a la infraestructura del servicio de oncología del hospital de niños “J.M. de los Ríos.”*
<http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAR1662.pdf>
- Reaño Villalobos, R. S. (2021). *Calidad de servicio y satisfacción del usuario en la unidad de gestión del paciente del Hospital Regional Lambayeque, Chiclayo 2019*. <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/7896/Reaño%20Villalobos%20Ricardo%20Salvador.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Redhead García, R. M. (2015). *Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Centro de Salud Miguel Grau Distrito de Chaclacayo 2013* [UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS].
http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/4806/Redhead_gr.pdf;jsessionid=718689FC512C381791C814265536A00F?sequence=1
- Reglamento de Organización y Funciones del Seguro Social de Salud. (2016). *Reglamento de Organización y Funciones del Seguro Social de Salud 2016 Gerencia Central de Planeamiento y Desarrollo Texto actualizado y concordado (Aprobado por Resolución de Presidencia Ejecutiva N° 656-PE-ESSALUD-2014 y modificado por: Resolución de Presidencia Ejecutiva N° 767-PE-ESSALUD-2015, Resolución de Presidencia Ejecutiva N° 141-PE-ESSALUD-2016 y Resolución de Presidencia Ejecutiva N° 310-PE-ESSALUD-2016)*.
http://www.essalud.gob.pe/transparencia/pdf/rof/rof_dic_2015.pdf
- Resolución Ministerial N°519-2006/MINSA. (2006). *Documento Técnico “Sistema de Gestión de la Calidad en Salud.”* 11–12.
https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/280089/251477_RM519-2006.pdf20190110-18386-plydyr.pdf?v=1547172111

- Rivera Reyes, S. J. (2019). *La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador*. <https://www.academia.edu/40997905>
- Resolución Ministerial N° 727-2009/MINSA. (2009). *Política Nacional de Calidad en Salud*.
<https://www.gob.pe/institucion/minsa/informes-publicaciones/322121-politica-nacional-de-calidad-en-salud-documento-tecnico-rm-n-727-2009-minsa>
- Rosa, A., Calixto, J., & Luis Véliz Martínez, P. (2020). *Investigaciones sobre calidad en trabajos de terminación de la Especialidad Organización y Administración de Salud*. <http://orcid.org/0000-0003-3789-8945>
- Ruiz Pinchi, R. (2017). *Calidad de atención al cliente y el nivel de satisfacción del usuario* [Universidad Cesar Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/1597>
- Vélez Ramírez, S., & González Valencia, Y. (2021). *Calidad de la atención de los servicios de salud Colombia en los últimos diez años* [Universidad de Antioquia]. <https://docplayer.es/215919663-Autor-es-susan-velez-ramirez-yolima-gonzalez-valencia-universidad-de-antioquia-facultad-nacional-de-salud-publica-antioquia-medellin-colombia-2021.html>
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1988). Communication and Control Processes in the Delivery of Service Quality. *Journal of Marketing*, 52(2), 35–48. <https://doi.org/10.1177/002224298805200203>

ANEXOS



PORTAL DE TRANSPARENCIA ESTÁNDAR Y DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA



Portal de Transparencia Estándar | Información Complementaria | Acceso a la Información

Seguro Social de Salud (ESSALUD)

Responsable del Portal de Transparencia: FRANK JONATHAN GUZMÁN CASTILLO
Nombramiento: RESOLUCIÓN DE PRESIDENCIA EJECUTIVA N° 484-PE-ESSALUD-2023
Teléfono: 265-6000 265-7000 anexo 2632

Responsable de acceso a la información: FUNCIONARIO DESIGNADO POR EL TITULAR DE LA ENTIDAD
Nombramiento: Resolución de Presidencia Ejecutiva N° 1028-PE-ESSALUD-2022

[Ver administradores de la información](#)

Monitor de Control y Transparencia COVID-19 

 Datos generales	 Planeamiento y organización	 Presupuesto	 Proyectos de Inversión e InnoBIZ	 Participación ciudadana	 Personal
 Contratación de bienes y servicios	 Actividades oficiales	 Acceso a la información	 Registro de Visitas	 Información facilitada	

DATOS GENERALES

Aquí encontrará el directorio de los funcionarios públicos, las leyes, reglamentos y demás disposiciones legales que rigen y emiten las entidades.

1964