



UNIVERSIDAD JOSÉ CARLOS MARIÁTEGUI

VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN

**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS EMPRESARIALES Y
PEDAGÓGICAS**

ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA COMERCIAL

TESIS

**GESTIÓN DIGITAL Y LA ATENCIÓN AL PÚBLICO
DEL PERSONAL DE FARMACIA DEL HOSPITAL
HONORIO DELGADO DE AREQUIPA EN EL AÑO
2024**

PRESENTADO POR

BACH. CARLOS JESUS BALLON HERRERA

ASESOR

DR. JULIO CESAR LUJAN MINAYA

PARA OPTAR TÍTULO PROFESIONAL DE INGENIERO COMERCIAL

MOQUEGUA - PERÚ

2024



Universidad José Carlos Mariátegui

CERTIFICADO DE ORIGINALIDAD

El que suscribe, en calidad de Jefe de la Unidad de Investigación de la _FACULTAD DE NCIAS JURIDICAS, EMPRESARIALES Y PEDAGOGICAS (FCJEP), certifica que el trabajo de investigación (X) / Tesis () / Trabajo de suficiencia profesional () /

GESTIÓN DIGITAL Y LA ATENCIÓN AL PÚBLICO DEL PERSONAL DE FARMACIA DEL HOSPITAL HONORIO DELGADO DE AREQUIPA EN EL AÑO 2024

Presentado por el(la):

BACH. CARLOS JESUS BALLON HERRERA

Para obtener el grado académico () o Título profesional (X) o Título de segunda especialidad () de INGENIERO COMERCIAL asesorado por el/la DR. JULIO CESAR LUJAN MINAYA con Resolución de Decanato N°01472-2024-FCJEP-UJCM, fue sometido a revisión de similitud textual con el software TURNITIN, conforme a lo dispuesto en la normativa interna aplicable en la UJCM.

En tal sentido, se emite el presente certificado de originalidad, de acuerdo al siguiente detalle:

Programa académico	Aspirante(s)	Trabajo de investigación	Porcentaje de similitud
INGENIERIA COMERCIAL	BACH. CARLOS JESUS BALLON HERRERA	GESTIÓN DIGITAL Y LA ATENCIÓN AL PÚBLICO DEL PERSONAL DE FARMACIA DEL HOSPITAL HONORIO DELGADO DE AREQUIPA EN EL AÑO 2024	15%

El porcentaje de similitud del Trabajo de investigación es del 15%, que está por debajo del límite **PERMITIDO** por la UJCM, por lo que se considera apto para su publicación en el Repositorio Institucional de la UJCM.

Se emite el presente certificado con fines de continuar con los trámites respectivos para la obtención de grado académico o título profesional o título de segunda especialidad.

Moquegua, 11 de julio de 2024

Dr. Teófilo Lauracio Ticona

Jefe Unidad de Investigación FCJEP

ÍNDICE DE CONTENIDO

Página de jurado	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimientos.....	v
ÍNDICE DE CONTENIDO	vi
ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS.....	viii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT.....	x
INTRODUCCIÓN	xi
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	13
1.1 Descripción de la Realidad Problemática.....	13
1.2 Definición del Problema.....	15
1.2.1 Problema general.....	15
1.2.2 Problemas específicos	15
1.3 Objetivos de la investigación.	16
1.3.1 Objetivo General	16
1.3.2 Objetivos específicos:	16
1.4 Justificación e importancia de la investigación.....	16
1.5 Variables. Operacionalización.....	19
1.6 Hipótesis de investigación. -.....	21
1.6.1 Hipótesis general.....	21
1.6.2 Hipótesis específicas:	21
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	22
2.1 Antecedente de la investigación.	22
2.2 Bases teóricas	27
2.3 Marco conceptual	40

CAPÍTULO III: MÉTODO	43
3.1 Tipo de investigación.	43
3.2 Diseño de investigación.....	43
3.3 Población y muestra.	44
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.	45
3.5 Técnicas de procesamiento y análisis de datos.....	46
CAPÍTULO IV: ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	47
4.1 Presentación de resultados.....	47
4.2 Contrastación de hipótesis.....	55
4.3 Discusión de resultados	60
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	62
5.1 Conclusiones	62
5.2 Recomendaciones	63
BIBLIOGRAFÍA.....	64
ANEXOS:.....	69
Matriz de consistencia de la investigación	69
Instrumentos de recolección de datos.....	70

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tabla 1	19
Tabla 2	47
Tabla 3	48
Tabla 4	49
Tabla 5	50
Tabla 6	51
Tabla 7	52
Tabla 8	53
Tabla 9	54
Tabla 10	55
Tabla 11	56
Tabla 12	57
Tabla 13	58
Tabla 14	59
Figura 1	47
Figura 2	48
Figura 3	49
Figura 4	50
Figura 5	51
Figura 6	52
Figura 7	53
Figura 8	54

RESUMEN

Este estudio investigó la relación entre la gestión digital y la calidad de atención al público en la farmacia del hospital Honorio Delgado Arequipa. Se empleó una metodología básica, no experimental y transversal, encuestando a 30 trabajadores de la unidad de investigación. Los datos fueron analizados con SPSS y Excel, revelando un coeficiente de correlación de Spearman de 0.534, significativo con un nivel de $p < 0.05$. Esto indica una relación positiva moderada entre la implementación de estrategias digitales y la mejora en la atención al público en el contexto hospitalario.

Se concluyó que, si bien la gestión digital puede tener un impacto favorable en la atención al público, la relación observada no es de gran intensidad. Esto sugiere que la optimización de sistemas operativos y la mejora en las estrategias digitales pueden incrementar la eficiencia y eficacia de los servicios de atención, aunque se necesita un enfoque continuo y adaptativo para maximizar estos beneficios. Asimismo, se destacó la importancia de evaluar regularmente el impacto de las mejoras digitales en la experiencia del usuario, asegurando así un servicio de alta calidad y ajustado a las necesidades del público atendido.

Este estudio proporciona una base sólida para futuras investigaciones sobre cómo las tecnologías digitales pueden ser integradas de manera efectiva en entornos hospitalarios para mejorar la experiencia del paciente y la eficiencia operativa. Las implicaciones prácticas incluyen la necesidad de capacitación continua del personal en herramientas digitales y la implementación de políticas que fomenten la comunicación efectiva y la interacción positiva con los usuarios.

Palabras claves: gestión digital, atención al público, comunicación, sistema operativo, estrategias digitales

ABSTRACT

This study investigated the relationship between digital management and quality of public service at the pharmacy of Honorio Delgado Hospital in Arequipa. A basic, non-experimental, cross-sectional methodology was employed, surveying 30 research unit workers. Data was analyzed using SPSS and Excel, revealing a Spearman correlation coefficient of 0.534, significant at $p < 0.05$. This indicates a moderately positive relationship between digital strategy implementation and improved public service within the hospital setting.

It was concluded that while digital management can positively impact public service, the observed relationship is moderate rather than strong. This suggests that optimizing operational systems and enhancing digital strategies can enhance service efficiency and effectiveness, necessitating a continuous and adaptive approach to maximize these benefits. Additionally, the importance of regularly assessing the impact of digital improvements on user experience was highlighted, ensuring high-quality service tailored to the needs of the public served.

This study provides a solid foundation for future research on effectively integrating digital technologies in hospital settings to enhance patient experience and operational efficiency. Practical implications include ongoing training of staff in digital tools and the implementation of policies fostering effective communication and positive user interaction.

Keywords: digital management, customer service, communication, operating system, digital strategies

INTRODUCCIÓN

En la actualidad el mercado se ha convertido en lugar que le exige a las empresas e instituciones ser altamente competitivas, brindando una atención de calidad a sus consumidores, clientes y usuarios; el cambio del mercado se produjo por la globalización.

La globalización trajo consigo la creación e implementación de diversas herramientas y medios digitales los cuales en su aplicación dentro de las empresas y organizaciones les permiten revolucionar la manera en que estas llegan a generar una interacción con los clientes y usuarios; permitiéndoles acercárseles más, ofreciéndoles una atención eficaz y eficiente, logrando que la comunicación sea más directa y personalizada por lo que la experiencia llega a ser satisfactoria. Existen diversas ventajas que trae consigo la aplicación de la gestión digital dentro de las organizaciones y empresas las cuales se producen en los procesos, siendo las siguientes: la automatización, reducción de tiempo, realización solo de actividades necesarias y organización de información, etc.

Por otro lado la Atención al cliente desempeña un papel fundamental para la generación de satisfacción y fidelización de los clientes y usuarios con las organizaciones, empresas y entidades, por medio de ella se hace posible brindar una atención personalizada, eficiente que genere confianza y produzca lealtad en los clientes y usuarios hacia los servicios y productos que estos llegan a adquirir en las distintas empresas y organizaciones con la finalidad de satisfacer sus necesidades, sentirse escuchados y valorados. La atención a los clientes presenta un impacto de gran escala dentro de las empresas y organizaciones, dependiendo de las actividades e importancia que se les den a los clientes dentro de estas el impacto puede ser positivo o negativo, en el caso de ser positivo las empresas y organizaciones experimentarían un incremento en sus ventas, mejorarían su reputación, crearían un ambiente de trabajo cómodo para su personal, incrementarían sus ventajas competitivas y lograrían diferenciarse de la competencia dentro del mercado, mejorarían su rentabilidad y sostenibilidad hasta lograr alcanzar el éxito.

Tanto la gestión digital y la atención al cliente son dos aspectos fundamentales para el desarrollo de las organizaciones y empresas dentro de un

mercado, ambas se logran complementar debido a que la gestión digital proporciona todas las herramientas y canales necesarios para ofrecer los servicios y productos a los clientes mientras que la Atención al Cliente logra contribuir a mejorar la gestión digital a través de la información y conocimiento que brindan los clientes a las empresas con las que se logra identificar aspectos de mejora, realizar ajustes para brindar una experiencia satisfactoria en donde ambas partes salgan beneficiadas.

Por todo lo mencionado anteriormente, se realiza el estudio dentro de la farmacia del hospital Honorio Delgado de Arequipa, en donde se ha encontrado la existencia de diversos desafíos con respecto a la implementación de la gestión digital para mejorar su calidad en la atención al público. El estudio se enfoca en definir la relación entre la gestión digital y la atención al público; por lo que para un correcto desarrollo de la investigación esta se estructuró de la siguiente manera:

Capítulo I, en este primer capítulo se desarrolla toda la información concerniente a la problemática de la investigación tanto como los objetivos, las justificaciones, variables e hipótesis.

Capítulo II, en tanto en el segundo capítulo se desarrolla toda la información teórica que sirve como base para el desarrollo de la investigación

Capítulo III, en este tercer capítulo se desarrolla toda la información referente a la metodología siendo el tipo, diseño, población, técnicas e instrumentos de recolección de datos y procesamiento de información.

Capítulo IV, dentro de este capítulo se desarrolla toda la información referente a los resultados encontrados en las variables presentadas en la investigación; asimismo, se realiza la contrastación de hipótesis y la discusión de resultados.

Capítulo V, finalmente en este último capítulo se desglosa toda la información para dar a conocer las conclusiones y recomendaciones que se determinaron dentro de la investigación.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Descripción de la Realidad Problemática.

A nivel global, los países consideran el uso de tecnologías informáticas de comunicación como una oportunidad para impulsar el crecimiento económico y facilitar la conexión de los ciudadanos con servicios y empleos (CEPAL, 2022). Sin embargo, a finales de 2021, aproximadamente 3 mil millones de personas seguían desconectadas, principalmente en naciones en desarrollo, lo que refleja la persistencia de una brecha digital como un desafío significativo (Banco Mundial, 2022). Además, la prestación deficiente de servicios de salud contribuye a La mortalidad de aproximadamente 5.7 a 8.4 millones de individuos anualmente en naciones con ingresos económicos considerados bajos y medios, lo que representa una disminución del 15% en estas naciones (OMS, 2020).

En América Latina, persisten notables disparidades en el acceso a servicios de salud, debido a una variedad de factores que restringen la disponibilidad de atención médica puntual y de excelencia. Estos elementos engloban desde la falta de políticas sanitarias idóneas y la limitación de recursos de infraestructura técnica, hasta los reducidos niveles de remuneración de los trabajadores del ámbito sanitario, la sobresaturación de profesionales en los entornos urbanos, los extensos

movimientos geográficos y los factores socioculturales que ejercen influencia sobre la población. (Graf, 2020)

En consecuencia, la mejora de la calidad de la atención conlleva la introducción de sistemas de información y seguimiento en el ámbito de la salud que amalgamen procedimientos operativos normalizados para reportar eventos vinculados a la calidad y seguridad de la atención, administrar reclamaciones y llevar a cabo encuestas digitales sobre salud. En consecuencia, las TIC se han planteado como una respuesta en naciones avanzadas que afrontan un desafío significativo en sus sistemas de atención médica, particularmente en lo concerniente a la atención de pacientes con enfermedades crónicas. Esto ocurre debido a que las TIC favorecen la creación de modelos de atención emergentes concebidos para implicar de manera activa a los pacientes en su propia atención médica, tales como tratamiento a distancia, acceso remoto y portales de salud. Asimismo, las TIC colaboran en la disminución de la solicitud excesiva de citas médicas en ocasiones superfluas, acortan la duración de las estancias hospitalarias y las tasas de reincidencia, y por ende, incrementan la efectividad de los sistemas de atención sanitaria. (Regaira y Vázquez, 2020)

A nivel nacional acorde a la Defensoría del Pueblo (2021) se ha realizado la recopilación exhaustiva de información acerca de los individuos que utilizan los servicios de salud, en relación con el uso de las TIC en el ámbito de la salud o telemedicina, la cual ha sido proporcionada por las agencias de EsSalud, gobiernos regionales y el Ministerio de Salud (MINSA). De hecho, se han llevado a cabo entrevistas que han revelado que una proporción mayoritaria de los usuarios que fueron atendidos mediante teleconsulta han informado de contratiempos. Algunos individuos expresaron que no recibieron comunicación en el horario convenido, que sus inquietudes no fueron abordadas de manera apropiada, o que enfrentaron dificultades de conectividad que les impidieron ser partícipes de la conversación. Adicionalmente, alrededor del 60% de los participantes manifestaron que el período otorgado para abordar sus

inquietudes de salud durante la consulta telefónica fue considerado como inadecuado. Además, en lo concerniente a la cortesía y la disposición del personal médico encargado de la atención, más del 40% de los encuestados lo evaluaron como regular, deficiente o muy deficiente debido a que la atención fue prestada de forma precipitada, ocasionando impaciencia entre los usuarios.

A nivel local, dentro del área de farmacia del Hospital Honorio Delgado de Arequipa, persisten numerosos desafíos para fomentar la implementación de la gestión digital, con el fin de mejorar la calidad de la atención al público. Las principales causas subyacentes son la gestión administrativa inadecuada y la falta de familiaridad de los empleados con las TIC, obstaculizando así el logro de los objetivos planteados y el cumplimiento de las metas mediante la prestación óptima de servicios y atención a los usuarios.

1.2 Definición del Problema.

1.2.1 Problema general

¿Cuál es la relación que existe entre la gestión digital y la atención al público del personal de farmacia del Hospital Honorio Delgado de Arequipa en el año 2024?

1.2.2 Problemas específicos

¿Cuál es la relación que existe entre el procesamiento de la información y la atención al público del personal de farmacia del Hospital Honorio Delgado de Arequipa en el año 2024?

¿Cuál es la relación que existe entre las estrategias digitales y la atención al público del personal de farmacia del Hospital Honorio Delgado de Arequipa en el año 2024?

¿Cuál es la relación que existe entre la comunicación digital y la atención al público del personal de farmacia del Hospital Honorio Delgado de Arequipa en el año 2024?

¿Cuál es la relación que existe entre el sistema operativo y la atención al público del personal de farmacia del Hospital Honorio Delgado de Arequipa en el año 2024?

1.3 Objetivos de la investigación.

1.3.1 Objetivo General

Definir la relación entre la gestión digital y la atención al público del personal de farmacia del Hospital Honorio Delgado de Arequipa en el año 2024.

1.3.2 Objetivos específicos:

Definir la relación entre el procesamiento de la información y la atención al público del personal de farmacia del Hospital Honorio Delgado de Arequipa en el año 2024.

Definir la relación entre las estrategias digitales y la atención al público del personal de farmacia del Hospital Honorio Delgado de Arequipa en el año 2024.

Definir la relación entre la comunicación digital y la atención al público del personal de farmacia del Hospital Honorio Delgado de Arequipa en el año 2024.

Definir la relación entre el sistema operativo y la atención al público del personal de farmacia del Hospital Honorio Delgado de Arequipa en el año 2024.

1.4 Justificación e importancia de la investigación

El análisis reviste una significativa relevancia para el Hospital Honorio Delgado, puesto que facilita la identificación de los principales factores

que inciden en las dificultades experimentadas por la institución en la prestación oportuna de servicios a los usuarios. Entre estos factores se incluye la gestión digital, la cual constituye un elemento crucial en la atención al público. Se observa que, con el transcurso del tiempo, el problema radica en la provisión de información y en la tramitación documental.

Justificación teórica

Se fundamentó teóricamente dado que este estudio posibilita la exploración de paradigmas, conceptos y teorías relacionadas con las variables, con el propósito de fomentar avances en otros ámbitos afines al área de estudio.

Justificación practica

Esta investigación condujo a la obtención de resultados efectivos, los cuales posibilitan la implementación de acciones pertinentes para la mejora de las variables, que constituye el núcleo central en el logro de objetivos. Puesto que el avance de las nuevas tecnologías digitales ha transformado los medios convencionales de comunicación con la población, lo que ha mejorado significativamente la percepción y calidad de los servicios ofrecidos. Esta evolución ha permitido la creación de servicios dinámicos y personalizados, lo que reduce los tiempos de espera y minimiza las interrupciones. Además, ha promovido la implementación de modelos de alta calidad que fortalecen la atención al usuario. En última instancia, este cambio ha eliminado métodos obsoletos y tediosos, mejorando así la eficiencia y la efectividad de los servicios.

Justificación metodológica

Desde un enfoque metodológico, se sustenta la elección de la técnica de encuesta como parte integral de la estrategia para alcanzar los objetivos del estudio. Asimismo, se ha llevado a cabo un proceso de validación del cuestionario por parte de expertos, con el propósito de garantizar la rigurosidad del método y asegurar que el instrumento seleccionado esté

alineado con los objetivos de la investigación. Se busca que los resultados obtenidos sean representativos y que las conclusiones derivadas de estos hallazgos contribuyan al avance del conocimiento en la comunidad científica.

1.5 Variables. Operacionalización

Tabla 1

Operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	TECNICAS E INSTRUMENTOS	ITEMS
Variable 1: Gestión digital	Según lo expuesto por Allauca (2018), la gestión digital está intrínsecamente vinculada al concepto de gobierno electrónico, el cual se define como el proceso de digitalización que implica la implementación e interconexión de sistemas de redes que enlazan ministerios y entidades gubernamentales locales. Además, este enfoque incorpora el empleo de las TIC como el principal instrumento para fomentar el proceso de digitalización en la	Para que la variable 1 pueda ser medida se llevara a cabo un cuestionario el cual abarcará cinco dimensiones.	1. Procesamiento de la información	1.1. Organización de la información 1.2. Presentación de la información 1.3. Empleo de la información	Encuestas: Cuestionario	1,5
			2. Estrategias digitales	2.1. Participación en las capacitaciones en cursos virtuales 2.2. Utilización de la plataforma 2.3. Manejo de programas de edición de videos		6,11
			3. Comunicación digital	3.1. Manejo de correo electrónico 3.2. Buena utilización de redes sociales 3.3. Utilización de navegadores y buscadores de información		12,16
			4. Sistema operativo	4.1. Conocimiento de las partes de la computadora y su conectividad. 4.2. Manejo del sistema operativo del sistema Windows		17,20

1.6 Hipótesis de investigación. -

1.6.1 Hipótesis general

Existe relación entre la gestión digital y la atención al público del personal de farmacia del Hospital Honorio Delgado de Arequipa en el año 2024.

1.6.2 Hipótesis específicas:

1. Existe relación entre el procesamiento de la información y la atención al público del personal de farmacia del Hospital Honorio Delgado de Arequipa en el año 2024.
2. Existe relación entre las estrategias digitales y la atención al público del personal de farmacia del Hospital Honorio Delgado de Arequipa en el año 2024.
3. Existe relación entre la comunicación digital y la atención al público del personal de farmacia del Hospital Honorio Delgado de Arequipa en el año 2024.
4. Existe relación entre el sistema operativo y la atención al público del personal de farmacia del Hospital Honorio Delgado de Arequipa en el año 2024.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedente de la investigación.

A nivel internacional:

Zambrano y Zambrano (2023) en su artículo que tuvo como propósito de examinar el impacto de las tecnologías de la información y la comunicación. Desde un enfoque metodológico, el estudio se llevó a cabo bajo un paradigma cuantitativo de carácter descriptivo, empleando métodos documentales y de campo, con un diseño transversal y no experimental. La muestra representativa se conformó a través de un procedimiento de selección aleatoria, abarcando a 381 ciudadanos mediante un muestreo censal y a 100 funcionarios públicos, además de emplear registros de recaudación y trámites como fuentes adicionales de datos. Se recopilieron datos a través de la administración de encuestas utilizando la escala de Likert, las cuales se realizaron de forma virtual. Los hallazgos señalan un grado notable de incorporación de tecnologías de la información en la gestión pública, lo cual juega un papel fundamental en el avance de las organizaciones públicas. Como resultado final, este análisis ha determinado que las acciones aplicadas han generado la necesidad de utilizar las Tecnologías de la Información y la Comunicación en la administración institucional, fomentando el proceso de digitalización con el fin de satisfacer las necesidades de la población.

García, Moyano, Viscarra y Barreto (2020) en su artículo se planteó examinar la situación actual de los medios de comunicación convencionales empleados en la institución y proponer una solución para abordar este asunto, investigando el cambio en los patrones de consumo de información digital en comparación con las prácticas habituales. Se llevó a cabo un análisis detallado de la situación actual del Municipio mediante la realización de trabajo de campo. Además, se llevaron a cabo entrevistas con el alcalde, concejales y jefes departamentales, junto con la realización de un grupo focal con los residentes del cantón. Estas actividades permitieron identificar los procesos y estrategias para abordar el problema en cuestión. Se encontró que tanto los directivos como los empleados manejan información de forma informal y, en su mayoría, desconocen el uso de herramientas digitales de comunicación. Además, se observó que los públicos externos no son informados de manera oportuna sobre eventos y actividades organizadas por la institución. Una de las tácticas definidas fue la implementación del Social Media Marketing, lo que permite adoptar una actitud proactiva gracias a los diversos beneficios que ofrece en diversos ámbitos sociales. Esta estrategia permite establecer conexiones e interactuar con conceptos, productos y servicios que la organización desea comunicar. Además, se ve reforzada por su marcado enfoque en el usuario y sus actividades en línea, lo que conlleva a una reducción directa y oportuna de costos, tiempo y espacio.

Fajardo, Benalcázar, Almache y Román (2023) en su artículo se planteó examinar la percepción de los usuarios sobre la calidad de la atención brindada por el personal sanitario en un centro hospitalario. Se empleó una metodología cualitativa con un diseño fenomenológico. Se utilizó tecnología para la grabación de las interacciones verbales, las cuales posteriormente fueron transcritas y clasificadas. En el proceso de análisis, se emplearon unidades de codificación para categorizar la información recopilada. El resultado de este proceso nos permitirá orientar y formar a los profesionales en formación, facilitando el cumplimiento de los objetivos establecidos en el ámbito hospitalario. A través de este estudio,

se sustenta la idea de que la atención proporcionada a los pacientes desempeña un papel crucial en su proceso de recuperación. Basándonos en los hallazgos obtenidos, se llega a la conclusión de que es de suma importancia resaltar la necesidad de evaluar de forma continua la calidad de la atención en salud ofrecida por cualquier entidad, ya sea pública o privada. Esta evaluación constante es crucial para identificar y mejorar las deficiencias que puedan obstaculizar el logro de los propósitos, objetivos y metas establecidos por la institución. A través de este proceso, se busca obtener aprobaciones en términos de acreditación, cumplir con las normativas pertinentes, mejorar el equipamiento y los recursos humanos, proporcionar una atención de calidad, ofrecer actividades efectivas, mejorar la infraestructura y, sobre todo, garantizar la satisfacción del usuario al cumplir con sus requerimientos.

En el ámbito nacional:

Culqui y Callao (2021) en su artículo se planteó examinar el desarrollo de un modelo de gestión digital destinado a mejorar la calidad del servicio en la atención de reclamos de usuarios. Además, se optó por una perspectiva cuantitativa, empleando un diseño no experimental transaccional de naturaleza básica y propositiva. En este sentido, se recurrió a la encuesta como técnica de recolección de datos y al cuestionario como instrumento específico, el cual fue administrado a una muestra de 77 trabajadores. Tras un análisis exhaustivo, se ha llegado a la conclusión de que la gestión digital exhibe numerosas carencias, las cuales se erigen como el principal factor que incide directamente en la calidad del servicio prestado a los usuarios.

Quispe (2021) en su tesis se planteó identificar la posible conexión entre la gestión digital y la calidad de la atención al público en usuarios. Para ello, se empleó un enfoque metodológico de diseño descriptivo correlacional de tipo básico y no experimental. Para la recopilación de datos consistió en la aplicación de encuestas, utilizando como medio de recolección un cuestionario estructurado. La muestra estuvo compuesta

por un total de 79 personas, entre usuarios y la población en general. Los resultados se basaron en un nivel de significancia bilateral de 0.000, lo cual al ser menor que 0.05 y el coeficiente Rho de Spearman, con un valor resultante de 0.781, indica que hay una relación entre las variables investigadas, así, se ratifica la afirmación de la hipótesis, al registrar una correlación del 78.1%, lo cual se sitúa en el segmento de correlación positiva alta. Se determinó que la hipótesis general de la investigación es válida, en virtud de la existencia de una correlación positiva significativa entre las variables. A partir de esto, se infiere que la mejora de la gestión digital conlleva a una mayor eficiencia en la atención al público.

Zamora (2021) en su estudio se planteó investigar si la transformación digital ejerce una influencia en la gestión del servicio al cliente. Además, este estudio adopta un enfoque cuantitativo y se caracteriza por su diseño no experimental, lo que significa que no involucra la manipulación de las variables. En relación con la recopilación de datos, se decidió emplear el enfoque de encuestas mediante la utilización de cuestionarios. Se optó por una muestra de 35 empresas odontológicas ubicadas específicamente en el distrito de Miraflores, lo cual representa el 69% del total de empresas consideradas, que ascienden a un total de 51. El análisis realizado reveló que la introducción de la digitalización tiene un efecto beneficioso en la gestión del servicio al cliente.

Vásquez (2021) en su tesis se planteó establecer la conexión entre las tecnologías de información y comunicación en la atención al usuario. Se trata de una investigación de índole cuantitativa, de nivel correlacional y con un diseño no experimental. Para llevar a cabo esta indagación, se seleccionó una muestra compuesta por 324 usuarios, extrayéndola de un universo de 2655 individuos. Además, se emplearon la técnica de la encuesta y el cuestionario como herramientas para recabar la información necesaria, la cual fue posteriormente procesada utilizando los programas Excel y SPSS. Al llegar a una conclusión, se establece que las TIC guardan

una relación con la atención al usuario, respaldada por un coeficiente de correlación de 0,650, caracterizado como positivo moderado. De manera similar, se observa que la planificación operativa guarda una relación con la atención al usuario, validada por un coeficiente de correlación de 0,551, también considerado como positivo moderado. La relación positiva entre las variables se sustenta en un coeficiente de correlación de 0.529, lo que indica una correlación positiva de magnitud moderada. Asimismo, la simplificación de trámites se asocia con la atención al usuario, respaldada por un coeficiente de correlación de 0.550, que también refleja una correlación positiva de grado moderado. De manera similar, los beneficios derivados de las TIC están vinculados con la atención al usuario, como se confirma mediante un coeficiente de correlación de 0.524, el cual refleja una correlación positiva de magnitud moderada.

En el ámbito local:

Pinto (2023) en su tesis se planteó establecer la conexión entre la implementación de servicios financieros digitales y el grado de satisfacción de los clientes. Se adoptó un enfoque metodológico caracterizado por su naturaleza cuantitativa, con un diseño transversal de tipo no experimental y un nivel relacional. La población objeto de estudio estuvo conformada por los clientes del banco, quienes fueron sometidos a un cuestionario elaborado bajo la escala Likert, siendo la muestra seleccionada compuesta por 385 individuos. Los datos obtenidos fueron sometidos a un análisis detallado utilizando tanto medidas estadísticas descriptivas como inferenciales, lo que permitió arribar a conclusiones fundamentales. Dichas conclusiones resaltaron la presencia de una correlación estadísticamente significativa entre la digitalización de los servicios financieros y la satisfacción de los clientes, con un nivel de confianza del 95%.

Gutierrez y Trujillo (2023) en su tesis se planteó identificar el impacto de las TIC en la prestación de servicios de alta calidad. La metodología de investigación adoptada fue de naturaleza cuantitativa, con

un diseño no experimental y de corte transversal. Se emplearon dos instrumentos de recolección de datos: uno dirigido a los gerentes de hoteles de tres estrellas y otro destinado a los huéspedes de dichos establecimientos. Al finalizar, se pudo establecer la influencia positiva y notable de las TIC en la calidad del servicio ofrecido por los hoteles de tres estrellas. Se llegó a la conclusión de que la mayoría de los establecimientos hoteleros pertenecientes a dicha asociación han implementado diversas tecnologías con el fin de mejorar su oferta y proporcionar una mayor excelencia en la prestación de sus servicios.

Molina y Zapata (2023) en su estudio se planteó evaluar la calidad de la atención. En lo que respecta a la configuración del estudio, se optó por una metodología descriptiva, observacional, prospectiva y transversal. La muestra consistió en 300 individuos de edad avanzada mayores de 18 años, elegidos de forma intencional y no aleatoria. Esta muestra se subdividió en dos grupos: el grupo A, 150 pacientes grupo B, conformado por pacientes que acudieron al consultorio, En este caso, se utilizó la encuesta, empleando como herramienta el cuestionario SERVQUAL. En relación con los hallazgos sobre la calidad de atención brindada a los usuarios en el Centro de Salud "Las Esmeraldas", se encontró que el 98.7% de los pacientes expresaron satisfacción con dicha calidad, en contraste con solo el 1.3% que manifestó insatisfacción. en cuanto al Centro de Salud "Alto Libertad", la calidad de atención es notablemente alta, ya que el 98,7% de los pacientes expresaron estar satisfechos con la calidad de la atención recibida, en contraste con el reducido porcentaje del 1,3% que manifestó insatisfacción. Para concluir la calidad de atención percibida por los usuarios de los consultorios es satisfactorio en ambas instancias.

2.2 Bases teóricas

Variable 1: Gestión digital

En relación con las afirmaciones de Ramírez (2019), se argumenta que el uso del internet durante la pandemia resultó sumamente beneficioso.

Además, plantea la posibilidad de que el internet pueda acceder a información diversa sin intervención humana, lo que permitiría un seguimiento exhaustivo y reduciría los casos de uso inapropiado. Asimismo, se destaca que el internet se emplea a través de diversos dispositivos, como maquinaria industrial, automóviles, relojes, entre otros, los cuales actúan como intermediarios entre el mundo físico y digital.

En relación con la gestión digital, para Senyo et al. (2021) esta constituye una valiosa herramienta para las organizaciones al permitirles adquirir un profundo conocimiento sobre los eventos y sucesos que tienen lugar en su ámbito de operación. Además, según la perspectiva de Agostino et al. (2021) se refiere a una estrategia de cambio sólidamente diseñada que capacita a la empresa para implementar acciones basadas en las iniciativas adoptadas en un período de tiempo específico.

Según lo expuesto por Allauca (2018), la gestión digital está intrínsecamente vinculada al concepto de gobierno electrónico, el cual se define como el proceso de digitalización que implica la implementación e interconexión de sistemas de redes que enlazan ministerios y entidades gubernamentales locales. Además, este enfoque incorpora el empleo de las TIC como el principal instrumento para fomentar el proceso de digitalización en la comunidad, así como para ejercer un mayor control sobre el gasto del presupuesto público.

Las TIC han cobrado una relevancia significativa en el contexto organizacional, impulsando así la digitalización como un proceso integral en la gestión empresarial. Esta digitalización tiene como objetivo primordial desarrollar habilidades y activos que posibiliten una reacción rápida a las necesidades y requerimientos de los usuarios o clientes, mejorando de esta manera la aptitud para procesar y examinar información de manera más efectiva, facilitando la toma de decisiones y optimizando el uso de los recursos disponibles. Al respecto Ayala y Gonzales (2015) conceptualizan las TIC como el conjunto de herramientas tecnológicas que

facilitan el acceso, creación, manipulación y transmisión de datos expresados en diversos formatos, como texto, imágenes, sonidos y videos.

En resumen, la gestión digital se refiere a la aplicación experta de tácticas digitales con el fin de generar impactos tangibles a lo largo del tiempo, beneficiando tanto a los usuarios como a la entidad u organización en cuestión.

Teorías

Esta variable se fundamenta en dos teorías:

La teoría de la complejidad sostiene que la esfera global requiere la incorporación de nuevas perspectivas metodológicas que enriquecen la comprensión contemporánea de los aspectos prácticos y teóricos de uno de los campos más destacados de la economía. La incorporación de la teoría de la complejidad ha permitido fundamentar que la era digital presenta todas las características propias de un sistema complejo en el ámbito económico. El análisis espacial reveló la diversidad del entorno industrial, así como la presencia de lagunas en los aspectos institucionales y digitales del espacio, lo cual abre oportunidades para la innovación tanto a nivel empresarial como económico. (Matveev et al., 2021, p. 4)

En otro contexto, emerge la relevancia creciente de la teoría de la privacidad de la información en la era digital, ya que es fundamental comprender los procesos de toma de decisiones en torno a la privacidad, dado que la información frecuentemente se percibe como un recurso que se maneja de manera deficiente. Este enfoque aborda la habilidad de una persona o grupo para establecer, regular y aplicar normativas destinadas a gestionar su información y su interacción con terceros. Esta teoría propone un marco socialmente normativo para la toma de decisiones relacionadas con la privacidad, el cual se desarrolla y cambia con la experiencia a medida que pasa el tiempo. (Bélanger y James, 2020, p. 1)

Importancia de las TIC

Por su parte Slusarczyc (2019) sostiene que:

Han generado las TIC una significativa revolución económica, fundamentada en la intensiva utilización de internet y otras tecnologías computacionales, tal como en un aumento en los procedimientos de globalización de las organizaciones y las interacciones comerciales. El aumento en la comunicación entre distintos países, facilitado por internet, ha promovido la integración de culturas, sociedades y mercados a nivel mundial, generando una serie de cambios políticos, económicos y sociales de carácter global. En la actualidad, los movimientos de capital y los modos de producción se desarrollan a escala planetaria. (p. 34)

La incorporación de las nuevas tecnologías ha evolucionado de ser una ventaja competitiva exclusiva de las grandes corporaciones a transformarse en una exigencia para todo tipo de empresas. En el entorno empresarial actual, la continua mejora de los productos es esencial para mantener la eficiencia y preservar las ventajas competitivas obtenidas. En este sentido, la adopción de las TIC juega un papel fundamental. En resumen, su aplicación es vital debido a:

- El aumento exponencial del acceso a la información facilita la tarea de comprender a los competidores y clientes, dado que se dispone de una mayor cantidad de datos disponibles.
- Se establece un ambiente laboral flexible.
- Todos los procedimientos dentro de la empresa se automatizan con el objetivo de maximizar la utilización de recursos y aumentar la productividad. Esto conlleva a una mejora en la eficacia de la cadena de valor.
- La expansión hacia mercados adicionales se facilita debido a la viabilidad de la interconexión.
- Se optimizan los servicios financieros y contables.

- Optimiza la interacción tanto con los clientes como con los proveedores y el personal.
- Se generan nuevas posibilidades de negocio y se establecen relaciones con potenciales colaboradores comerciales adicionales.

Impacto de la aplicación de Tic

La amplia adopción de las nuevas tecnologías, como se evidencia en el uso rutinario dentro de las operaciones organizativas, se ha generalizado, llegando incluso a modificar su configuración fundamental. Se observan cambios significativos desde diversas esferas que, sin duda alguna, tendrán repercusiones a nivel global. Según Ayala y Gonzales (2015), Se anticipa que los mayores beneficios positivos emanarán de la introducción de las TIC en una administración más efectiva de los recursos, así como en los procedimientos creación y utilización de bienes y servicios, junto con su contribución al desarrollo de sectores económicos innovadores y activos.

Una gestión más eficaz busca estandarizar las tareas y eliminar los procesos manuales. Sin embargo, la necesidad de establecer comunicación con otros individuos y la implementación de nuevas tecnologías para facilitar esta comunicación en diversos ámbitos de nuestra vida resalta la utilidad generalizada de las TIC. Aunque en algunos casos su uso puede ser perjudicial, en la mayoría resulta beneficioso. Una de las ventajas más notables es el aumento de la productividad en las empresas. Las pequeñas y medianas empresas (pymes) son un claro ejemplo, ya que pueden acceder a un mayor conocimiento de los mercados y adoptar nuevas formas de venta por internet, además de beneficiarse de la digitalización de la información.

Adicionalmente, según la investigación realizada por Ayala y Gonzales (2015), se señala que la incorporación de las TIC en diversos ámbitos empresariales ha resultado en la reducción de costos y tiempos, lo que a su vez ha contribuido a una mejor administración de los flujos de información. Esto ha facilitado la creación de valor en las operaciones y la

gestión de negocios, lo que ha permitido a las empresas adquirir ventajas competitivas, mantener su posición en el mercado y centrarse en sus actividades centrales. (p. 50)

Indudablemente, la administración de la información en el entorno empresarial ha experimentado una notable simplificación gracias a la incorporación de tecnologías, lo cual ha generado una transformación significativa en los métodos de comunicación al posibilitar el intercambio de diversos tipos de datos a través de plataformas digitales.

Sin embargo, es igualmente cierto que los beneficios derivados de la era digital y sus herramientas tecnológicas no se distribuyen de manera equitativa, ni a nivel global ni a nivel nacional o regional. El avance del Internet conlleva la aparición de una nueva forma de desigualdad, conocida como brecha digital, que separa a aquellos con un mayor acceso al desarrollo de la información de aquellos que carecen de él. Las estadísticas revelan una realidad divergente, donde los usuarios representan una minoría privilegiada dispersa por todo el mundo.

La brecha digital se refiere a la disparidad que separa a las comunidades, países o regiones que tienen acceso y utilizan las TIC de aquellas que carecen de acceso o, si lo tienen, no saben cómo aprovecharlo. Acceder a estas TIC implica contar con la infraestructura necesaria para acceder a los servicios que ofrece la tecnología, así como poseer las habilidades y conocimientos para utilizarlas. El constante progreso tecnológico contribuye a ampliar esta brecha, lo que subraya la necesidad de una colaboración entre la sociedad y el gobierno para garantizar que la tecnología esté disponible para todos y sea utilizada de manera efectiva.

Dimensiones

- Procesamiento de la información: Acorde a lo expuesto por Chávez (2012), los elementos de índole metacognitiva pueden potenciar o, en su defecto, entorpecer la eficacia de las estrategias de aprendizaje. No

obstante, es frecuente la presencia de factores metacognitivos que influyen de manera significativa, al igual que los aspectos cognitivos, en el logro de resultados satisfactorios. Por ende, este proceso facilita a los individuos la retención de información, la cual actualmente se lleva a cabo de manera digital.

- Estrategias digitales: De acuerdo con Andrade (2016), se trata de una habilidad que engloba múltiples acciones dirigidas por un sector, en el cual, mediante un diagnóstico, se identifican y determinan la necesidad del usuario. Por consiguiente, al abordar el tema de estrategias digitales, podemos concebirlas como un conjunto de tácticas estratégicas que se diseñan con un propósito específico.
- Comunicación digital: De acuerdo con Ngwenyama et al. (2021) sugieren que los medios de comunicación ejercen una función relevante en la difusión de información pública y en la administración del riesgo, así como en la cobertura de eventos que acontecen en la sociedad. Sin embargo, existen escasas investigaciones relacionadas con la función del discurso público y los medios de comunicación en la formación de las opiniones sobre la digitalización de la comunidad. A pesar de que las tecnologías desempeñan un papel fundamental en la inducción de cambios significativos en la sociedad, existe una insuficiencia de investigaciones que analicen el modo en que los medios de comunicación las retratan y cómo respondemos a dichas representaciones.
- Sistema operativo: Chong et al. (2020) observaron que, como resultado del confinamiento, tanto las instituciones del Estado como las privadas han implementado nuevas tácticas para conseguir el posicionamiento orgánicamente. Se ha registrado un incremento en el uso de las redes sociales, logrando un balance entre la difusión de información y la promoción de servicios o productos. Se plantea la necesidad de proporcionar capacitación a los usuarios o clientes a través de vídeos, con el fin de prevenir el abandono de la plataforma

y garantizar su satisfacción. Por consiguiente, se recomienda elaborar una estrategia que establezca una conexión sólida con los clientes o usuarios, permitiéndoles acceder fácilmente a la información que necesitan, resolver sus inquietudes y proponerles nuevas alternativas.

Variable 2: Atención al público

Conforme a lo expresado por Wolniak y Jone (2021), esta variable indica el nivel sobresaliente en la prestación de servicios de atención al cliente, se suele llevar a cabo mediante la aplicación de técnicas de encuesta, las cuales hacen uso de técnicas de definición operativa de variables que son particulares del dominio de investigación. (p. 133)

De acuerdo con Barrera y Ruíz (2021), se hace referencia al servicio prestado al público como las acciones realizadas por los empleados de una empresa u organización para proporcionar al cliente o usuario los servicios necesarios, con el propósito de satisfacer sus necesidades específicas. (p. 5)

Según Arenal (2019), la atención al cliente se define como el conjunto de acciones realizadas por una empresa con el fin de establecer vínculos con los clientes y anticiparse a sus necesidades. A través de la atención, se proporciona orientación adecuada para garantizar el uso correcto de un producto o servicio. Este término abarca las interacciones individuales entre los empleados de una organización y los clientes, con el objetivo de ofrecer asesoramiento y soluciones de alta calidad que contribuyan a la satisfacción del cliente. La persona encargada de brindar atención al cliente asume la responsabilidad de mantener una relación positiva, así como de escuchar y comprender las preguntas, consultas y quejas que puedan surgir en relación con los productos o servicios de la institución.

Según Vicente (2020), la atención al cliente implica una serie de acciones dirigidas a identificar los problemas existentes en el punto de venta, con el objetivo de abordarlos de manera adecuada y así satisfacer

las expectativas del cliente, logrando incluso aumentar su satisfacción. El éxito de cualquier organización radica en la conformidad del cliente con los productos y servicios ofrecidos. Sin embargo, resulta paradójico que muchos ejecutivos consideren la función de atención al cliente como una molestia necesaria.

Además, según Brown (2013):

Se alude al servicio ofrecido por las entidades, ya sea de bienes o servicios, entre otros, a sus consumidores, para que estos planteen quejas, recomendaciones o interrogantes vinculadas con el producto o servicio correspondiente, y en caso de necesitar información adicional o asistencia técnica, así como otras opciones y alternativas disponibles dentro del contexto empresarial, no dude en comunicarse con nosotros. (p. 136)

Acorde con Gil (2020), la atención al cliente abarca una serie de acciones llevadas a cabo por las empresas, las cuales implican la identificación de las necesidades fundamentales de los clientes y la implementación de diversas estrategias con el propósito de cumplir con las expectativas individuales de cada cliente. Esto se realiza con el objetivo de lograr la satisfacción del cliente y, a su vez, fomentar la fidelidad hacia la empresa.

De acuerdo con la definición proporcionada por Carvajal, Ormeño y Valverde (2015):

Comprende una serie de acciones o actividades dirigidas a responder preguntas, resolver problemas y ofrecer un servicio adecuado. Este proceso inicia desde el momento de la comunicación inicial, pasando por la bienvenida y la presentación, hasta el cierre del tiempo en que el usuario se encuentra con nosotros. La atención al usuario implica el trato que le proporcionamos durante nuestra interacción con él. (p. 63)

En resumen, la atención al cliente abarca todas las acciones llevadas a cabo por las empresas dirigidas hacia su mercado objetivo, con el fin de satisfacer las demandas de los consumidores y comprender sus expectativas para poder satisfacerlas de manera oportuna.

Importancia

Se destaca la relevancia de la atención al público como un aspecto crucial para las empresas dedicadas a la prestación de servicios. Esto implica la entrega de un servicio al cliente de calidad, con el propósito de satisfacer las necesidades del usuario, lo cual requiere la implementación de estrategias de servicio adaptadas a las nuevas modalidades a las que han debido ajustarse.

Acorde a lo expuesto por Vicente (2020), la relevancia puede ser determinada mediante los aspectos que se detallan a continuación:

- Si un cliente experimenta satisfacción con el servicio recibido, existe una alta probabilidad de que regrese y se convierta en un cliente habitual, manifestando opiniones positivas y recomendaciones favorables.
- Si un cliente experimenta insatisfacción, existe la posibilidad de que no regrese al establecimiento y que, como resultado, comparta críticas negativas sobre su experiencia, lo que podría influir en la percepción de otros potenciales clientes.
- Con el transcurso del tiempo, los consumidores muestran una tendencia a volverse más demandantes en cuanto a la relación entre el precio, la calidad y el servicio ofrecido.
- Las compañías se encuentran inmersas en un contexto de creciente competencia, lo que implica la imperiosa necesidad de buscar estrategias que les permitan destacarse y marcar una clara diferenciación en el mercado.

Tipos de atención al usuario

Según Villa (2014), presenta diversas categorías como:

- Atención presencial. Implica un contacto directo y personal con el cliente, estableciendo una interacción cara a cara. Este tipo de atención es comúnmente aplicado en establecimientos físicos como tiendas, hoteles, clínicas y agencias de viajes, entre otros.
- Atención telefónica. Constituye una tarea delicada para los colaboradores, dado que se limita al uso del canal auditivo para establecer una comunicación eficaz. En este sentido, aspectos clave incluyen el tono de voz empleado, la habilidad para escuchar activamente y la actitud adoptada durante la conversación telefónica.
- Atención virtual. Ha adquirido relevancia en la actualidad gracias al progreso tecnológico y la popularidad del comercio electrónico. Este medio se ha convertido en una opción predominante para llevar a cabo compras, realizar trabajos y participar en cursos de aprendizaje, ya sea a través del correo electrónico o las redes sociales. En este contexto, se evalúa la calidad del servicio recibido considerando diversos aspectos adicionales, como el funcionamiento adecuado del sitio web, la eficiencia del sistema de pago y entrega, así como la prontitud en responder a consultas a través del correo electrónico, entre otros criterios. (p. 265)

Evaluación de la atención al usuario

Según Balarezo (2013) puede llevarse a cabo considerando los aspectos que se detallan a continuación:

- a) Herramientas para la atención: Según lo señalado por Balarezo (2013), son esenciales para complementar el servicio, ya que este último depende de ellas para satisfacer las demandas de los clientes. Entre las diversas herramientas disponibles se pueden identificar:

- Materiales informáticos: son elementos esenciales para agilizar el procedimiento de atención, ya que posibilitan la obtención instantánea de información al crear una base de datos accesible en cualquier momento.
 - Materiales de escritorio: son recursos empleados para simplificar las labores en el lugar de trabajo, contribuyendo así a la optimización del servicio prestado durante la ejecución de trámites.
- b) Comportamiento de la atención: Para Balarezo (2013) hace referencia a todos los componentes utilizados para evaluar la calidad del servicio prestado. Basándose en el comportamiento manifestado en cada uno de los indicadores citados, la persona evalúa y valora la excelencia del servicio que ha recibido.
- La correcta expresión corporal y verbal, incluyendo gestos, modulación vocal, entonación, y otros aspectos, juega un papel crucial en la transmisión efectiva de un mensaje, ya que estos elementos pueden comunicar información de manera significativa.
 - Disponer de la información pertinente es fundamental. Poseer el conocimiento adecuado sobre el producto o servicio es esencial para atender y satisfacer las inquietudes de los usuarios de manera precisa y efectiva.
 - Ofrecer un servicio personalizado y cortés, manteniendo una atención de calidad hacia una variedad de usuarios con diversas disposiciones, y procurando manejar de manera efectiva cualquier fricción que pueda surgir en la interacción.
 - Garantizar una adecuada presentación. La apariencia o imagen personal debe ser óptima, con el fin de generar una impresión favorable en el interlocutor.

- Demostrar atención: Evitar demoras innecesarias y mantener la concentración en el cliente, sin interrupciones ni distracciones.
 - Cordialidad. Se caracteriza por su afectuoso, atento y original trato hacia el usuario.
- c) Respuesta a los reclamos: Para Balarezo (2013) implica la habilidad del personal para abordar y solucionar los problemas, dificultades y reclamaciones planteados por los usuarios en relación al servicio proporcionado.
- Realizar un monitoreo continuo del proceso de resolución de reclamos posibilitará la conclusión satisfactoria del inconveniente planteado, facilitando así el mantenimiento y fortalecimiento de la relación con el cliente.
 - Comprometerse a abordar las quejas y reclamaciones. En caso de que un cliente plantee un problema o expresión de descontento, el empleado debe estar dispuesto a escuchar atentamente y buscar una solución rápida y satisfactoria.
 - Observar y valorar la perspectiva del cliente es fundamental. Resulta imperativo reconocer la percepción del usuario, aun si el colaborador no la comparte. No se debe iniciar un debate o discusión al respecto, sino más bien mantener la compostura y la calma.
 - Observar con detenimiento. Prestar atención con el propósito de comprender y asimilar sus requerimientos.

Dimensiones

➤ Plan de atención al público

Este aspecto está vinculado con los atributos físicos, tales como la presentación de las instalaciones, el equipamiento utilizado por la empresa, así como el personal disponible para atender al cliente y los

recursos materiales utilizados en el proceso. Además, aborda la capacidad de respuesta, que se refiere a la disposición para asistir a los clientes y proporcionar un servicio adecuado y rápido. También se centra en la atención y prontitud al abordar las solicitudes de los clientes, incluyendo la respuesta a sus preguntas y quejas, así como la resolución de problemas. (Huisacayna, 2023)

➤ **Gestión de atención al público**

Se hace alusión al nivel de competencia y destreza demostrado en las habilidades y conocimientos, lo cual genera credibilidad y confianza para el cliente, otorgándole una sensación de seguridad. Simultáneamente, las organizaciones deben cumplir con sus compromisos en los plazos estipulados, así como garantizar la fiabilidad de sus productos, sistemas y personal, brindando a los clientes la certeza de lo que están adquiriendo. La capacidad de cumplir con lo prometido de manera precisa y segura se destaca. Un ejemplo de ello son los representantes de servicio al cliente que responden dentro del tiempo acordado, siguen las instrucciones del cliente, emiten facturas y estados de cuenta sin errores y realizan reparaciones de manera adecuada desde el primer intento (Huisacayna, 2023).

2.3 Marco conceptual

Herramientas digitales: Se trata de aquellos programas o software, tanto tangibles como intangibles, que se encuentran alojados en dispositivos informáticos o computadoras, permitiéndonos llevar a cabo diversas actividades e interactuar tanto con la tecnología como con otras personas.

TIC: Se definen como el conjunto de medios, instrumentos y vías sustentadas y evolucionadas por las tecnologías, que posibilitan a los individuos mejorar su calidad de vida en lo relativo a la producción, comunicación, almacenamiento, procesamiento, representación de imágenes y gestión de datos.

Red social: Se trata de un portal en línea que proporciona la oportunidad de entablar interacciones con otros individuos que también están registrados en el mismo sitio web, mediante la creación de una cuenta que requiere un nombre de usuario y una contraseña.

Software: Conjunto de aplicaciones y/o programas de variados tipos que, empleando los protocolos pertinentes, habilitan la ejecución de diversas operaciones en computadoras y otros dispositivos tecnológicos.

Hardware: Se refiere a dispositivos tecnológicos tales como computadoras de escritorio o portátiles, teléfonos móviles, tabletas, módems y routers, que posibilitan la interconexión entre redes de internet o telefonía con el fin de facilitar la comunicación y el procesamiento de información.

Atención. Es una acción que evidencia la disposición para velar por el bienestar o la seguridad de otro individuo, así como denota la manifestación de respeto, cortesía o afecto hacia alguien.

Atención al cliente: Se refiere al conjunto de acciones o tácticas que las organizaciones desarrollan con el propósito de satisfacer las necesidades de sus clientes de manera más eficaz que sus competidores. También implica el apoyo proporcionado, ya sea antes, durante o después de la venta, con el objetivo de garantizar una experiencia satisfactoria para el cliente.

Sistemas de información: Se refiere a un conjunto estructurado de procedimientos y recursos destinados a adquirir, organizar, almacenar y manipular datos con el propósito de generar y difundir la información requerida por una entidad para la gestión, dirección, toma de decisiones, planificación y supervisión de sus operaciones.

Gestión: Se define como el modo apropiado de dirigir los diversos procesos de una empresa, es decir, constituyen el conjunto de medidas que posibilitan la ejecución de una actividad o el logro de un objetivo mediante el uso de procedimientos autorizados por la organización.

Acceso a internet: Es fundamental para el funcionamiento de las TIC, y ha adquirido un carácter esencial tanto para los individuos como para las organizaciones. Es imperativo aprovechar todos los servicios que la red ofrece con el fin de automatizar diversos procesos y mejorar la comunicación dentro de las entidades organizativas.

CAPÍTULO III: MÉTODO

3.1 Tipo de investigación.

Se clasifica como una investigación de tipo básica, ya que busca validar un resultado previamente obtenido mediante el empleo de técnicas de análisis estadístico aplicadas a una muestra específica, con el propósito de comprender y explicar un fenómeno determinado (Hernández y Mendoza, 2018).

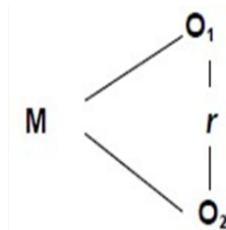
Este estudio se caracteriza por su naturaleza correlacional, lo que implica la capacidad de establecer la magnitud de la asociación entre el emprendimiento y el empoderamiento femenino. En este sentido, comprender el desempeño de una variable permite anticipar el comportamiento de la otra. En consonancia con esto, Bilbao y Escobar (2020) explican que el enfoque correlacional busca cuantificar el nivel de asociación y la forma en que dos o más variables se influyen mutuamente. Estas asociaciones se investigan dentro de un contexto común y habitualmente conllevan el examen de los mismos individuos en la mayoría de las ocasiones. (p. 25)

3.2 Diseño de investigación.

Es calificado como no experimental, dado que la investigación se desarrolla en concordancia con la realidad, observando los fenómenos en su estado natural sin efectuar modificaciones en los mismos. De acuerdo con Vásquez (2020), los diseños no experimentales se caracterizan por

carecer de asignación aleatoria, manipulación de variables o formación de grupos de comparación. En este enfoque, el investigador se limita a observar los eventos tal como ocurren de manera espontánea, sin intervenir en la manipulación de las variables. (p. 26)

La investigación adopta un enfoque transversal, ya que busca identificar el nivel o la modalidad de las variables en un momento específico. En este sentido, Hernández y Mendoza (2018) explican que los diseños transversales recopilan datos en un único momento temporal (p. 176).



Donde:

M: muestra de estudio

O1: variable: Gestión digital

r: relación

O2: variable: Atención al público

3.3 Población y muestra.

Población

Comprende a 30 empleados del área de farmacia del Hospital Honorio Delgado de Arequipa. En este contexto, según Niño (2019), la población se define como la totalidad de unidades, en otras palabras, todos los componentes que puedan conformar el campo de análisis de una investigación. (p. 54)

Muestra

Está constituida por la totalidad de la población y comprende a todos los 30 empleados para la implementación de los instrumentos de recopilación

de datos. En relación con esto, Hernández y Mendoza (2018) explican que una muestra es un conjunto parcial de la población o universo de interés, del cual se obtendrán los datos relevantes, y debe ser representativa de dicha población. (p. 196)

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Técnica

Se ha empleado la encuesta. Según Pérez et al. (2020), las encuestas son un método sistemático para obtener información y deben ser parte integral del diseño de investigación. Es fundamental que las encuestas estén orientadas por las hipótesis de investigación establecidas, ya que su propósito no es simplemente recopilar datos, sino proporcionar respuestas precisas a las preguntas planteadas al inicio del estudio. (p. 256)

Instrumento

Consistió en la utilización de un cuestionario, mediante el cual se recabaron los datos pertinentes de la muestra objeto de estudio, facilitando así la obtención de resultados y conclusiones respecto a los problemas planteados en la investigación. Al respecto, Niño (2019) señala que los instrumentos desempeñan la función de recolectar los datos o la información necesaria para verificar el alcance de los objetivos de la investigación, así como para medir las variables y validar las hipótesis, en caso de que se contemplen. (p. 89)

Fue un cuestionario que consta de dos secciones, una dirigida a la evaluación de la gestión digital, compuesta por 20 ítems, y otra destinada a evaluar la atención al público, también compuesta por 20 ítems. Ambos cuestionarios fueron desarrollados por el investigador y sometidos a un proceso de validación de contenido para garantizar su fiabilidad y validez.

Cada instrumento debe cumplir con requisitos esenciales, como la validez, que se refiere al grado de exactitud o precisión del instrumento utilizado, garantizando resultados consistentes incluso si se aplicara

repetidamente al mismo grupo de individuos estudiados. Al respecto, Niño (2019) menciona: La validez es una característica del instrumento mediante la cual este es capaz de medir la variable que se pretende evaluar y no otra diferente, es decir, debe ser un instrumento preciso y adecuado. (p. 89)

3.5 Técnicas de procesamiento y análisis de datos.

Los procesos estadísticos se inician con la construcción de una base de datos que contiene las respuestas proporcionadas por los empleados de la empresa. Esta información posibilita la realización de procesos estadísticos, tanto descriptivos como inferenciales, con el fin de examinar las hipótesis de investigación. Los resultados descriptivos de las variables y dimensiones se presentaron en tablas de frecuencia y gráficos estadísticos, lo que facilitó la interpretación de los indicadores de la investigación. Se buscó obtener datos relevantes sobre las variables de investigación de acuerdo con el modelo estructural, mediante la comparación de los resultados. Finalmente, se llevaron a cabo pruebas de hipótesis generales y específicas, utilizando el coeficiente de Spearman para determinar el grado de correlación entre las variables y sus dimensiones.

CAPÍTULO IV: ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Presentación de resultados.

Tabla 2

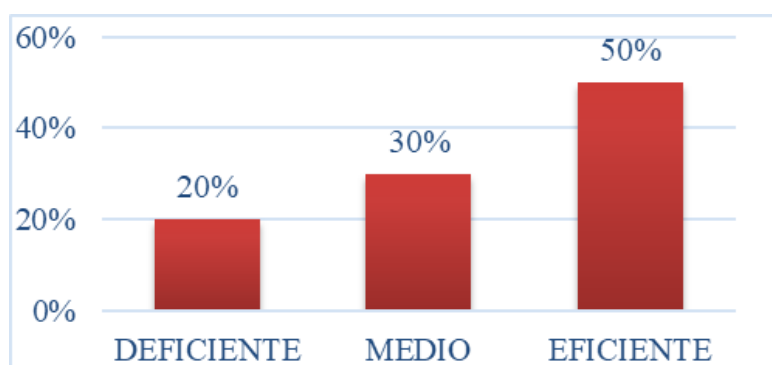
Nivel de la variable gestión digital

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
DEFICIENTE	6	20%
MEDIO	9	30%
EFICIENTE	15	50%
Total	30	100%

Nota: elaborado por el investigador

Figura 1

Variable gestión digital



Nota: elaborado por el investigador

Interpretación:

Los resultados obtenidos en la tabla 02 y en la figura 01 dan a conocer lo siguiente: 15 de los trabajadores de la unidad de investigación consideran que la gestión digital es eficiente con un 50%; mientras que el 9 de ellos considera que la gestión digital es deficiente en un 20%.

Tabla 3

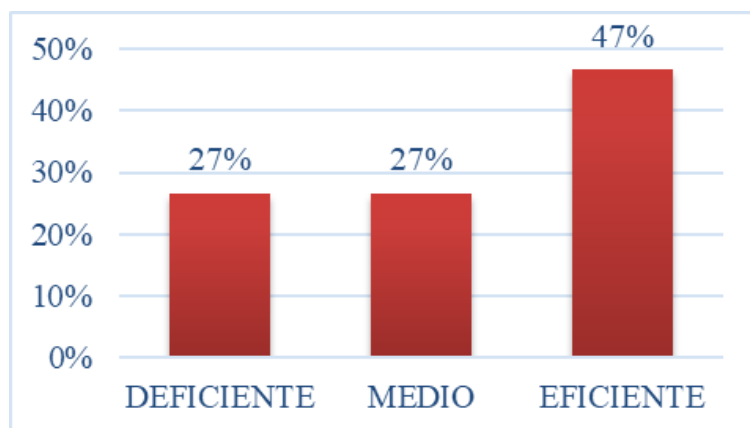
Nivel de la dimensión procesamiento de información

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
DEFICIENTE	8	27%
MEDIO	8	27%
EFICIENTE	14	47%
Total	30	100%

Nota: elaborado por el investigador

Figura 2

Dimensión procesamiento de información



Nota: elaborado por el investigador

Interpretación:

Los resultados obtenidos en la tabla 03 y en la figura 02 dan a conocer lo siguiente: 14 de los trabajadores de la unidad de investigación consideran que el

procesamiento de información es eficiente con un 47%; mientras que el 8 de ellos consideran que el procesamiento de información es deficiente en un 27%.

Tabla 4

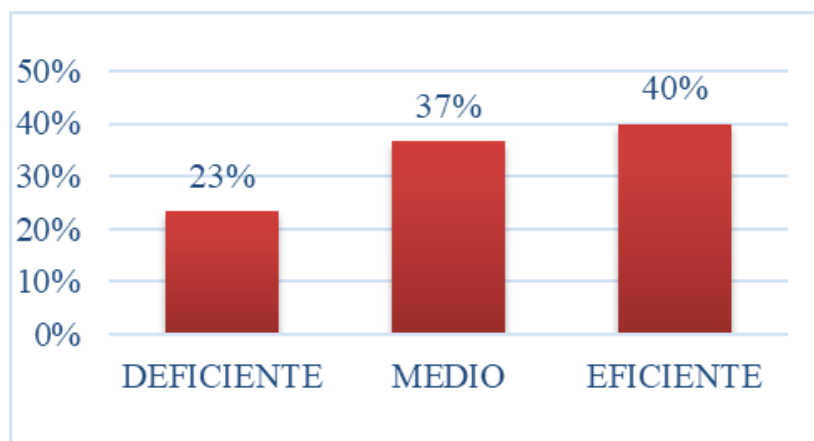
Nivel de la dimensión estrategias digitales

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
DEFICIENTE	7	23%
MEDIO	11	37%
EFICIENTE	12	40%
Total	30	100%

Nota: elaborado por el investigador

Figura 3

Dimensión estrategias digitales



Nota: elaborado por el investigador

Interpretación:

Los resultados obtenidos en la tabla 04 y en la figura 03 dan a conocer lo siguiente: 12 de los trabajadores de la unidad de investigación consideran que las estrategias digitales son eficientes en un 40%; mientras que 7 de ellos consideran que son deficientes en un 23%.

Tabla 5

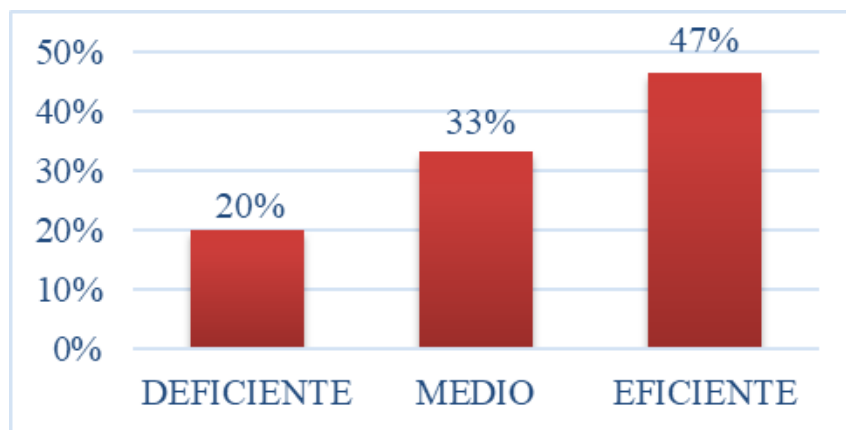
Nivel de la dimensión comunicación digital

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
DEFICIENTE	6	20%
MEDIO	10	33%
EFICIENTE	14	47%
Total	30	100%

Nota: elaborado por el investigador

Figura 4

Dimensión comunicación digital



Nota: elaborado por el investigador

Interpretación:

Los resultados obtenidos en la tabla 05 y en la figura 04 dan a conocer lo siguiente: 14 de los trabajadores de la unidad de investigación consideran que la comunicación digital es eficiente con un 47%; mientras que 6 de ellos consideran que es deficiente en un 20%.

Tabla 6

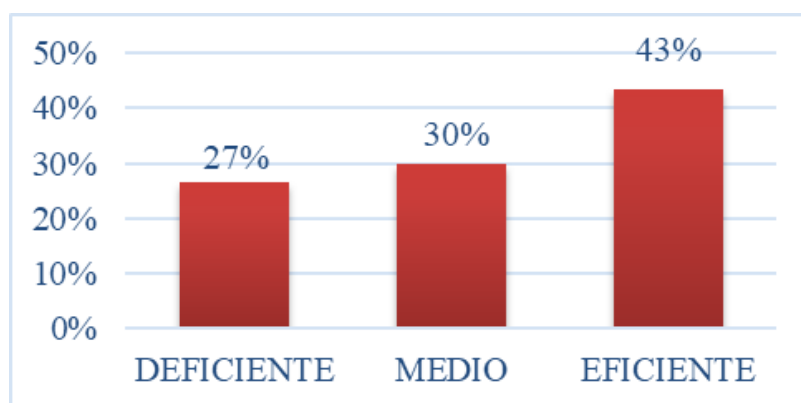
Nivel de la dimensión sistema operativo

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
DEFICIENTE	8	27%
MEDIO	9	30%
EFICIENTE	13	43%
Total	30	100%

Nota: elaborado por el investigador

Figura 5

Dimensión sistema operativo



Nota: elaborado por el investigador

Interpretación:

Los resultados obtenidos en la tabla 06 y en la figura 05 dan a conocer lo siguiente: 13 de los trabajadores de la unidad de investigación consideran que el sistema operativo es eficiente en un 43%; mientras que 8 de ellos consideran que es deficiente en un 27%.

Tabla 7

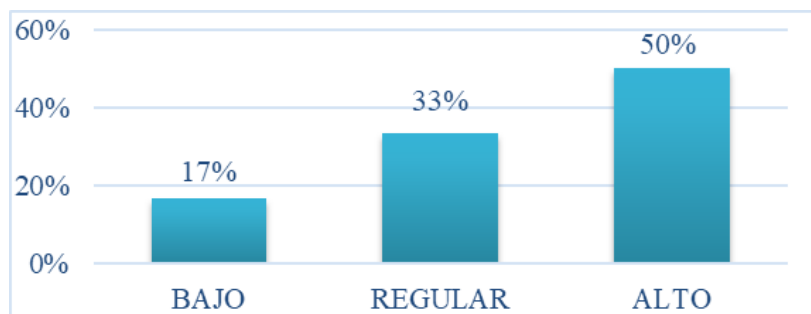
Nivel de la variable atención al público

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
BAJO	5	17%
REGULAR	10	33%
ALTO	15	50%
Total	30	100%

Nota: elaborado por el investigador

Figura 6

Variable atención al público



Nota: elaborado por el investigador

Interpretación:

Los resultados obtenidos en la tabla 07 y en la figura 06 dan a conocer lo siguiente: 15 de los trabajadores de la unidad de investigación consideran que la atención al público es alta en un 50%; mientras que 5 de ellos consideran que es bajo en un 17%.

Tabla 8

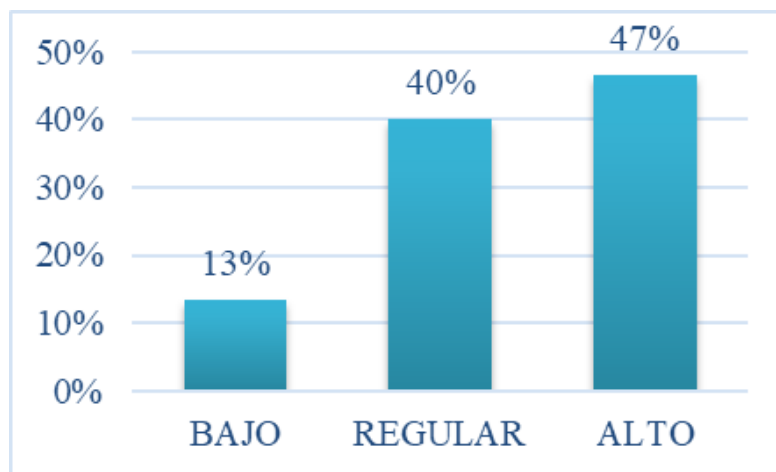
Nivel de la dimensión plan de atención al público

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
BAJO	4	13%
REGULAR	12	40%
ALTO	14	47%
Total	30	100%

Nota: elaborado por el investigador

Figura 7

Dimensión plan de atención al público



Nota: elaborado por el investigador

Interpretación:

Los resultados obtenidos en la tabla 08 y en la figura 07 dan a conocer lo siguiente: 14 de los trabajadores de la unidad de investigación consideran que el plan de atención al público es alto en un 47%; mientras que 4 de ellos consideran que es bajo en un 13%.

Tabla 9

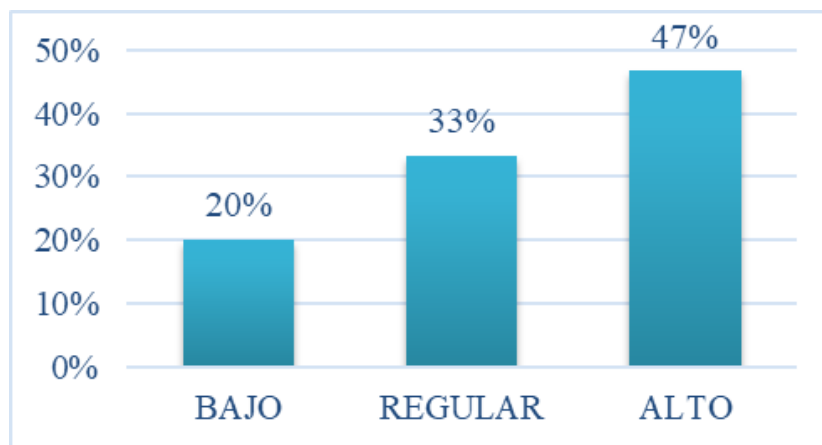
Nivel de la dimensión gestión de plan de atención al público

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
BAJO	6	20%
REGULAR	10	33%
ALTO	14	47%
Total	30	100%

Nota: elaborado por el investigador

Figura 8

Dimensión gestión de plan de atención al público



Nota: elaborado por el investigador

Interpretación:

Los resultados obtenidos en la tabla 09 y en la figura 08 dan a conocer lo siguiente: 14 de los trabajadores de la unidad de investigación consideran que la gestión de plan de atención al público es alto en un 47%; mientras que 6 de ellos consideran que es bajo en un 20%.

4.2 Contrastación de hipótesis

Hipótesis general:

Hi: Existe relación entre la gestión digital y la atención al público del personal de farmacia del Hospital Honorio Delgado de Arequipa en el año 2024.

Ho: No existe relación entre la gestión digital y la atención al público del personal de farmacia del Hospital Honorio Delgado de Arequipa en el año 2024

Tabla 10

Correlación entre la variable gestión digital y la atención al público

			ATENCIÓN AL PÚBLICO	GESTIÓN DIGITAL
Rho de Spearman	ATENCIÓN AL PÚBLICO	Coefficiente de correlación	1,000	,534**
		Sig. (bilateral)		,000
		N	30	30
	GESTIÓN DIGITAL	Coefficiente de correlación	,534**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	30	30

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación:

En la tabla 10 se visualiza que al realizarse el cruce de variables de la atención al público y gestión digital se obtiene que el valor de spearman es ,534 y el sig es menor al .05; por lo tanto, la relación entre las variables es moderada, positiva y significativa. Se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula.

Hipótesis específica 01:

Hi: Existe relación entre el procesamiento de la información y la atención al público del personal de farmacia del Hospital Honorio Delgado de Arequipa en el año 2024

Ho: No existe relación entre el procesamiento de la información y la atención al público del personal de farmacia del Hospital Honorio Delgado de Arequipa en el año 2024

Tabla 11

Correlación entre el procesamiento de la información y la atención al público

		Procesamiento de la información	ATENCIÓN AL PÚBLICO
Rho de Spearman	Procesamiento de la información	Coficiente de correlación	,547**
		Sig. (bilateral)	,000
	N	30	30
	SATISFACCIÓN DEL USUARIO	Coficiente de correlación	,547**
Sig. (bilateral)		,000	
N		30	30

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación:

En la tabla 11 se visualiza que al realizarse el cruce de la dimensión procesamiento de información y la variable atención al público se obtiene que el valor de spearman es ,547 y el sig es menor al .05; por lo tanto, la relación existente es moderada, positiva y significativa. Se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula.

Hipótesis específica 02:

Hi: Existe relación entre las estrategias digitales y la atención al público del personal de farmacia del Hospital Honorio Delgado de Arequipa en el año 2024.

Ho: No existe relación entre las estrategias digitales y la atención al público del personal de farmacia del Hospital Honorio Delgado de Arequipa en el año 2024.

Tabla 12

Correlación entre las estrategias digitales y la atención al público

			Estrategias digitales	ATENCIÓN AL PÚBLICO
Rho de Spearman	Estrategias digitales	Coeficiente de correlación	1,000	,483**
		Sig. (bilateral)		,000
		N	30	30
SATISFACCIÓN DEL USUARIO	SATISFACCIÓN DEL USUARIO	Coeficiente de correlación	,483**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	30	30

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación:

En la tabla 12 se visualiza que al realizarse el cruce de la dimensión estrategias digitales y la variable atención al público se obtiene que el valor de spearman es ,483 y el sig es menor al .05; por lo tanto, la relación existente es moderada, positiva y significativa. Se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula.

Hipótesis específica 03:

Hi: Existe relación entre la comunicación digital y la atención al público del personal de farmacia del Hospital Honorio Delgado de Arequipa en el año 2024

Ho: No existe relación entre la comunicación digital y la atención al público del personal de farmacia del Hospital Honorio Delgado de Arequipa en el año 2024

Tabla 13

Correlación entre la comunicación digital y la atención al público

		Comunicación digital	ATENCIÓN AL PÚBLICO
Rho de Spearman	Comunicación digital	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,479**
	N	30	30
	SATISFACCIÓN DEL USUARIO	Coeficiente de correlación	,479**
Sig. (bilateral)		,000	
N		30	30

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación:

En la tabla 13 se visualiza que al realizarse el cruce entre la dimensión comunicación digital y la variable atención al público se obtiene que el valor de spearman es ,479 y el sig es menor al .05; por lo tanto, la relación existente es moderada, positiva y significativa. Se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula.

Hipótesis específica 04:

Hi: Existe relación entre el sistema operativo y la atención al público del personal de farmacia del Hospital Honorio Delgado de Arequipa en el año 2024

Ho: No existe relación entre el sistema operativo y la atención al público del personal de farmacia del Hospital Honorio Delgado de Arequipa en el año 2024

Tabla 14

Correlación entre el sistema operativo y la atención al público

		Sistema operativo	ATENCIÓN AL PÚBLICO
Rho de Spearman	Sistema operativo	Coficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,528**
		N	30
	SATISFACCIÓN DEL USUARIO	Coficiente de correlación	,528**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	30

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación:

En la tabla 14 se visualiza que al realizarse el cruce entre la dimensión sistema operativo y la variable atención al público se obtiene que el valor de spearman es ,528 y el sig es menor al .05; por lo tanto, la relación existente es moderada, positiva y significativa. Se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula.

4.3 Discusión de resultados

En la presente investigación se encontró que entre la gestión digital y la atención al público se obtiene el valor de spearman de ,534 y el sig menor al 0,05; con los resultados obtenidos se procede a realizar una comparación con los resultados obtenidos en otras investigaciones siendo el caso de la investigación realizada por el autor Quispe (2021) en donde obtuvo que la significancia bilateral de 0.000, y el coeficiente Rho de Spearman, tuvo un valor resultante de 0.781. También se efectuó una comparación con los resultados de la investigación realizada por Huanca (2022) en donde el valor de Pearson es de 0.699 y la significancia fue menor a 0.05. Habiéndose conocido todos los resultados y al realizarse la comparación con otras investigaciones se afirma que entre las variables gestión digital y atención al público existe una relación.

Dentro de la investigación se realizaron diversas hipótesis específicas en dónde se tiene que la primera hipótesis específica trata sobre la dimensión procesamiento de información y la variable atención al público en donde se obtiene que el valor de spearman de ,547 y el sig menor al .05, por lo que se procede a realizar una comparación con la investigación realizada por Huanca (2022) en donde de acuerdo al valor de significancia bilateral que fue de 0.004, se confirma a similitud de resultados.

Dentro de la hipótesis específica dos se trata de la dimensión estrategias digitales y la variable atención al público en donde se obtiene que el valor de spearman de , 483 y el sig menor al .05; procediéndose a realizar una comparación con la investigación realizada por el autor Huanca (2022) en donde el valor de sig. (bilateral) es de 0.003, por lo que se determina que Los resultados presentan una similitud.

En cuanto a la hipótesis específica número tres esta se relaciona con la dimensión comunicación digital y la variable atención al público en donde se obtiene que el valor de spearman es , 479 y el sig menor al .05; por lo que se realiza una comparación con los resultados obtenidos en la investigación realizada por el autor Huanca (2022) en donde los resultados obtenidos demuestran que dentro de su unidad de investigación existen una eficiente comunicación digital y está llega a tener relación con la atención al público.

Finalmente se realiza la hipótesis específica número cuatro sobre la dimensión sistema operativo y la variable atención al público en dónde se obtiene que el valor de spearman de ,528 y el sig menor al .05; con estos resultados se procede a realizar una comparación con los resultados organizados en la investigación de Huanca (2022) en el cual el valor de sig. (bilateral) es 0.027, por lo que se determina que los resultados entre ambas investigaciones son semejantes.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

Primera: Entre la gestión digital y la atención al público se obtiene que el valor de spearman de ,534 y el sig menor al .05; se concluye lo siguiente: existe una relación moderada, positiva y significativa.

Segunda: El cruce de la dimensión procesamiento de información y la variable atención al público se obtiene que el valor de spearman de ,547 y el sig menor al .05; se concluye lo siguiente: existe una relación moderada, positiva y significativa.

Tercera: El cruce de la dimensión estrategias digitales y la variable atención al público se obtiene que el valor de spearman de ,483 y el sig menor al .05; se concluye lo siguiente: existe una relación moderada, positiva y significativa.

Cuarto: El cruce entre la dimensión comunicación digital y la variable atención al público se obtiene que el valor de spearman de ,479 y el sig menor al .05; se concluye lo siguiente: existe una relación moderada, positiva y significativa.

Quinto: El cruce entre la dimensión sistema operativo y la variable atención al público se obtiene que el valor de spearman de ,528 y el sig menor al .05; se concluye lo siguiente: existe una relación moderada, positiva y significativa.

5.2 Recomendaciones

Primera: Se recomienda a la unidad de investigación realizar las acciones correspondientes para contratar al personal experto en procesamiento de información, mismo con el que se contara para capacitar al personal sobre el manejo y el uso correcto de la gestión digital.

Segunda: Se recomienda a la unidad de investigación llevar a cabo todas las actividades necesarias para que se logre capacitar al personal de las distintas áreas del hospital en donde se hable sobre actualización, implementación y manejo de estrategias digitales, con la finalidad de lograr ofrecer un servicio de calidad en la atención al público.

Tercera: Se recomienda que se ponga a disposición el recurso económico para la adquisición de nuevos sistemas operativos, y que el personal sea capacitado sobre el manejo de los sistemas; con la finalidad de lograr conseguir que se produzca una mejor participación del personal en la atención del público.

Cuarta: Se recomienda que el uso de la gestión digital se efectúe con mayor frecuencia, de esta manera se lograra que el personal adopte como disciplina la actualización constante de los medios digitales.

BIBLIOGRAFÍA

- Agostino, D., Arnaboldi, M., y Díaz, M. (2021). New development: COVID-19 as an accelerator of digital transformation in public service delivery. *Public Money & Management*, 41(1), 62-72. <https://doi.org/10.1080/09540962.2020.1764206>
- Allauca Castillo, W. J. (2018). Gobierno electrónico como herramienta de transparencia en la gestión pública de los gobiernos locales de la región ancash-2014-2015. Tesis de doctorado, Universidad Nacional Federico. <https://hdl.handle.net/20.500.13084/2017>
- Andrade Yejas, D. A. (2016). Estrategias de marketing digital en la promoción de marca ciudad. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (80), 59–72. <https://doi.org/10.21158/01208160.n80.2016.1457>
- Arenal, C. (2019). Gestión de la atención al cliente / consumidor. Logroño: Tutor Formación.
- Ayala Ñiquen, E. E., & Gonzales Sánchez, S. R. (2015). Tecnologías de la Información y la Comunicación. <http://repositorio.uigv.edu.pe/handle/20.500.11818/1189>
- Balarezo, S. (2013). Manual de atención al cliente. Centro Ecuatoriano para la Promoción y Acción de la Mujer - CEPAM. <https://fad.es/wp-content/uploads/2019/05/Manual-de-atenci%C3%B3n-al-Cliente.pdf>
- Banco Mundial. (2022). Desarrollo digital. <https://www.bancomundial.org/es/topic/digitaldevelopment/overview>.
- Barrera Gómez, O y Ruíz Torres, S. (2021). El servicio y la experiencia del cliente en tiempos de pandemia. Universidad Católica de Colombia. <https://hdl.handle.net/10983/25736>
- Bélangier, F., y James, T. L. (2020). Una teoría de la gestión de la privacidad de la información multinivel para la era digital. *Information Systems Research*, 31(2), 510- 536. <https://doi.org/10.1287/ISRE.2019.0900>
- Bilbao, J. y Escobar, P. (2020). Investigación y educación superior. Universidad Metropolitana.

- Brown, A. (2013). *Gestión de la atención al cliente*. Madrid, España: Diaz de Santos, S.A.
- Carvajal, L., Ormeño, J., y Valverde, Á. (2015). *FPB - Atención al cliente*. España: EDITEX.
- CEPAL. (2022). *Tecnologías digitales para un nuevo futuro*. Santiago: eLAC. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46816/1/S2000961_es.pdf.
- Chávez, G. P. (2012). Las estrategias de aprendizaje un avance para lograr el adecuado procesamiento de la información. *Investigación educativa*, 16(29), 57-68. <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/educa/article/view/7633/6646>
- Chong, T. V. C. K., Arévalo, B. F. P., y Enriquez, V. A. Z. (2020). Estrategias administrativas en tiempos de distanciamiento social y herramientas web. *Polo del Conocimiento*, 5(2), 916. <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/1756/pdf>
- Culqui Lozada, M., & Callao Alarcón, M. (2021). Gestión digital para la calidad de servicio en atención de reclamos a usuarios de la EPS Marañón S.A-Jaén. *Revista Ñeque*, 4(10), 200–217. <https://doi.org/10.33996/revistaneque.v4i10.55>
- Defensoria del Pueblo. (2021). *Defensoría del Pueblo: advierte dificultades en la atención de salud brindada mediante teleconsulta*. Lima: <https://www.defensoria.gob.pe/defensoria-del-pueblo-advierte-dificultades-en-laatencion-de-salud-brindada-mediante-teleconsulta/>.
- Fajardo Aguilar, G. M., Benalcázar-Gómez, C. V., Almache Delgado, V. J., & Román Relica, L. G. (2023). Percepción del usuario en la calidad de atención del personal de salud en un hospital. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(4), 3955-3966. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i4.7243
- García García, V. T., Moyano Aguay, M. F., Viscarra Armijos, C. P., & Barreto Bonilla, J. A. (2020). *Estrategias de comunicación digital para el Gobierno*

Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Chimbo, Provincia de Bolívar. Pro Sciences: Revista De Producción, Ciencias E Investigación, 4(32), 25–33. <https://doi.org/10.29018/issn.2588-1000vol4iss32.2020pp25-33>

Graf, César. (2020). Tecnologías de información y comunicación (TICs). Primer paso para la implementación de TeleSalud y Telemedicina. Revista Paraguaya de Reumatología, 6(1), 1-4. <https://doi.org/10.18004/rpr/2020.06.01.1-4>

Gutierrez Chacondori, A. K., & Trujillo Quispe, K. A. (2023). Las tecnologías de información y comunicación (TIC) y la calidad de servicio de los hoteles de 3 estrellas afiliados a la Asociación de Hoteles, Restaurantes y Afines (AHORA) de Arequipa, 2022. Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa. <https://hdl.handle.net/20.500.12773/16968>

Hernández, R. y Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativas, cualitativas y mixtas (6ª ed.). McGraw-Hill.

Huanca Peralta, J. R. (2022). Gestión digital y atención al público en el marco del COVID-19 en la Municipalidad Distrital de Aramango. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/78457>

Huisacayna Carrillo, G. M. (2023). Calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los clientes en el Mercado Virgen de las Mercedes, Lurín-2019. Tesis de licenciatura, Universidad Autónoma del Perú. <https://hdl.handle.net/20.500.13067/2335>

Molina Acurio, L. V., & Zapata Miranda, E. (2023). Calidad de atención en los usuarios de los consultorios externos de medicina de los centros de salud "Alto Libertad" y "Las Esmeraldas" Arequipa 2023. Tesis de pregrado, Universidad Católica de Santa María. <https://repositorio.ucsm.edu.pe/handle/20.500.12920/12560>

Ngwenyama, O., Henriksen, H. Z., y Hardt, D. (2021). DESAFÍOS DE LA GESTIÓN PÚBLICA EN LA SOCIEDAD DEL RIESGO DIGITAL: Un análisis crítico del debate público sobre la implementación del NemID

- danés. *European Journal of Information Systems*.
<https://doi.org/10.1080/0960085X.2021.1907234>
- Niño, V. (2019). *Metodología de la investigación* (2ª ed.). Ediciones de la U.
- OMS. (2020). *Servicios sanitarios de calidad*. Organización Mundial de la Salud.
<https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/quality-health-services>.
- Pinto Oviedo, Y. R. (2023). *La digitalización de servicios financieros y su relación con la satisfacción de los clientes del Banco de la Nación de la ciudad de Tacna, año 2022*. Tesis de maestría, Universidad Privada de Tacna.
<https://repositorio.upt.edu.pe/handle/20.500.12969/2792>
- Quispe Beltran, F. (2021). *Gestión digital y la atención al público en usuarios de la Municipalidad Provincial La Mar-San Miguel, 2021*. Tesis de maestría, Universidad Cesar Vallejo. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/71184>
- Ramirez Narvaez. (2019). *¿QUE ES GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN?*
<https://instituciones.sld.cu/toximed/2017/04/16/que-es-gestion-de-lainformacion/>
- Regaira Martínez, Elena, & Vázquez Calatayud, Mónica. (2020). *Uso de las tecnologías de la información y la comunicación en enfermería*. *Index de Enfermería*, 29(4), 220-224.
http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1132-12962020000300007&lng=es&tlng=es.
- Senyo, P. K., Effah, J., & Osabutey, E. L. (2021). *La plataforma digital como estrategia de transformación del sector público: un caso del puerto sin papel de Ghana*. *Technological Forecasting and Social Change*, 162, 120387. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120387>
- Slusarczyk Antosz M. (2019). *TIC en las pymes*.
<http://cimogsys.esPOCH.edu.ec/direccion-publicaciones/public/docs/books/2020-10-15-201927-TIC%20y%20pymes%20final.pdf>
- Vásquez Upiachihua, G. U. (2021). *Uso de tecnologías de información y comunicación en la atención al usuario de la Municipalidad Provincial de*

- Requena, 2020. Tesis de maestría, Universidad Nacional de la Amazonia Peruana. <https://hdl.handle.net/20.500.12737/8261>
- Vásquez, W. (2020). Metodología de la investigación: Manual del estudiante. USMP.
- Vicente, J. (2020). Teorías de atención al cliente. E-learning.
- Villa, J. P. (2014). Manual de atención a clientes y usuarios. España: OBELISCO.
- Wolniak, R., Jonek Kowalska, I. (2021). La calidad del servicio a los residentes por parte de la administración pública en el ejemplo de las oficinas municipales en Polonia. *Administratie si Management Public*, 37, 132-150. DOI: 10.24818/amp/2021.37-09
- Zambrano Dueñas, D. A., y Zambrano Zambrano, M. I. (2023). Tecnologías de Información y Comunicación en la gestión pública local. *Revista Venezolana de Gerencia*, 28(104), 1519-1533. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.104.9>
- Zamora Ruiz, K. (2021). La transformación digital en la gestión de servicio al cliente en las empresas odontológicas del distrito de Miraflores en el año 2020. Tesis de maestría, Universidad Nacional Mayor de San Marcos. <https://hdl.handle.net/20.500.12672/16738>

ANEXOS:

Matriz de consistencia de la investigación

GESTIÓN DIGITAL Y LA ATENCIÓN AL PÚBLICO DEL PERSONAL DE FARMACIA DEL HOSPITAL HONORIO DELGADO DE AREQUIPA EN EL AÑO 2024						
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	TIPO, DISEÑO, POBLACIÓN, TECNICA Y INSTRUMENTO	
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS GENERAL	Variable 1:	Variable 1:	Tipo:	
¿Cuál es la relación que existe entre la gestión digital y la atención al público del personal de farmacia del Hospital Honorio Delgado de Arequipa en el año 2024?	Definir la relación entre la gestión digital y la atención al público del personal de farmacia del Hospital Honorio Delgado de Arequipa en el año 2024.	Existe relación entre la gestión digital y la atención al público del personal de farmacia del Hospital Honorio Delgado de Arequipa en el año 2024.	Gestión digital	Procesamiento de la información Estrategias digitales Comunicación digital Sistema operativo	Investigación básica Diseño: Investigación no experimental	
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPOTESIS ESPECÍFICAS	Variable 2:	Variable 2:	Población:	
¿Cuál es la relación que existe entre el procesamiento de la información y la atención al público del personal de farmacia del Hospital Honorio Delgado de Arequipa en el año 2024?	Definir la relación entre el procesamiento de la información y la atención al público del personal de farmacia del Hospital Honorio Delgado de Arequipa en el año 2024.	Existe relación entre el procesamiento de la información y la atención al público del personal de farmacia del Hospital Honorio Delgado de Arequipa en el año 2024.	Atención al público	Plan de atención al público Gestión de la atención al público	Conformado por el personal de Farmacia del Hospital Honorio Delgado de Arequipa	
¿Cuál es la relación que existe entre las estrategias digitales y la atención al público del personal de farmacia del Hospital Honorio Delgado de Arequipa en el año 2024?	Definir la relación entre las estrategias digitales y la atención al público del personal de farmacia del Hospital Honorio Delgado de Arequipa en el año 2024.	Existe relación entre las estrategias digitales y la atención al público del personal de farmacia del Hospital Honorio Delgado de Arequipa en el año 2024.			Conformado por el personal de Farmacia del Hospital Honorio Delgado de Arequipa	
¿Cuál es la relación que existe entre la comunicación digital y la atención al público del personal de farmacia del Hospital Honorio Delgado de Arequipa en el año 2024?	Definir la relación entre la comunicación digital y la atención al público del personal de farmacia del Hospital Honorio Delgado de Arequipa en el año 2024.	Existe relación entre la comunicación digital y la atención al público del personal de farmacia del Hospital Honorio Delgado de Arequipa en el año 2024.				Muestra: Conformado por el personal de Farmacia del Hospital Honorio Delgado de Arequipa
¿Cuál es la relación que existe entre el sistema operativo y la atención al público del personal de farmacia del Hospital Honorio Delgado de Arequipa en el año 2024?	Definir la relación entre el sistema operativo y la atención al público del personal de farmacia del Hospital Honorio Delgado de Arequipa en el año 2024.	Existe relación entre el sistema operativo y la atención al público del personal de farmacia del Hospital Honorio Delgado de Arequipa en el año 2024.				
					Instrumento: Cuestionario	