

UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN
ESCUELA DE POSGRADO
GESTIÓN EMPRESARIAL



**ESTRATEGIAS DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL PARA LA
MEJORA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL PACIENTE EN
CENTROS DE SALUD, 2022**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: ECONOMÍA Y NEGOCIOS
**SUB-LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: GESTIÓN EN NUEVAS
TECNOLOGÍAS Y RIESGOS EMPRESARIALES**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO DE DOCTOR EN GESTIÓN
EMPRESARIAL**

TESISTA: FLORES VIDAL JIMMY GROVER
ASESOR: Dr. FRANCISCO PAREDES ABIMAEEL ADAM

HUÁNUCO – PERÚ

2024

DEDICATORIA

Esta tesis está dedicada a mis padres quienes me han apoyado para poder lograr mis metas y objetivos profesionales, ya que, ellos siempre han estado presentes dándome su apoyo moral, a mi esposa Diana y mis hijos Juan Pablo y Alvaro Alonzo motivos suficientes para poder realizar cualquier tipo de reto y superarlos juntos.

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento a Dios por permitirme tener una buena experiencia dentro de la Escuela de Posgrado, así mismo, gracias a los docentes que me permiten perfeccionar mis habilidades y competencias dentro de la profesión que me apasiona, en especial, a mi asesor que fue parte de todo el proceso de elaboración de esta tesis.

RESUMEN

El objetivo de la presente investigación es proponer estrategias de transformación digital para mejorar el servicio de EsSalud de la región Huánuco. La investigación empleó una metodología descriptiva y cuantitativa, presentando características de un diseño no experimental con propuesta, ya que no manipuló intencionalmente las variables. La muestra, compuesta por 119 trabajadores y usuarios asegurados, se obtuvo mediante una técnica de encuesta, siendo el instrumento el cuestionario Servqual. La medida de la madurez digital, denominada Diagnóstico de Madurez, fue confirmada por la opinión de cinco expertos, y su fiabilidad se evaluó mediante el Alfa de Cronbach con un valor de Excelente (0.920) y Bueno (0.814) respectivamente.. Los resultados mostraron que el nivel de madurez actual en cuanto a la transformación digital es de 66.1% encontrándose en el nivel “avanzado”, así mismo, en cuanto a la calidad del servicio se evidencio que se encuentra para la dimensión expectativa en un nivel “en proceso” con un 67% y para la dimensión percepción en un nivel “por mejorar” con 58%. Se recomendó ofrecer soluciones de transformación digital para mejorar la calidad de la atención, basándose en los resultados obtenidos en el Essalud de la región Huánuco.

Palabras clave: Calidad de servicio, transformación digital, EsSalud.

ABSTRACT

The objective of this research is to propose digital transformation strategies to improve the EsSalud service in the Huánuco region. The research employed a descriptive and quantitative methodology, presenting characteristics of a non-experimental design with proposal, since it did not intentionally manipulate the variables. The sample, composed of 119 workers and insured users, was obtained through a survey technique, the instrument being the Servqual questionnaire. The measure of digital maturity, called Maturity Diagnosis, was confirmed by the opinion of five experts, and its reliability was assessed by Cronbach's Alpha with a value of Excellent (0.920) and Good (0.814) respectively. The results showed that the current level of maturity in terms of digital transformation is 66.1%, being at the "advanced" level, likewise, in terms of to the quality of the service, it was evidenced that it is found for the expectation dimension at a level "in process" with 67% and for the perception dimension at a level "to be improved" with 58%. Based on the findings obtained, it was concluded to propose digital transformation strategies to contribute to the improvement of the quality of care in the Essalud of the Huánuco region.

Keywords: Quality of service, digital transformation, EsSalud.

ÍNDICE

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
RESUMEN	iv
ABSTRACT	v
ÍNDICE DE GRÁFICOS	viii
ÍNDICE DE TABLAS	ix
INTRODUCCIÓN	x
CAPITULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	11
1.1. Fundamentación del problema	11
1.2. Justificación e importancia de la investigación	13
1.4. Formulación del problema	14
1.4.1. Problema General	14
1.4.2. Problemas Específicos	14
1.5. Formulación de objetivos	14
1.5.1. Objetivo General	14
1.5.2. Objetivos Específicos	15
CAPITULO II. MARCO TEÓRICO	16
2.1. Antecedentes	16
2.2. Bases Teóricas	19
2.3. Bases conceptuales	30
2.4. Bases filosóficas	31
2.5. Bases epistemológicas	31
2.6. Bases antropológicas	32
CAPITULO III. SISTEMA DE HIPÓTESIS	34
3.1. Formulación de las hipótesis	34
3.1.1. Formulación de hipótesis general	34
3.1.2. Formulación de hipótesis específicas	34

3.2. Operacionalización de variables	34
3.3. Definición operacional de las variables	39
4.1. Ámbito	40
4.2. Tipo y nivel de investigación	40
4.3. Población y muestra	40
4.3.1. Descripción de la población	40
4.3.2. Muestra y método de muestreo	40
4.3.3. Criterios de inclusión y exclusión	41
4.4. Diseño de la investigación	41
4.5. Técnicas e instrumentos	42
4.5.1. Técnicas	42
4.5.2. Instrumentos	43
4.5.2.1. Validación de los instrumentos para la recolección de datos ... 43	
4.5.2.2. Confiabilidad de los instrumentos para la recolección de datos .44	
4.6. Técnicas para el procesamientos y análisis de datos	45
4.7. Aspectos éticos	46
CAPITULO V. RESULTADOS	48
5.1. Análisis descriptivo	48
5.2. Análisis inferencia y/o comprobación de hipótesis	65
5.3. Propuesta de estrategias digitales para EsSalud Red Asistencial Huánuco . 69	
5.4. Discusión de resultados	93
5.5. Aporte científico de la investigación	99
CONCLUSIONES	102
SUGERENCIAS	104
REFERENCIAS	107

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Modelo de los 5 GAPs.....	25
Gráfico 2 Resultados globales por pilares.	52
Gráfico 3 Descripción de los niveles de calidad de servicio (expectativa).....	56
Gráfico 4 Descripción de los niveles de calidad de servicio (percepción)	57
Gráfico 5 Descripción de los niveles de elementos tangibles (expectativa).....	58
Gráfico 6 Descripción de los niveles de elementos tangibles (percepción).....	58
Gráfico 7 Descripción de los niveles de confiabilidad (expectativa)	60
Gráfico 8 Descripción de los niveles de confiabilidad (percepción)	60
Gráfico 9 Descripción de los niveles de capacidad de respuesta (expectativa).....	61
Gráfico 10 Descripción de los niveles de capacidad de respuesta (percepción).....	62
Gráfico 11 Descripción de los niveles de seguridad (expectativa)	63
Gráfico 12 Descripción de los niveles de seguridad (percepción).....	63
Gráfico 13 Descripción de los niveles de empatía (expectativa).....	64
Gráfico 14 Descripción de los niveles de empatía (percepción).....	65
Gráfico 15 Roadmap de para la transformación digital	70

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Dimensiones del modelo SERVQUAL.....	27
Tabla 2 Comparación de modelos para medir la calidad en el servicio electrónico.	28
Tabla 3 Operacionalización de las variables de investigación.....	34
Tabla 4 Definición operacional de las variables.	39
Tabla 5 Resultado de la validación por juicio de expertos.....	44
Tabla 6 Rango para la valoración de alfa en el nivel de confiabilidad del instrumento.	44
Tabla 7 Coeficiente de correlación de Spearman.....	46
Tabla 8 Resultados de la aplicación del instrumento de medición de madurez digital..	51
Tabla 9 Descripción de los niveles de calidad de servicio.....	56
Tabla 10 Descripción de los niveles de elementos tangibles.....	57
Tabla 11 Descripción de los niveles de confiabilidad.....	59
Tabla 12 Descripción de los niveles de capacidad de respuesta.....	61
Tabla 13 Descripción de los niveles de seguridad.....	62
Tabla 14 Descripción de los niveles de empatía.....	64
Tabla 15 Correlaciones entre transformación digital y calidad del servicio.....	66
Tabla 16 Correlaciones entre transformación digital y la dimensión de expectativa de la calidad del servicio.....	67
Tabla 17 Correlaciones entre transformación digital y la dimensión de percepción de la calidad del servicio.....	68

INTRODUCCIÓN

En los últimos años, la salud ha tomado un rol fundamental, en especial, en el periodo de la pandemia, por lo tanto, el gobierno se propuso como objetivo brindar servicios de salud de calidad y oportunos a los ciudadanos. En ese sentido, nace la importancia de realizar propuestas de mejora; observando las oportunidades y deficiencias de EsSalud Huánuco en cuanto a la atención de usuarios y pacientes decidí con el firme propósito analizar la situación y proponer estrategias para mejorar la calidad de la atención. Teniendo en cuenta lo anterior, quien suscribe consideró que la solución de este problema presentaba no sólo un reto profesional o laboral, sino también ético y social. Por ello, resultaba imprescindible medir las expectativas del paciente o usuario antes de entrar en el servicio y compararlas con las experiencias o percepciones que tenía al salir, ya que de esta forma obtendríamos las pautas y criterios necesarios para cumplir con el objetivo del estudio. Para ello se empleó el instrumento de medición SERVQUAL, un conjunto de preguntas estandarizadas diseñadas para calibrar el calibre de los servicios prestados.

El estudio se divide en cinco partes para que sea más fácil de entender. En el primer capítulo se explican los aspectos básicos del problema de investigación, como por qué es importante y cómo se plantea. En el segundo capítulo se presentan las hipótesis del estudio y se definen las variables que se van a medir. El tercer capítulo se centra en la teoría que respalda la investigación. En el cuarto capítulo se detallan cosas como el tipo de investigación, la población estudiada, las técnicas utilizadas y cómo se procesaron los datos. Por último, en el quinto capítulo se analizan los resultados obtenidos, se comprueban las hipótesis y se discuten los hallazgos científicos obtenidos.

CAPITULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Fundamentación del problema

En el Perú, se viene implementando dentro de los servicios del estado la Política Nacional de Transformación Digital la cual responde al Sistema Nacional de Transformación Digital aprobado por Decreto de Urgencia N° 006 – 2020, cuyo objetivo es lograr una administración eficaz, generar valor público y prepararse para la agenda mundial de 2030 mediante el uso estratégico de la gobernanza de datos tanto en las empresas públicas como en las comerciales, otorgando a las empresas y ciudadanos transparencia, eficiencia, seguridad y disrupción tecnológica.

EsSalud, de acuerdo a lo definido en uno de sus pilares para la gestión, plantea promover la transformación digital en la organización a través de la Política de transformación digital de EsSalud, en la cual, se determina un conjunto de principios y lineamientos los cuales se orientan al comportamiento organizacional para implantar la transformación digital en la entidad, así mismo, establece los objetivos y responsabilidades para brindar servicios de calidad a los pacientes y que estos satisfagan sus necesidades y expectativas.

El punto de partida planteado por EsSalud para iniciar el proceso de transformación, es orientar sus esfuerzos en fortalecer las capacidades del recurso humano, para que estos en un futuro se puedan desempeñar en una organización con cultura digital, así mismo, promover el análisis de datos capturados por los diversos sistemas de EsSalud para crear e incrementar el valor de la experiencia generada en los paciente y asegurados.

De acuerdo a lo que informado por la presidente ejecutiva de EsSalud en la segunda edición del CADE 2019, actualmente EsSalud viene realizando cambios en pro de la transformación digital, por ejemplo, la implementación de historias clínicas digitales; las cuales ayudaran a que los médicos en cualquier parte del Perú tengan mayor y fácil acceso a la información completa sobre el paciente con

respecto a terapia, pruebas adicionales, diagnósticos, medicamentos y cualquier información pertinente. También menciona la puesta en marcha del Sol Analytics en EsSalud, el cual ayudara a supervisar el abastecimiento de medicamentos para un mejorar control de los insumos en stock y los que se encuentren agotados. En cuanto a las "Oncopeds", "teleginecología" y "teleradio" son sólo algunas de las herramientas técnicas e iniciativas digitales que EsSalud ha ido creando para la telemedicina.”. EsSalud (2019)

Si bien todo lo antes mencionado nos muestra un escenario favorecedor, es necesario evaluar la calidad del servicio en la Red Asistencia Huánuco de EsSalud y de acuerdo a ello determinar estrategias de transformación digital adecuadas que y descentralizadas, de esta manera, las estrategias implementadas serán de valor para los usuarios.

La transformación digital se ha convertido en una necesidad apremiante para las organizaciones de salud, como ESSALUD, que buscan mejorar la calidad del servicio brindado a los pacientes. La adopción de estrategias de transformación digital permite optimizar los procesos, mejorar la eficiencia y la experiencia del usuario, y brindar servicios más personalizados y accesibles (Khong et al., 2021).

En el caso de ESSALUD en la ciudad de Huánuco, se ha identificado que existen anomalías en la calidad del servicio al paciente, lo que se refleja en las dimensiones de expectativa y percepción. Esto se evidencia en problemas como tiempos de espera prolongados, dificultad en la programación de citas, y limitada integración de los sistemas de información (Ministerio de Salud, 2021).

Por lo tanto, este estudio Analizará y realizará una "Proponer la implementación de estrategias de transformación digital para mejorar la calidad del servicio al paciente de ESSALUD de la ciudad de Huánuco, 2022".

Paro para realizar la propuesta tenemos desconocimiento sobre los fundamentos teóricos sobre la transformación digital y la calidad de servicio al paciente de ESSALUD de la ciudad de Huánuco, el desconocimiento sobre la influencias de la transformación digital y su influencia en la dimensión expectativa de la calidad del servicio al paciente de ESSALUD de la ciudad de Huánuco, 2019-2021 (OE2); así como también, la transformación digital y su influencia en la dimensión

percepción de la calidad del servicio al paciente de ESSALUD de la ciudad de Huánuco, 2019-2021 (OE3).

Percibimos que las estrategias de transformación digital para mejorar la calidad del servicio al paciente de ESSALUD, 2022 necesita mejorarlas y Desarrollar un sistema de información para la gestión de citas como parte de la estrategia de transformación digital mejora de la calidad del servicio al paciente de ESSALUD, 2022 (OE5).

1.2. Justificación e importancia de la investigación

Justificación practica: La crisis sanitaria no solamente trajo una gran demanda para los sistemas de salud del mundo, sino que, implico también el acercamiento de las entidades tanto públicas como privadas al ciudadano, mediante la reinención e innovación de sus servicios, haciendo que estos sean ágiles y digitales. Sin embargo, existen muchos países que presenta un evidente retraso en cuanto a llevar a cabo el proceso de transformación digital, esto es a causa de dos factores principales: la brecha de infraestructura y la débil gestión institucional.

Es por ello, que se hace necesario la implementación de estrategias digitales, ya que, son componente clave del proceso de transformación digital en una entidad, permitiendo asegurar que la tecnología que se está implementando apoye a la consecución de los objetivos de la organización.

Justificación teórica: Esta investigación contribuirá a difundir las ideas y los enfoques de la transformación digital que se utilizan en la actualidad. Para ello, analizará fuentes creíbles de datos, incluyendo revistas académicas. Asimismo, se busca identificar y revelar el impacto de las tácticas digitales en el nivel de atención brindado a los pacientes de EsSalud en Huánuco. Por último, se considera como principal aporte la creación de una herramienta para recopilar datos del cuerpo de literatura existente que los estudiosos puedan utilizar para profundizar en la temática tratada en este trabajo.

1.3. Viabilidad de la investigación

Se considera al presente estudio es posible porque es de naturaleza correlacional y utiliza una metodología correlacional no experimental, lo cual, va permitir de conducir a solucionar la interrogante planteada.

Así mismo, es importante mencionar que los sujetos de estudio dieron los permisos necesarios para poder recolectar la información, respetando todos los aspectos éticos para su realización.

1.4. Formulación del problema

1.4.1. Problema General

¿De qué manera la implementación de las estrategias de transformación digital influye en la mejora en la calidad del servicio al paciente de ESSALUD de la ciudad de Huánuco, 2022?

1.4.2. Problemas Específicos

- PE1. ¿Cuáles son los fundamentos teóricos sobre la transformación digital y la calidad de servicio al paciente de ESSALUD de la ciudad de Huánuco, 2022?
- PE2. ¿Determinar en qué medida la transformación digital influye en la dimensión expectativa de la calidad del servicio al paciente de ESSALUD de la ciudad de Huánuco, 2019-2021?
- PE3. ¿Determinar en qué medida la transformación digital influye en la dimensión percepción de la calidad del servicio al paciente de ESSALUD de la ciudad de Huánuco, 2019-2021?
- PE4. ¿Cuáles son las estrategias digitales para la transformación digital que influyen en la mejora de la calidad del servicio al paciente de ESSALUD, 2022?
- PE5. ¿El desarrollo de un sistema de información para la gestión de citas como parte de la estrategia de transformación digital mejora de la calidad del servicio al paciente de ESSALUD, 2022?

1.5. Formulación de objetivos

1.5.1. Objetivo General

Proponer la implementación de estrategias de transformación digital para mejorar la calidad del servicio al paciente de ESSALUD de la ciudad de Huánuco, 2022.

1.5.2. Objetivos Específicos

- OE1. Analizar los fundamentos teóricos sobre la transformación digital y la calidad de servicio al paciente de ESSALUD de la ciudad de Huánuco.
- OE2. Determinar en qué medida la transformación digital influye en la dimensión expectativa de la calidad del servicio al paciente de ESSALUD de la ciudad de Huánuco, 2019-2021.
- OE3. Determinar en qué medida la transformación digital influye en la dimensión percepción de la calidad del servicio al paciente de ESSALUD de la ciudad de Huánuco, 2019-2021
- OE4 Diseñar estrategias de transformación digital para mejorar la calidad del servicio al paciente de ESSALUD, 2022.
- OE5 Desarrollar un sistema de información para la gestión de citas como parte de la estrategia de transformación digital mejora de la calidad del servicio al paciente de ESSALUD, 2022.

CAPITULO II. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes.

A nivel internacional

- a. Guerrero y Trujillo (2022), en su artículo *“Estrategias digitales en la calidad de servicio en salud en tiempos de covid -19”* mencionan el interés de investigar con respecto a la mejora de la calidad del servicio, ya que, existe una preocupación por el estado de este servicio esencial y más aun teniendo en cuenta el contexto en el que se encuentra el mundo a raíz de la propagación del covid – 19. Para desarrollar dicha investigación emplearon la metodología pre experimental, con la cual podrán determinar el impacto de las tácticas digitales en la calidad del servicio de los empleados de las clínicas durante COVID-19. La medición de la calidad del servicio se realizó mediante la aplicación del modelo SERVERF modificado con 15 ítems, en dos tiempos. Los resultados posteriores a la medición fueron que existe niveles altos de calidad del servicio posterior a la aplicación del programa experimental de estrategias digitales, por lo mismo, se comprueba que existe influencia entre la implementación de estrategias digitales frente a la calidad del servicio durante el COVID – 19.
- b. Rodríguez (2021) en su investigación titulada *“Historias clínicas. Un paradigma para la implantación de la transformación digital al servicio de la investigación clínica”* tiene por objetivo proporcionar un marco conceptual para la conversión digital de los historiales médicos tanto privados como públicos, con el objetivo de que se encuentren estandarizados bajo el marco de la Food an Drug Administration (FDA), de esta manera, se podrá reducir los tiempos operativos y agregar valor a la investigación clínica en Chile. Para el desarrollo de la investigación se empleó una metodología cualitativa y se hizo uso de la opinión de trece (13) profesionales del área de salud mediante la aplicación de entrevistas por conveniencia, con ello, se podrá conocer y entender cómo opera el registro escrito en las fichas

medicas de Chile. Posterior a la recolección de datos se pudo determinar que se pueden estandarizar los procesos para su reducción. El estudio llega a la conclusión de que los centros médicos pueden adoptar con éxito la historia clínica electrónica utilizando una estrategia de transformación digital estandarizada y que cumpla la normativa de la FDA. El estudio llega a la conclusión de que, mediante el uso de un método de transformación digital estandarizado que cumpla la normativa de la FDA, los centros médicos pueden adoptar la historia clínica electrónica. Estas mejoras mejorarían la atención al paciente y la investigación clínica.

A nivel nacional

- a. Marca y Nuñez (2021) en su investigación titulada *“Transformación digital para mejorar la experiencia de los clientes en las organizaciones”*, desarrolló un informe de revisión sistemática y concluyó que la transformación digital orientada a mejorar la experiencia del cliente percibe las necesidades cambiantes del cliente y busca satisfacerlas a través de la innovación de sus productos y servicios, por ello, es necesario la recopilación de datos, análisis y la explotación de información para asegurar la ventaja competitiva. La recopilación y el procesamiento de datos debe ser realizado mediante la adopción de tecnologías que permitan potenciar la eficiencia de la entidad de esta manera el cliente tenga la experiencia esperada con respecto al producto o servicio. Así mismo, menciona que para realizar una correcta implementación de la digitalización se requiere de analizar también los nuevos patrones de comportamiento de los clientes, los cuales son provocados por la propia digitalización, ellos esperan que aquellos servicios recibidos en otras industrias se repitan y cada vez forman expectativas más altas con menos tolerancia al error. Algunas de las herramientas para lograr implementar este proceso de transformación digital que menciona el autor son:

- ✓ Los dispositivos inteligentes IoT o también conocido como el internet de las cosas, tiene como ventaja la captura de datos en

tiempo real y que la transferencia de los mismos se da a través de teléfonos y dispositivos portátiles.

- ✓ Los canales de contacto, aportan en cuanto a la capacidad del cliente de relacionarse e interactuar con la organización, generando información relevante que permite la comprensión de las necesidades del consumidor y permite la propuesta de mejores intervenciones para satisfacerlas.
 - ✓ Los sistemas de software basados en la nube, estas permiten a las empresas tener información accesible y manejable para todas las partes interesadas.
- b. De Lama (2021) en su investigación titulada “***Gestión Omnicanal y la satisfacción del usuario del servicio público de telecomunicaciones***” que tiene como objeto estudiar la gestión omnicanal y la satisfacción de los usuarios del servicio público de telecomunicaciones. El investigador concluyo que la gestión omnicanal y la felicidad de los usuarios tienen una correlación sustancial, así mismo, existe relación entre las dimensiones integración y visibilidad con respecto a la satisfacción del usuario.

Se considera a esta investigación como pionera dentro del sistema público del Perú ya que se encuentra alineado a la transformación digital que el estado viene implementando en cara a los próximos años.

- c. Olaya (2020) El trabajo "Transformación digital de la historia clínica en la sanidad privada para la atención médica hospitalaria y de urgencias" propone una plataforma que permita al personal médico acceder en línea a la información de la historia clínica desde un dispositivo portátil, además, de dar libertad a los pacientes de poder tener la información sobre sus atenciones y mostrarlas a otras instituciones donde se atiendan.

En esta investigación se propuso la administración de la información de los historiales médicos mediante la tecnología blockchain.

A nivel regional

- a. Borneo (2020) El objetivo del trabajo "Autopercepción de competencias digitales en personal administrativo de la Red de Salud Huánuco" fue conocer cómo perciben los funcionarios públicos su nivel de competencia en competencias digitales. Se administró como instrumento una medida de competencia digital a 87 servidores (46 mujeres y 41 hombres) de la unidad ejecutora 404 de la Red de Salud Huánuco en el año 2020, como parte de un diseño de estudio descriptivo. Para el análisis inferencial se empleó la prueba Chi-cuadrado. Las conclusiones del estudio indican que el nivel general de competencia digital fue básico (62,1%), siendo mayor el porcentaje de encuestados que perciben la tecnología y la información que los que perciben la comunicación y la colaboración como aspectos de la convivencia digital. Como conclusión llego a que las sus competencias digitales son básicas, es decir, que existe solo dominio de una de las dimensiones de competencias.

2.2. Bases Teóricas.

Variable independiente: Transformación digital

a) Definición de transformación digital

A continuación se presentan algunas acepciones del término "transformación digital" encontradas en la literatura:

Según Liu et al. (2011) describe la integración de la tecnología digital y los procedimientos corporativos en una economía digital como transformación digital., es decir, producir un impacto con las tecnologías digitales en los modelos de producción y consumo modificando la forma en la que se ofrecen los productos o servicios y generando la optimización de sus procesos.

Por otro lado, Westerman et al. (2014) la aplicación de tecnologías digitales para maximizar el rendimiento empresarial se conoce como transformación digital. Así mismo, Marcet (2015) menciona como

concepto que la transformación digital es la implementación conjunta de la innovación y la gestión del cambio en una organización. Así mismo, menciona que es importante que las empresas se adapten de forma organizacional y cultural para general productos y servicios de valor agregado en función adaptarse a las necesidades y expectativas del cliente.

Por lo tanto, se puede concluir que la transformación digital es reinventar el negocio y esto se logra a través del análisis de la información recopilada mediante la automatización tecnológica y la digitalización de sus operaciones, así como, dotando a las personas de competencias digitales e inspirando a la organización a una cultura de innovación y cambio que logre impactar de manera positiva en los clientes.

b) Definición de herramientas digitales

David (2016) en su libro "Digital Transformation Plays" caracteriza las herramientas digitales como los nuevos métodos por los que los consumidores encuentran, evalúan y compran artículos, además de cómo los utilizan, comunican información sobre ellos y los usan sobre sus experiencias con otros consumidores y cómo permanecen conectados con la marca.

Así mismo ThePowerMBA (2022) menciona que para un real transformación del negocio es imprescindible la implementación de herramientas digitales, ya que, quien no las emplea no tiene presencia en el Internet y no existe en el mundo digital.

Por otra parte también mencionan que para mejorar los procesos y agilizar la gestión de una organización es vital implementar tecnología.

c) Definición de los pilares de la transformación digital

De acuerdo a Camacho (2019), Es fundamental recordar que la tecnología es sólo una herramienta para alcanzar el objetivo previsto; la idea de transformación digital no puede considerarse como la adopción y aplicación de tecnología. Cuando se combinan, y no por separado, cada uno de los pilares permite crear un plan de transformación digital eficaz

para una empresa. A continuación se describen los componentes esenciales de cada pilar.

- La alta dirección: La organización tiene que ser capaz de ver desde arriba el imperativo de modificar estratégicamente la empresa. También son necesarias vías de comunicación eficaces, tanto ascendentes como descendentes, entre la alta dirección y el personal operativo para comunicar las directrices estratégicas y los pasos que hay que dar para dirigir la organización en la dirección del mismo objetivo.
- Personas: la organización debe concentrar sus esfuerzos en educar a los miembros del personal para que adquieran las competencias digitales y de conocimiento necesarias para formar equipos de innovación que puedan difundir y motivar una cultura de cambio y proactividad centrada en los ejes estratégicos, reduciendo al mismo tiempo la resistencia al cambio.
- Cultura organizativa: dado que la cultura dicta cómo se comportan los individuos dentro de la empresa, la institución debe trabajar para mejorarla. Esto supone un riesgo de alto impacto. Los problemas estratégicos no pueden resolverse si la cultura es débil.
- - Procesos: Para evitar fisuras en los distintos procesos de la cadena de valor, la organización tiene que poner mucho empeño en normalizar sus procedimientos. Alcanzar un nivel avanzado de madurez de procesos dentro de la empresa es crucial, ya que la no aplicación de estrategias de mejora de procesos debilita la cultura organizativa.
- Producto y/o servicio: La organización debe centrarse en mejorar su oferta. Para que la empresa pueda aprovechar la innovación como ventaja competitiva y diferenciador de mercado, se aconseja crear e integrar equipos de innovación. Estos equipos deben supervisar su calidad y sugerir mejoras que beneficien al consumidor.

- **Tecnología:** Cuando existe un alto grado de obsolescencia tecnológica, la institución presenta debilidades tecnológicas. Por ello, es necesario fortalecer la plataforma tecnológica para garantizar que los procesos estén soportados por una infraestructura que fomente más rápidamente la innovación dentro de la organización.
- **Cliente:** La organización desperdicia la oportunidad de obtener feedback de sus contribuciones al mostrar una total falta de atención en cómo la ven sus clientes y al no calibrar su nivel de satisfacción. Dado que la orientación al cliente es el principal objetivo de la transformación digital, la organización debe buscar formas de medir la percepción del consumidor, recopilar datos sobre ella y utilizarlos para mejorar sus bienes y/o servicios con el tiempo.

Variable dependiente: Calidad del servicio

a) Definición de la calidad de atención

La calidad de atención según Condezo (2020) depende de la evaluación de cada usuario del producto o del servicio, en el caso del servicio de salud, depende de la forma en la que se atiende a los pacientes, en cómo se garantiza los beneficios prometidos y la seguridad en la atención, así como, el cumplimiento de todas las políticas dependiendo del hospital ya sea público o privado en pro de satisfacer las necesidades de cada persona.

Así mismo, señala que existen varios modelos para abordar la calidad de los servicios asistenciales y los elementos que la componen. A su vez menciona que estos modelos también nos dan una base para determinar los instrumentos mediante los cuales se va realizar las mediciones a los usuarios con respecto al producto o servicio, de esta manera, los gestores de la entidad podrán realizar seguimiento a la calidad de atención de su empresa y determinar las acciones correctivas si así lo amerita para mejorar su desempeño.

En conclusión, se puede decir que todas las acciones realizadas durante un procedimiento para garantizar que el cliente, sea o no empleado de la empresa, obtenga lo que desea se considera parte de la calidad del servicio que necesita y espera con el fin de satisfacer su necesidad. Así mismo, se considera a la calidad del servicio como medida de la naturaleza cognitiva que permite medir el rendimiento del proveedor del servicio como una forma similar, pero, en ningún caso equivalente a la satisfacción, lo cual es resultado de contrastar el resultado aparente del servicio con las expectativas del cliente.

b) Teorías de la calidad del servicio

Al igual que el concepto de calidad surgió en el sector manufacturero y también se aplica a la satisfacción del consumidor y a la gestión de la calidad de productos y, por tanto, se centra en este contexto concreto. Una propiedad única de los servicios es su intangibilidad, lo que dificulta la aplicación de los conceptos de control de calidad a las tareas en cuestión de producción de dicho servicio.

Como no se pueden utilizar métricas como la duración o la tasa de defectos del servicio, resulta difícil evaluar la calidad de los servicios, ni en general puede aplicarse modelos que son destinados para productos, ya que, por su propia intangibilidad hace que estos sean percibidos de manera subjetiva. Desde este punto, podemos decir que la calidad percibida se encuentra a juicio o evaluación de los usuarios en función a la superioridad del servicio. (Durand, 2017)

Se puede distinguir dos corrientes en la investigación de la calidad del servicio según Brady y Cronin (2001):

- a. La corriente nórdica, que Grönroos creó en Europa - Suecia en 1984, define la calidad del servicio en términos de excelencia funcional y tecnológica utilizando principios genéricos.
- b. La corriente norteamericana, liderada por Parasuraman, Zeithaml y Berry, la cual se basan en conjunto de dimensiones acompañadas del

modelo o paradigma no conforme pretenden evaluar eficazmente el nivel percibido de calidad del servicio..

Grönroos (1984) expone que el proceso de evaluación del consumidor, en el que compara sus expectativas y su percepción del servicio obtenido, debe ser la base para determinar la calidad del servicio. Así pues, puede decirse que la idea de calidad del servicio está ligado a la figura del cliente, Gadea (2012) respalda este enunciado, ya que, menciona que la gestión de la calidad de servicio ha pasado de solo ofrecer algo a los ciudadanos con lo que más o menos se sientan conformes a ser los actores principales que exigen el cambio a servicios de calidad.

Por otra parte, basándonos en Oliver (1980) que menciona el paradigma de la insatisfacción, que define la calidad del servicio como una discrepancia entre los resultados previstos y los reales, el consumidor posterior al consumo realiza una comparación entre las expectativas creadas previamente y la percepción de los resultados obtenidos del servicio obteniendo como resultado de dicha diferencia al nivel de satisfacción. Se puede decir que existe entonces tres tipos de descontento: positiva cuando los resultados están a la altura de las expectativas, mala cuando las percepciones no lo están y no hay insatisfacción cuando se cumplen las expectativas. El descontento surge cuando hay insatisfacción negativa, mientras que la satisfacción surge cuando hay insatisfacción positiva o confirmación de las expectativas.

En uno de sus estudios Parasuraman et al. (1991) indica que existen los clientes tienen dos expectativas diferentes en cuanto a la calidad de los servicios que reciben: el nivel deseado y el nivel suficiente. Mientras que el segundo se refiere a lo que el cliente considera suficiente para satisfacer sus demandas, el primero se refiere al servicio que el cliente preferiría haber obtenido. La "zona de tolerancia" es el espacio que existe entre estas dos ubicaciones. Cada cliente tiene una zona diferente, e incluso dentro de un mismo consumidor puede haber diferencias de punto de vista. Los límites de la zona de tolerancia suelen cambiar o sobrepasar el límite previsto con cada uso del servicio por parte del cliente.

A partir de la premisa que la calidad del servicio es la comparativa entre las expectativas y las percepciones Zeithaml y Bitner (2001) creó un modelo conceptual de calidad de servicio, según el cual existen dos tipos de brechas en una empresa: la brecha del cliente y la otra cual es la motivación de este estudio.

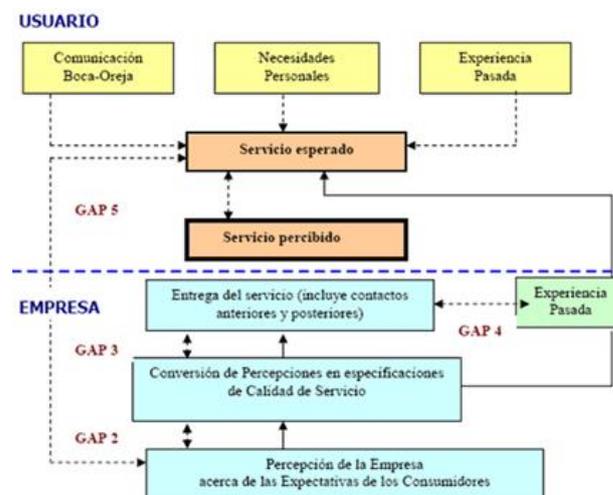
c) Modelos de calidad del servicio

Modelo explicativo de Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985)

Estos autores parten del modelo de Grönroos (1984), diseñando un instrumento de medida de la calidad del servicio, que tiene por nombre SERVQUAL. En este modelo se distinguen las siguientes discrepancias o GAPS (brechas):

Gráfico 1

Modelo de los 5 GAPS.



Nota: Adaptado de Conceptual model of service quality and its implications for future research.(p.42), por Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L.,1985, The Journal of Marketing 49(4)

El modelo presentado en el Gráfico 1 cuenta con los siguientes gaps:

- La primera brecha son las diferencias entre lo que los usuarios prevén y lo que la dirección cree que deben esperar.

- Brecha 02: diferencias entre cómo ve las cosas la dirección y cómo se cumplen los requisitos o normas de calidad.
- Brecha 03: diferencias entre la prestación de servicios y los requisitos de calidad del servicio.
Las incoherencias entre la comunicación externa y la prestación de servicios constituyen la brecha nº 4.
- Brecha 05: diferencias entre las opiniones y expectativas de los clientes sobre la calidad de los servicios que reciben.

Posteriormente, (Zeithaml et al., 1988) reexaminaron el modelo y redujeron las dimensiones a solo cinco (05):

- **Fiabilidad**, o capacidad de prestar con precisión un servicio determinado.
- **Rapidez del servicio**, afán por ayudar a los clientes y capacidad de respuesta.
- **La calidez del personal**, su conciencia de la seguridad y sus conocimientos para fomentar la confianza.
- **La empatía**, que se define como la comprensión y la atención personalizada a cada cliente.
- **Materialidad**, exhibición externa de habilidades, herramientas y correspondencia.

Posteriormente, el modelo fue probado de nuevo utilizando las mismas cinco (05) dimensiones por Parasuraman et al. (1991), pero los resultados fueron inconsistentes porque algunas de las hipótesis planteadas no pudieron ser verificadas estadísticamente. Entre ellas figuraban la existencia de una correlación significativa entre las cinco GAPs.

Modelo SERVQUAL

Los mismos autores crearon en 1994 una metodología para medir la calidad del servicio basada en el modelo GAP de Parasuraman. Con el uso de este modelo, es factible abordar la evaluación de la calidad del servicio

evaluando cada percepción y percepción de la calidad del servicio de forma independiente.

Este modelo está constituido por una encuesta de 22 preguntas divididas en cinco categorías: (componentes físicos, seguridad, capacidad de respuesta, fiabilidad y empatía).

Tabla 1

Dimensiones del modelo SERVQUAL.

Dimensión	Significado
Elementos tangibles	Aspecto físico de las instalaciones, personal, equipos y material de comunicación.
Confiabilidad	Capacidad para llevar a cabo el servicio prometido con precisión y seguridad.
Capacidad de respuesta	rapidez en la atención al cliente y disposición a ayudar.
Seguridad	Capacidad de la empresa y su personal para establecer credibilidad con los clientes siendo educados y bien informados.
Empatía	Asistencia personalizada a los clientes. Reconozca sus necesidades, trátelos con especial consideración y sea sensible a sus emociones.

Nota: Parasuraman et al. (1991)

Modelos de evaluación de la calidad en el servicio electrónico

Los cinco aspectos de la calidad de servicio convencional desarrollados por Parasuraman, Zeithaml y Berry sirven de base para los trabajos sobre medición de la calidad de los servicios electrónicos (1988) con algunas modificaciones a la escala SERVQUAL al campo electrónico. Sin embargo, por las características del servicio diversos autores proponen descartar las escalas basada en servicios que se brindan de manera presencial, incluso, sugieren una amplia clasificación de los servicios electrónicos como base para crear nuevos modelos de calidad de servicio basados en Internet.

De esta manera, en los últimos años, la investigación se ha centrado en definir y cuantificar los aspectos o dimensiones críticas del éxito de esta percepción de calidad, con el fin de crear escalas para evaluar la calidad percibida en la prestación de servicios electrónicos.

Los modelos más representativos son los siguientes:

Tabla 2

Comparación de modelos para medir la calidad en el servicio electrónico.

Autor	Escala* e- SERVQUAL				Muestra	
	Eficiencia	Fiabilidad	Privacidad	Cumplimiento		
Zeithaml, Parasuraman y Malhotra (2000 y 2002)					Usuarios online	
Otros autores	Kenova y Jonasson (2006)	X	X	X	x	Usuarios de banca electrónica

Gounaris y Dimitriadis (2003)	X	X	X	X	Usuarios online
Lee y Lin (2005)	X	X	X		Clientes online
Janda, Trocchia y Gwinner (2002)	X	X			Estudiantes
Yang, Peterson y Cai (2003)	X	X	X	X	Clientes online
Yang, Peterson y Huang (2001)	X	X	X	X	Usuarios online
Hsu y Hsu (2008)	X		X	X	Usuarios online
Santos (2003)	X	X	X	X	Usuarios online
Collier y Bienstock (2006)	X		X		Usuarios online
Yang, Jun y Peterson (2004)	X	X	X		Usuarios de banca electrónica

*Las X indican que los autores consideran esa dimensión de la calidad en sus investigaciones.

Nota: Tomado de Al – Dweeri (2011), muestra los modelos mas representativos y sus escalas.

2.3. Bases conceptuales

- **Atención al cliente:** Se define como “cualquier medida aplicada por una empresa para aumentar la satisfacción del cliente.” (Paz, 2007, p. 2)
- **Canales digitales:** Se define como los medios que “sirven las ventajas de utilizar un ordenador, una tableta o un smartphone para el servicio, la comunicación o las ventas son hoy en día bastante significativas.” (Telematel, 2017)
- **Expectativa:** Se define como “algo que está condicionado por referencias externas o experiencias previas y es lo que una persona cree que puede o debe suceder” (Paz, 2007, p. 2)
- **Gestión:** Se define como la “acción de administrar.” (Zamora, 2021, p. 53)
- **Herramientas digitales:** Se define como “cualquier programa informático, físico o inmaterial, que se ejecuta en ordenadores o aparatos y nos permite interactuar tanto con las personas como con la tecnología.” (Zamora, 2021, p. 53)
- **Percepción:** Se define como “el procedimiento mental que da sentido a la información seleccionándola, organizándola e interpretándola. Es la percepción individual de la realidad, que varía en función de la situación” (Paz, 2007, p. 2)
- **Proceso:** Se define como “la serie de pasos que se dan para lograr un objetivo específico” (Westreicher, 2020)

- **Satisfacción del usuario:** Se define como la discrepancia entre las expectativas del cliente y su percepción de lo que recibe (Paz, 2007)
- **Servicio:** Se define como “actividades, recompensas o placeres que son en su mayoría intangibles y no confieren propiedad y que se ofrecen en compra o alquiler” (Sandhusen, 2002, p. 344)
- **Transformación:** Es la acción de cambiar algo o alguien. (Zamora, 2021, p. 53)
- **Usuario:** Se define como “la persona que hace uso de un artículo o artilugio que presta un determinado servicio y realiza varias tareas para diversos objetivos” (Condezo, 2020, p. 45)
- **Valor agregado:** Se define como aquello que nos diferencia de nuestros competidores provocando una preferencia hacia nuestro producto o servicio. (Paz, 2007)

2.4. Bases filosóficas

Según Liu et al. (2011) define a dentro de una economía digital, la transformación digital se refiere a la fusión de la tecnología digital y los procesos empresariales., es decir, producir un impacto con las tecnologías digitales en los modelos de producción y consumo modificando la forma en la que se ofrecen los productos o servicios y generando la optimización de sus procesos. Así mismo, Martin Heidegger, menciona que ser digital es una condición intrínseca de nuestra forma de estar-en-el-mundo hoy, es parte de lo que significa ser (o vivir) en la sociedad contemporánea.

2.5. Bases epistemológicas

El matemático En su obra seminal *Computing Machinery and Intelligence* (Turing, 1950), Alan Turing propuso que la mejor pregunta que cabe hacerse es si las máquinas pueden superar el Test de Turing, una medida de la inteligencia, en lugar de si pueden pensar. En lugar de ofrecer un extenso y quizá polémico inventario de atributos necesarios para adquirir inteligencia artificialmente, propuso una evaluación en la que el

participante mantiene una charla de texto en línea de cinco minutos con un interrogador (interlocutor). Si el interrogador puede determinar que la conversación se está manteniendo con un programa y no con una persona real, el treinta por ciento de las veces aprobará el examen.

Tiempo después la inteligencia artificial comenzó como un campo académico dentro de la informática y la computación, surgiendo en los grandes centros estadounidenses de investigación informática y de software. Sus primeros triunfos fueron aclamados como increíblemente innovadores. Científicos como Herbert Simon, Marvin Minsky, Arthur Samuel y Allen Newell fueron pioneros. Con programas que sorprendían a la gente jugando al ajedrez, aplicando la lógica y resolviendo problemas algebraicos, obtuvieron un éxito increíble. Como puede considerarse tanto ciencia como matemática, la inteligencia artificial nos proporciona soluciones a los problemas y, mediante su búsqueda de patrones, disminuye la complejidad del entorno. Sin embargo, siempre opera dentro de un marco lógico y matemático (Simon, 1996). Un algoritmo de búsqueda recibe como entrada un problema y emite una serie de pasos que cree que lo resolverán. Cuando encontramos una solución, seguimos sus recomendaciones (Russell & Norvig, 2016).

Se puede decir entonces que, El fundamento conceptual de la realización científica se encuentra en la evolución de la idea de las características primarias en el pensamiento occidental, iniciada por los sofistas de la actualidad y continuada en diversas formas por intelectuales posteriores. La computación, la lógica y las matemáticas han sido puntos de inflexión progresivos que han creado una determinada y prevalente visión del mundo que reduce la mente a operaciones matemáticas y lógicas. Al leer a Heidegger (1997), podemos preguntarnos: ¿existen otros modos de pensamiento?

2.6. Bases antropológicas

De acuerdo con Harari (2019), los humanos siempre hemos sido capaces de gestionar el mundo exterior, pero nuestro mundo interior siempre nos

ha resultado extremadamente difícil de gobernar. Pudimos detener el caudal de un río construyendo una presa, pero fuimos incapaces de detener el proceso de envejecimiento del cuerpo. Nuestro conocimiento del diseño de sistemas de riego era superior al del diseño del cerebro. Sabíamos cómo deshacernos de los mosquitos que zumbaban en nuestros oídos y nos mantenían despiertos por la noche, pero la mayoría de nosotros no tenía ni idea de cómo deshacerse de los pensamientos que hacían lo mismo.

Las revoluciones biotecnológica e informática nos permitirán crear y proyectar la vida, así como tener control sobre nuestro interior.

Descubriremos cómo construir cerebros, prolongar la vida y dejar de pensar cuando queramos. Nadie es consciente de los posibles resultados. En lo que respecta a la creación de herramientas, los humanos siempre han sido muy superiores a otras especies a la hora de hacerlo. Construir una presa para desviar un río es una tarea más sencilla que prever las intrincadas ramificaciones que tendrá en el sistema biológico local.

sistema natural de la región. Del mismo modo, será más sencillo cambiar la dirección de nuestros pensamientos que predecir los efectos sobre nuestra propia psicología o estructuras sociales.

CAPITULO III. SISTEMA DE HIPÓTESIS

3.1. Formulación de las hipótesis

3.1.1. Formulación de hipótesis general

- H_0 : La transformación digital no influye en la calidad del servicio al paciente de ESSALUD de la ciudad de Huánuco, 2019-2022.
- H_a : La transformación digital influye en la calidad del servicio al paciente de ESSALUD de la ciudad de Huánuco, 2019-2022.

3.1.2. Formulación de hipótesis específicas

- H_{01} : La transformación digital no influye en la expectativa de la calidad del servicio al paciente de ESSALUD de la ciudad de Huánuco, 2019-2021.
- H_{a1} : La transformación digital influye en la expectativa de la calidad del servicio al paciente de ESSALUD de la ciudad de Huánuco, 2019-2021.
- H_{02} : La transformación digital no influye en la percepción de la calidad del servicio al paciente de ESSALUD de la ciudad de Huánuco, 2019-2021.
- H_{a2} : La transformación digital influye en la percepción de la calidad del servicio al paciente de ESSALUD de la ciudad de Huánuco, 2019-2021.

3.2. Operacionalización de variables

Tabla 3

Operacionalización de las variables de investigación

Variable	Dimensiones	Indicadores
Transformación digital	Alta Dirección	1. Priorización de la transformación digital. 2. Asignación de recursos

	3. Planteamiento de estrategias digitales.
	<hr/>
Recurso Humano	4. Personal capacitado con conocimiento y competencias digitales. 5. Predisposición al cambio 6. Líderes con competencias digitales, innovadores y con predisposición a realizar cambios.
	<hr/>
Cultura organizacional digital	7. Comunicación entre trabajadores y directivos. 8. Cultura organizacional adaptable 9. Motivación frente a retos de transformación digital 10. Interacción entre el equipo tecnológica.
	<hr/>
Cliente	11. Productos y/o servicios adaptados a la era digital 12. Canales de atención suficientes. 13. Medición de la satisfacción

	14. Gestión de relación con los clientes.
	15. Identificación, estandarización y soporte tecnológicos de los procesos organizacionales.
Procesos	16. Socialización y conocimiento de los procesos organizacionales.
	17. Mejora de procesos
	18. Integración de la digitalización en los procesos organizacionales
	19. Medición de la calidad de productos y/o servicios
Productos/Servicios	20. Mejora de los productos y/o servicios
	21. Uso de canales de digitales para la comercialización de productos y/o servicios
	22. Infraestructura tecnológica adecuada
Tecnología	23. Implementación de estrategias de comercio electrónico

		24. mplementación de estrategias de inteligencia de negocio.
		25. Estado de la plataforma tecnológica.
		26. Implementación de estrategias digitales
		<hr/>
		1. Claridad en procedimientos.
		2. Señalizaciones adecuadas.
		3. Personal uniformado.
		4. Equipamiento suficiente para su atención.
		5. Limpieza y orden de instalaciones y comodidad en sala de espera.
		<hr/>
		6. Información para tramite de atención en consulta externa.
		7. Orden de llegada.
		8. Citas en horas programadas.
		9. Disponibilidad e Historia clínica.

Elementos tangibles

Calidad del servicio

Confiabilidad

	10. Precisión del diagnóstico.
Capacidad de respuesta	11. Rapidez en la atención de caja (modulo).
	12. Rapidez en toma de muestras
	13. Tiempo de consulta médica.
	14. Disponibilidad de medicamento.
Seguridad	15. Privacidad durante la atención.
	16. Evaluación problema de salud.
	17. Solución al problema y generación de confianza.
	18. Médico brinde tiempo necesario para absolución dudas.
Empatía	19. Trato con amabilidad y respeto de parte del médico y personal.
	20. Atender al paciente con interés.
	21. Orientaciones brindadas al usuario sobre su enfermedad, cuidados, tratamiento y uso de medicamentos.

22. Claridad en
procedimientos.

Nota: Elaboración propia.

3.3. Definición operacional de las variables

Tabla 4

Definición operacional de las variables.

VARIABLE	DEFINICIÓN OPERACIONAL
Transformación digital	Se define como la aplicación de estrategias para mejorar la satisfacción cliente y la innovación en los procesos de una empresa.
Calidad del servicio	El resultado de un procedimiento de evaluación que compara las expectativas previas y la percepción se conoce como calidad del servicio recibido (Grönroos, 1984). Además, la medida en que se emplean las medidas deseadas para producir las mayores ganancias potenciales en salud es la medida de la calidad de los servicios sanitarios.

Nota: Elaboración propia.

CAPITULO IV. MARCO METODOLÓGICO

4.1. **Ámbito.**

En la presente investigación se considera como ámbito de estudio a la ciudad de Huánuco en la cual se encuentra la Red Asistencial Huánuco de ESSALUD donde se aplicarán los instrumentos elaborados para recabar la información necesaria.

4.2. **Tipo y nivel de investigación.**

La presente investigación tiene un enfoque de tipo cuantitativo y es de nivel correlacional causal y aplicativo.

Hernández et al. (2010) menciona que la investigación cuantitativa emplea la recolección de datos con la finalidad de poner a prueba utilizar el análisis estadístico y la medición numérica para probar una hipótesis. Así mismo, afirma que la investigación de nivel correlacional busca determinar la influencia que existe entre las variables de estudio.

4.3. **Población y muestra.**

4.3.1. **Descripción de la población**

La población está conformada por 170 trabajadores que laboraron dentro del periodo de estudio (2019 - 2021) en la Red Asistencial Huánuco de ESSALUD y 1370 asegurados pertenecientes a la ciudad del Huánuco, de acuerdo a lo registrado en el portal institucional de EsSalud, en el apartado Población Asegurada Activa 2021.

4.3.2. **Muestra y método de muestreo**

Para el cálculo de la muestra de trabajadores se empleó el tipo de muestreo probabilístico “aleatorio simple”:

$$n (\text{muestra}) = \frac{Z^2(p * q)}{e^2 + \frac{(Z^2(p * q))}{N}} = 119$$

Donde:

N = Número total de trabajadores de la Red Asistencial Huánuco de ESSALUD/ Número total de asegurados de la ciudad de Huánuco.

Z = Constante de la distribución normal en función al nivel de confianza (95%)

e = margen de error (10%)

p = probabilidad de éxito (0.05)

q = 1 – probabilidad de éxito (0.05)

Para el cálculo de asegurados se empleó el tipo de muestreo no probabilístico intencional, debido a que existe limitaciones de participación por parte de los usuarios del servicio de EsSalud Huánuco.

$$n (\text{muestra}) = 119$$

4.3.3. Criterios de inclusión y exclusión

Criterios de inclusión: Trabajadores de la Red Asistencial Huánuco de ESSALUD que laboraron en el periodo 2019 – 2021/Asegurado con suscripción vigente en el periodo 2019 – 2021.

Criterios de exclusión: Trabajadores de la Red Asistencial Huánuco de ESSALUD que dejaron de laborar en el año 2019 o 2021/ Asegurado que no hizo uso de los servicios de consulta externa o que no tenga suscripción vigente.

4.4. Diseño de la investigación

Este estudio utilizó un diseño transeccional, correlacional y no experimental.

No experimental, debido a que las variables (transformación digital y calidad del servicio) no serán manipuladas de forma intencional y solo serán observadas en su ambiente natural.

Transversal, debido a que la información será recopilada en un solo momento, es decir, que la toma de datos se realizara en una sola oportunidad.

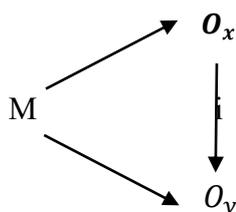
De naturaleza correlacional, ya que encontrar el grado de correlación entre las dos variables es su principal objetivo de la investigación. (transformación digital y calidad del servicio), siendo, la estadística la herramienta con la cual se procesara los datos para determinar lo propuesto.

La representación simbólica del diseño de la investigación es:

Ilustración

1.

Esquema de investigación.



Fuente: Elaboración propia.

Donde:

M = Muestra empleada (119 trabajadores y asegurados de la Red Asistencial Huanuco ESSALUD)

O_y = Observación de la variable independiente (Transformación digital)

O_x = Observación de la variable dependiente (Calidad de servicio)

r = Influencia entre las variables de estudio. (Correlacional causal)

4.5. Técnicas e instrumentos

4.5.1. Técnicas

Bernal (2010) nos menciona que la técnica de la encuesta emplea un instrumento, el cual está compuesto de un grupo o conjunto de

preguntas, que sirven para recabar información de personas de acuerdo al interés del investigador.

En esta investigación se empleará la técnica de la encuesta, ya que, mediante la aplicación cuestionarios a los trabajadores de la Red Asistencial Huánuco de ESSALUD se obtendrá información con respecto a la transformación digital y calidad del servicio al paciente.

4.5.2. Instrumentos

En la presente investigación se aplicará cuestionarios para recopilar información con respecto a las dos variables de estudio. El cuestionario N° 01 contiene preguntas sobre la transformación digital y está compuesto por 26 ítems, su objetivo es conocer la percepción de los trabajadores de la Red Asistencial Huánuco de ESSALUD con respecto al nivel de madurez de transformación digital de la entidad, así mismo, el cuestionario N° 02, está conformado por 22 ítems, y tiene por objeto medir a través de la percepción de los trabajadores el nivel de la calidad del servicio, empleando el modelo SERVQUAL, el cual está dividido en 5 dimensiones (Elementos tangibles, Confiabilidad, Capacidad de respuesta, Seguridad y Empatía) con una escala del 1 al 5, así mismo, dependiendo de las respuestas se podrá determinar el nivel de calidad de servicio en el siguiente de acuerdo al siguiente rango: >60%= por mejorar, 40 a 60%= en proceso y < a 40% = Aceptable.

4.5.2.1. Validación de los instrumentos para la recolección de datos.

Los cuestionarios empleados para la recolección de datos fueron validados mediante la opinión de cinco (05) expertos, los cuales efectuaron un análisis de los ítems mediante los criterios de relevancia, coherencia, suficiencia y claridad, de acuerdo a ello determinaran si los instrumentos mantienen coherencia con la variable y dimensiones establecidas.

Tabla 5

Resultado de la validación por juicio de expertos.

Nº	Experto	Decisión
1		Aplicable
2		Aplicable
3		Aplicable
4		Aplicable
5		Aplicable

Nota: Elaboración propia.

4.5.2.2. Confiabilidad de los instrumentos para la recolección de datos.

La confiabilidad de los instrumentos diseñados para esta investigación se determinó empleando la prueba del coeficiente de Alfa de Cronbach, para ello, se tuvo en cuenta el siguiente rango:

Tabla 6

Rango para la valoración de alfa en el nivel de confiabilidad del instrumento.

Valores	Nivel de confiabilidad
>0.9	Excelente
>0.8	Bueno
>0.7	Aceptable
>0.6	Cuestionable
> 0.5	Inaceptable

Nota: Tomado de Castillo et al. (2018), muestra el rango de los niveles de confiabilidad con los que se califica a un instrumento de acuerdo al valor obtenido al calcular el Alfa de Cronbach.

En función al resultado obtenido de la aplicación de la fórmula y en contrastación con la tabla que muestra los niveles de confiabilidad los instrumentos “Diagnóstico de madurez de la transformación digital” y “Encuesta para evaluar la satisfacción de los usuarios atendidos en el servicio de consulta externa de EsSalud Red Asistencial Huánuco periodo 2019 – 2021” tienen un nivel de confiabilidad **Bueno (0.814)** y **Excelente (0.920)** respectivamente.

4.6. Técnicas para el procesamiento y análisis de datos.

La recogida de datos se completó tras la aplicación del instrumento, que tendrá lugar en 119 trabajadores y asegurados de la Red Asistencial de Huánuco ESSALUD.

Del mismo modo, los datos se examinaron mediante un examen de los ítems del instrumento con el fin de identificar cualquier irregularidad que pudiera comprometer su integridad. Una vez establecida la exactitud de la información recogida, los datos se categorizaron considerando cada dimensión, indicación y consulta.

El plan de tabulación incluía todas las actividades relacionadas con la organización de los datos para su presentación; el tratamiento de los datos era el primer paso, que implicaba la creación de una base de datos utilizando software estadístico. A continuación, se clasificaron los datos, lo que se hizo organizándolos mediante gráficos o tablas de frecuencias sencillos y fáciles de entender que permiten visualizar los datos de forma comprensible y directa.

Para tabular los datos, hubo que construir grupos una vez codificados los datos.

En cuanto al análisis de los datos, se realizaron las siguientes tareas:

- **Análisis descriptivo e interpretación de los datos.** Se utilizarán tablas y gráficos categorizados por variable y dimensión para describir los resultados.

- **Interpretación de los datos y análisis inferencial.** En el análisis inferencial se realizó en primer lugar la prueba de normalidad de los datos y, a continuación, se utilizó la prueba estadística Rho de Spearman de acuerdo con los resultados.

Tabla 7

Coefficiente de correlación de Spearman.

Valor de Rho	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0.9 a 0.99	Correlación negativa muy alta
-0.7 a 0.89	Correlación negativa alta
-0.4 a 0.69	Correlación negativa moderada
-0.2 a 0.39	Correlación negativa baja
-0.01 a 0.19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0.01 a 0.19	Correlación positiva muy baja
0.2 a 0.39	Correlación positiva baja
0.4 a 0.69	Correlación positiva moderada
0.7 a 0.89	Correlación positiva alta
0.9 a 0.99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Nota: El grado de aislamiento social entre los adultos mayores y las actividades de interacción social registradas mediante el uso de las nuevas tecnologías están correlacionados. (p.185), por Campos Francisco, W., & Martínez Rebollar, A., 2015, Revista Mexicana de Ingeniería Biomédica 36(3).

4.7. Aspectos éticos.

En el caso de la presente investigación se aplicaron dos principios éticos:

- a) ***Principio de confidencialidad***, antes de recoger los datos de la muestra elegida, se pidió a los participantes su consentimiento informado. Además, en todo momento se mantuvo la confidencialidad de sus respuestas y la protección de los datos personales proporcionados.

- b) ***Principio de no maleficencia***, este principio determinó el proteger en todo momento de riesgos a los participantes, así como priorizar los beneficios. Es responsabilidad del investigador el principio de no maleficencia y beneficencia, al ser el único responsable del desarrollo de la investigación.

CAPITULO V. RESULTADOS

Resultado del objetivo específico 1:

La transformación digital y la calidad de servicio en ESSALUD Huánuco se sustentan en diversos enfoques y modelos. Por un lado, el enfoque de transformación digital en el sector salud resalta la importancia de la digitalización de procesos y servicios para mejorar la eficiencia, accesibilidad y calidad de atención al paciente. La incorporación de tecnologías como telemedicina, historias clínicas electrónicas e inteligencia artificial, facilita la atención remota, el seguimiento de pacientes y la toma de decisiones informada (Agarwal et al., 2020).

Por otro lado, el modelo SERVQUAL es un referente clave para evaluar la calidad de servicio percibida por los pacientes. Este modelo mide la brecha entre las expectativas y percepciones de los usuarios en dimensiones como fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y aspectos tangibles (Parasuraman et al., 1988). En el contexto de ESSALUD Huánuco, este modelo permite identificar áreas de mejora en la calidad del servicio, desde la accesibilidad hasta la infraestructura.

Adicionalmente, el enfoque de gestión de la experiencia del paciente busca comprender y atender de manera integral las necesidades emocionales, cognitivas y sociales de los usuarios, más allá de la calidad técnica del servicio. Esto implica diseñar los procesos y canales de interacción para generar una experiencia satisfactoria y que fortalezca la confianza y lealtad hacia ESSALUD (Boulding et al., 1993).

Finalmente, los modelos de madurez de la transformación digital en salud, como el propuesto por HIMSS Analytics, permiten a ESSALUD Huánuco evaluar su grado de avance en la adopción de tecnologías digitales y trazar una hoja de ruta hacia una mayor madurez (HIMSS Analytics, 2021).

5.1. Análisis descriptivo

5.1.1. Análisis de la transformación digital en EsSalud.

Los autores Ismail et al. (2017) definen a las estrategias digitales como aquellas estrategias de expansión que se formulan con el fin de incorporar oportunidades de la economía digital a la organización a través de la explotación de transformación digital, así como recursos y competencias digitales. Según Singh y Hess (2017,

citado en Ismail et al. 2017), el proceso de transformación digital de una organización está dirigido por un plan integral. Por ello, está por encima del pensamiento funcional y trabaja de forma integral todas aquellas oportunidades y los riesgos que se encuentren relacionados con las tecnologías digitales.

Frente a los inminentes desafíos que supone la transformación digital para las organizaciones, estas se han visto en la necesidad de abordar este desafío mediante la formulación y ejecución de estrategias claras para lograr estar en coherencia con la nueva realidad digital.

Bajo ese contexto, los centros sanitarios de Perú se han visto obligados a acelerar la digitalización de sus servicios debido a la crisis sanitaria COVID-19. EsSalud, cuenta actualmente con varios canales digitales, entre ellos el Servicio de Salud Inteligente (Essi), que reduce el tiempo que los asegurados pasan en los centros médicos y tiene como beneficiarios a más de 11 millones de usuarios; de igual manera fue implementada la Plataforma de Historias Clínica la cual permite la administración eficiente de los recursos como son los medicamentos, servicios asistenciales, personal asistencial y equipamiento.

Es necesario hacer hincapié en la diferencia al hablar de digitalización con la transformación digital, ya que, este último lo que busca en realidad es implementar una cultura que se desarrolle a través de un proceso continuo y disruptivo que se sustente en el uso intensivo de los datos y que genere valor en las personas que hacen uso de los servicios. Bajo este enfoque EsSalud desde el 2018 viene implementando una serie de productos digitales que están enfocados en el ciudadano y sus necesidades. Estos productos se desarrollan bajo tres ejes: en primer lugar, las prestaciones de salud; en segundo lugar, las prestaciones económicas y, por último, las prestaciones sociales.

En ese sentido, algunos de esos productos que han venido trabajando son: una ventanilla integrada virtual del asegurado que permite realizar trámites en línea; historia clínica electrónica, comparte toda la información de un paciente independientemente del establecimiento de EsSalud; firma digital, permite realizar prescripciones de medicinas por parte de los gánelos mediante recetas digitales. Como quinto producto, para evitar las largas colas de los asegurados en la

pandemia, implementaron el quinto producto denominado “EsSalud en línea”, ejecutado mediante de protocolos de atención virtual a través de citas. Por último, para el caso de mujeres que están sufriendo de violencia domestica pusieron a disposición una línea especializada, no solo para ayuda sino también para realizar consultas ginecológicas en cuanto refiere al descarte de enfermedades infecciones.

En respuesta a la pandemia, EsSalud ha implementado dos estrategias importantes: telemedicina y un mapa de calor.

El centro de telemedicina, el cual se encuentra compuesto por la teleconsulta, consulta especializada en nutrición, profesionales de la salud mental, el cáncer, la endocrinología, la oftalmología y otros campos de la medicina. También se incluyen exámenes complementarios como tomografías de lectura, radiografías y fotografías. Por otra parte, han creado una sección dedicada a la inteligencia financiera, en la que los datos de los historiales médicos se procesan mediante inteligencia artificial y pensamiento del futuro.

Este mecanismo no es solo una propuesta digital más, sino que se relaciona directamente a contribuir con la satisfacción de los usuarios, ya que, el centro de telemedicina busca reducir los tiempos de espera de los asegurados para tener una atención y tratamiento oportuno, acercando los servicios a las personas. Los beneficios de la telemedicina consisten en que permitirá que el experto consulte con el paciente, quien obtendrá la cita médica en la comodidad de su propio hogar, todo de acuerdo con la política institucional que coloca al paciente en el centro del tratamiento. En consecuencia, ofrecerá servicios de teleconsulta general, de especialistas y de pacientes crónicos, así como teleconsulta a pacientes de la tercera edad inscritos en el Programa de Atención Domiciliaria (PADOMI). Además, se cubrirá el PADOMI Infantil y las teleemergencias médicas.

Así mismo, el mapa de calor, es una herramienta para la detección los espacios de contagios, con ello, se podrá determinar si la epidemia está remitiendo en alguna región del país. Además, contiene un dispositivo que controla la capacidad de compra de existencias mediante un sistema de semáforo que se coloca en cada centro sanitario. Como resultado, cambia de color a verde cuando quedan dos

meses, a naranja cuando quedan dos semanas y a rojo cuando casi se ha agotado un tipo de medicamento.

De acuerdo a lo mencionado en párrafos anteriores se puede afirmar que EsSalud viene realizando un trabajo importante para poder estar a la altura del proceso de transformación digital que están sufriendo todas las entidades a nivel mundial, en especial a causa del Covid - 19. Sin embargo, algunas de las propuestas antes mencionadas se han aplicado de forma centralizada en Lima y Callao, se considera sustancial que estas medidas se amplíen a nivel nacional tomando en cuenta que las provincias al igual que la capital de nuestro país viene sufriendo el impacto de la pandemia y requiere de atención oportuna, así como de facilidades para poder realizar los trámites rápidos y sin necesidad de realizar largas colas que promueven la propagación del virus Covid – 19 que aun aqueja a nuestro país y ciudad.

5.1.2. Medición de la transformación digital en EsSalud Red Asistencial Huánuco, periodo 2019 – 2021.

Se modificó y utilizó una encuesta con 35 preguntas en total, divididas en siete pilares para diagnosticar el nivel de madurez de transformación digital de la organización. Se aplicó la encuesta a 119 colaboradores de la Red de Salud Huánuco EsSalud de la ciudad de Huánuco. A continuación se muestran los hallazgos de la encuesta de caracterización de la población.

Tabla 8

Resultados de la aplicación del instrumento de medición de madurez digital.

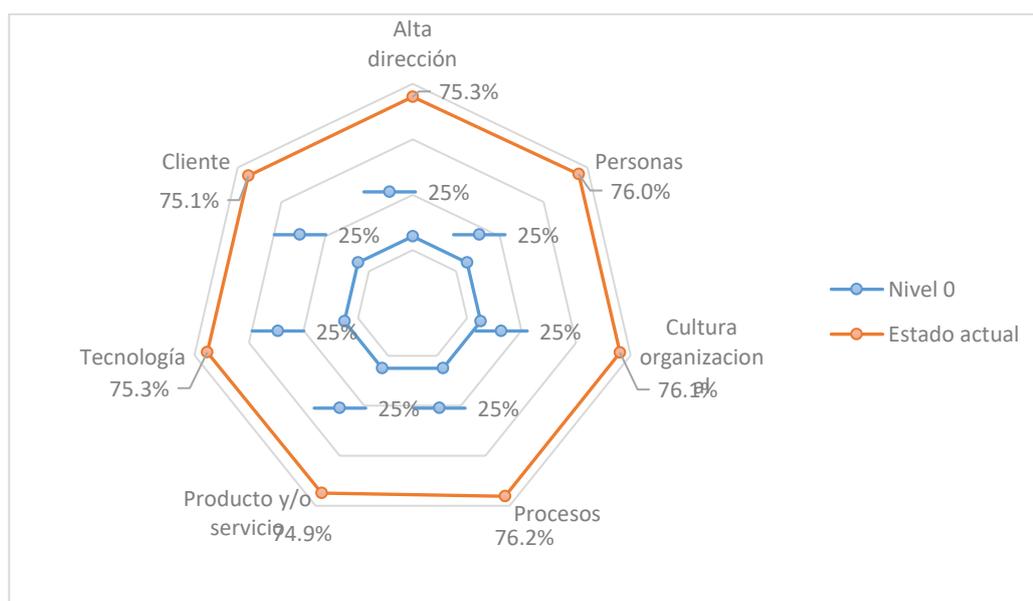
Pilares de la transformación digital	Nivel 0	Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3	%
	0-595 1% - 25%	Iniciado 596-1190 26% - 50%	Avanzado 1191-1785 51%-75%	Digital 1786-2380 76%-99%	
Alta dirección	-	-	1561	-	65.6%
Personas	-	-	1576	-	66.2%

Cultura organizacional	-	-	1580	-	66.4%
Procesos	-	-	1578	-	66.3%
Producto y/o servicio	-	-	1575	-	66.2%
Tecnología	-	-	1568	-	65.9%
Cliente	-	-	1578	-	66.3%
Promedio global	-	-	1574	-	66.1%

Nota: Cifras capturadas de la base de datos.

Gráfico 2

Resultados globales por pilares.



Nota: Cifras capturadas de la base de datos. En cada arista se muestra los pilares de la transformación digital y su porcentaje alcanzado.

El nivel de madurez digital de EsSalud Huánuco está representado por porcentajes en la Tabla 7 y Gráfico 2 para cada uno de los pilares evaluados: alta dirección (75,3%), personas (76%), cultura organizacional (76,1%), procesos (76,2%), producto y/o servicio (74,9%), tecnología (75,3%) y clientes (75,1%).

Interpretación:

- **Alta dirección:** Se encuentra en el nivel avanzado, la institución se encuentra dentro del proceso de transformación digital, aún presentan algún escepticismo para afrontar y superar el problema de la transformación digital. Los informes sobre el resultado de los esfuerzos deben ser enviados por la alta dirección a los distintos departamentos de la empresa. Además, todos los esfuerzos de los empleados deben dirigirse hacia el mismo objetivo para evitar plantear muchas preguntas sobre el futuro de la organización.
- **Personas:** Se encuentra dentro del nivel digital, la institución cuenta con personal capacitado digitalmente, sin embargo, hace falta que el personal se motive y busque formación, información y competencias digitales que faciliten la creación de equipos de innovación. Estos equipos pueden fomentar el cambio y la proactividad entre los empleados de la organización, manteniéndolos centrados en el eje estratégico y reduciendo la resistencia al cambio.
- **Cultura organizacional:** Se encuentra en un nivel digital, la institución debe seguir trabajando en la cultura de la empresa; no hacerlo hará que se desmoronen todos los objetivos y ejes estratégicos que la empresa quiera ejecutar.
- **Procesos:** Se encuentra en un nivel digital, la institución debe seguir estableciendo mejoras a los procesos ya estandarizados con la finalidad de seguir mejorando a través de la implementación de estrategias.
- **Productos y/o servicios:** Se encuentra en un nivel avanzado, la institución debe identificar las tácticas que afectan a la calidad, la innovación y la forma en que los clientes ven los bienes y/o servicios dados..
- **Tecnología:** Se encuentra en un nivel avanzado, la institución debe identificar las tácticas que afectan a la calidad, la innovación y la forma en que los clientes ven los bienes y/o servicios dados.

- Cliente: Se encuentra en un nivel avanzado, la institución debe implementar técnicas de adopción, actualización y aplicación de herramientas TIC para contribuir al proyecto de transformación digital.

5.1.3. Análisis de la calidad del servicio en EsSalud Red Asistencial Huánuco, periodo 2019 – 2021.

Parasuraman, et al. (1988) menciona que existen dos tradiciones o dos corrientes que coinciden en la discrepancia entre las expectativas y las impresiones de los clientes sobre un producto o servicio se conoce como calidad del servicio. También señalan que dos de las cinco dimensiones -la dimensión de proceso o intangible y la dimensión física o de resultado- son pertinentes.

El servicio se considera una serie de actividades que tienen naturaleza más o menos intangible; estos funcionan de manera general bajo la interacción de los encargados de prestar el servicio, los sistemas, recursos físicos y/o activos del proveedor de servicios, todos los cuales se ejecutan para satisfacer las necesidades del cliente. (Grönroos, 1994)

En ese sentido, la atención a los clientes se considera dentro de una organización. Uno de los objetivos de los servicios es satisfacer los deseos y expectativas de los consumidores; la consecución de este objetivo hace que la entidad sea más competitiva, impulsa la productividad y la sitúa en una mejor posición con respecto a otras empresas (Najul, 2011). Por ello, se considera esencial que los servicios prestados satisfagan las necesidades de los clientes, ya que, de esto dependerá la subsistencia de la organización y la diferencia que marquen con respecto a otras organizaciones. Así mismo, es importante mejorar la calidad del servicio que se oferta, debido a que, es un aspecto determinante para que los usuarios tengan una buena aceptación del servicio proveniente de una adecuada prestación de los mismos. (Ñahuirima, 2015)

Entonces se puede decir, que la medición de la percepción de la calidad del servicio se considera necesaria, ya que, con ello se puede determinar cuán eficaz están siendo nuestro proceso de atención al cliente y cuánta aceptación tiene nuestro servicio frente a los usuarios. En cuanto a la percepción de la calidad del servicio, en particular en los servicios de salud, se considera que guardan relación con las

siguientes dimensiones: asistencial, de organización, de relaciones y de gestión de la cultura de seguridad en salud. (Podestá y Maceda, 2017)

Malpartida et al. (2021) indica que, en el Perú, hasta el año 2017 el número de asegurados se ha visto en incremento, esto de acuerdo al Censo 2017, el cual arrojó que más de 22 millones de personas cuentan con alguna modalidad de seguro de salud, sin embargo, si se compara con las cifras obtenidas en el primer trimestre del año 2020, de acuerdo a la ENAHO, este número no ha sufrido mayor incremento, es decir, se mantiene la misma tendencia; lo que nos demuestra que la situación con respecto a la cobertura de salud en la población peruana no ha incrementado.

Uno de los aspectos quizá más relevantes para este escenario, es que el usuario considera que en las instituciones de salud se muestran una demora significativa para poder brindar atención. Es por ello, que las razones principales por las cuales los asegurados no utilizarían los servicios salud, en este caso de EsSalud, son: la atención rápida y las largas colas innecesarias.

Rojas (2018) infiere también que en dentro de EsSalud, en cuanto a la dimensión funcional, las causas mayoritarias de la "mala" (69,2%) calidad del servicio son numerosas deficiencias estructurales, la falta de profesionales, la falta de atención integral por falta de tiempo para procedimientos especializados, la escasez de medicamentos necesarios, la ausencia de atención las 24 horas del día y la falta de movilidad para facilitar una atención oportuna.

Por otra parte, los elementos por los cuales los usuarios se encuentran más satisfechos son: sin embargo, lo que más disgusta a la gente son las largas esperas, la insatisfactoria atención y cuidado del personal, las horas de servicio, los tiempos de espera en la farmacia, las largas citas, etc., y los cortos tiempos de espera en urgencias. En cifras se puede traducir que solo el 6% de las personas se encuentran muy satisfechas con los servicios, 64% satisfechos, 21% insatisfechos y no sabe no responde un 5%. (Malpartida et al. 2021)

En conclusión, se puede decir que los usuarios de los servicios de EsSalud, sienten que el tiempo para ser atendido les genera insatisfacción, ya que, es necesario esperar en demasía para la obtención de citas, se requiere hacer largas colas para recibir los medicamentos y aunado a eso la mala atención del personal.

5.1.4. Medición de la calidad del servicio en EsSalud.

Los resultados de la medición de la calidad del servicio se exponen en la sección siguiente. El modelo SERVQUAL de calidad del servicio sirve tanto de herramienta de evaluación como de estrategia para elevar la calidad del servicio.

Tabla 9

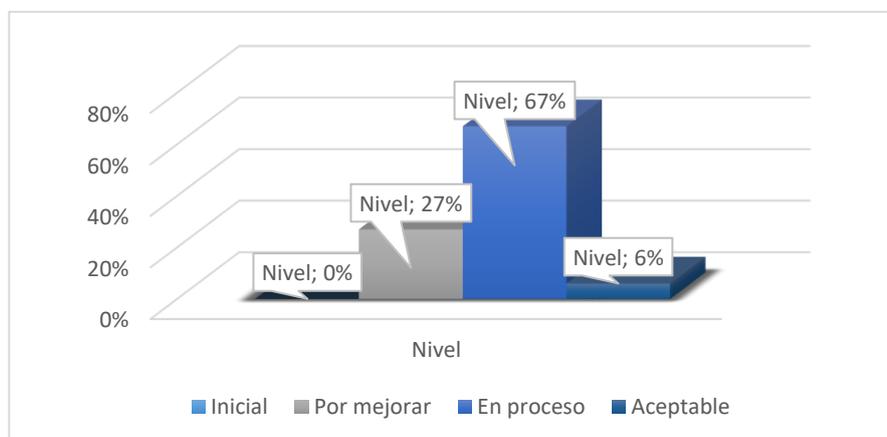
Descripción de los niveles de calidad de servicio

Frecuencia (expectativa)				
Nivel	fi	%	Total	%
Inicial	0	0%	119	100%
Por mejorar	32	27%		
En proceso	80	67%		
Aceptable	7	6%		
Frecuencia (percepción)				
Nivel	fi	%	Total	%
Inicial	48	40%	119	100%
Por mejorar	69	58%		
En proceso	2	2%		
Aceptable	0	0%		

Nota: Cifras capturadas de la base de datos.

Gráfico 3

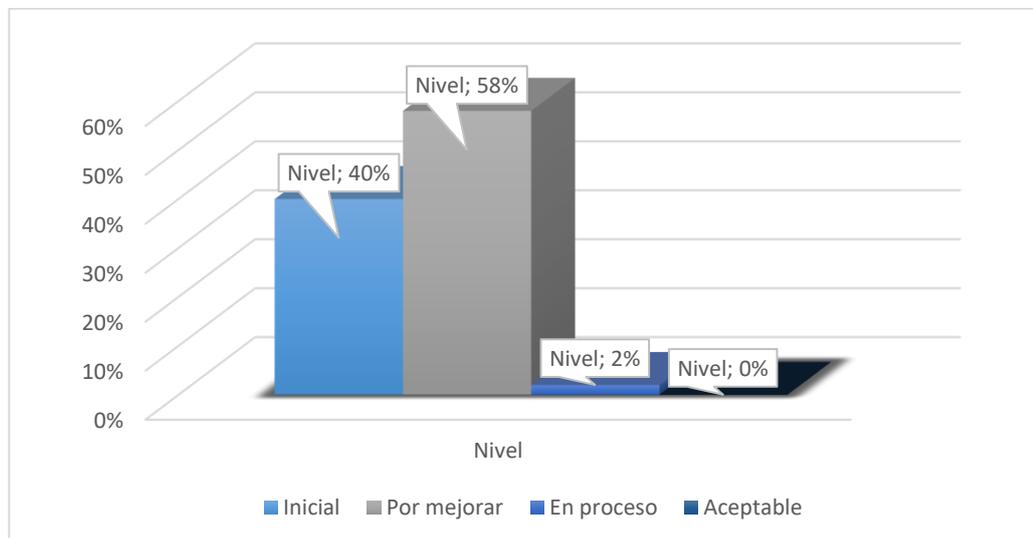
Descripción de los niveles de calidad de servicio (expectativa)



Nota: Cifras capturadas de la base de datos.

Gráfico 4

Descripción de los niveles de calidad de servicio (percepción)



Nota: Cifras capturadas de la base de datos.

Interpretación: Según el Cuadro 9 y el Gráfico 3, el 5% de los clientes externos de la Red Asistencial EsSalud de la ciudad de Huánuco El porcentaje de clientes que considera que la calidad del servicio aumentará en un futuro cercano, frente al 61% que considera que la calidad del servicio disminuiría. Resultados similares se encuentran en el Cuadro 9 y el Gráfico 4, los cuales indican que el 54% de los clientes externos de la Red Asistencial de EsSalud en Huánuco considera que la calidad del servicio se encuentra en un nivel inicial y el 45% considera que está por mejorar.

Tabla 10

Descripción de los niveles de elementos tangibles

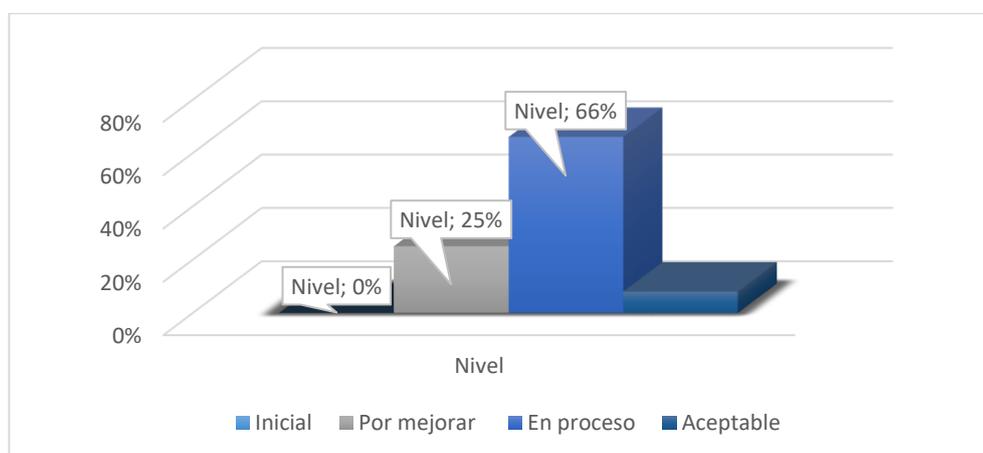
Frecuencia (expectativa)				
Nivel	fi	%	Total	%
Inicial	0	0%	119	100%
Por mejorar	30	25%		
En proceso	79	66%		
Aceptable	10	8%		

Frecuencia (percepción)				
Nivel	fi	%	Total	%
Inicial	64	54%	119	100%
Por mejorar	53	45%		
En proceso	2	67%		
Aceptable	0	6%		

Nota: Cifras capturadas de la base de datos.

Gráfico 5

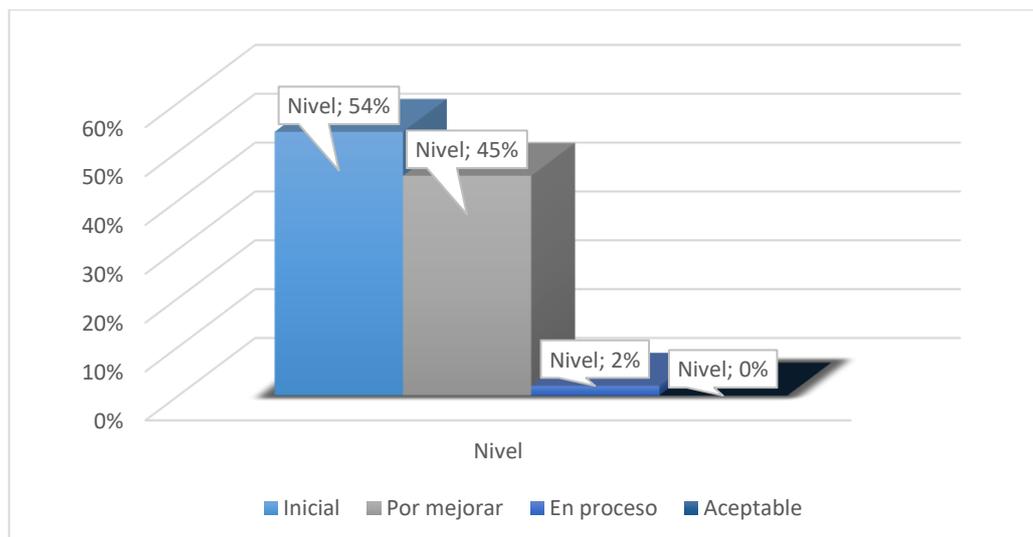
Descripción de los niveles de elementos tangibles (expectativa)



Nota: Cifras capturadas de la base de datos.

Gráfico 6

Descripción de los niveles de elementos tangibles (percepción)



Nota: Cifras capturadas de la base de datos.

Interpretación: En la tabla 10 y gráfico 5, se observa que el 25% de los usuarios externos de Red Asistencial EsSalud de la ciudad de Huánuco tienen la expectativa de que los elementos tangibles están por mejorar y el 66% que los elementos tangibles están en proceso. Así mismo, en la tabla 10 y gráfico 6 se observa que el 54% de los usuarios externos de Red Asistencial EsSalud de la ciudad de Huánuco tienen la percepción de que los elementos tangibles están en un nivel inicial y el 45% que los elementos tangibles están por mejorar.

Tabla 11

Descripción de los niveles de confiabilidad

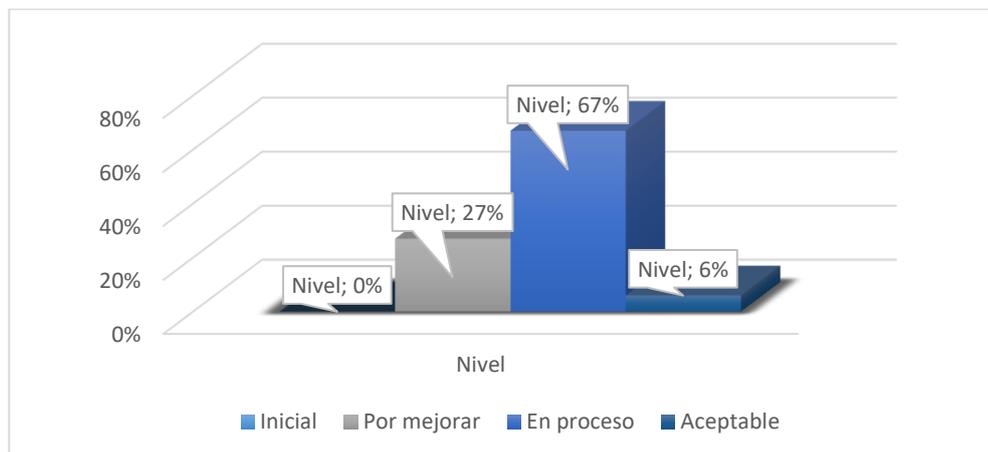
Frecuencia (expectativa)				
Nivel	fi	%	Total	%
Inicial	0	0%	119	100%
Por mejorar	32	27%		
En proceso	80	67%		
Aceptable	7	6%		
Frecuencia (percepción)				
Nivel	fi	%	Total	%
Inicial	36	30%	119	100%
Por mejorar	80	67%		
En proceso	3	3%		

Aceptable 0 0%

Nota: Cifras capturadas de la base de datos.

Gráfico 7

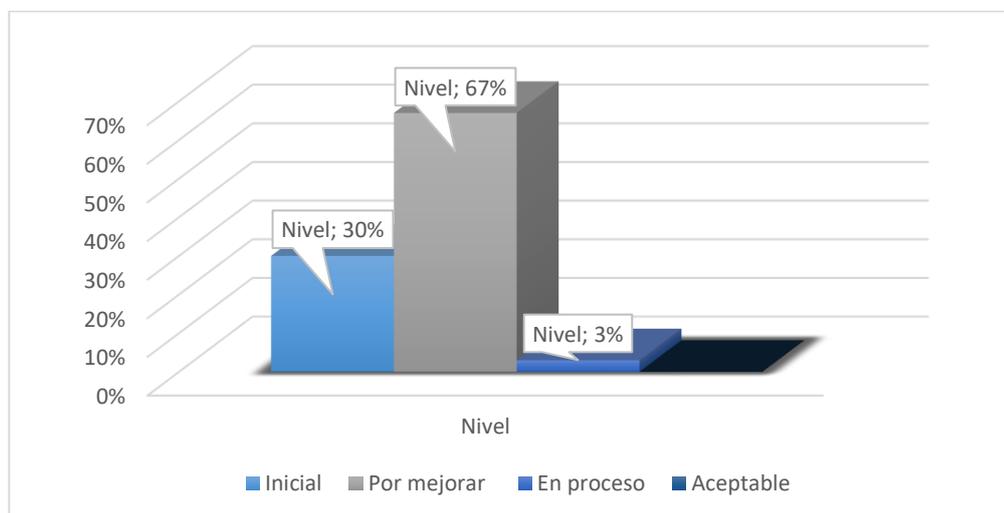
Descripción de los niveles de confiabilidad (expectativa)



Nota: Cifras capturadas de la base de datos.

Gráfico 8

Descripción de los niveles de confiabilidad (percepción)



Interpretación: En la tabla 11 y gráfico 7, se observa que el 5% de los usuarios externos de Red Asistencial EsSalud de la ciudad de Huánuco tienen la expectativa de que la confiabilidad está por mejorar y el 61% que la confiabilidad está en proceso. Así mismo, en la tabla 11 y gráfico 8, se observa que el 30% de los usuarios

externos de Red Asistencial EsSalud de la ciudad de Huánuco tienen la percepción de que la confiabilidad está en un nivel inicial y el 67% que la confiabilidad está por mejorar.

Tabla 12

Descripción de los niveles de capacidad de respuesta

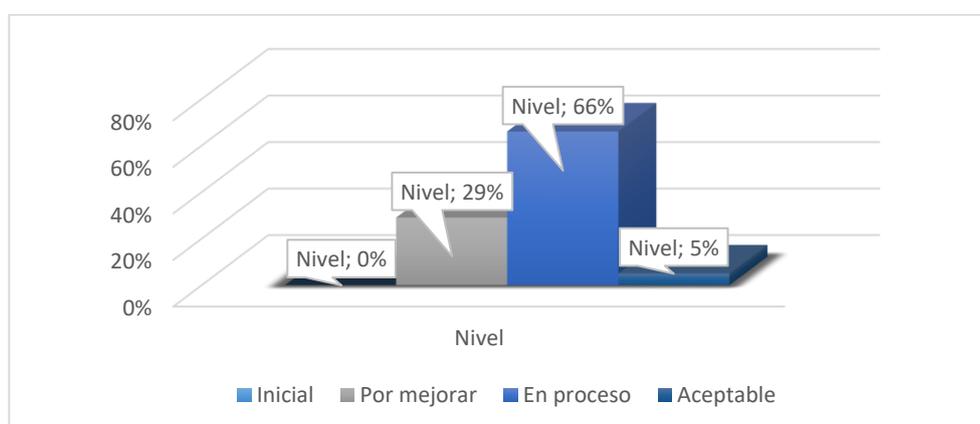
Frecuencia (expectativa)				
Nivel	fi	%	Total	%
Inicial	0	0%	119	100%
Por mejorar	35	29%		
En proceso	78	66%		
Aceptable	6	5%		

Frecuencia (percepción)				
Nivel	fi	%	Total	%
Inicial	35	29%	119	100%
Por mejorar	78	66%		
En proceso	5	4%		
Aceptable	1	1%		

Nota: Cifras capturadas de la base de datos.

Gráfico 9

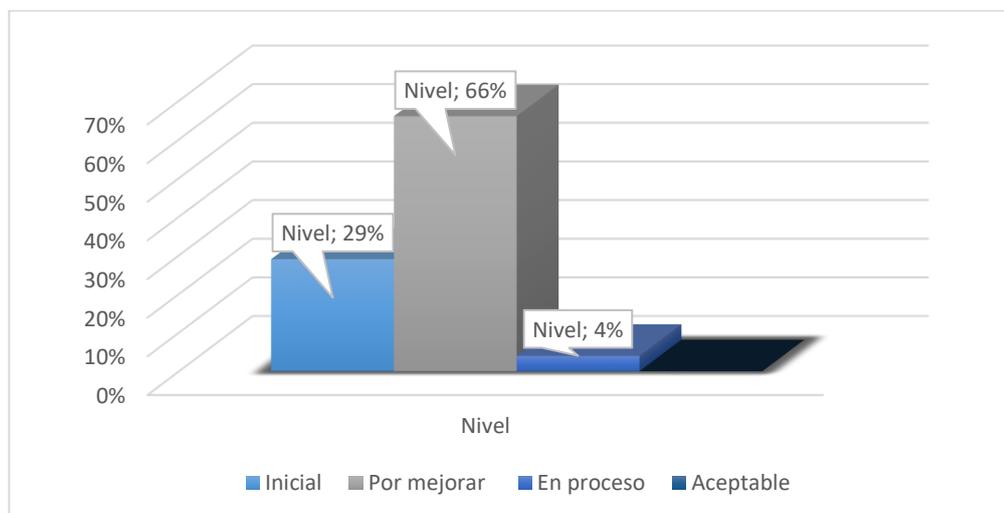
Descripción de los niveles de capacidad de respuesta (expectativa)



Nota: Cifras capturadas de la base de datos.

Gráfico 10

Descripción de los niveles de capacidad de respuesta (percepción)



Nota: Cifras capturadas de la base de datos.

Interpretación: El Cuadro 12 y el Gráfico 9 muestran que mientras el 66% de los usuarios externos de la Red Asistencial EsSalud Huánuco considera que la capacidad de respuesta está creciendo en la actualidad, el 29% de ellos prevé una mejora en este aspecto. Asimismo, la Tabla 12 y el Gráfico 10 demuestran que mientras el 66% de los usuarios externos de la Red Asistencial EsSalud Huánuco considera que la capacidad de respuesta está aumentando, el 29% cree que se encuentra en un nivel inicial.

Tabla 13

Descripción de los niveles de seguridad

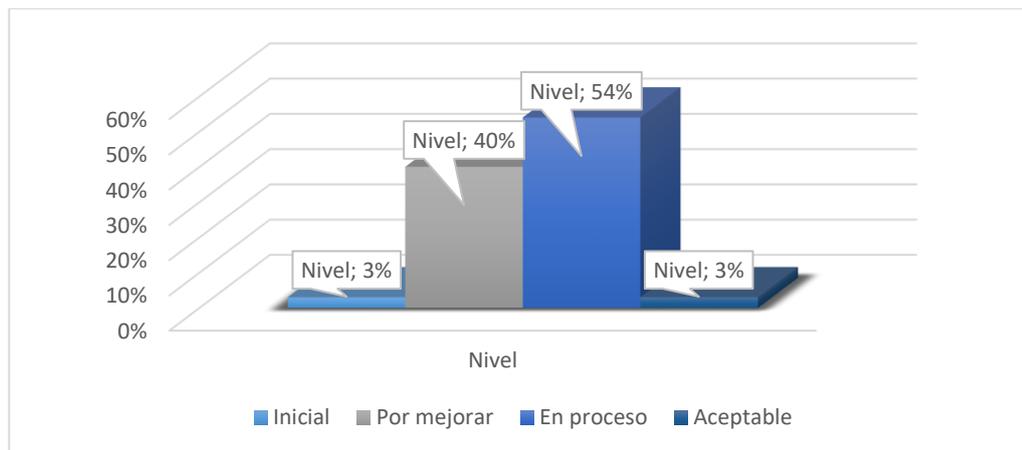
Frecuencia (expectativa)				
Nivel	fi	%	Total	%
Inicial	3	3%	119	100%
Por mejorar	48	40%		
En proceso	64	54%		
Aceptable	4	3%		
Frecuencia (percepción)				
Nivel	fi	%	Total	%
Inicial	51	43%	119	100%

Por mejorar	64	54%
En proceso	4	3%
Aceptable	0	0%

Nota: Cifras capturadas de la base de datos.

Gráfico 11

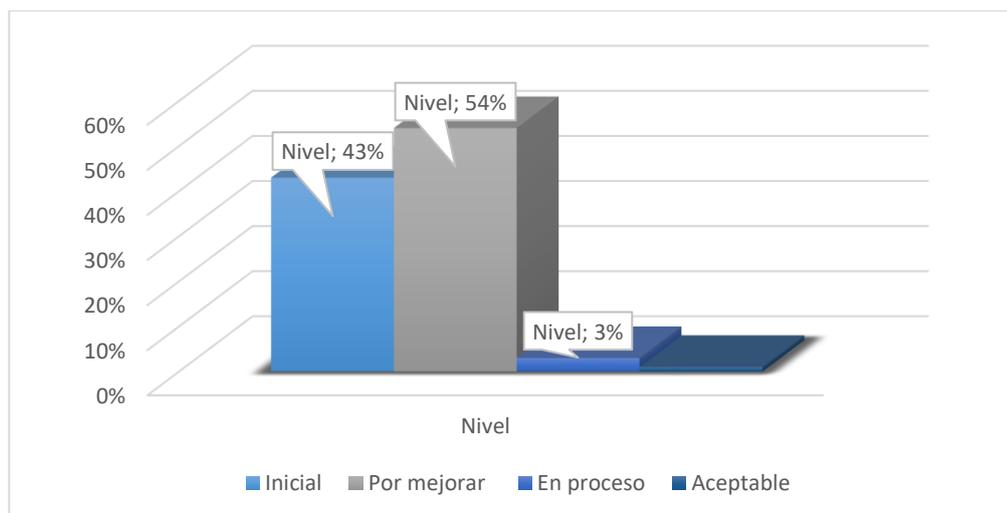
Descripción de los niveles de seguridad (expectativa)



Nota: Cifras capturadas de la base de datos.

Gráfico 12

Descripción de los niveles de seguridad (percepción)



Nota: Cifras capturadas de la base de datos.

Interpretación: Según la Tabla 13 y el Gráfico 11, el 40% de los usuarios externos de la Red Asistencial EsSalud de Huánuco anticipa mejoras en la seguridad, mientras que el 54% anticipa que la seguridad está en progreso. Asimismo, la Tabla 13 y el Gráfico 12 demuestran que el 54% de los usuarios externos de la Red Asistencial EsSalud de Huánuco considera que la seguridad se encuentra en aumento, mientras que el 43% considera que se encuentra en un nivel inicial.

Tabla 14

Descripción de los niveles de empatía

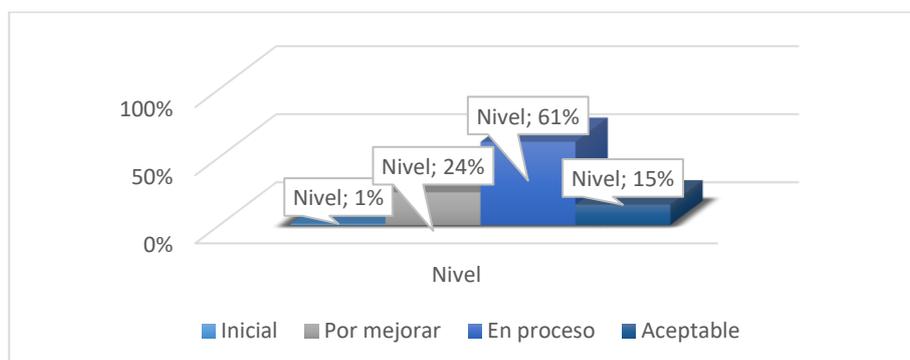
Frecuencia (expectativa)				
Nivel	fi	%	Total	%
Inicial	1	1%	119	100%
Por mejorar	28	24%		
En proceso	72	61%		
Aceptable	18	15%		

Frecuencia (percepción)				
Nivel	fi	%	Total	%
Inicial	47	39%	119	100%
Por mejorar	67	56%		
En proceso	5	4%		
Aceptable	0	0		

Nota: Cifras capturadas de la base de datos.

Gráfico 13

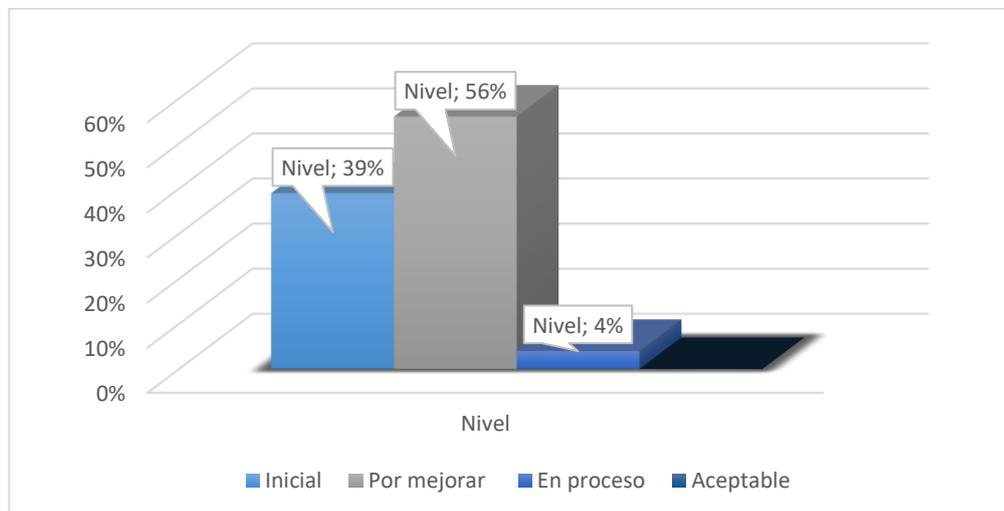
Descripción de los niveles de empatía (expectativa)



Nota: Cifras capturadas de la base de datos.

Gráfico 14

Descripción de los niveles de empatía (percepción)



Nota: Cifras capturadas de la base de datos.

Interpretación: Según la Tabla 14 y el Gráfico 13, el 24% de los usuarios externos de la Red Asistencial EsSalud de Huánuco prevé una mejora de la empatía en un futuro próximo, mientras que el 61% considera que la empatía ya está en marcha. Asimismo, la Tabla 14 y el Gráfico 14 demuestran que el 39% de los usuarios externos de Red Asistencial EsSalud de la ciudad de Huánuco tienen la percepción de que la empatía está en un nivel inicial y el 56% que la empatía está por mejorar.

5.2. Análisis inferencial y/o comprobación de hipótesis

Hipótesis general

- H0: La transformación digital no influye en la calidad del servicio al paciente de ESSALUD de la ciudad de Huánuco, 2019-2021.
- Ha: La transformación digital influye en la calidad del servicio al paciente de ESSALUD de la ciudad de Huánuco, 2019-2021.

Tabla 15

Correlaciones entre transformación digital y calidad del servicio.

Correlaciones			Transformación digital	Calidad del servicio
Rho de Spearman	Transformación digital	Coefficiente de correlación	1,000	,516**
		Sig. (bilateral)	.	,000
	Calidad servicio	N	119	119
		Coefficiente de correlación	,516**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	119	119

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

Nota: Resultados obtenidos del programa estadístico SPSS versión 26.

En la tabla 15, Según los resultados de la tabla de correlaciones, el coeficiente de correlación de Spearman (Rho) entre la transformación digital y la calidad del servicio es de 0.516, que es una correlación positiva moderada. Además, el valor de significancia (p-valor) es 0.000, que es menor que el nivel de significancia de 0.01. Por lo tanto, con base en estos resultados, se puede concluir que: Se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alternativa (Ha). Por lo tanto de puede afirmar:

- Existe una relación estadísticamente significativa entre la transformación digital y la calidad del servicio al paciente de ESSALUD en Huánuco durante el periodo 2019-2021.
- La transformación digital influye de manera positiva en la calidad del servicio al paciente de ESSALUD en Huánuco.

Estos resultados indican que la transformación digital tiene un efecto positivo y significativo en la mejora de la calidad del servicio al paciente de ESSALUD en Huánuco

Hipótesis específica N^a 01

- H0: La transformación digital no influye en la expectativa de la calidad del servicio al paciente de ESSALUD de la ciudad de Huánuco, 2019-2021.
- Ha: La transformación digital influye en la expectativa de la calidad del servicio al paciente de ESSALUD de la ciudad de Huánuco, 2019-2021.

Tabla 16

Correlaciones entre transformación digital y la dimensión de expectativa de la calidad del servicio

Correlaciones			Transformación digital	Expectativa Calidad del servicio
Rho de Spearman	Transformación digital	Coefficiente de correlación	1.000	,445**
		Sig. (bilateral)	.	.000
	Expectativa Calidad servicio	Coefficiente de correlación	,445**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	119	119

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

Nota: Resultados obtenidos del programa estadístico SPSS versión 26.

Según los resultados de la tabla 16 de correlaciones, el coeficiente de correlación de Spearman (Rho) entre la transformación digital y la expectativa de la calidad del servicio es de 0.445, que indica una correlación positiva moderada. Además, el valor de significancia (p-valor) es 0.000, que es menor que el nivel de significancia de 0.01.

Por lo tanto, con base en estos resultados, se puede concluir que: Se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alternativa (Ha).

- Existe una relación estadísticamente significativa entre la transformación digital y la expectativa de la calidad del servicio al paciente de ESSALUD en Huánuco durante el periodo 2019-2021.
- La transformación digital influye de manera positiva en la expectativa de la calidad del servicio al paciente de ESSALUD en Huánuco.

Los resultados indican que la transformación digital tiene un efecto positivo y significativo en la mejora de la expectativa de la calidad del servicio al paciente de ESSALUD en Huánuco.

Hipótesis específica N^a 02

- H0: La transformación digital no influye en la percepción de la calidad del servicio al paciente de ESSALUD de la ciudad de Huánuco, 2019-2021.
- Ha: La transformación digital influye en la percepción de la calidad del servicio al paciente de ESSALUD de la ciudad de Huánuco, 2019-2021.

Tabla 17

Correlaciones entre transformación digital y la dimensión de percepción de la calidad del servicio

Correlaciones		
	Transformación digital	Percepción Calidad del servicio

Rho de Spearman	Transformación digital	Coefficiente de correlación	1.000	,373**
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	119	119
	Percepción Calidad servicio	Coefficiente de correlación	,373**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	119	119

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

Nota: Resultados obtenidos del programa estadístico SPSS versión 26.

En base al análisis estadístico, la Tabla 17 muestra los resultados de la tabla de correlaciones, el coeficiente de correlación de Spearman (Rho) entre la transformación digital y la percepción de la calidad del servicio es de 0.373, que indica una correlación positiva moderada. Además, el valor de significancia (p-valor) es 0.000, que es menor que el nivel de significancia de 0.01.

Por lo tanto, con base en estos resultados, se puede concluir que: Se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alternativa (Ha).

- Existe una relación estadísticamente significativa entre la transformación digital y la percepción de la calidad del servicio al paciente de ESSALUD en Huánuco durante el periodo 2019-2021.
- La transformación digital influye de manera positiva en la percepción de la calidad del servicio al paciente de ESSALUD en Huánuco.

Los resultados indican que la transformación digital tiene un efecto positivo y significativo en la mejora de la percepción de la calidad del servicio al paciente de ESSALUD en Huánuco.

5.3. Propuesta de estrategias digitales para EsSalud Red Asistencial Huánuco.

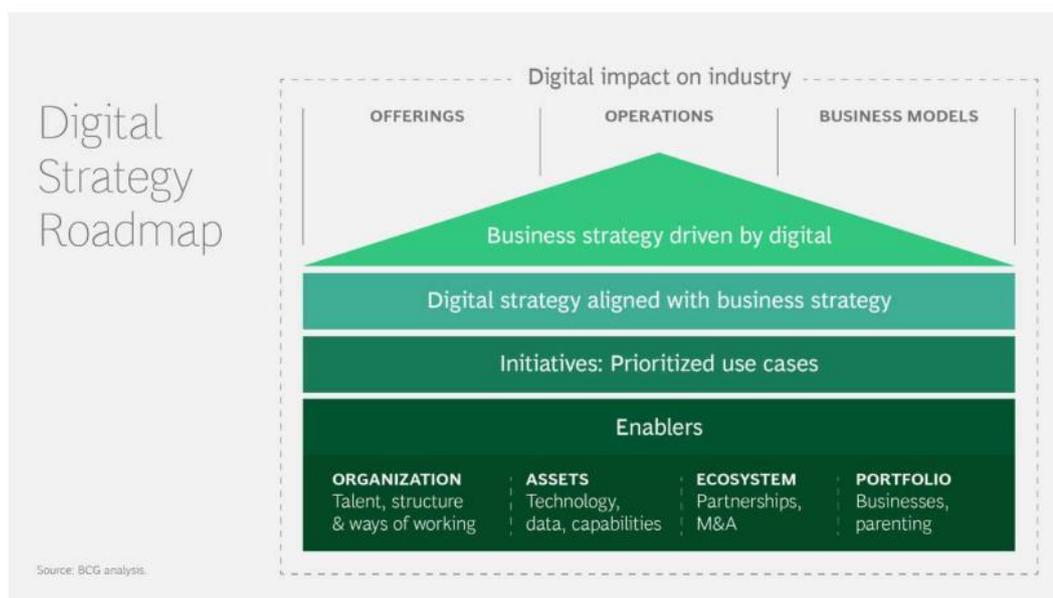
A continuación, se presentan una serie de recomendaciones como parte de una estrategia digital que permitirán hacer exitoso el proceso de transformación digital.

La siguiente estrategia está planteada a través de las recomendaciones brindadas por la Boston Consulting Group, reconocida empresa en el ámbito de la transformación digital.

La consultoría Boston Consulting Group ofrece un framework que describe los pasos que debe dar una empresa para adoptar con éxito la transformación digital. Esta estructura consta de siete fases, que se encuentran subdivididos en tres capas. Dentro de la primera capa, el primer paso es el establecer una estrategia. Luego, en el despliegue de la segunda capa, o la segunda y tercera etapa, incluyen la digitalización de las tareas necesarias y la producción de valor para el futuro de la organización. La tercera capa es donde empiezan a importar los recursos organizativos y humanos, los datos y su análisis, la tecnología y el ecosistema, siendo, estos elementos los activadores del cambio.

Gráfico 15

Roadmap de para la transformación digital



Nota: Tomado de BCG [Fotografía], por Boston Consulting Group, 2020, <https://on.bcg.com/2PFpgY3>

Estrategia digital: No se puede negar que la tecnología ha alterado la estrategia empresarial. Como consecuencia, muchas empresas encuentran cada vez más difícil formular un plan para estas nuevas circunstancias. Considerando que Dados los continuos cambios en el ecosistema y la consiguiente incertidumbre

sobre el futuro, una estrategia flexible puede parecer una opción preferible en el contexto actual. La responsabilidad de un líder empresarial es identificar el entorno operativo ideal y coordinar muchas estrategias a la vez. Los líderes valoran capacidades como la ambidexteridad estratégica. Conseguirlo es difícil, sobre todo en las grandes empresas, pero es crucial para desarrollar un plan eficaz con visión de futuro.

Digitalizar el núcleo: Considerando que el fin último de una empresa es alcanzar la rentabilidad se hace necesario tomar acciones, por lo cual, algunas empresas han tomado como iniciativa incidir para aumentar la experiencia del cliente, sin embargo, se considera que no es suficiente se hace necesario además concentrarse en los conocimientos prácticos. Una estrategia integral -es decir, considerar cómo aportar valor al cliente- es esencial para que una empresa se diferencie de la competencia, y no solo automatizar los procesos existentes sin considerar las necesidades y expectativas de los mismos. Para realizar un adecuado diseño de procesos es posible emplear como herramienta el Design Thinkin, ya que, proporciona una visión completa de la trayectoria de la experiencia del cliente. Esta herramienta además permite un análisis interactivo, flexible y orientado a la interacción entre el diseñador y el usuario.

El enfoque de Design Thinkin sirve tanto para la innovación en productos y servicios como para las operaciones internas, siendo, que el cliente se encuentra como el eje en el que giran los procesos organizacionales.

Cuando una empresa pone en marcha una iniciativa de digitalización, sus objetivos deben ser mejorar la satisfacción del cliente y el rendimiento operativo. De este modo, superan a sus rivales del sector en términos de valor creado.

Nuevo crecimiento digital: Las empresas tradicionales tienen la oportunidad de buscar activamente la disrupción y provocar cambios significativos en el sector, en lugar de limitarse a responder a ellos cuando se producen. Cuando se habla de actores conocidos y poderosos del sector, no se trata de una tarea sencilla. En muchos casos, la búsqueda del desarrollo digital puede obligar a una empresa a cerrar sus puertas, pero en el caso de que no sea así, aún tiene que ser capaz de gestionar bien su negocio convencional, ya que sigue siendo la fuente de recursos

de toda la empresa. Esto implica explorar simultáneamente actividades complementarias y poner en práctica sus tareas principales. Ser capaz de operar simultáneamente en ambos frentes, por ejemplo de ambidestreza, no es algo fácil de ejecutar. La BCG indica tres formas para lograr un equilibrio entre la explotación y la exploración.

- a)* Promover el cambio: Es llevar al equipo de la explotación a la exploración.
- b)* Crear unidades independientes: Una de las formas para poder trabajar de forma paralela la explotación y la exploración, es la creación de equipos de exploración, siendo, la misión de este equipo la de encontrar alternativas de crecimiento a largo plazo.
- c)* Apoyarse en el ecosistema: Las empresas pueden usar su ecosistema como fuente de ideas para nutrirse desde el exterior. Esto se lleva a cabo en la realidad con diversos métodos, como alianzas, incubación y adquisiciones.

El éxito de la implementación de estas tres variantes está definido por cómo se gestione. Lograr definir el balance entre la explotación y la exploración no es tarea sencilla, pero dependerá del entorno del negocio. Es vital ajustar nuestras acciones a la retroalimentación del mercado para asegurar el equilibrio entre la explotación y la exploración.

Personas y organización: Para llevar a cabo una transformación digital, una organización debe cambiar radicalmente su forma de pensar y funcionar. Para ello se necesitan líderes polivalentes, una ejecución rápida, una mentalidad abierta y una metodología de ensayo y error. Las pequeñas empresas y las startups suelen tener estas aptitudes, mientras que las grandes corporaciones las están perdiendo gradualmente como resultado de un número cada vez mayor de procesos.

Existen tres modelos principales para poder organizar la transformación digital. El modelo descentralizado, consisten en que las ventajas de este enfoque incluyen la integración de las actividades digitales en cada unidad de negocio, lo que significa que cada unidad tiene su propio equipo digital. Cada unidad de negocio se compone de actividades digitales es que se establecen estrategias específicas e independientes por cada unidad de negocio. El modelo centralizado, consta de actividades que trabajen en paralelo, en este modelo el CEO es el encargado de dirigir las acciones

entre los nuevos negocios y el paradigma empresarial convencional. La última sugerencia es utilizar modelos híbridos, lo que implica tener equipos en las divisiones empresariales además de una unidad central como una incubadora.

Dependiendo de las necesidades y de las prioridades de la empresa, podrá determinar el modelo que encaje mejor. Es importante tener en cuenta que lo que se necesita implementar va más allá de un cambio en la estructura de la empresa, es más bien la adopción de una nueva forma de trabajo. Un nuevo enfoque podría ser el enfoque ágil.

En la actualidad, la metodología ágil es la más usada por el sector empresarial. Esta se basa en la creación de equipos autónomos y multidisciplinarios denominados Squad que constan de 10 a 15 miembros, así como en la creación de tribus y capítulos. La ventaja de utilizar este proceso es que hay muchas menos posibilidades de llevar a la empresa por el camino incorrecto debido a las iteraciones y al bucle de retroalimentación continua.

Ampliar la implantación de Agile requiere un cambio organizativo completo, por lo que no es una empresa sencilla. Es imperativo que una corporación acostumbrada a viejas prácticas adopte una nueva forma de pensar y operar. Las organizaciones preparadas para entrar en la era digital pueden lograr un equilibrio entre alineación y autonomía utilizando un enfoque ágil escalable.

Datos y análisis: Cualquier bien o servicio digital depende de los datos, directa o indirectamente.

Dentro de una empresa la implantación de tecnología es importante para la creación de valor, sin embargo, por encima de ello se encuentra la recopilación, almacenamiento y análisis de los datos. Un objetivo empresarial bien definido es crucial, y la primera de las cuatro consideraciones que debe tener en cuenta una empresa a la hora de crear capacidades de análisis de datos es hacer realidad la visión de la misión. La segunda son los datos, o cómo convertir el objetivo en algo concreto. El motor de datos es el siguiente factor. Por último, una organización debe pensar en su entorno de datos.

Para el uso de datos como una fuente para la toma de decisiones es importante saber que no se requiere de tecnologías avanzadas para obtener grandes logros, más bien

es importante reconocer cuales son datos que realmente se necesitan. Además, se hace necesario conocer las funcionalidades de la tecnología que se requiere, de esa manera se evitara costos innecesarios.

Así mismo, se recomienda Construya un equipo sólido con una variedad de conjuntos de habilidades, y no busque una sola persona que combine la perspicacia tecnológica, analítica y empresarial con una gran capacidad para influir en la toma de decisiones.

Por otra parte, no es suficiente en confiar en los datos producidos por la empresa, se hace necesario tener un abanico de datos donde exista intercambio, es decir, la existencia de un amplio ecosistema de datos para lograr mayor eficacia en la toma de decisiones. El intercambio de datos abiertamente implica también la regulación adecuada que permita compartirlos continuamente.

Tecnología: Se puede inferir que una tecnología ya no se considera una ventaja competitiva sostenible si su uso está muy extendido y es accesible a todo el mundo. Aunque su propia condición de ventaja competitiva y su longevidad son objeto de debate, la tecnología se ha convertido en un componente indispensable de la ventaja competitiva para muchas empresas.

Las empresas han venido apostando por la implementación de plataformas digitales, sin embargo, se debe tener en cuenta que para la adopción de una nueva tecnología se debe partir desde las cuestiones de negocios y no desde la tecnología.

Así mismo, para lograr mejores resultados al momento de poner en práctica la transformación digital dentro de la empresa es importante tener un equipo de TI que indique la inversión necesaria y las posibilidades de ingresos o aumento de le eficiencia con la implementación.

Ecosistema: Es crucial reconocer la importancia del ecosistema, independientemente del sector, ya que una parte del valor de una empresa puede encontrarse fuera de su entorno comercial.

Una red de empresas e individuos que comparten conocimientos y bienes para generar valor se denomina ecosistema empresarial. Un ecosistema puede definirse como una cadena de valor que consta de proveedores, productores y clientes en su

forma más básica. Los actores intercambian entre sí productos y servicios, así como conocimientos.

En algunas La "estructura de pila" se refiere a un cierto tipo de ecosistema en el que los innovadores de la parte superior de la "pila" pueden fracasar sin afectar negativamente a los jugadores de la escala hacia abajo - se ha utilizado en distintos sectores. Los distintos sectores tienen diferentes tipos de ecosistemas; algunos tienen actores dominantes y coordinadores, mientras que otros son más autónomos. Mientras que algunas empresas se ciñen a sus especializaciones, otras encuentran el éxito fusionando otros sectores industriales y sirviendo de plataformas facilitadoras. Por último, los empleos convencionales de la cadena de valor no son los únicos disponibles para los socios del ecosistema. Además, los consumidores también pueden ser productores. Los gobiernos y los proveedores y distribuidores pueden participar en la creación de productos, y los grupos sin ánimo de lucro pueden facilitar la industria.

Para aprovechar eficientemente el entorno es necesario primero un cambio en la mentalidad, ya que, tradicionalmente se ve a las fuerzas externas como la competencia. Una vez esa forma de pensar haya cambiado las empresas requieren de asociarse de forma estratégica para asegurar el éxito del ecosistema.

Existen tres formas de asociación. En las asociaciones horizontales con los competidores y vertical con los clientes y proveedores, estas se emplean con la finalidad de resolver limitaciones de capacidad o para repartir riesgos. Las asociaciones verticales por su parte, pueden darse bastante frecuentes, ya sea hacia arriba o hacia abajo en la cadena de valor. Sin embargo, tienen la variación de que la colaboración con el usuario final se ha acelerado gracias a la tecnología digital. Las asociaciones fuera de la estructura son menos frecuentes, pero cuando se producen, resultan intrigantes.

Resumen de las estrategias basado Estrategia Digital Roadmap de la BCG

La transformación digital se ha convertido en una necesidad imperante para las organizaciones de salud pública, como ESSALUD, con el objetivo de mejorar la calidad del servicio al paciente y optimizar los procesos internos. En este contexto,

se propone la implementación de estrategias de transformación digital basadas en el modelo "Estrategia Digital Roadmap" de Boston Consulting Group (BCG).

Estrategia Digital Roadmap de la BCG

La "Estrategia Digital Roadmap" de la BCG se compone de cinco pilares clave:

Visión y liderazgo digital: Establecer una visión clara de transformación digital, con el compromiso y liderazgo de la alta dirección de ESSALUD.

Experiencia del usuario: Rediseñar la experiencia del paciente a través de canales digitales, simplificando y personalizando los procesos de atención.

Plataformas y ecosistema digital: Desarrollar una plataforma digital integrada que permita la gestión eficiente de citas, historias clínicas, resultados de exámenes, entre otros.

Operaciones digitales: Automatizar y optimizar los procesos internos de ESSALUD mediante el uso de tecnologías como inteligencia artificial, analítica de datos y robótica.

Talento y cultura digital: Desarrollar las capacidades digitales del personal de ESSALUD y fomentar una cultura de innovación y adaptación al cambio.

Desarrollo de un Software para Mejora de Gestión de Citas

Dentro de la estrategia de transformación digital, se propone el desarrollo de un software integral para la gestión de citas de los pacientes de ESSALUD en Huánuco. Este sistema deberá contar con las siguientes funcionalidades clave:

Agendamiento de citas en línea: Permitir a los pacientes agendar, reprogramar y cancelar citas a través de una plataforma web y aplicación móvil.

Recordatorios y notificaciones: Enviar recordatorios y notificaciones a los pacientes sobre sus citas programadas, vía SMS, correo electrónico y aplicación móvil.

Asignación inteligente de turnos: Utilizar algoritmos de inteligencia artificial para optimizar la asignación de turnos, considerando la disponibilidad de los médicos y la prioridad de los pacientes.

Integración con historias clínicas: Integrar el sistema de gestión de citas con los registros médicos digitales para una atención más completa y personalizada.

Analítica de datos: Generar reportes y análisis de datos sobre la gestión de citas, con el fin de identificar oportunidades de mejora y tomar decisiones informadas.

Por consiguiente; la implementación de estrategias de transformación digital basadas en el modelo "Estrategia Digital Roadmap" de la BCG, junto con el desarrollo de un software integral para la gestión de citas, permitirá a ESSALUD en Huánuco mejorar sustancialmente la calidad del servicio al paciente, optimizar sus procesos internos y brindar una experiencia más eficiente y satisfactoria a los usuarios

Estrategias digitales Complementarias:

Algunas otras estrategias digitales son:

Estrategias defensivas:

Cosecha: Una estrategia a disposición de las empresas en caso de competencia desestabilizadora es la cosecha. Se trata de una táctica defensiva destinada a aumentar los beneficios de una empresa en dificultades. Normalmente, este enfoque comienza con técnicas de bloqueo que la empresa puede utilizar en su beneficio dada su posición actual en el mercado y con respecto a socios, consumidores, reguladores, líderes de opinión y fuentes de financiación. El objetivo de estas contramedidas es ralentizar al perturbador o proporcionar a la organización tiempo suficiente para planificar una reacción más contundente.

Repliegue: Mejorar la experiencia del cliente y la eficiencia operativa en mercados vulnerables es el objetivo de la cosecha; sin embargo, cuando mantener un negocio resulta más caro que sus beneficios, puede ser el momento de plantearse la retirada, es decir, concentrarse en nichos de mercado donde exista un subconjunto concentrado de clientes con necesidades extremadamente específicas. Cuando ya no se puede crear más valor sin incurrir en gastos excesivos o cuando ya no es sensato seguir invirtiendo capital, estas estrategias de retirada acaban desembocando en la salida del mercado. Comprender el momento ideal para abandonar un segmento del mercado es crucial. (Wade et al., 2018).

Estrategias ofensivas:

Disrupción: Una empresa tiene que empezar a aplicar su enfoque disruptivo en cuanto detecta un vacío de valor. Esta estrategia se centra en el uso de tecnologías digitales y modelos de negocio para crear valores de coste, experiencia o plataforma, a ser posible los tres a la vez. Para ello, se requiere un análisis crítico de la preparación de la organización para aprovechar la oportunidad, un análisis exhaustivo de las necesidades cambiantes del cliente y un estudio de las capacidades y estrategias de la competencia (Wade et al., 2018).

Ocupación: Si el objetivo de la disrupción es transformar el mercado mediante actividades catalizadoras, el objetivo de las tácticas de ocupación es mantener la mayor parte posible de las ventajas competitivas que se han logrado como resultado de esta disrupción. El axioma de Silicon Valley "Constrúyelo y vendrán" es cuestionado por Occupy, que sostiene que una empresa no necesita ser la pionera en una disrupción del mercado para salir victoriosa. En cambio, entiende que las aperturas de valor son posibilidades de mercado que conducen a una intensa rivalidad, lo que aumenta el conjunto de opciones disponibles para los clientes. Además, afirma que las empresas deben idear planes que les permitan participar más activamente en su disrupción y ampliar su presencia en el vacío de valor para aprovechar al máximo estas oportunidades. Por tanto, utilizar esta estrategia es esencial para poder prosperar en la vorágine digital y competir (Wade et al., 2018).

Resultado del objetivo específico 5**Sistema de Información de Gestión de Citas para Es salud.**

El objetivo fundamental del proyecto fue mejorar la experiencia del paciente y la eficiencia, así como optimizar la programación de citas y la asignación de recursos médicos. En el contexto, el centro médico enfrentó problemas importantes en la gestión de citas, como largas esperas, problemas de programación y la falta de una visión completa sobre la disponibilidad de médicos y recursos. Estos problemas disminuyeron la satisfacción de los pacientes y la eficiencia operativa. El software desarrollado permite una gestión más eficiente de las citas médicas al proporcionar funciones como:

1. Reserva de citas en línea: Los pacientes pueden programar sus citas a través de una plataforma en línea, algo que reduce el tiempo de espera y ofrece comodidad y flexibilidad.
2. Sincronización de calendarios: el software sincroniza automáticamente los horarios de los médicos y otros recursos, lo que evita la asignación de citas conflictivas y optimiza el uso de los recursos disponibles.
3. Recordatorios automáticos: Los pacientes reciben recordatorios automáticos de citas del sistema, lo que reduce la tasa de ausencias y mejora la eficiencia general.
4. Historial de citas: se mantiene un registro completo de todas las citas de los pacientes, esto que facilita el seguimiento y la planificación.

Se espera que la implementación de software de gestión de citas mejore significativamente la experiencia del paciente, reduzca los tiempos de espera y optimice la programación de citas y la asignación de recursos médicos.

Se espera que la eficiencia operativa del centro médico aumente y que los pacientes y el personal estén más satisfechos.

La gestión eficiente de las citas en el ámbito de la atención médica es esencial para garantizar la calidad de los servicios y satisfacer las necesidades de los pacientes. Sin embargo, una mala gestión de citas en un centro médico para brevets va generar perdidas en los cupos que tienen por día lo que se traduce en pérdidas monetarias, y aunque se trate de recuperar dichos cupos tratando de avisar a otros pacientes que tienen horarios va generar confusión debido a que ese no era su horario. En este escenario, es necesario desarrollar soluciones que faciliten la gestión de las citas y hagan que la experiencia sea más eficiente y fluida. Para lo cual, un aplicativo web llega a ser una herramienta prometedora para mejorar la gestión de citas en un centro médico para brevets y su desarrollo va presentar una serie de ventajas significativas. En primer lugar, permite a los pacientes programar las citas de manera conveniente y flexible, evitando esperas innecesarias por teléfono o visitas presenciales. También puede proporcionar recordatorios automáticos de citas y notificaciones en tiempo real, esto cual ayuda a reducir las ausencias y optimizar la utilización de los recursos médicos. Por otro lado, el personal médico y administrativo también se beneficia de esta solución tecnológica, la cual puede simplificar la asignación de citas, mantener registros actualizados y ofrecer un

panorama completo de la programación diaria, permitiendo una mejor planificación y organización del flujo de pacientes. En resumen, esta solución va permitir mejorar la gestión de citas en un centro médico para brevetes, además de ofrecer un sistema eficiente, conveniente y transparente que puede optimizar la experiencia tanto para los pacientes como para el personal médico; también va permitir brindar un mejor servicio, reducir tiempos de espera y mejorar la satisfacción de los pacientes con esta solución.

Planificación y organización

- **Planificación**

- Definir los objetivos y necesidades:
 - Identificar las especificaciones específicas para la gestión de citas en un centro médico.
 - Implementar la página online para lograr objetivos como automatización de citas, recordatorios, gestión centralizada, etc.

- **Diseño del sitio web:**

- Trabajar en conjunto con el proveedor o el grupo de desarrollo para crear una interfaz de usuario que sea fácil de usar y que se centre en la experiencia del paciente.
- Establecer la estructura de la página online y sus secciones, como el inicio, los servicios médicos, los perfiles de los médicos, la información del centro y los formularios de citas, entre otras.

- **Programación y desarrollo**

- Implemente los servicios de gestión de citas necesarios, como programación en línea, integración de recordatorios y gestión de bases de datos de pacientes, etc.
- Realizar pruebas completas para garantizar que la página online funcione correctamente y cumpla con los requisitos

- **Compatibilidad con sistemas ya existentes:**

- Integrar la página online con los sistemas de gestión de citas y registros médicos del center médico para garantizar una sincronización y comunicación fluida entre ellos.

- **Desarrollo y lanzamiento:**

- Preparar el entorno de alojamiento y implementar la página web en el servidor apropiado.
- Realizar pruebas finales para garantizar que todo funcione correctamente.

- Mostrar a los pacientes y al personal del center médico su disponibilidad a través de la página online.

- **Asistencia y capacitación:**

- Proporcionar capacitación al personal del center médico sobre cómo usar y administrar la página online, incluida la gestión de citas y el seguimiento de registros, entre otras funciones.

- Establezca un canal de soporte para resolver cualquier problema o consulta técnica relacionada con la página web.

- **Observación y mejora continua:**

- Recopilar comentarios de los usuarios and supervisar y evaluar regularmente el rendimiento de la página web.

- Realizar actualizaciones y mejoras regulares para resolver problemas y mejorar la experiencia del usuario.

Cronograma de actividades

Cronograma de Actividades	
Semana 1 y 2	Entendimiento y definición del problema Estudio del sistema actual (comprensión de requerimientos) Identificación de los requerimientos iniciales
Semana 3	Desarrollo y análisis de diagrama canvas Lienzo de propuesta de valor
Semana 4	Desarrollo y análisis del Work Breakdown Structure (WBS) Definición de las tareas
Semana 5	Estudio de los procesos Estudio y análisis de los requerimientos no funcionales
Semana 6	Estudio y análisis de los requerimientos no funcionales Gestionar recursos Asignación de presupuesto Estudiar datos
Semana 7 y 8	Estudio y análisis de los requerimientos funcionales Especificación de metodología para la planificación temporal Desarrollo de la planificación temporal Esquematización de procesos Diseño de la base de datos
Semana 9	Captura de requisitos Modelado de casos de uso Diseño del aplicativo web
Semana 10	Desarrollo y análisis de los Diagramas de casos de uso
Semana 11	Desarrollo y análisis del modelo estructural
Semana 12	Desarrollo y análisis de diagrama de clases Desarrollo y análisis de los diagramas de interacción Creación del esquema final
Semana 13 - 16	Desarrollo del prototipo Evaluación del prototipo

Especificaciones de Tareas de acuerdo a lo descrito en el WBS

ESPECIFICACIÓN DE TAREA	
NÚMERO:	1.3
NOMBRE:	ESPECIFICACIÓN DE LOS REQUISITOS
DESCRIPCIÓN:	SE VA ANALIZAR EL PROBLEMA DE LA CLÍNICA PARA PODER DETERMINAR CUALES SON LOS REQUERIMIENTOS DEL SISTEMA.
ESFUERZO ESTIMADO:	1 SEMANA / HOMBRE
ENTREGABLES:	REQUERIMIENTOS FUNCIONALES Y NO FUNCIONALES
PERSONAS:	1 PERSONA
RECURSOS:	DRAW.IO
DURACION:	1 SEMANA
FECHA ENTREGA:	06/05/2023

ESPECIFICACIÓN DE TAREA	
NÚMERO:	2.1
NOMBRE:	ESTUDIO DE PROCESOS
DESCRIPCIÓN:	SE ESTUDIARÁ LO PROCESOS PROGRAMACIÓN, REPROGRAMACIÓN Y CANCELACIÓN DE CITAS; MEDIANTE LA OBSERVACIÓN DEL CENTRO MÉDICO, CON LA FINALIDAD DE COMPRENDER EL PROCEDIMIENTO Y CONOCER LAS PERSONAS INVOLUCRADAS.
ESFUERZO ESTIMADO:	6 DÍAS / HOMBRE
ENTREGABLES:	DIAGRAMAS GENERAL SOBRE ATENCIÓN AL CLIENTE
PERSONAS:	3 PERSONAS
RECURSOS:	DRAW.IO Y WHATSAPP
DURACION:	6 DÍAS
FECHA ENTREGA:	12/05/2023

ESPECIFICACIÓN DE TAREA	
NÚMERO:	2.1.1
NOMBRE:	ANÁLISIS DE PROCESOS DE PROGRAMACIÓN DE CITAS
DESCRIPCIÓN:	SE ANALIZARÁ EL PROCESO DE PROGRAMACIÓN DE CITAS, MEDIANTE LA OBSERVACIÓN DEL CENTRO MÉDICO Y EL DESARROLLO DE UN DIAGRAMA QUE FACILITA VISUALIZAR GRAFICAMENTE EL PROCESO, CON EL OBJETIVO DE ENTENDER EL PROCEDIMIENTO Y DEFINIR SUS ELEMENTOS.
ESFUERZO ESTIMADO:	2 DÍAS / HOMBRE
ENTREGABLES:	DIAGRAMA SOBRE EL PROCESO DE PROGRAMACIÓN DE CITAS
PERSONAS:	3 PERSONAS
RECURSOS:	DRAW.IO Y WHATSAPP
DURACION:	2 DÍAS
FECHA ENTREGA:	06/05/2023

Descripción de Actores

3.1.1. Actor Cliente

Actor	Cliente	A1		
Descripción	Este actor es el que va hacer uso de los servicios de gestión de citas proporcionado por la página web			
Características	<ul style="list-style-type: none"> - Busca gestionar sus citas - Puede cambiar su contraseña y usuario - Puede descargar una copia digital de su examen médico 			
Relaciones	<ul style="list-style-type: none"> - Página web - Sistema 			
Referencias	A2, A5			
Autor	Avila Sesa Mauricio	Fecha:	21/05/23	Versión: 1

3.1.2. Actor Página web

Actor	Página web	A2		
Descripción	Este actor va ser el que va contener el aplicativo web de gestión de citas, además de enviar los datos a la BBDD.			
Características	<ul style="list-style-type: none"> - Realiza la gestión de citas - Crea usuarios - Permite iniciar y finalizar la sesión de un usuario - Alberga la copia digital del examen médico - Mostrar estado de horario 			
Relaciones	<ul style="list-style-type: none"> - Administrador - BBDD 			
Referencias	A3, A4			
Autor	Avila Sesa Mauricio	Fecha:	21/05/23	Versión: 1

3.1.3. Actor BBDD

Actor	BBDD	A3		
Descripción	Este actor va permitir el flujo de datos con la página web, además del administrador.			
Características	<ul style="list-style-type: none"> - Crear y modificar usuario - Crear, modificar y eliminar cita - Guardar copias digitales de exámenes médicos 			
Relaciones	<ul style="list-style-type: none"> - Página web - Administrador 			
Referencias	A2, A4			
Autor	Avila Sesa Mauricio	Fecha:	21/05/23	Versión: 1

Requerimientos Funcionales y No Funcionales

Identificador: RF02	Nombre: Mostrar tabla de citas de la semana
Tipo: Necesario	
Prioridad del requerimiento:	Alta
Descripción: El cliente solicitó que el software de gestión de citas debe poseer una interfaz donde se muestre la relación de citas de manera organizada de toda la semana.	

Identificador: RF03	Nombre: Registrar cita
Tipo: Necesario	
Prioridad del requerimiento:	Alta
Descripción: El cliente solicitó que el software de gestión de citas debe poseer una interfaz donde se el usuario pueda registrar los datos del paciente.	

Identificador: RF04	Nombre: Mostrar solicitudes de cancelación y reprogramación
Tipo: Necesario	
Prioridad del requerimiento:	Alta
Descripción: El cliente solicitó que el software de gestión de citas debe poseer una interfaz donde se muestre la relación de citas canceladas y las solicitudes de reprogramación.	

Diagramas

Casos de Uso

Caso de uso	Registrar usuario	Identificador: CU01
Actores	Actor usuario, Actor Página web, Actor BBDD, Actor Sistema	
Tipo	Primario	
Referencias		
Precondición	El usuario tuvo que haber presionado la previsualización de horario o la opción de iniciar sesión.	
Postcondición	El usuario va estar registrado en la BBDD del centro médico para realizar su próxima programación de cita.	
Descripción	La página web solicita un nombre de usuario, contraseña y número telefónico al usuario, para que luego se le envíe un mensaje de confirmación y este acepte su identidad, donde luego la BBDD va guardar dichos datos que son brindados por la página web.	
Resumen	La página web va enviar los datos (nombre, usuario y contraseña) que el usuario brindo, previa confirmación, para guardarlos en la BBDD del centro médico.	

Curso normal		
1	Actor usuario	Ingresar datos
2	Página web	Recibe datos y envía mensaje de confirmación de identidad
3	Actor sistema	Recibe el mensaje de confirmación y notifica al usuario
4	Actor usuario	Confirma
4	Actor página web	Confirma datos y los envía a la
Curso alternativo		
1	Actor usuario	Ingresar datos
2	Página web	Recibe datos y envía mensaje de confirmación de identidad
3	Actor Sistema	No recibe mensaje de confirmación y no notifica al usuario
4	Actor página web	Notifica al usuario si su número telefónico esta bien
5	Actor usuario	Corrige sus datos
6	Página web	Recibe datos y envía mensaje de confirmación de identidad
3	Actor sistema	Recibe el mensaje de confirmación y notifica al usuario
7	Actor usuario	Confirma
8	Actor página web	Confirma datos y los envía a la BBDD
9	Actor BBDD	Registra Usuario

Diagramas de Casos de Uso

4.2.1. Interacción entre Usuario y Página web



4.2.2. Interacción entre Página web – Base de datos



Diagrama de Actividades

4.3.4. Programar cita

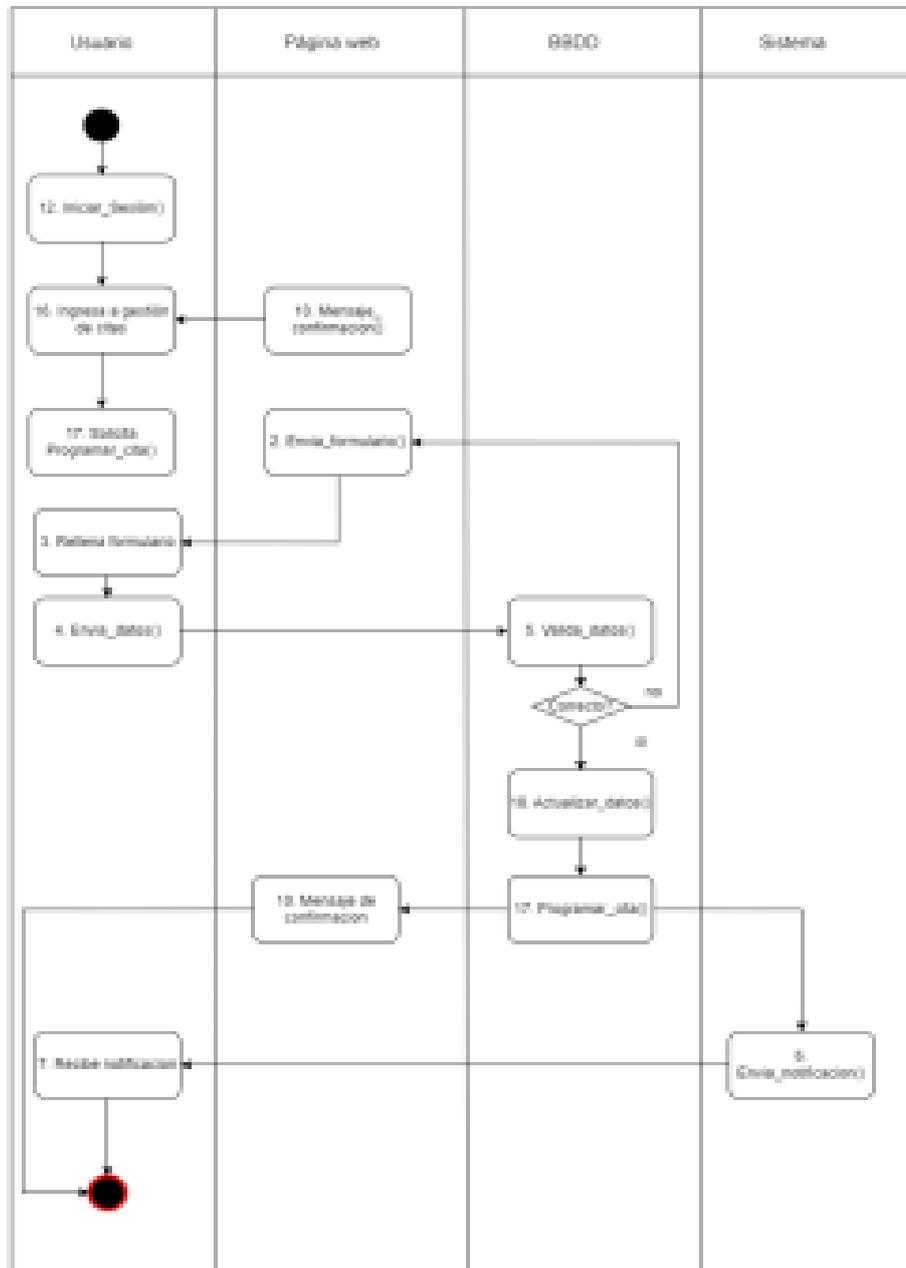
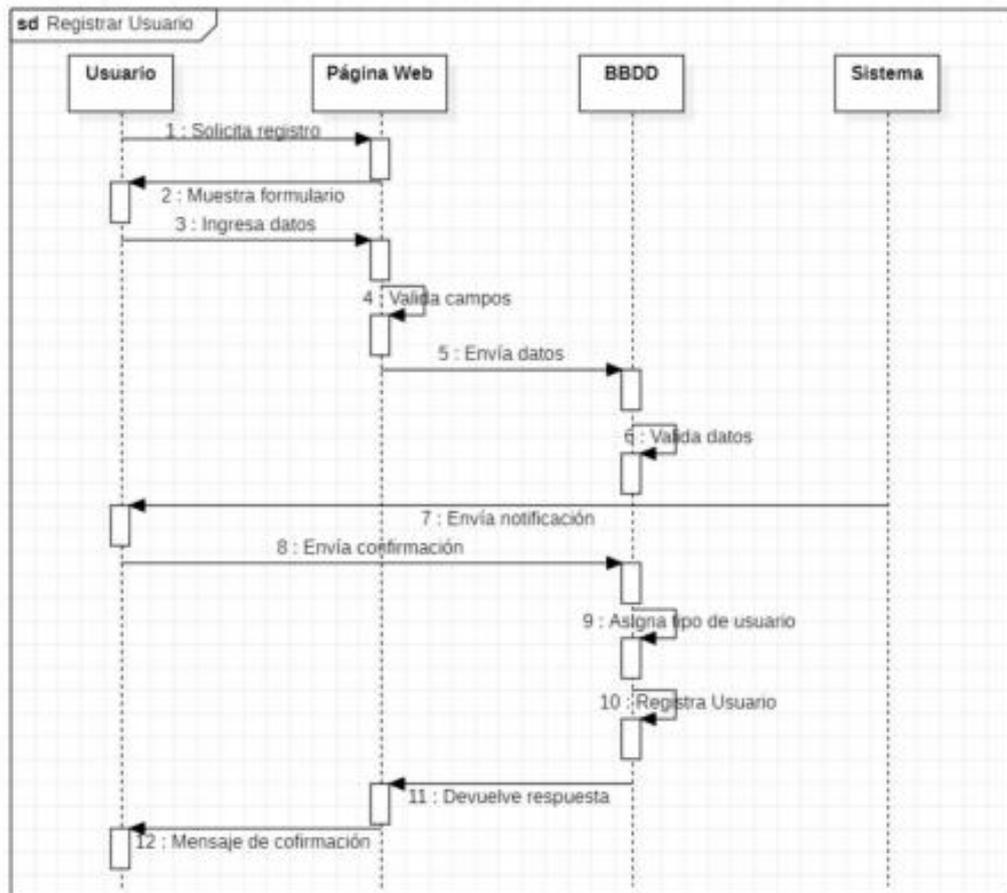


Diagrama de Secuencia e Interacción

4.4.1. Registrar usuario

Interfaces del Sistema de Gestión de Citas

EsSalud
Más y mejor para ti

En CAP III Metropolitano EsSalud, facilitamos la gestión de tus citas médicas. Agendar tu cita nunca ha sido tan fácil y rápido. ¡Cuida de tu salud de manera conveniente!

"Cuidando tu salud con el compromiso de siempre."

Iniciar Sesión

Numero de documento de Identidad:
Ingresar su DNI

Contraseña:
Ingresar su contraseña

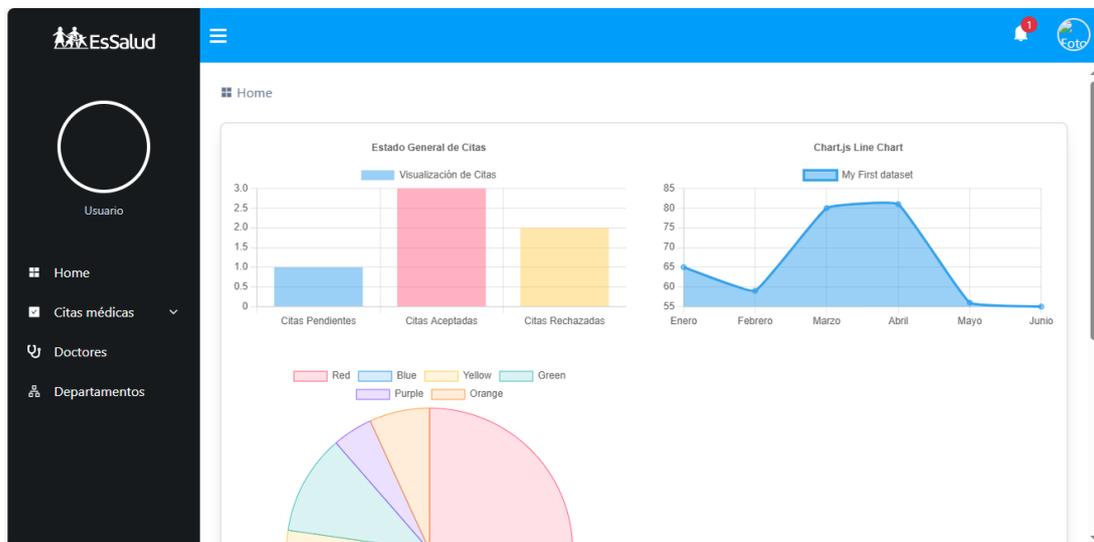
Iniciar Sesión

¿Aún no tienes una cuenta? [Regístrate](#)

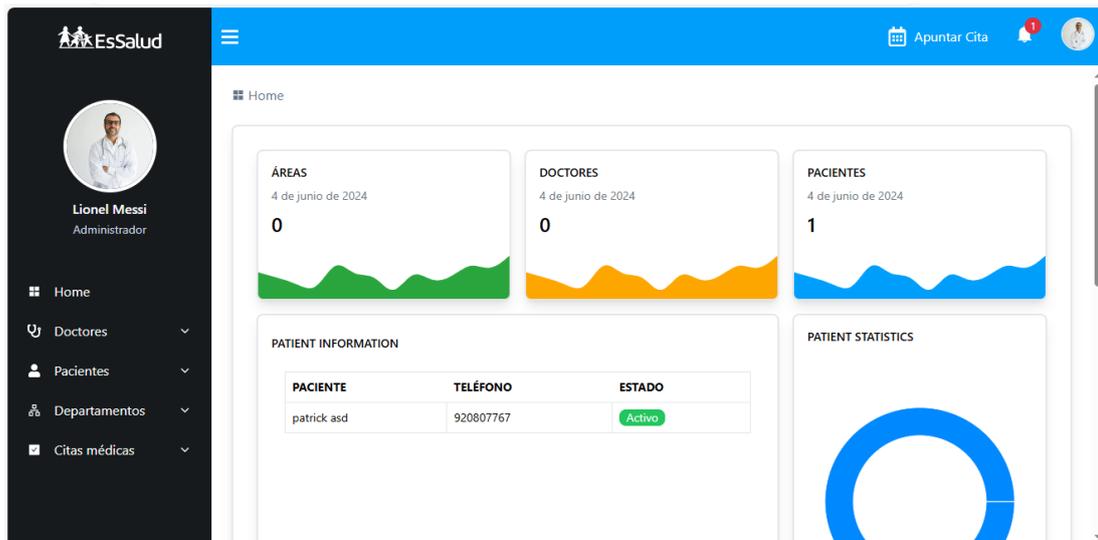
Contactanos : consultas.viva@essalud.gob.pe

"Agenda tus citas con nosotros y prioriza tu bienestar"

Pantalla de inicio para ingreso al sistema de citas



Dashboard que indica cuantas citas se generaron



Información de citas por médicos y especialidades

The 'AGREGAR DOCTOR' form contains the following fields and options:

- DNI:** [Empty text input]
- Nombres:** [Empty text input with placeholder 'Escriba su nombre']
- Apellidos:** [Empty text input with placeholder 'Escriba su apellido']
- Especialidad:** [Dropdown menu with 'Seleccionar...']
- Sexo:**
 - Masculino
 - Femenino
 - Personalizado
- Teléfono:** [Text input with '+51' prefix]
- Correo electrónico:** [Empty text input]
- Estado:**
 - Activo
 - Inactivo
- Horario:** [Empty text input]

Navigation: Home / Doctores / Agregar Doctor

Ingreso de Horarios y disponibilidad de médicos

The screenshot shows the 'Agregar Paciente' form in the EsSalud admin interface. The form is titled 'AGREGAR PACIENTE' and includes the following fields:

- DNI:** Escriba su documento de identidad
- Nombres:** Escriba su nombre
- Apellido Paterno:** Escriba su apellido paterno
- Apellidos materno:** Escriba su apellido materno
- Teléfono móvil:** +51
- Sexo:** Masculino, Femenino, Personalizado
- Estado civil:** Seleccionar...
- Dirección:** Escriba su dirección
- Fecha de Nacimiento:**
- Grupo sanguíneo:**

The interface also shows a sidebar with the user profile 'Lionel Messi Administrador' and navigation options: Home, Doctores, Pacientes (selected), Departamentos, and Citas médicas.

Ingreso de Pacientes

The screenshot shows the 'Agregar Citas' form in the EsSalud admin interface. The form is titled 'AGREGAR CITAS' and includes the following elements:

- Specialty Selection:** Cardiolgía, Dermatología, Pediatría, Neurología
- Calendar:** A calendar for June 2024. The date 05 is highlighted with a red circle.
- Hours Available:** A list of available time slots for the selected date:
 - 07:00 - 09:00
 - 09:00 - 11:00
 - 11:00 - 13:00
 - 13:00 - 15:00
 - 15:00 - 17:00
 - 17:00 - 19:00
 - 19:00 - 21:00

The interface also shows a sidebar with the user profile 'Lionel Messi Administrador' and navigation options: Home, Doctores, Pacientes, Departamentos, and Citas médicas (selected).

Añadir citas por especialidad y horarios disponibles

5.4. Discusión de resultados

Con respecto a la hipótesis general:

Los resultados de la contrastación de esta hipótesis indican que:

El coeficiente de correlación de Spearman (Rho) entre la transformación digital y la calidad del servicio es de 0.516, lo cual representa una correlación positiva moderada. El valor de significancia (p -valor) es 0.000, menor que el nivel de

significancia de 0.01. Por lo tanto, con base en estos resultados, se concluye que: Se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alternativa (H_a).

Existe una relación estadísticamente significativa entre la transformación digital y la calidad del servicio al paciente de ESSALUD en Huánuco durante el periodo 2019-2021.

La transformación digital influye de manera positiva en la calidad del servicio al paciente de ESSALUD en Huánuco.

Estos hallazgos son consistentes con los resultados del estudio de Guerrero y Trujillo (2022), quienes encontraron que la implementación de estrategias digitales en los servicios de salud tuvo un efecto positivo en la mejora de la calidad del servicio. Según Guerrero y Trujillo (2022), "existe interés de investigar con respecto a la mejora de la calidad del servicio, ya que, existe una preocupación por el estado de este servicio esencial y más aun teniendo en cuenta el contexto en el que se encuentra el mundo a raíz de la propagación del covid – 19" (p. 45). Además, estos autores mencionan que "la medición de la calidad del servicio se realizó mediante la aplicación del modelo SERVPERF modificado con 15 ítems, en dos tiempos, y los resultados posteriores a la medición fueron que existe niveles altos de calidad del servicio posterior a la aplicación del programa experimental de estrategias digitales, por lo mismo, se comprueba que existe influencia entre la implementación de estrategias digitales" (Guerrero y Trujillo, 2022, p. 50).

En resumen, tanto los resultados de su estudio como los de Guerrero y Trujillo (2022) indican que la transformación digital o la implementación de estrategias digitales tienen un efecto positivo y significativo en la mejora de la calidad del servicio al paciente en el contexto de los servicios de salud. Comprendida la influencia que tiene la transformación en la calidad del servicio, en el presente estudio, se establecieron estrategias digitales con la finalidad de poder incrementar las posibilidades de favorecer el proceso de transformación digital, ya que, actualmente y de acuerdo al instrumento aplicado Anexo 2. "Diagnóstico de madurez de la transformación digital", en promedio la Red Asistencia EsSalud de la ciudad de Huánuco tiene un 66.1% de madurez y se encuentra en un nivel "avanzado" en cuanto a su madurez digital, y en lo que respecta a los pilares de la

transformación digital: alta dirección 75.3%, personas 76%, cultura organizacional 76.1%, procesos 76.2%, producto y/o servicio 74.9%, tecnología 75.3% y cliente 75.1%.

La estrategia establecida consta de 3 capas y 7 pasos los cuales son: en la primera capa, el primer paso es el establecer una estrategia. Luego, la segunda capa es donde se ejecutan los pasos segundo y tercero: la digitalización de las tareas necesarias y la creación de valor para el futuro de la organización. Los recursos organizativos y humanos, los datos y su análisis, la tecnología y la ecología se sitúan en el tercer nivel empiezan a ser importantes, siendo, estos elementos los activadores del cambio.

En cuanto al primero paso “Estrategia impulsada por la digital”, se enfoca en la destreza del líder de poder establecer una estrategia que oriente al negocio a adaptar al entorno que se encuentra en constante cambio.

El segundo para “Digitalizar el núcleo”, indica que para que una empresa pueda lograr la productividad se hace necesario incidir en dos aspectos como son la experiencia del cliente y la operativa, siendo, necesario el análisis de punto a punto de esta manera se podrá conocer el flujo de la experiencia del cliente a lo largo del desarrollo de los procesos organizacionales, y poder tener mayor precisión al momento de definir los hitos de la automatización haciendo de estas decisiones fuentes para crear mayor valor en los clientes.

En el tercer paso “Nuevo crecimiento digital”, Por el contrario, las empresas tradicionales pueden buscar activamente la disrupción y provocar un cambio significativo en el sector. No obstante, siguen dependiendo de su negocio tradicional para todo su suministro de recursos, por lo que deben ser capaces de gestionarlo con eficacia. Es decir, la empresa debe poder manejar un equilibrio entre la explotación y la exploración, y estos solo puede darse si existe una buena gestión que tenga las habilidades para determinar los ajustes necesarios y saber que estrategias aplicar para continuar con las operaciones, pero a la vez involucrase en la innovación de nuevos productos o servicios.

En el cuarto paso “Personas y organización”, para llevar a cabo una transformación digital es necesario un cambio significativo en el funcionamiento de la empresa.

Requiere líderes polivalentes, una ejecución rápida, una mentalidad abierta y una metodología de ensayo y error.

En el quinto paso “Datos y análisis”, es positivo afirmar que cualquier producto digital o servicio depende directa o indirectamente de los datos. Dentro de una empresa la implantación de tecnología es importante para la creación de valor, sin embargo, por encima de ello se encuentra la recopilación, almacenamiento así como el tratamiento de los datos. Saber esto es crucial a la hora de utilizar los datos como fuente para tomar decisiones no se requiere de tecnologías avanzadas para obtener grandes logros, más bien es importante reconocer cuales son datos que realmente se necesitan. Además, se hace necesario conocer las funcionalidades de la tecnología que se requiere, de esa manera se evitara costos innecesarios.

En el sexto paso “Tecnología”, se puede decir que desde que la tecnología está tan ampliamente disponible, ya no se considera una ventaja competitiva sostenible. Aunque su propia condición de ventaja competitiva y su longevidad son objeto de debate, la tecnología se está convirtiendo en un componente indispensable de la ventaja competitiva para muchas empresas.

Por último, en el séptimo paso “Ecosistema”, se manifiesta independientemente del sector, dado que el valor de una empresa puede residir fuera de su propio entorno empresarial, es vital comprender la importancia del ecosistema y cómo afecta al modelo de negocio.

Marca y Nuñez (2021) en su investigación titulada *“Las organizaciones están utilizando la transformación digital para mejorar la experiencia de sus clientes”*, también manifestó ciertas coincidencias con las propuestas en este estudio, ya que, concluye que la transformación digital orientada a mejorar la experiencia del cliente percibe las necesidades cambiantes del cliente y busca satisfacerlas a través de la innovación de sus productos y servicios, por ello, es necesario la recopilación de datos, análisis y la explotación de información para asegurar la ventaja competitiva. La recopilación y el procesamiento de datos debe ser realizado mediante la adopción de tecnologías que permitan potenciar la eficiencia de la entidad de esta manera el cliente tenga la experiencia esperada con respecto al producto o servicio. Así mismo, menciona que para realizar una correcta implementación de la

digitalización se requiere de analizar también los nuevos patrones de comportamiento de los clientes, los cuales son provocados por la propia digitalización, ellos esperan que aquellos servicios recibidos en otras industrias se repitan y cada vez forman expectativas más altas con menos tolerancia al error.

Con respecto a la hipótesis específica 1:

De acuerdo a los resultados de su estudio, se puede concluir que existe una relación estadísticamente significativa entre la transformación digital y la expectativa de la calidad del servicio al paciente de ESSALUD en Huánuco durante el periodo 2019-2021 (Marca y Núñez, 2021). Específicamente, se encontró que la transformación digital influye de manera positiva y significativa en la mejora de la expectativa de la calidad del servicio al paciente.

Estos hallazgos son consistentes con los resultados del estudio de Marca y Núñez (2021), quienes concluyeron que la transformación digital orientada a mejorar la experiencia del cliente puede percibir las necesidades cambiantes de los usuarios y satisfacerlas a través de la innovación de productos y servicios. Según estos autores, para lograr una correcta implementación de la digitalización, es necesario analizar los nuevos patrones de comportamiento de los clientes, quienes esperan que los servicios recibidos en otras industrias se repliquen y tienen expectativas cada vez más altas con menor tolerancia al error.

Los resultados de su estudio sugieren que la adopción de estrategias de transformación digital en el sector de la salud puede tener un impacto positivo en las expectativas de los pacientes sobre la calidad del servicio. Esto se debe a que las organizaciones pueden percibir mejor las necesidades cambiantes de los usuarios y satisfacerlas mediante la innovación, lo cual es fundamental para cumplir con las expectativas crecientes de los pacientes, quienes tienen menos tolerancia al error. En conclusión, la transformación digital desempeña un papel crucial en la mejora de la expectativa de la calidad del servicio al paciente en el contexto de ESSALUD en Huánuco

Con respecto a la hipótesis específica 2:

De acuerdo a los resultados de su estudio, existe una relación estadísticamente significativa entre la transformación digital y la percepción de la calidad del servicio al paciente de ESSALUD en Huánuco durante el periodo 2019-2021 (Marca y Núñez, 2021). Específicamente, se rechazó la hipótesis nula (H_0) y se aceptó la hipótesis alternativa (H_a), concluyendo que "la transformación digital influye de manera positiva en la percepción de la calidad del servicio al paciente de ESSALUD en Huánuco" (Marca y Núñez, 2021).

Estos hallazgos coinciden con los resultados del estudio de Marca y Núñez (2021), quienes también encontraron que "la transformación digital orientada a mejorar la experiencia del cliente percibe las necesidades cambiantes del cliente y busca satisfacerlas a través de la innovación de sus productos y servicios" (Marca y Núñez, 2021, p. 12). Según estos autores, para una correcta implementación de la digitalización, es necesario "analizar los nuevos patrones de comportamiento de los clientes, los cuales son provocados por la propia digitalización, ellos esperan que aquellos servicios recibidos en otras industrias se repitan y cada vez forman expectativas más altas con menos tolerancia al error" (Marca y Núñez, 2021, p. 13).

En este sentido, los resultados de su estudio sugieren que la adopción de estrategias de transformación digital en el sector de la salud puede tener un impacto positivo en la percepción de los pacientes sobre la calidad del servicio. Esto se debe a que las organizaciones pueden percibir mejor las necesidades cambiantes de los usuarios y satisfacerlas mediante la innovación, lo cual es fundamental para cumplir con las expectativas crecientes de los pacientes, quienes tienen menos tolerancia al error (Marca y Núñez, 2021). En conclusión, la transformación digital desempeña un papel crucial en la mejora de la percepción de la calidad del servicio al paciente en el contexto de ESSALUD en Huánuco.

Discusión de resultados de la propuesta

La propuesta de estrategias de transformación digital para mejorar la calidad del servicio al paciente de ESSALUD en Huánuco, basada en el modelo "Estrategia Digital Roadmap" de la Boston Consulting Group (BCG), se alinea con los hallazgos de la investigación realizada por Rodríguez (2021) y Marca y Nuñez (2021).

En primer lugar, Rodríguez (2021) destaca la importancia de la estandarización y digitalización de las historias clínicas, lo cual se ajusta a la propuesta de desarrollar una plataforma digital integrada en ESSALUD que permita la gestión eficiente de citas, historias clínicas y resultados de exámenes. Esta integración de los sistemas de información médica contribuiría a brindar una atención más completa y personalizada a los pacientes (Rodríguez, 2021).

Por otro lado, Marca y Nuñez (2021) enfatizan la importancia de la recopilación y procesamiento de datos, así como la adopción de tecnologías que permitan potenciar la eficiencia de la organización, lo cual se refleja en la propuesta de implementar herramientas como analítica de datos y algoritmos de inteligencia artificial para optimizar la asignación de turnos y generar reportes que permitan identificar oportunidades de mejora.

Asimismo, la propuesta de rediseñar la experiencia del paciente a través de canales digitales, simplificando y personalizando los procesos de atención, se alinea con lo expuesto por Marca y Nuñez (2021) sobre la necesidad de comprender los nuevos patrones de comportamiento de los clientes y satisfacer sus expectativas crecientes a través de la innovación de productos y servicios.

En resumen, la propuesta de implementar estrategias de transformación digital basadas en el modelo "Estrategia Digital Roadmap" de la BCG, y como parte de la propuesta es el desarrollo de un software integral para la gestión de citas, se encuentra respaldada por los hallazgos de las investigaciones previas de Rodríguez (2021) y Marca y Nuñez (2021), lo que sugiere que estas estrategias podrían ser efectivas para mejorar la calidad del servicio al paciente en ESSALUD de Huánuco.

5.5. Aporte científico de la investigación

. El aporte científico de este estudio radica en la evidencia empírica que demuestra la relación positiva y significativa entre la transformación digital y la calidad del servicio al paciente en ESSALUD Huánuco. Los resultados tienen importantes implicaciones teóricas y prácticas para la gestión de la atención de salud en entornos públicos.

Desde el punto de vista teórico, el estudio se fundamenta en un sólido marco conceptual que integra diversos enfoques y modelos complementarios. Por un lado, el enfoque de transformación digital en salud resalta la importancia de la digitalización de procesos y servicios para mejorar la eficiencia, accesibilidad y calidad de atención. Por otro lado, el modelo SERVQUAL y el enfoque de gestión de la experiencia del paciente brindan marcos de referencia para evaluar y mejorar la calidad de servicio percibida por los usuarios. Adicionalmente, los modelos de madurez de transformación digital en salud orientan el proceso de adopción de tecnologías digitales en la organización.

A nivel empírico, el estudio aporta evidencia sobre la relación positiva y significativa entre la transformación digital y las dimensiones de expectativa y percepción de la calidad del servicio al paciente. Específicamente, se encontró una correlación moderada y estadísticamente significativa entre estas variables, lo que indica que la implementación de estrategias de transformación digital puede mejorar de manera efectiva la calidad del servicio brindado a los pacientes de ESSALUD en la región de Huánuco.

Desde una perspectiva práctica, el estudio propone la implementación de un plan de transformación digital de ESSALUD Huánuco basado en el modelo "Estrategia Digital Roadmap" de Boston Consulting Group. Dentro de esta estrategia, se destaca el desarrollo de un sistema integral de gestión de citas de pacientes, el cual incluye funcionalidades clave como agendamiento en línea, recordatorios, asignación inteligente de turnos, integración con historias clínicas y analítica de datos. La implementación de estas iniciativas de transformación digital ha demostrado su eficacia para mejorar sustancialmente la experiencia del usuario, optimizar los procesos internos de ESSALUD y brindar un servicio de mayor calidad a los pacientes.

En conclusión, este estudio aporta un valioso conocimiento científico al campo de la gestión de la atención de salud, al evidenciar empíricamente la relación positiva entre la transformación digital y la calidad del servicio al paciente. Los hallazgos y las recomendaciones del estudio pueden guiar a otras organizaciones de salud pública en la implementación de estrategias efectivas de digitalización para mejorar la calidad de sus servicios.

Aprovechamiento de Estrategias de Transformación Digital: El estudio propone la implementación de estrategias de transformación digital basadas en el modelo "Digital Strategy Roadmap" de BCG. Esto proporciona un enfoque estructurado y basado en evidencia para impulsar el cambio digital dentro de la organización.

Software Integrado para la Gestión de Citas: El desarrollo de una solución de software integral para la gestión de citas de los pacientes. Este sistema integrado ayudará a optimizar el proceso de citas y mejorar la calidad del servicio al paciente.

Construcción sobre Investigaciones Previas: Los hallazgos se respaldan en las investigaciones anteriores realizadas por Rodríguez (2021) y Marca y Nuñez (2021). Esto indica que las estrategias propuestas tienen una sólida base empírica y es probable que sean efectivas en el contexto de ESSALUD en Huánuco.

Potencial para Mejorar la Calidad del Servicio al Paciente: El estudio indica que la implementación de las estrategias de transformación digital y el software de gestión de citas podría conducir a mejoras en la calidad del servicio al paciente en ESSALUD en Huánuco. Esto tiene importantes implicaciones para mejorar la experiencia general de atención médica para los pacientes.

Aplicabilidad Práctica: El estudio ofrece un enfoque práctico y basado en evidencia para abordar los desafíos en la gestión y prestación de servicios de salud. Los hallazgos podrían ser valiosos para las organizaciones de atención médica que buscan aprovechar las tecnologías digitales para mejorar la atención al paciente.

En resumen, la investigación propuesta ofrece un enfoque científicamente fundamentado de la transformación digital en el sector de la salud, con el potencial de mejorar la calidad del servicio al paciente a través de la implementación de iniciativas digitales estratégicas y soluciones de software integradas de gestión de citas. Esta contribución podría ser de interés tanto para el público académico como para el público de práctica en el campo de la gestión de la salud y la transformación digital.

CONCLUSIONES

Los resultados del estudio demuestran que existe una relación positiva y significativa entre la transformación digital y la calidad del servicio al paciente de ESSALUD en Huánuco. Específicamente, se encontró una correlación moderada y estadísticamente significativa entre estas dos variables, lo que indica que la implementación de estrategias de transformación digital puede mejorar de manera efectiva la calidad del servicio brindado a los pacientes de ESSALUD en esta región; y la implementación de estas recomendaciones permitirá a ESSALUD consolidar y escalar el sistema de gestión de citas, como parte fundamental de su estrategia de transformación digital y mejora de la calidad del servicio

Los fundamentos teóricos que sustentan la transformación digital y la calidad de servicio al paciente en ESSALUD Huánuco abarcan diversos enfoques y modelos complementarios. Por un lado, el enfoque de transformación digital en salud resalta la importancia de la digitalización de procesos y servicios para mejorar la eficiencia, accesibilidad y calidad de atención. Por otro lado, el modelo SERVQUAL y el enfoque de gestión de la experiencia del paciente brindan marcos de referencia para evaluar y mejorar la calidad de servicio percibida por los usuarios. Adicionalmente, los modelos de madurez de transformación digital en salud pueden orientar a ESSALUD Huánuco en su proceso de adopción de tecnologías digitales.

Los resultados del estudio demuestran que existe una relación positiva y significativa entre la transformación digital y la dimensión de expectativa de la calidad del servicio al paciente de ESSALUD en Huánuco. Se encontró una correlación moderada y estadísticamente significativa entre estas variables, lo que indica que la implementación de estrategias de transformación digital puede tener un efecto positivo en la mejora de las expectativas de los pacientes sobre la calidad del servicio recibido

Los resultados del estudio evidencian que existe una relación positiva y estadísticamente significativa entre la transformación digital y la dimensión de percepción de la calidad del servicio al paciente de ESSALUD en Huánuco. Se encontró una correlación moderada entre estas variables, lo que indica que las iniciativas de transformación digital implementadas tienen un efecto favorable en la mejora de la percepción que los pacientes tienen sobre la calidad del servicio recibido

El estudio propone la implementación de un plan de transformación digital de ESSALUD en Huánuco basado en el modelo "Estrategia Digital Roadmap" de Boston Consulting Group. Este enfoque integral abarca cinco pilares clave: visión y liderazgo digital, experiencia del usuario, plataformas y ecosistema digital, operaciones digitales, y talento y cultura digital. Dentro de esta estrategia, se destaca el desarrollo de un software integral para la gestión de citas de los pacientes, el cual incluye funcionalidades como agendamiento en línea, recordatorios, asignación inteligente de turnos, integración con historias clínicas y analítica de datos. La implementación de estas iniciativas de transformación digital permitiría a ESSALUD mejorar sustancialmente la calidad del servicio al paciente y optimizar sus procesos internos

El desarrollo e implementación del sistema de información para la gestión de citas de pacientes en ESSALUD Huánuco representa un hito importante dentro de la estrategia de transformación digital de la organización. Este sistema integrado permite a los pacientes agendar, reprogramar y cancelar citas de manera ágil y conveniente a través de canales digitales, como una plataforma web y una aplicación móvil. Además, el sistema cuenta con funcionalidades clave, como el envío de recordatorios y notificaciones, la asignación inteligente de turnos basada en algoritmos de IA, la integración con los registros médicos digitales y la generación de reportes y análisis de datos. Estas capacidades han contribuido a mejorar sustancialmente la experiencia del usuario, optimizar los procesos internos de ESSALUD y brindar un servicio de mayor calidad a los pacientes

SUGERENCIAS

Las sugerencias establecidas en este apartado consisten en los siguientes puntos:

- ✓ Dada la evidencia presentada, se recomienda que ESSALUD en Huánuco implemente de manera prioritaria estrategias de transformación digital en sus procesos y servicios. Esto permitiría mejorar significativamente la calidad del servicio brindado a los pacientes, beneficiando tanto a los usuarios como a la propia institución. Es importante considerar un plan de implementación gradual y con monitoreo constante para garantizar el éxito de estas iniciativas de transformación. La alta dirección de las empresas debe realizar revisiones periódicas al modelo de negocio que se viene ejecutando con la finalidad de poder mejorar e implementar un nuevo modelo de negocio más adecuado y sostenible.
- ✓ Se recomienda que ESSALUD Huánuco adopte un abordaje integral que combine la implementación de estrategias de transformación digital con la aplicación de modelos de evaluación y mejora de la calidad de servicio al paciente. Esto permitiría aprovechar sinérgicamente los beneficios de la digitalización y la optimización de la experiencia del usuario, logrando una mejora sustancial en la calidad de atención brindada a los pacientes.
- ✓ A partir de estos hallazgos, se recomienda que ESSALUD en Huánuco priorice la implementación de iniciativas de transformación digital, ya que estas tendrían un impacto favorable en las expectativas de los pacientes sobre la calidad del servicio. Esto podría incluir el desarrollo de canales digitales para la atención, la digitalización de procesos clave y la adopción de tecnologías que faciliten una mejor experiencia del usuario. Es importante que estas estrategias de transformación digital se alineen y se complementen con la mejora continua de otros aspectos de la calidad del servicio, de manera integral.
- ✓ Sobre la base de estos hallazgos, se recomienda que ESSALUD en Huánuco continúe avanzando en la implementación de estrategias de transformación digital, ya que estas tienen un impacto positivo en la percepción que los pacientes tienen sobre la calidad del servicio. Esto podría incluir el desarrollo de aplicaciones móviles, plataformas web y otros canales digitales que faciliten y mejoren la interacción de los usuarios con los servicios de salud. Además, es

importante que estas iniciativas de transformación digital se complementen con la mejora de otros aspectos de la calidad, como la infraestructura, los procesos y la capacitación del personal, de manera integral y alineada a las necesidades y expectativas de los pacientes

- ✓ Se recomienda que ESSALUD en Huánuco implemente el plan de transformación digital propuesto, basado en el modelo "Estrategia Digital Roadmap" de BCG. Esto le permitirá aprovechar los beneficios de la digitalización para mejorar la calidad del servicio al paciente, optimizar los procesos internos y brindar una experiencia más eficiente y satisfactoria a los usuarios. Para lograr resultados exitosos, es crucial que la alta dirección de ESSALUD se comprometa con la visión y el liderazgo de esta transformación digital, y que se destinen los recursos necesarios para desarrollar e implementar las soluciones tecnológicas planteadas, como el software de gestión de citas. Asimismo, se debe prestar especial atención al desarrollo de las capacidades digitales del personal y a la generación de una cultura organizacional que facilite la adaptación al cambio.
- ✓ Se recomienda que ESSALUD continúe fortaleciendo y expandiendo el sistema de información para la gestión de citas a nivel regional, con el objetivo de estandarizar y automatizar este proceso clave en toda la organización. Para ello, se sugiere:

Monitorear y evaluar constantemente el desempeño y la satisfacción de los usuarios con el sistema, e implementar mejoras continuas en función de los hallazgos.

Integrar el sistema de gestión de citas con otros módulos y sistemas de información relevantes, como los registros médicos electrónicos, la facturación y la gestión de inventarios, para lograr una mayor integración y eficiencia de los procesos.

Invertir en el desarrollo de capacidades digitales del personal de ESSALUD, a fin de garantizar una adopción y utilización efectiva del sistema por parte de los trabajadores.

Promover la difusión y el uso del sistema entre los pacientes, a través de campañas de sensibilización y una comunicación efectiva de los beneficios.

Monitorear y analizar los datos generados por el sistema para tomar decisiones informadas y orientadas a la mejora continua del servicio al paciente.

.

REFERENCIAS

- Al - Dweeri, R. M. (2011). *La calidad de los servicios electrónicos como estrategia competitiva. Modelo de análisis de sus componentes y efectos sobre la satisfacción y la lealtad [Tesis de Doctorado, Universidad de Málaga]*. Repositorio Institucional Universidad de Málaga, Málaga.
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la investigación*. Bogota: PRENTICE HALL/PEARSON.
- Borneo Cantalicio, E. (2020). Autopercepción de competencias digitales en personal administrativo de la Red de Salud de Huánuco. *Desafíos*, 11(1), 19 -24. doi:<https://doi.org/10.37711/desafios.2020.11.1.148>
- Brady, M. K., & Cronin Jr, J. (2001). Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: a hierarchical approach. *The Journal of Marketing*, 34 - 49. doi:10.1509/jmkg.65.3.34.18334
- Camacho Méndez, W. Y. (2019). *Estrategia de transformación digital para una institucion prestadora de servicios de salud [Tesis de Maestría, Universidad Autónoma de Bucaramanga]*. Repositorio Institucional Universidad Autónoma de Bucaramanga, Bucaramanga. Obtenido de https://repository.unab.edu.co/bitstream/handle/20.500.12749/2085/2019_Tesis_Williams_YAhir_Camacho_Mendez.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Castillo Sierra, D. M., Gonzáles Consuegra, R. V., & Olaya Sánchez, A. (2018). Validez y confiabilidad del cuestionario Florida versión en español. *Revista Colombiana de Cardiología*, 131 - 137. Obtenido de <https://doi.org/10.1016/j.rccar.2017.12.018>
- Condezo Figueroa, C. M. (2020). *La calidad del servicio y su contribución a la satisfacción del usuario de Essalud Huánuco - periodo 2017 [Tesis de maestría, Universidad Nacional Hermilio Valdizán]*. Repositorio Institucional, Huánuco. Obtenido de <https://repositorio.unheval.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13080/5996/PMGP00059C76.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- David L., R. (2016). *The Digital Transformation Playbook: Rethink Your Business for the Digital Age*. Columbia University. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=B77AjgEACAAJ>
- De Lama Sacio, K. V. (2021). *Gestión Onmicanal y la satisfacción del usuario del servicio público de telecomunicaciones [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo]*. Repositorio Institucional. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/80194/De%20Lama_SKV-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Donabedian, A. (1969). Quality of care: problems of measurement. II. Some issues in evaluating the quality of nursing care. *American journal of public health and the nation's health*, 59(10), 1833-6.
- Durand Janampa, D. D. (2017). *Evaluación de la satisfacción del cliente al utilizar el sistema de aplicación IATS para restaurantes de especialidades [Tesis de maestría, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]*. Repositorio Institucional, Lima. Obtenido de <https://industrial.unmsm.edu.pe/upg/archivos/TESIS2018/MAESTRIA/tesis3.pdf>
- EsSalud. (24 de 04 de 2019). *Noticias*. Obtenido de EsSalud Web Site: <http://www.essalud.gob.pe/presidenta-ejecutiva-de-essalud-fiorella-molinelli-transformacion-digital-implica-en-primer-lugar-un-cambio-cultural/>
- Gadea, A. (2012). *Gestión de la calidad en servicios públicos. La perspectiva de los ciudadanos, clientes y usuarios*. Barcelona.
- Grönroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of Marketing*, 36 - 44. doi:10.1108/EUM0000000004784
- Guerrero Medina, L. V., & Trujillo Soto, L. G. (2022). Estrategias digitales en la calidad de servicio en salud en tiempos de covid-19. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(2), 3698-3715. doi:https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i2.2123
- Harari, Y. N. (2019). *21 lecciones para el siglo XXI*. Editorial Debate.

- Heidegger, M. (1997). ¿Qué quiere decir pensar? *Revista Colombiana de Psicología*(5-6), 11 - 17. Obtenido de <https://revistas.unal.edu.co/index.php/psicologia/article/view/15945>
- Hernández, R. (2010). Metodología de la investigación. México: D.F.: McGraw-Hill. Interamericana Editores.
- Ismail, M. H. (2017). *Digital business transformation and strategy: What do we know so far?* University of Cambridge.
- Liu, D. Y., Chen, S. W., & Chou, T. C. (2011). Resource fit in digital transformation: Lessons learned from the CBC Bank global e-banking project. *Management Decision*, 49(10), 1728 - 1742. doi:<https://doi.org/10.1108/00251741111183852>
- Malpartida Gutierrez, J. N., Tarmeño Bernuy, L., & Olmos Saldivar, D. (2021). Estudio sobre a qualidade do serviço ao cliente para pacientes EsSalud. *Revista de investigación científica y tecnológica*, 2(1), 43-51. doi:<https://doi.org/10.47422/ac.v2i1.28>
- Marca Gregorio, J. J., & Nuñez Llamo, M. E. (2021). *Transformación digital para mejorar la experiencia de los clientes en las organizaciones [Tesis de grado, Universidad Cesar Vallejo]*. Repositorio Institucional. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/77486>
- Marcet, X. (s.f.). *La cultura de la transformación rompiendo los moldes del viejo management*. Sintetia. Obtenido de <https://www.sintetia.com/la-cultura-de-la-transformacion-rompiendo-los-moldes-del-viejo-management/>
- Najul Godoy, J. (2011). El capital humano en la atención al cliente y la calidad de servicio. *Observatorio Laboral Revista Venezolana*, 4(8), 23-35. Obtenido de <http://servicio.bc.uc.edu.ve/faces/revista/lainet/index.htm>
- Ñahuirima Tica, Y. M. (2015). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente de las pollerías del distrito de Andahuaylas, provincia de Andahuaylas, región Apurima, 2015 [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional José María Arguedas]*. Repositorio Institucional Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas. Obtenido de https://repositorio.unajma.edu.pe/bitstream/handle/123456789/240/Yanina_%c3%91ahuirima_Tesis_Titulo_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Olaya Espinoza, M. L. (2020). *Transformación digital de historias clínicas en el sector salud privado para los tipos de atención médica hospitalaria y emergencia [Tesis de suficiencia profesional de licenciatura, Universidad de Lima]*. Repositorio Institucional. Obtenido de https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/11337/Olaya_Espinoza_Michael.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Oliver, R. L. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460-469. doi:<https://doi.org/10.1177/002224378001700405>
- Parasuraman, A. Z. (1988). ERVQUAL Instrument [Database record]. *APA PsycTests*. Obtenido de <https://doi.org/10.1037/t09264-000>
- Parasuraman, A., Berry, L., & Zeithaml, V. (1991). Understanding customer expectations of service. *Sloan Management Review*, 32(3), 42.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1985). conceptual model of service quality and its implications for future research. *The Journal of Marketing*, 41- 50. doi:10.2307/1251430
- Paz Couso, R. (2007). *Atención al cliente: Guía práctica de técnicas y estrategias*. https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=0yCuHNwXIMIC&oi=fnd&pg=PA1&dq=%C2%BF+qu%C3%A9+es+atenci%C3%B3n+al+cliente%3F&ots=BJviiTRgPA&sig=jJ_bNvah22UM9kX3KIsKR3zJUNc#v=onepage&q=%C2%BF%20qu%C3%A9%20es%20atenci%C3%B3n%20al%20cliente%3F&f=false.
- Podestá Gavilano, L. E. (2018). Calidad percibida del servicio y cultura de seguridad en salud en el personal médico del Hospital II EsSalud Vitarte. Lima, 2017. *Horizonte Médico (Lima)*, 18(3), 48-56. doi:<https://dx.doi.org/10.24265/horizmed.2018.v18n3.08>
- Rodríguez Vergara, C. A. (2021). *Registro médicos. Un modelo de implementación de transformación digital para el apoyo de la investigación clínica [Tesis de maestría, Universidad del desarrollo]*. Repositorio Institucional. Obtenido de <https://repositorio.udd.cl/bitstream/handle/11447/5585/Registros%20m%C3%A9dicos%3A%20un%20modelo%20de%20implementaci%C3%B3n%20de%20tr>

ansformaci%C3%B3n%20digital%20par%20el%20apoyo%20de%20la%20inve
stigaci%C3%B3n%20cl%C3%ADnica.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Rojas Nazario, B. M. (2018). *Calidad de los servicios de salud en el Programa PADOMI EsSalud Huánuco - 2018 [Tesis de suficiencia profesional, Universidad Inca Garcilaso de la Vega]*. Repositorio Institucional Universidad Inca Garcilaso de la Vega, Lima. Obtenido de http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/3266/TRAB.SUF.PROF_Bertha%20Misania%20Rojas%20Nazario.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Russell, S., & Norving, P. (2002). *Artificial Intelligence. A Modern Approach*. Malaysia: Pearson Education limited.

Sandhusen L., R. (2002). *Mercadotecnia*. Compañía Editorial Continental.

Simon, H. A. (1996). *The sciences of the artificial*. Massachusetts: MIT press.

Telematel. (22 de Noviembre de 2017). Obtenido de Telematel: <https://www.telematel.com/blog/canal-digital-que-es-telematel/#:~:text=Definici%C3%B3n%3A%20%C2%BFqu%C3%A9%20es%20un%20c>

ThePowerMBA. (15 de 05 de 2022). *Blog: Las herramientas digitales IMPRESCINDIBLES para transformar tu negocio en 2022*. Obtenido de ThePower business school Web site: <https://www.thepowermba.com/es/blog/herramientas-digitales-para-tu-negocio>

Turing, A. M. (1950). Computing machinery and intelligence. *Mind*, 59(236), 433- 460. doi:<https://doi.org/10.1093/mind/lix.236.433>

Wade, M., Loucks, J., Macaulay, J., & Noronha, A. (2018). *Digital Wortex : cómo las empresas tradicionales pueden competir con las más disruptivas*. Madrid: LID Editorial Empresarial.

Westerman, G. B. (2014). The nine elements of digital transformation. *MIT Sloan Management Review*, 55(3), 1-6.

Westreicher, G. (02 de Agosto de 2020). Obtenido de Conomipedia: <https://economipedia.com/definiciones/proceso.html>

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*. Repositorio Institucional, Lima. Obtenido de <https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/16738#:~:text=La%20investigaci%C3%B3n%20realizada%20concluy%C3%B3%20que,distrito%20de%20Miraflores%20en%202020>.

Zeithaml VA, B. L. (1988). Communication and Control Processes in the Delivery of Service Quality. *Journal of Marketing*, 52(2), 35-48. doi:<https://doi.org/10.1177/002224298805200203>

Zeithaml, V., & Bitner, M. (2001). *Service marketing: Integrating customer focus across the firm*. Boston: McGraw Hill, 2000.

ANEXOS

ANEXO 01. Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS	VARIABLE	DIMENSION	INDICADOR	INSTRUMENTO	METODOLOGIA
¿De qué manera la implementación de las estrategias de transformación digital influye en la mejora en la calidad del servicio al paciente de ESSALUD de la ciudad de Huánuco, 2022?	Implementar estrategias de transformación digital para mejorar la calidad del servicio al paciente de ESSALUD de la ciudad de Huánuco, 2022.	<p>H0: La transformación digital no influye en la calidad del servicio al paciente de ESSALUD de la ciudad de Huánuco, 2019-2021.</p> <p>Ha: La transformación digital influye en la calidad del servicio al paciente de ESSALUD de la ciudad de Huánuco, 2019-2021.</p> <p>3.1.2. Hipótesis específicas</p>	Transformación digital	Alta Dirección	<ol style="list-style-type: none"> 1. Priorización de la transformación digital. 2. Asignación de recursos 3. Planteamiento de estrategias digitales. 	Diagnóstico de madurez de la transformación digital	<p>La presente investigación tiene un enfoque de tipo cuantitativo y es de nivel explicativo.</p> <p>El diseño para la presente investigación es no experimental – transversal – correlacional.</p> <div style="text-align: center;"> <pre> graph TD M --> O_x M --> O_y O_x --- O_y O_x -- i --> O_y </pre> </div> <p>En esta investigación se empleará la técnica de la encuesta.</p> <p>La población está conformada por 170 trabajadores que laboraron dentro del periodo de estudio (2019 - 2021) en la Red Asistencial Huánuco de ESSALUD y 1370 asegurados hasta diciembre del 2021.</p> <p>La muestra seleccionada fueron 119 trabajadores y 119 asegurados de la ciudad de Huánuco.</p>
				Recurso Humano	<ol style="list-style-type: none"> 4. Personal capacitado con conocimiento y competencias digitales. 5. Predisposición al cambio 6. Líderes con competencias digitales, innovadores y con predisposición a realizar cambios. 		
				Cultura organizacional digital	<ol style="list-style-type: none"> 7. Comunicación entre trabajadores y directivos. 8. Cultura organizacional adaptable 9. Motivación frente a retos de transformación digital 10. Interacción entre el equipo tecnológica. 		
				Cliente	<ol style="list-style-type: none"> 11. Productos y/o servicios adaptados a la era digital 12. Canales de atención suficientes. 13. Medición de la satisfacción 14. Gestión de relación con los clientes. 		
				Procesos	<ol style="list-style-type: none"> 15. Identificación, estandarización y soporte tecnológicos de los procesos organizacionales. 16. Socialización y conocimiento de los procesos organizacionales. 17. Mejora de procesos 18. Integración de la digitalización en los procesos organizacionales 		
				Productos/Servicios	<ol style="list-style-type: none"> 27. Medición de la calidad de productos y/o servicios 28. Mejora de los productos y/o servicios 29. Uso de canales de digitales para la comercialización de productos y/o servicios 		

					30. Infraestructura tecnológica adecuada	
					31. Implementación de estrategias de comercio electrónico	
					32. Implementación de estrategias de inteligencia de negocio.	
					33. Estado de la plataforma tecnológica.	
					34. Implementación de estrategias digitales	
					1. Claridad en procedimientos.	
					2. Señalizaciones adecuadas.	
					3. Personal uniformado.	
					4. Equipamiento suficiente para su atención.	
					5. Limpieza y orden de instalaciones y comodidad en sala de espera.	
					6. Información para tramite de atención en consulta externa.	
					7. Orden de llegada.	
					8. Citas en horas programadas.	
					9. Disponibilidad e Historia clínica.	
					10. Precisión del diagnóstico.	Encuesta para evaluar la satisfacción de los usuarios atendidos en el servicio de consulta externa de EsSalud Red Asistencial Huánuco periodo 2019 - 2021
					11. Rapidez en la atención de caja (modulo).	
					12. Rapidez en toma de muestras	
					13. Tiempo de consulta médica.	
					14. Disponibilidad de medicamento.	
					15. Privacidad durante la atención.	
					16. Evaluación problema de salud.	
					17. Solución al problema y generación de confianza.	
					18. Médico brinde tiempo necesario para absolución dudas.	
					19. Trato con amabilidad y respeto de parte del médico y personal.	
					20. Atender al paciente con interés.	
					21. Orientaciones brindadas al usuario sobre su enfermedad, cuidados, tratamiento y uso de medicamentos.	
					22. Claridad en procedimientos.	

Fuente: Elaboración propia.

PE1. ¿Cuáles son los fundamentos teóricos sobre la transformación digital y la calidad de servicio al paciente de ESSALUD de la ciudad de Huánuco, 2022?
PE2. ¿En qué medida la transformación digital influye en la calidad del servicio al paciente de ESSALUD de la ciudad de Huánuco, 2019-2021?
PE3. ¿Cuáles son las estrategias digitales para la transformación digital que influyen en la mejora de la calidad del servicio al paciente de ESSALUD, 2022?
PE4. ¿Cuál es el impacto de las estrategias para la transformación digital y la mejora de la calidad del servicio al paciente de ESSALUD,2022?

OE1. Analizar los fundamentos teóricos sobre la transformación digital y la calidad de servicio al paciente de ESSALUD de la ciudad de Huánuco.
OE2. Determinar en qué medida la transformación digital influye en la calidad del servicio al paciente de ESSALUD de la ciudad de Huánuco, 2019-2021.
OE3 Diseñar estrategias de transformación digital para mejorar la calidad del servicio al paciente de ESSALUD, 2022.
OE4 Evaluar las estrategias de transformación digital y la mejora de la calidad del servicio al paciente de ESSALUD, 2022.

Calidad del servicio

Capacidad de respuesta

Seguridad

Empatía



ANEXO 02. CONSENTIMIENTO INFORMADO



ID:

FECHA: / /

TÍTULO: ESTRATEGIAS DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL PARA LA MEJORA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL PACIENTE EN CENTROS DE SALUD, 2022

OBJETIVO:

Proponer la implementación de estrategias de transformación digital para mejorar la calidad del servicio al paciente de ESSALUD de la ciudad de Huánuco, 2022

INVESTIGADOR: JIMMY GROVER FLORES VIDAL

Consentimiento / Participación voluntaria

Acepto participar en el estudio: He leído la información proporcionada, o me ha sido leída. He tenido la oportunidad de preguntar dudas sobre ello y se me ha respondido satisfactoriamente. Consiento voluntariamente participar en este estudio y entiendo que tengo el derecho de retirarme en cualquier momento de la intervención (tratamiento) sin que me afecte de ninguna manera.

- **Firmas del participante o responsable legal**

Huella digital si el caso lo amerita

Firma del participante: _____

Firma del investigador responsable: _____



ANEXO 03. Instrumento 1

Diagnóstico de madurez de la transformación digital

Estimado(a) colaborador(a), a continuación, se presenta un conjunto de enunciados que servirán para recolectar información sobre la seguridad interna.

Agradeceremos su participación.

Instrucciones:

1. Lea cuidadosamente las preguntas.
2. Responda a cada una de las preguntas.
3. Marque con un aspa (X) en solo uno de los recuadros por cada pregunta.

Escala de calificación:

MD	Muy de acuerdo (4)	DA	De acuerdo (3)	ID	Indiferente (2)	ED	En desacuerdo (1)
-----------	-----------------------	-----------	-------------------	-----------	--------------------	-----------	----------------------

Dimensión 01: Alta dirección

Ítem	Valoración por dimensión	Escala de valoración			
		MD	DA	ID	ED
¿ En la estrategia de la organización se encuentra contemplada la transformación digital?	20 %				
¿La alta dirección de la organización contempla como prioridad la transformación digital?	20 %				
¿La organización asigna recursos de tecnología, financieros y humanos para el desarrollo de un proyecto de transformación digital?	20 %				
¿El área encargada de tecnología de la información de la organización	20 %				

determino estrategias de transformación digital y la comunico con todos?					
¿Se comunica oportunamente los resultados obtenidos de las estrategias aplicadas al negocio?	20 %				

Dimensión 02: Personas

Ítem	Valoración por dimensión	Escala de valoración			
		MD	DA	ID	ED
¿La organización tiene a disposición personal capacitado que está dedicado a la transformación digital?	20 %				
¿El personal de la organización se caracteriza por tener conocimiento digital, de innovación, apropiación y adaptación?	20 %				
¿La organización implementa capacitaciones que apoyen al proceso de transformación digital?	20 %				
¿El personal de la organización está dispuesto a facilitar la gestión del cambio?	20 %				
¿Las personas que lideran el proceso de transformación digital cuentan con habilidades digitales, de innovación, son inspiradores, propician el cambio?	20 %				

Dimensión 03: Cultura organizacional digital

Ítem		Escala de valoración
------	--	----------------------

	Valoración por dimensión	MD	DA	ID	ED
¿En la organización existe un buen nivel de comunicación entre los directivos y colaboradores?	20 %				
¿La cultura organizacional de la organización permite la incorporación de innovaciones tecnológicas?	20 %				
¿La cultura de innovación de la organización agiliza la generación y desarrollo de nuevas ideas?	20 %				
¿El grado de motivación que tienen los colaboradores es alto frente a los retos de la transformación digital?	20 %				
¿La interacción con el equipo de tecnología es buena?	20 %				

Dimensión 04: Cliente

Ítem	Valoración por dimensión	Escala de valoración			
		MD	DA	ID	ED
¿Los productos y/o servicios de la organización se encuentran cada vez más adaptados a los requerimientos de la era digital y a las necesidades de los usuarios?	20 %				
¿La organización tiene canales de atención suficientes para brindar soporte comercial y técnico a productos y/o servicios?	20 %				

¿La organización aplica de forma periódica encuestas para medir el nivel de satisfacción del cliente?	20 %				
¿La organización tiene herramientas de gestión de relaciones con los clientes (CRM)?	20 %				
¿La organización recolecta y analiza los datos de los canales digitales para mejorar la relación con los clientes?	20 %				

Dimensión 05: Procesos

Ítem	Valoración por dimensión	Escala de valoración			
		MD	DA	ID	ED
¿Conoce usted los diferentes procesos de la organización que integran la cadena de valor del negocio?	20 %				
¿Los procesos de la organización se encuentran estandarizados, integrados y soportados por tecnologías de información?	20 %				
¿Las funciones y metas son claras para cada colaborador de la organización?	20 %				
¿Se ejecutan los planes de acción que aseguran la mejora y desempeño de los procesos?	20 %				
¿Los procesos se encuentran adaptados a la era digital?	20 %				

Dimensión 06: Productos y/o servicios

Ítem	Valoración por dimensión	Escala de valoración			
		MD	DA	ID	ED

¿En la organización se realizan encuestas para medir la calidad de sus productos y/o servicios?	20 %				
¿La organización recolecta y analiza datos de los canales digitales para mejorar los productos y/o servicios que posee la empresa?	20 %				
¿La transformación digital puede aportar a la mejora y desarrollo de los productos y/o servicios de la organización?	20 %				
¿La organización emplea la innovación para mejorar los productos y/o servicios?	20 %				
¿La organización emplea canales digitales para ofrecer los productos y/o servicios?	20 %				

Dimensión 07: Tecnología

Ítem	Valoración por dimensión	Escala de valoración			
		MD	DA	ID	ED
¿La infraestructura tecnológica de la organización corresponde a las exigencias del mercado y a los servicios digitales que requieren los usuarios?	20 %				
¿La organización tiene implementadas estrategias de comercio electrónico en la empresa?	20 %				

¿La organización emplea herramientas de inteligencia con los datos que recolecta y así se anticipa a las necesidades de los usuarios?	20 %				
¿La plataforma tecnológica de la organización permite acelerar la innovación?	20 %				
¿La organización emplea herramientas digitales para administración del negocio?	20 %				

ANEXO 04. Instrumento 2

Encuesta para evaluar la satisfacción de los usuarios atendidos en el servicio de consulta externa de EsSalud Red Asistencial Huánuco, periodo 2019 - 2021

Estimado usuario (a), estamos interesados en conocer su opinión sobre la calidad de atención que recibió en el servicio de Consulta Externa del establecimiento de salud de EsSalud de la ciudad de Huánuco. Sus respuestas son totalmente confidenciales.

Agradeceremos su participación.

Instrucciones:

1. Lea cuidadosamente las preguntas.
2. Responda a cada una de las preguntas.
3. Marque con un aspa (X) en solo uno de los recuadros por cada pregunta.

Escala de calificación:

MD	Muy de acuerdo (4)	DA	De acuerdo (3)	ID	Indiferente (2)	ED	En desacuerdo (1)
-----------	-----------------------	-----------	-------------------	-----------	--------------------	-----------	----------------------

I. Datos generales del encuestado		
Condición del encuestado	Usuario	
	Acompañante	
Edad del encuestado (años)		
Sexo	Masculino	
	Femenino	
Nivel de estudio	Sin estudio	
	Primaria	
	Secundaria	
	Superior técnico	
	Superior universitario	

II. Expectativas						
N°	Ítem	Escala de valoración				
		TD	DA	I	ED	TED
Confiabilidad						
E01	Que el personal de enfermería, le oriente y explique de manera clara y adecuada sobre los pasos o trámites para la atención en consulta externa.					
E02	Que la consulta con el médico se realice en el horario programado.					
E03	Que la atención se realice respetando la programación y el orden de llegada.					
E04	Que su historia clínica se encuentre disponible en el consultorio para su atención.					

E05	Que las citas se encuentren disponibles y se obtengan con facilidad.					
Responsabilidad						
E06	Que la atención en caja o en el módulo admisión sea rápida.					
E07	Que la atención para tomarse la muestra de laboratorio sea rápida.					
E08	Que el tiempo de duración de su consulta y/o examen médico brindados por el médico son los suficientes.					
E09	Que la atención en farmacia sea rápida.					
Seguridad						
E10	Que durante su atención en el consultorio se respete su privacidad.					
E11	Que el médico le realice una evaluación completo y minucioso por el problema de salud que motiva su atención.					
E12	Que el médico le brinde el tiempo necesario para contestar sus dudas o preguntas sobre su problema de salud.					
E13	Que el médico que atenderá su problema de salud, le inspire confianza.					
Empatía						
E14	Que el personal de consulta externa le trate con amabilidad, respeto y paciencia.					
E15	Que el médico que le atenderá, muestre interés en solucionar su problema de salud.					
E16	Que usted comprenda la explicación que el médico le brindará sobre el problema de salud o resultado de la atención.					
E17	Que usted comprenda la explicación que el médico le brindará sobre el tratamiento que recibirá: tipo de medicamentos, dosis y efectos adversos.					

E18	Que usted comprenda la explicación que el médico le brindará sobre los procedimientos o análisis que le realizarán.					
Tangibilidad						
E19	Que los carteles, letreros y flechas de la consulta externa sean adecuados para orientar a los pacientes.					
E20	Que la consulta externa cuente con personal para informar y orientar a los pacientes y acompañantes.					
E21	Que los consultorios cuenten con los equipos disponibles y materiales necesarios para su atención.					
E22	Que el consultorio y la sala de espera se encuentren limpios y sean cómodos.					

III. Percepción						
N°	Ítem	Escala de valoración				
		TD	DA	I	ED	TED
Confiabilidad						
P01	¿El personal de enfermería le orientó y explicó de manera clara y adecuada sobre los pasos o trámites para la atención en consulta externa?					
P02	¿El médico le atendió en el horario programado?					
P03	¿Su atención se realizó respetando la programación y el orden de llegada?					
P04	¿Su historia clínica se encontró disponible para su atención?					
P05	¿Usted encontró citas disponibles y las obtuvo con facilidad?					
Responsabilidad						
P06	¿La atención en caja o en el módulo de admisión fue rápida?					

P07	¿La atención para tomarse muestras de laboratorio fue rápida?					
P08	¿El tiempo de duración de su consulta y/o examen médico brindados por el médico son lo suficiente?					
P09	¿La atención en farmacia fue rápida?					
Seguridad						
P10	¿Se respetó su privacidad durante su atención en el consultorio?					
P11	¿El médico le realizó la consulta médica en forma completa y minuciosa por el problema de salud por el cual fue atendido?					
P12	¿El médico le brindó el tiempo necesario para contestar sus dudas o preguntas sobre su problema de salud?					
P13	¿El médico que le atendió le inspiró confianza?					
Empatía						
P14	¿El personal de consulta externa le trató con amabilidad, respeto y paciencia?					
P15	¿El médico que le atendió mostró interés en solucionar su problema de salud?					
P16	¿Usted comprendió la explicación que el médico le brindó sobre su problema de salud o resultado de su atención?					
P17	¿Usted comprendió la explicación que le brindó el médico sobre el tratamiento que recibirá: tipo de medicamentos, dosis y efectos adversos?					
P18	¿Usted comprendió la explicación que el médico le brindó sobre los procedimientos o análisis que le realizarán?					
Tangibilidad						
P19	¿Los carteles, letreros y flechas le parecen adecuados para orientar a los pacientes?					

P20	¿La consulta externa contó con personal para informar y orientar a los pacientes?					
P21	¿Los consultorios contaron con equipos disponibles y materiales necesarios para su atención?					
P22	¿El consultorio y la sala de espera se encontraron limpios y fueron cómodos?					

ANEXO 04. Formato de validación de los instrumentos por expertos



UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN
HUÁNUCO – PERÚ
ESCUELA DE POSGRADO



VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Título: ESTRATEGIAS DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL PARA LA MEJORA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL PACIENTE DE ESSALUD HUÁNUCO, 2022

Nombre del experto: **Jorge Rubén Hilario Cárdenas**

Especialidad: **Doctor en Gestión Empresarial**

Calificar con 1, 2, 3, 4, cada ítem respecto a los criterios de relevancia, coherencia, suficiencia y claridad

X	TRANSFORMACIÓN DIGITAL				
DIMENSIÓN	ÍTEM	RELEVANCIA	COHERENCIA	SUFICIENCIA	CLARIDAD
ALTA DIRECCIÓN	¿En la estrategia de la organización se encuentra contemplada la transformación digital?	4	4	3	4
	¿La alta dirección de la organización contempla como prioridad la transformación digital?	4	4	3	4
	¿La organización asigna recursos de tecnología, financieros y humanos para el desarrollo de un proyecto de transformación digital?	4	4	3	4
	¿El área encargada de tecnología de la información de la organización determino estrategias de transformación digital y la comunico con todos?	4	4	4	4
	¿Se comunica oportunamente los resultados obtenidos de las estrategias aplicadas al negocio?	4	4	3	4
RECURSOS HUMANOS	¿La organización tiene a disposición personal capacitado que está dedicado a la transformación digital?	4	4	3	4
	¿El personal de la organización se caracteriza por tener conocimiento digital, de innovación, apropiación y adaptación?	4	4	4	4
	¿La organización implementa capacitaciones que apoyen al proceso de transformación digital?	4	4	4	4
	¿El personal de la organización está dispuesto a facilitar la gestión del cambio?	4	4	4	4
	¿Las personas que lideran el proceso de transformación digital cuentan con habilidades digitales, de innovación, son inspiradores, propician el cambio?	4	4	3	4
CULTURA ORGANIZACIONAL DIGITAL	¿En la organización existe un buen nivel de comunicación entre los directivos y colaboradores?	4	4	3	4
	¿La cultura organizacional de la organización permite la incorporación de innovaciones tecnológicas?	4	4	3	4
	¿La cultura de innovación de la organización agiliza la generación y desarrollo de nuevas ideas?	4	4	4	4
	¿El grado de motivación que tienen los colaboradores es alto frente a los retos de la transformación digital?	4	4	4	4
	¿La interacción con el equipo de tecnología es buena?	4	4	3	4
CLIENTE	¿Los productos y/o servicios de la organización se encuentran cada vez más adaptados a los requerimientos de la era digital y a las necesidades de los usuarios?	4	4	3	4
	¿La organización tiene canales de atención suficientes para brindar soporte comercial y técnico a productos y/o servicios?	4	4	3	4
	¿La organización aplica de forma periódica encuestas para medir el nivel de satisfacción del cliente?	4	4	4	4

	¿La organización tiene herramientas de gestión de relaciones con los clientes (CRM)?	4	4	4	4
	¿La organización recolecta y analiza los datos de los canales digitales para mejorar la relación con los clientes?	4	4	3	4
PROCESO	¿Conoce usted los diferentes procesos de la organización que integran la cadena de valor del negocio?	4	4	3	4
	¿Los procesos de la organización se encuentran estandarizados, integrados y soportados por tecnologías de información?	4	4	3	4
	¿Las funciones y metas son claras para cada colaborador de la organización?	4	4	4	4
	¿Se ejecutan los planes de acción que aseguran la mejora y desempeño de los procesos?	4	4	4	4
	¿Los procesos se encuentran adaptados a la era digital?	4	4	3	4
	¿Conoce usted los diferentes procesos de la organización que integran la cadena de valor del negocio?	4	4	3	4
PRODUCTOS / SERVICIOS	¿En la organización se realizan encuestas para medir la calidad de sus productos y/o servicios?	4	4	3	4
	¿La organización recolecta y analiza datos de los canales digitales para mejorar los productos y/o servicios que posee la empresa?	4	4	3	4
	¿La transformación digital puede aportar a la mejora y desarrollo de los productos y/o servicios de la organización?	4	4	4	4
	¿La organización emplea la innovación para mejorar los productos y/o servicios?	4	4	4	4
	¿La organización emplea canales digitales para ofrecer los productos y/o servicios?	4	4	3	4
	¿En la organización se realizan encuestas para medir la calidad de sus productos y/o servicios?	4	4	3	4
TECNOLOGÍA	¿La infraestructura tecnológica de la organización corresponde a las exigencias del mercado y a los servicios digitales que requieren los usuarios?	4	4	3	4
	¿La organización tiene implementadas estrategias de comercio electrónico en la empresa?	4	4	3	4
	¿La organización emplea herramientas de inteligencia con los datos que recolecta y así se anticipa a las necesidades de los usuarios?	4	4	4	4
	¿La plataforma tecnológica de la organización permite acelerar la innovación?	4	4	4	4
	¿La organización emplea herramientas digitales para administración del negocio?	4	4	3	4
	¿La infraestructura tecnológica de la organización corresponde a las exigencias del mercado y a los servicios digitales que requieren los usuarios?	4	4	3	4
Y	CALIDAD DE SERVICIO				
ELEMENTOS TANGIBLES	Condición del encuestado	4	4	3	4
	Edad del encuestado (años)	4	4	3	4
	Sexo	4	4	3	4
CONFIABILIDAD	Que el personal de enfermería, le oriente y explique de manera clara y adecuada sobre los pasos o trámites para la atención en consulta externa.	4	4	3	4
	Que la consulta con el médico se realice en el horario programado.	4	4	3	4
	Que la atención se realice respetando la programación y el orden de llegada.	4	4	4	4

	Que su historia clínica se encuentre disponible en el consultorio para su atención.	4	4	4	4
	Que las citas se encuentren disponibles y se obtengan con facilidad.	4	4	3	4
CAPACIDAD DE RESPUESTA	¿La atención en caja o en el módulo de admisión fue rápida?	4	4	3	4
	¿La atención para tomarse muestras de laboratorio fue rápida?	4	4	4	4
	¿El tiempo de duración de su consulta y/o examen médico brindados por el médico son lo suficiente?	4	4	3	4
	¿La atención en farmacia fue rápida?	4	4	3	4
SEGURIDAD	¿Se respetó su privacidad durante su atención en el consultorio?	4	4	3	4
	¿El médico le realizó la consulta médica en forma completa y minuciosa por el problema de salud por el cual fue atendido?	4	4	4	4
	¿El médico le brindó el tiempo necesario para contestar sus dudas o preguntas sobre su problema de salud?	4	4	4	4
	¿El médico que le atendió le inspiró confianza?	4	4	4	4
EMPATÍA	¿El personal de consulta externa le trató con amabilidad, respeto y paciencia?	4	4	3	4
	¿El médico que le atendió mostró interés en solucionar su problema de salud?	4	4	3	4
	¿Usted comprendió la explicación que el médico le brindó sobre su problema de salud o resultado de su atención?	4	4	4	4
	¿Usted comprendió la explicación que le brindó el médico sobre el tratamiento que recibirá: tipo de medicamentos, dosis y efectos adversos?	4	4	4	4
	¿Usted comprendió la explicación que el médico le brindó sobre los procedimientos o análisis que le realizarán?	4	4	3	4

¿Hay alguna dimensión o ítem que no fue evaluada? SI () NO (**X**) , ¿Qué dimensión o ítem falta?

DECISION DEL EXPERTO

El instrumento debe ser aplicado: SI (**X**) NO ()


Firma y sello del experto



VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Título: CONTROL ESTRATEGIAS DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL PARA LA MEJORA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL PACIENTE DE ESSALUD HUÁNUCO, 2022

Nombre del experto: Dr. Marco Villavicencio Cabrera

especialidad: **Gestión Empresarial**

Calificar con 1, 2, 3, 4, cada ítem respecto a los criterios de relevancia, coherencia, suficiencia y claridad

X	TRANSFORMACIÓN DIGITAL				
DIMENSIÓN	ÍTEM	RELEVANCIA	COHERENCIA	SUFICIENCIA	CLARIDAD
ALTA DIRECCIÓN	¿En la estrategia de la organización se encuentra contemplada la transformación digital?	4	4	3	4
	¿La alta dirección de la organización contempla como prioridad la transformación digital?	4	4	3	4
	¿La organización asigna recursos de tecnología, financieros y humanos para el desarrollo de un proyecto de transformación digital?	4	4	3	4
	¿El área encargada de tecnología de la información de la organización determino estrategias de transformación digital y la comunico con todos?	4	4	4	4
	¿Se comunica oportunamente los resultados obtenidos de las estrategias aplicadas al negocio?	4	4	3	4
RECURSOS HUMANOS	¿La organización tiene a disposición personal capacitado que está dedicado a la transformación digital?	4	4	3	4
	¿El personal de la organización se caracteriza por tener conocimiento digital, de innovación, apropiación y adaptación?	4	4	4	4
	¿La organización implementa capacitaciones que apoyen al proceso de transformación digital?	4	4	4	4
	¿El personal de la organización está dispuesto a facilitar la gestión del cambio?	4	4	4	4
	¿Las personas que lideran el proceso de transformación digital cuentan con habilidades digitales, de innovación, son inspiradores, propician el cambio?	4	4	3	4
CULTURA ORGANIZACIONAL DIGITAL	¿En la organización existe un buen nivel de comunicación entre los directivos y colaboradores?	4	4	3	4
	¿La cultura organizacional de la organización permite la incorporación de innovaciones tecnológicas?	4	4	3	4
	¿La cultura de innovación de la organización agiliza la generación y desarrollo de nuevas ideas?	4	4	4	4
	¿El grado de motivación que tienen los colaboradores es alto frente a los retos de la transformación digital?	4	4	4	4
	¿La interacción con el equipo de tecnología es buena?	4	4	3	4
CLIENTE	¿Los productos y/o servicios de la organización se encuentran cada vez más adaptados a los requerimientos de la era digital y a las necesidades de los usuarios?	4	4	3	4
	¿La organización tiene canales de atención suficientes para brindar soporte comercial y técnico a productos y/o servicios?	4	4	3	4
	¿La organización aplica de forma periódica encuestas para medir el nivel de satisfacción del cliente?	4	4	4	4

	¿La organización tiene herramientas de gestión de relaciones con los clientes (CRM)?	4	4	4	4
	¿La organización recolecta y analiza los datos de los canales digitales para mejorar la relación con los clientes?	4	4	3	4
PROCESO	¿Conoce usted los diferentes procesos de la organización que integran la cadena de valor del negocio?	4	4	3	4
	¿Los procesos de la organización se encuentran estandarizados, integrados y soportados por tecnologías de información?	4	4	3	4
	¿Las funciones y metas son claras para cada colaborador de la organización?	4	4	4	4
	¿Se ejecutan los planes de acción que aseguran la mejora y desempeño de los procesos?	4	4	4	4
	¿Los procesos se encuentran adaptados a la era digital?	4	4	3	4
	¿Conoce usted los diferentes procesos de la organización que integran la cadena de valor del negocio?	4	4	3	4
PRODUCTOS / SERVICIOS	¿En la organización se realizan encuestas para medir la calidad de sus productos y/o servicios?	4	4	3	4
	¿La organización recolecta y analiza datos de los canales digitales para mejorar los productos y/o servicios que posee la empresa?	4	4	3	4
	¿La transformación digital puede aportar a la mejora y desarrollo de los productos y/o servicios de la organización?	4	4	4	4
	¿La organización emplea la innovación para mejorar los productos y/o servicios?	4	4	4	4
	¿La organización emplea canales digitales para ofrecer los productos y/o servicios?	4	4	3	4
	¿En la organización se realizan encuestas para medir la calidad de sus productos y/o servicios?	4	4	3	4
TECNOLOGÍA	¿La infraestructura tecnológica de la organización corresponde a las exigencias del mercado y a los servicios digitales que requieren los usuarios?	4	4	3	4
	¿La organización tiene implementadas estrategias de comercio electrónico en la empresa?	4	4	3	4
	¿La organización emplea herramientas de inteligencia con los datos que recolecta y así se anticipa a las necesidades de los usuarios?	4	4	4	4
	¿La plataforma tecnológica de la organización permite acelerar la innovación?	4	4	4	4
	¿La organización emplea herramientas digitales para administración del negocio?	4	4	3	4
	¿La infraestructura tecnológica de la organización corresponde a las exigencias del mercado y a los servicios digitales que requieren los usuarios?	4	4	3	4
Y	CALIDAD DE SERVICIO				
ELEMENTOS TANGIBLES	Condición del encuestado	4	4	3	4
	Edad del encuestado (años)	4	4	3	4
	Sexo	4	4	3	4
CONFIABILIDAD	Que el personal de enfermería, le oriente y explique de manera clara y adecuada sobre los pasos o trámites para la atención en consulta externa.	4	4	3	4
	Que la consulta con el médico se realice en el horario programado.	4	4	3	4
	Que la atención se realice respetando la programación y el orden de llegada.	4	4	4	4

	Que su historia clínica se encuentre disponible en el consultorio para su atención.	4	4	4	4
	Que las citas se encuentren disponibles y se obtengan con facilidad.	4	4	3	4
CAPACIDAD DE RESPUESTA	¿La atención en caja o en el módulo de admisión fue rápida?	4	4	3	4
	¿La atención para tomarse muestras de laboratorio fue rápida?	4	4	4	4
	¿El tiempo de duración de su consulta y/o examen médico brindados por el médico son lo suficiente?	4	4	3	4
	¿La atención en farmacia fue rápida?	4	4	3	4
SEGURIDAD	¿Se respetó su privacidad durante su atención en el consultorio?	4	4	3	4
	¿El médico le realizó la consulta médica en forma completa y minuciosa por el problema de salud por el cual fue atendido?	4	4	4	4
	¿El médico le brindó el tiempo necesario para contestar sus dudas o preguntas sobre su problema de salud?	4	4	4	4
	¿El médico que le atendió le inspiró confianza?	4	4	4	4
EMPATÍA	¿El personal de consulta externa le trató con amabilidad, respeto y paciencia?	4	4	3	4
	¿El médico que le atendió mostró interés en solucionar su problema de salud?	4	4	3	4
	¿Usted comprendió la explicación que el médico le brindó sobre su problema de salud o resultado de su atención?	4	4	4	4
	¿Usted comprendió la explicación que le brindó el médico sobre el tratamiento que recibirá: tipo de medicamentos, dosis y efectos adversos?	4	4	4	4
	¿Usted comprendió la explicación que el médico le brindó sobre los procedimientos o análisis que le realizarán?	4	4	3	4

¿Hay alguna dimensión o ítem que no fue evaluada? SI () NO (**X**), ¿Qué dimensión o ítem falta?

DECISION DEL EXPERTO

El instrumento debe ser aplicado: SI (**X**) NO ()

Firma y sello del experto



VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Título: CONTROL ESTRATEGIAS DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL PARA LA MEJORA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL PACIENTE DE ESSALUD HUÁNUCO, 2022

Nombre del experto: Dr. Roberto Perales Flores

especialidad: **Gestión Empresarial**

Calificar con 1, 2, 3, 4, cada ítem respecto a los criterios de relevancia, coherencia, suficiencia y claridad

X	TRANSFORMACIÓN DIGITAL				
DIMENSIÓN	ÍTEM	RELEVANCIA	COHERENCIA	SUFICIENCIA	CLARIDAD
ALTA DIRECCIÓN	¿En la estrategia de la organización se encuentra contemplada la transformación digital?	4	4	4	4
	¿La alta dirección de la organización contempla como prioridad la transformación digital?	4	4	4	4
	¿La organización asigna recursos de tecnología, financieros y humanos para el desarrollo de un proyecto de transformación digital?	4	4	4	4
	¿El área encargada de tecnología de la información de la organización determino estrategias de transformación digital y la comunico con todos?	4	4	4	4
	¿Se comunica oportunamente los resultados obtenidos de las estrategias aplicadas al negocio?	4	4	4	4
RECURSOS HUMANOS	¿La organización tiene a disposición personal capacitado que está dedicado a la transformación digital?	4	4	4	4
	¿El personal de la organización se caracteriza por tener conocimiento digital, de innovación, apropiación y adaptación?	4	4	4	4
	¿La organización implementa capacitaciones que apoyen al proceso de transformación digital?	4	4	4	4
	¿El personal de la organización está dispuesto a facilitar la gestión del cambio?	4	4	4	4
	¿Las personas que lideran el proceso de transformación digital cuentan con habilidades digitales, de innovación, son inspiradores, propician el cambio?	4	4	4	4
CULTURA ORGANIZACIONAL DIGITAL	¿En la organización existe un buen nivel de comunicación entre los directivos y colaboradores?	4	4	4	4
	¿La cultura organizacional de la organización permite la incorporación de innovaciones tecnológicas?	4	4	4	4
	¿La cultura de innovación de la organización agiliza la generación y desarrollo de nuevas ideas?	4	4	4	4
	¿El grado de motivación que tienen los colaboradores es alto frente a los retos de la transformación digital?	4	4	4	4
	¿La interacción con el equipo de tecnología es buena?	4	4	4	4
CLIENTE	¿Los productos y/o servicios de la organización se encuentran cada vez más adaptados a los requerimientos de la era digital y a las necesidades de los usuarios?	4	4	4	4
	¿La organización tiene canales de atención suficientes para brindar soporte comercial y técnico a productos y/o servicios?	4	4	4	4
	¿La organización aplica de forma periódica encuestas para medir el nivel de satisfacción del cliente?	4	4	4	4

	¿La organización tiene herramientas de gestión de relaciones con los clientes (CRM)?	4	4	4	4
	¿La organización recolecta y analiza los datos de los canales digitales para mejorar la relación con los clientes?	4	4	3	4
PROCESO	¿Conoce usted los diferentes procesos de la organización que integran la cadena de valor del negocio?	4	4	3	4
	¿Los procesos de la organización se encuentran estandarizados, integrados y soportados por tecnologías de información?	4	4	4	4
	¿Las funciones y metas son claras para cada colaborador de la organización?	4	4	4	4
	¿Se ejecutan los planes de acción que aseguran la mejora y desempeño de los procesos?	4	4	4	4
	¿Los procesos se encuentran adaptados a la era digital?	4	4	3	4
	¿Conoce usted los diferentes procesos de la organización que integran la cadena de valor del negocio?	4	4	4	4
PRODUCTOS / SERVICIOS	¿En la organización se realizan encuestas para medir la calidad de sus productos y/o servicios?	4	4	4	4
	¿La organización recolecta y analiza datos de los canales digitales para mejorar los productos y/o servicios que posee la empresa?	4	4	4	4
	¿La transformación digital puede aportar a la mejora y desarrollo de los productos y/o servicios de la organización?	4	4	4	4
	¿La organización emplea la innovación para mejorar los productos y/o servicios?	4	4	4	4
	¿La organización emplea canales digitales para ofrecer los productos y/o servicios?	4	4	4	4
	¿En la organización se realizan encuestas para medir la calidad de sus productos y/o servicios?	4	4	4	4
TECNOLOGÍA	¿La infraestructura tecnológica de la organización corresponde a las exigencias del mercado y a los servicios digitales que requieren los usuarios?	4	4	4	4
	¿La organización tiene implementadas estrategias de comercio electrónico en la empresa?	4	4	4	4
	¿La organización emplea herramientas de inteligencia con los datos que recolecta y así se anticipa a las necesidades de los usuarios?	4	4	4	4
	¿La plataforma tecnológica de la organización permite acelerar la innovación?	4	4	4	4
	¿La organización emplea herramientas digitales para administración del negocio?	4	4	3	4
	¿La infraestructura tecnológica de la organización corresponde a las exigencias del mercado y a los servicios digitales que requieren los usuarios?	4	4	3	4
Y	CALIDAD DE SERVICIO				
ELEMENTOS TANGIBLES	Condición del encuestado	4	4	3	4
	Edad del encuestado (años)	4	4	3	4
	Sexo	4	4	3	4
CONFIABILIDAD	Que el personal de enfermería, le oriente y explique de manera clara y adecuada sobre los pasos o trámites para la atención en consulta externa.	4	4	3	4
	Que la consulta con el médico se realice en el horario programado.	4	4	3	4
	Que la atención se realice respetando la programación y el orden de llegada.	4	4	4	4

	Que su historia clínica se encuentre disponible en el consultorio para su atención.	4	4	4	4
	Que las citas se encuentren disponibles y se obtengan con facilidad.	4	4	3	4
CAPACIDAD DE RESPUESTA	¿La atención en caja o en el módulo de admisión fue rápida?	4	4	3	4
	¿La atención para tomarse muestras de laboratorio fue rápida?	4	4	4	4
	¿El tiempo de duración de su consulta y/o examen médico brindados por el médico son lo suficiente?	4	4	3	4
	¿La atención en farmacia fue rápida?	4	4	3	4
SEGURIDAD	¿Se respetó su privacidad durante su atención en el consultorio?	4	4	3	4
	¿El médico le realizó la consulta médica en forma completa y minuciosa por el problema de salud por el cual fue atendido?	4	4	4	4
	¿El médico le brindó el tiempo necesario para contestar sus dudas o preguntas sobre su problema de salud?	4	4	4	4
	¿El médico que le atendió le inspiró confianza?	4	4	4	4
EMPATÍA	¿El personal de consulta externa le trató con amabilidad, respeto y paciencia?	4	4	3	4
	¿El médico que le atendió mostró interés en solucionar su problema de salud?	4	4	3	4
	¿Usted comprendió la explicación que el médico le brindó sobre su problema de salud o resultado de su atención?	4	4	4	4
	¿Usted comprendió la explicación que le brindó el médico sobre el tratamiento que recibirá: tipo de medicamentos, dosis y efectos adversos?	4	4	4	4
	¿Usted comprendió la explicación que el médico le brindó sobre los procedimientos o análisis que le realizarán?	4	4	3	4

¿Hay alguna dimensión o ítem que no fue evaluada? SI () NO (**X**), ¿Qué dimensión o ítem falta?

DECISION DEL EXPERTO

El instrumento debe ser aplicado: SI (**X**) NO ()


Firma y sello del experto



VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Título: **ESTRATEGIAS DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL PARA LA MEJORA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL PACIENTE DE ESSALUD HUÁNUCO, 2022**

Nombre del experto: **Rosario Vargas Roncal**

Especialidad: **Doctor en Gestión Empresarial**

Calificar con 1, 2, 3, 4, cada ítem respecto a los criterios de relevancia, coherencia, suficiencia y claridad

X	TRANSFORMACIÓN DIGITAL				
DIMENSIÓN	ÍTEM	RELEVANCIA	COHERENCIA	SUFICIENCIA	CLARIDAD
ALTA DIRECCIÓN	¿En la estrategia de la organización se encuentra contemplada la transformación digital?	4	4	3	4
	¿La alta dirección de la organización contempla como prioridad la transformación digital?	4	4	3	4
	¿La organización asigna recursos de tecnología, financieros y humanos para el desarrollo de un proyecto de transformación digital?	4	4	3	4
	¿El área encargada de tecnología de la información de la organización determino estrategias de transformación digital y la comunico con todos?	4	4	4	4
	¿Se comunica oportunamente los resultados obtenidos de las estrategias aplicadas al negocio?	4	4	3	4
RECURSOS HUMANOS	¿La organización tiene a disposición personal capacitado que está dedicado a la transformación digital?	4	4	3	4
	¿El personal de la organización se caracteriza por tener conocimiento digital, de innovación, apropiación y adaptación?	4	4	4	4
	¿La organización implementa capacitaciones que apoyen al proceso de transformación digital?	4	4	4	4
	¿El personal de la organización está dispuesto a facilitar la gestión del cambio?	4	4	4	4
	¿Las personas que lideran el proceso de transformación digital cuentan con habilidades digitales, de innovación, son inspiradores, propician el cambio?	4	4	3	4
CULTURA ORGANIZACIONAL DIGITAL	¿En la organización existe un buen nivel de comunicación entre los directivos y colaboradores?	4	4	3	4
	¿La cultura organizacional de la organización permite la incorporación de innovaciones tecnológicas?	4	4	3	4
	¿La cultura de innovación de la organización agiliza la generación y desarrollo de nuevas ideas?	4	4	4	4
	¿El grado de motivación que tienen los colaboradores es alto frente a los retos de la transformación digital?	4	4	4	4
	¿La interacción con el equipo de tecnología es buena?	4	4	3	4
CLIENTE	¿Los productos y/o servicios de la organización se encuentran cada vez más adaptados a los requerimientos de la era digital y a las necesidades de los usuarios?	4	4	3	4
	¿La organización tiene canales de atención suficientes para brindar soporte comercial y técnico a productos y/o servicios?	4	4	3	4
	¿La organización aplica de forma periódica encuestas para medir el nivel de satisfacción del cliente?	4	4	4	4

	¿La organización tiene herramientas de gestión de relaciones con los clientes (CRM)?	4	4	4	4
	¿La organización recolecta y analiza los datos de los canales digitales para mejorar la relación con los clientes?	4	4	3	4
PROCESO	¿Conoce usted los diferentes procesos de la organización que integran la cadena de valor del negocio?	4	4	3	4
	¿Los procesos de la organización se encuentran estandarizados, integrados y soportados por tecnologías de información?	4	4	3	4
	¿Las funciones y metas son claras para cada colaborador de la organización?	4	4	4	4
	¿Se ejecutan los planes de acción que aseguran la mejora y desempeño de los procesos?	4	4	4	4
	¿Los procesos se encuentran adaptados a la era digital?	4	4	3	4
	¿Conoce usted los diferentes procesos de la organización que integran la cadena de valor del negocio?	4	4	3	4
PRODUCTOS / SERVICIOS	¿En la organización se realizan encuestas para medir la calidad de sus productos y/o servicios?	4	4	3	4
	¿La organización recolecta y analiza datos de los canales digitales para mejorar los productos y/o servicios que posee la empresa?	4	4	3	4
	¿La transformación digital puede aportar a la mejora y desarrollo de los productos y/o servicios de la organización?	4	4	4	4
	¿La organización emplea la innovación para mejorar los productos y/o servicios?	4	4	4	4
	¿La organización emplea canales digitales para ofrecer los productos y/o servicios?	4	4	3	4
	¿En la organización se realizan encuestas para medir la calidad de sus productos y/o servicios?	4	4	3	4
TECNOLOGÍA	¿La infraestructura tecnológica de la organización corresponde a las exigencias del mercado y a los servicios digitales que requieren los usuarios?	4	4	3	4
	¿La organización tiene implementadas estrategias de comercio electrónico en la empresa?	4	4	3	4
	¿La organización emplea herramientas de inteligencia con los datos que recolecta y así se anticipa a las necesidades de los usuarios?	4	4	4	4
	¿La plataforma tecnológica de la organización permite acelerar la innovación?	4	4	4	4
	¿La organización emplea herramientas digitales para administración del negocio?	4	4	3	4
	¿La infraestructura tecnológica de la organización corresponde a las exigencias del mercado y a los servicios digitales que requieren los usuarios?	4	4	3	4
Y	CALIDAD DE SERVICIO				
ELEMENTOS TANGIBLES	Condición del encuestado	4	4	3	4
	Edad del encuestado (años)	4	4	3	4
	Sexo	4	4	3	4
CONFIABILIDAD	Que el personal de enfermería, le oriente y explique de manera clara y adecuada sobre los pasos o trámites para la atención en consulta externa.	4	4	3	4
	Que la consulta con el médico se realice en el horario programado.	4	4	3	4
	Que la atención se realice respetando la programación y el orden de llegada.	4	4	4	4

	Que su historia clínica se encuentre disponible en el consultorio para su atención.	4	4	4	4
	Que las citas se encuentren disponibles y se obtengan con facilidad.	4	4	3	4
CAPACIDAD DE RESPUESTA	¿La atención en caja o en el módulo de admisión fue rápida?	4	4	3	4
	¿La atención para tomarse muestras de laboratorio fue rápida?	4	4	4	4
	¿El tiempo de duración de su consulta y/o examen médico brindados por el médico son lo suficiente?	4	4	3	4
	¿La atención en farmacia fue rápida?	4	4	3	4
SEGURIDAD	¿Se respetó su privacidad durante su atención en el consultorio?	4	4	3	4
	¿El médico le realizó la consulta médica en forma completa y minuciosa por el problema de salud por el cual fue atendido?	4	4	4	4
	¿El médico le brindó el tiempo necesario para contestar sus dudas o preguntas sobre su problema de salud?	4	4	4	4
	¿El médico que le atendió le inspiró confianza?	4	4	4	4
EMPATÍA	¿El personal de consulta externa le trató con amabilidad, respeto y paciencia?	4	4	3	4
	¿El médico que le atendió mostró interés en solucionar su problema de salud?	4	4	3	4
	¿Usted comprendió la explicación que el médico le brindó sobre su problema de salud o resultado de su atención?	4	4	4	4
	¿Usted comprendió la explicación que le brindó el médico sobre el tratamiento que recibirá: tipo de medicamentos, dosis y efectos adversos?	4	4	4	4
	¿Usted comprendió la explicación que el médico le brindó sobre los procedimientos o análisis que le realizarán?	4	4	3	4

¿Hay alguna dimensión o ítem que no fue evaluada? SI () NO (**X**) , ¿Qué dimensión o ítem falta?

DECISION DEL EXPERTO

El instrumento debe ser aplicado: SI (**X**) NO ()


Firma y sello del experto



VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Título: **ESTRATEGIAS DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL PARA LA MEJORA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL PACIENTE DE ESSALUD HUÁNUCO, 2022**

Nombre del experto: **Gerardo Garay Robles**

Especialidad: **Doctor en Gestión Empresarial**

Calificar con 1, 2, 3, 4, cada ítem respecto a los criterios de relevancia, coherencia, suficiencia y claridad

X	TRANSFORMACIÓN DIGITAL				
DIMENSIÓN	ÍTEM	RELEVANCIA	COHERENCIA	SUFICIENCIA	CLARIDAD
ALTA DIRECCIÓN	¿En la estrategia de la organización se encuentra contemplada la transformación digital?	4	4	3	4
	¿La alta dirección de la organización contempla como prioridad la transformación digital?	4	4	3	4
	¿La organización asigna recursos de tecnología, financieros y humanos para el desarrollo de un proyecto de transformación digital?	4	4	3	4
	¿El área encargada de tecnología de la información de la organización determino estrategias de transformación digital y la comunico con todos?	4	4	4	4
	¿Se comunica oportunamente los resultados obtenidos de las estrategias aplicadas al negocio?	4	4	3	4
RECURSOS HUMANOS	¿La organización tiene a disposición personal capacitado que está dedicado a la transformación digital?	4	4	3	4
	¿El personal de la organización se caracteriza por tener conocimiento digital, de innovación, apropiación y adaptación?	4	4	4	4
	¿La organización implementa capacitaciones que apoyen al proceso de transformación digital?	4	4	4	4
	¿El personal de la organización está dispuesto a facilitar la gestión del cambio?	4	4	4	4
	¿Las personas que lideran el proceso de transformación digital cuentan con habilidades digitales, de innovación, son inspiradores, propician el cambio?	4	4	3	4
CULTURA ORGANIZACIONAL DIGITAL	¿En la organización existe un buen nivel de comunicación entre los directivos y colaboradores?	4	4	3	4
	¿La cultura organizacional de la organización permite la incorporación de innovaciones tecnológicas?	4	4	3	4
	¿La cultura de innovación de la organización agiliza la generación y desarrollo de nuevas ideas?	4	4	4	4
	¿El grado de motivación que tienen los colaboradores es alto frente a los retos de la transformación digital?	4	4	4	4
	¿La interacción con el equipo de tecnología es buena?	4	4	3	4
CLIENTE	¿Los productos y/o servicios de la organización se encuentran cada vez más adaptados a los requerimientos de la era digital y a las necesidades de los usuarios?	4	4	3	4
	¿La organización tiene canales de atención suficientes para brindar soporte comercial y técnico a productos y/o servicios?	4	4	3	4
	¿La organización aplica de forma periódica encuestas para medir el nivel de satisfacción del cliente?	4	4	4	4

	¿La organización tiene herramientas de gestión de relaciones con los clientes (CRM)?	4	4	4	4
	¿La organización recolecta y analiza los datos de los canales digitales para mejorar la relación con los clientes?	4	4	3	4
PROCESO	¿Conoce usted los diferentes procesos de la organización que integran la cadena de valor del negocio?	4	4	3	4
	¿Los procesos de la organización se encuentran estandarizados, integrados y soportados por tecnologías de información?	4	4	3	4
	¿Las funciones y metas son claras para cada colaborador de la organización?	4	4	4	4
	¿Se ejecutan los planes de acción que aseguran la mejora y desempeño de los procesos?	4	4	4	4
	¿Los procesos se encuentran adaptados a la era digital?	4	4	3	4
	¿Conoce usted los diferentes procesos de la organización que integran la cadena de valor del negocio?	4	4	3	4
PRODUCTOS / SERVICIOS	¿En la organización se realizan encuestas para medir la calidad de sus productos y/o servicios?	4	4	3	4
	¿La organización recolecta y analiza datos de los canales digitales para mejorar los productos y/o servicios que posee la empresa?	4	4	3	4
	¿La transformación digital puede aportar a la mejora y desarrollo de los productos y/o servicios de la organización?	4	4	4	4
	¿La organización emplea la innovación para mejorar los productos y/o servicios?	4	4	4	4
	¿La organización emplea canales digitales para ofrecer los productos y/o servicios?	4	4	3	4
	¿En la organización se realizan encuestas para medir la calidad de sus productos y/o servicios?	4	4	3	4
TECNOLOGÍA	¿La infraestructura tecnológica de la organización corresponde a las exigencias del mercado y a los servicios digitales que requieren los usuarios?	4	4	3	4
	¿La organización tiene implementadas estrategias de comercio electrónico en la empresa?	4	4	3	4
	¿La organización emplea herramientas de inteligencia con los datos que recolecta y así se anticipa a las necesidades de los usuarios?	4	4	4	4
	¿La plataforma tecnológica de la organización permite acelerar la innovación?	4	4	4	4
	¿La organización emplea herramientas digitales para administración del negocio?	4	4	3	4
	¿La infraestructura tecnológica de la organización corresponde a las exigencias del mercado y a los servicios digitales que requieren los usuarios?	4	4	3	4
Y	CALIDAD DE SERVICIO				
ELEMENTOS TANGIBLES	Condición del encuestado	4	4	3	4
	Edad del encuestado (años)	4	4	3	4
	Sexo	4	4	3	4
CONFIABILIDAD	Que el personal de enfermería, le oriente y explique de manera clara y adecuada sobre los pasos o trámites para la atención en consulta externa.	4	4	3	4
	Que la consulta con el médico se realice en el horario programado.	4	4	3	4
	Que la atención se realice respetando la programación y el orden de llegada.	4	4	4	4

	Que su historia clínica se encuentre disponible en el consultorio para su atención.	4	4	4	4
	Que las citas se encuentren disponibles y se obtengan con facilidad.	4	4	3	4
CAPACIDAD DE RESPUESTA	¿La atención en caja o en el módulo de admisión fue rápida?	4	4	3	4
	¿La atención para tomarse muestras de laboratorio fue rápida?	4	4	4	4
	¿El tiempo de duración de su consulta y/o examen médico brindados por el médico son lo suficiente?	4	4	3	4
	¿La atención en farmacia fue rápida?	4	4	3	4
SEGURIDAD	¿Se respetó su privacidad durante su atención en el consultorio?	4	4	3	4
	¿El médico le realizó la consulta médica en forma completa y minuciosa por el problema de salud por el cual fue atendido?	4	4	4	4
	¿El médico le brindó el tiempo necesario para contestar sus dudas o preguntas sobre su problema de salud?	4	4	4	4
	¿El médico que le atendió le inspiró confianza?	4	4	4	4
EMPATÍA	¿El personal de consulta externa le trató con amabilidad, respeto y paciencia?	4	4	3	4
	¿El médico que le atendió mostró interés en solucionar su problema de salud?	4	4	3	4
	¿Usted comprendió la explicación que el médico le brindó sobre su problema de salud o resultado de su atención?	4	4	4	4
	¿Usted comprendió la explicación que le brindó el médico sobre el tratamiento que recibirá: tipo de medicamentos, dosis y efectos adversos?	4	4	4	4
	¿Usted comprendió la explicación que el médico le brindó sobre los procedimientos o análisis que le realizarán?	4	4	3	4

¿Hay alguna dimensión o ítem que no fue evaluada? SI () NO (**X**) , ¿Qué dimensión o ítem falta?

DECISION DEL EXPERTO

El instrumento debe ser aplicado: SI (**X**) NO ()


Firma y sello del experto

NOTA BIOGRÁFICA

Jimmy Grover Flores Vidal, nació en la ciudad de Huánuco, el 09 de junio de 1978, en un hogar ejemplar lleno de cariño y amor, conformado por sus padres Grover Flores Jump y Carmen Epifanía Vidal de Flores, casado con Diana Lourdes Trujillo Argandoña y padre de dos hermosos hijos Juan Pablo y Álvaro Alonzo quienes son mi impulso para seguir adelante.

Desde niño con gran ímpetu y ganas de ser un profesional y ser el orgullo de la familia, con retos, obstáculos que día a día se superan y con objetivos y metas que se logran. Estudie en el Colegio Seminario San Luis Gonzaga de Huánuco, en donde pase los mejores años de mi vida, haciendo amigos-hermanos con quien compartimos muchas anécdotas, entre lo bueno y lo malo, pero valorando siempre la amistad que perdura con el transcurrir del tiempo.

Comencé mis estudios profesionales en la Universidad de Huánuco donde obtuve el título de Ingeniero de Sistemas e Informática siendo el primer ingeniero de mi promoción de ingreso en el año 1995, posteriormente comencé mis estudios de maestría en la Universidad Nacional de Ingeniería (UNI) obteniendo el grado Maestro en Gestión Tecnológica Empresarial, cabe mencionar que agradezco a mi madre por su ímpetu y cariño para culminar y ser un maestro.

Compartí mis conocimientos y experiencias como docente en diferentes instituciones educativas de educación superior, como institutos superiores y universidades privadas, durante más de 4 años demostrando dedicación y habilidad para transmitir información compleja de manera clara y con un afán, motivación y sensibilidad que dejaron una huella positiva en mis estudiantes.

Actualmente como docente auxiliar en la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la Universidad Nacional Hermilio Valdizan de Huánuco demostrando mucho profesionalismo, colaboración y responsabilidad en donde comencé a estudiar el Doctorado en Gestión Empresarial culminando en el año 2024 orgulloso de pertenecer a esta gran alma mater.

Para terminar solo me queda decir que la vida es muy cambiante, comencé los estudios de doctorado cuando el mundo no sabía nada del virus que nos tuvo aislados por casi dos años, en donde al iniciar mis estudios mi Padre se sentía muy orgulloso, alegre y con mucha ilusión de verme como Doctor, culminó este doctorado sin él pero se que en el cielo se siente muy orgulloso y feliz, este grado es dedicado a ti Grovicho...



"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"
"Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho"

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OPTAR EL GRADO DE DOCTOR

A través de la Plataforma Microsoft Teams de la Escuela de Posgrado de la UNHEVAL, siendo las 13:00 horas del día miércoles 05 de junio del 2024, se reunieron los miembros integrantes del Jurado Evaluador;

Dra. Digna Amabilia MANRIQUE DE LARA SUAREZ	PRESIDENTE
Dr. Gerardo GARAY ROBLES	SECRETARIO
Dra. Ines Eusebia JESUS TOLENTINO	VOCAL
Dr. Julio Augusto NACION MOYA	VOCAL
Dr. Eduardo Anatolio MELGAREJO LEANDRO	VOCAL

Acreditados mediante Resolución N° 01684-2024-UNHEVAL-EPG/D de fecha 03 de junio del 2024, de la tesis titulada "ESTRATEGIAS DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL PARA LA MEJORA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL PACIENTE EN CENTROS DE SALUD, 2022", presentada por el doctorando Jimmy Grover FLORES VIDAL, con el asesoramiento del Dr. Abimael Adam FRANCISCO PAREDES, se procedió a dar inicio el acto de sustentación para optar el Grado de Doctor en Gestión Empresarial.

Concluido el acto de sustentación, cada miembro del Jurado Evaluador procedió a la evaluación del doctorando, teniendo presente los siguientes criterios:

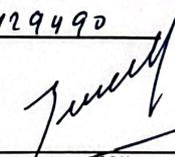
1. Presentación personal.
2. Exposición: el problema a resolver, hipótesis, objetivos, resultados, conclusiones, los aportes, contribución a la ciencia y/o solución a un problema social y recomendaciones.
3. Grado de convicción y sustento bibliográfico utilizados para las respuestas a las interrogantes del Jurado.
4. Dicción y dominio de escenario.

Nombres y Apellidos del Doctorando	Jurado Evaluador					Promedio Final
	Presidente	Secretario	Vocal	Vocal	Vocal	
Jimmy Grover FLORES VIDAL	<i>18</i>	<i>18</i>	<i>18</i>	<i>18</i>	<i>18</i>	<i>18</i>

Obteniendo en consecuencia el doctorando Jimmy Grover FLORES VIDAL, la nota de DIECIOCHO (*18*), equivalente a MUY BUENO, por lo que se declara APROBADO.

Calificación que se realiza de acuerdo con el Art. 171° del Reglamento de Grados y Títulos 2024 de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán de Huánuco.

Se da por finalizado el presente acto, siendo las 14:50 horas del día miércoles 05 de junio del 2024, firmando en señal de conformidad.

 PRESIDENTE DNI N° <u>06927959</u>	 SECRETARIO DNI N° <u>28429490</u>	
 VOCAL DNI N° <u>4046404</u>	 VOCAL DNI N° <u>22464940</u>	 VOCAL DNI N° <u>22481180</u>

Leyenda:
19 a 20: Excelente
17 a 18: Muy Bueno
14 a 16: Bueno
0 a 13: Deficiente



UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN



ESCUELA DE POSGRADO

**CONSTANCIA DE SIMILITUD N° 204-2024-SOFTWARE
ANTIPLAGIO TURNITIN-UNHEVAL-EPG**

*La Directora de la Escuela de Posgrado, emite la presente CONSTANCIA DE SIMILITUD, aplicando el software TURNITIN, a la tesis titulado **ESTRATEGIAS DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL PARA LA MEJORA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL PACIENTE EN CENTROS DE SALUD, 2022**, reportando un 5% de similitud, correspondiente al Doctorando **Jimmy Grover FLORES VIDAL**, considerando como asesor al **Dr. Abimael Adam FRANCISCO PAREDES**.*

DECLARANDO (APTO)

Se expide la presente, para los trámites pertinentes.

Pillco Marca, 30 de mayo de 2024.



Dra. Digna Amabilia Manrique de Lara Suarez
DIRECTORA DE LA ESCUELA DE POSGRADO
UNHEVAL

NOMBRE DEL TRABAJO

ESTRATEGIAS DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL PARA LA MEJORA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL PACIENTE EN CENTROS DE SALUD, 2022

AUTOR

JIMMY GROVER FLORES VIDAL

RECUENTO DE PALABRAS

15742 Words

RECUENTO DE CARACTERES

85152 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

78 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

532.6KB

FECHA DE ENTREGA

May 30, 2024 10:26 AM GMT-5

FECHA DEL INFORME

May 30, 2024 10:28 AM GMT-5

● 5% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 4% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 3% Base de datos de trabajos entregados
- 0% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Material citado
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 15 palabras)

● 5% de similitud general

Principales fuentes encontradas en las siguientes bases de datos:

- 4% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 3% Base de datos de trabajos entregados
- 0% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

FUENTES PRINCIPALES

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

1	repositorio.unheval.edu.pe Internet	1%
2	Universidad Cesar Vallejo on 2016-03-20 Submitted works	<1%
3	cybertesis.unmsm.edu.pe Internet	<1%
4	americasistemas.com.pe Internet	<1%
5	hdl.handle.net Internet	<1%
6	Universidad Cesar Vallejo on 2018-08-13 Submitted works	<1%
7	repositorio.ucv.edu.pe Internet	<1%
8	Universidad San Ignacio de Loyola on 2024-04-27 Submitted works	<1%

9	unsaac on 2023-12-07 Submitted works	<1%
10	Universidad Andina Nestor Caceres Velasquez on 2024-02-18 Submitted works	<1%
11	udes-virtual on 2024-01-26 Submitted works	<1%
12	doczz.es Internet	<1%
13	creativecommons.org Internet	<1%
14	Universidad Privada San Juan Bautista on 2023-07-03 Submitted works	<1%
15	repositorio.escuelamilitar.edu.pe Internet	<1%



AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DIGITAL Y DECLARACIÓN JURADA DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN, TESIS, TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL O TRABAJO ACADÉMICO PARA OPTAR UN GRADO O TÍTULO PROFESIONAL

1. Autorización de Publicación: (Marque con una "X" según corresponda)

Bachiller		Título Profesional		Segunda Especialidad		Maestro		Doctor	x
-----------	--	--------------------	--	----------------------	--	---------	--	--------	---

Ingrese los datos según corresponda.

Facultad/Escuela	
Escuela/Carrera Profesional	
Programa	GESTIÓN EMPRESARIAL
Grado que otorga	DOCTOR EN GESTIÓN EMPRESARIAL
Título que otorga	

2. Datos del (los) Autor(es): (Ingrese los datos según corresponda)

Apellidos y Nombres:	FLORES VIDAL JIMMY GROVER							
Tipo de Documento:	DNI	X	Pasaporte		C.E.		N° de Documento:	22527461
Correo Electrónico:	jimmygfv@hotmail.com							
Apellidos y Nombres:								
Tipo de Documento:	DNI		Pasaporte		C.E.		N° de documento:	
Correo Electrónico:								
Apellidos y Nombres:								
Tipo de Documento:	DNI		Pasaporte		C.E.		N° de Documento:	
Correo Electrónico:								

3. Datos del Asesor: (Ingrese los datos según corresponda)

Apellidos y Nombres:	FRANCISCO PAREDES ADAM ABIMAEI							
Tipo de Documento:	DNI	x	Pasaporte		C.E.		N° de Documento:	22408088
ORCID ID:	0000-0003-2176-7123							

4. Datos de los Jurados: (Ingrese los datos según corresponda, primero apellidos luego nombres)

Presidente	MANRIQUE DE LARA SUAREZ Digna Amabilia
Secretario	GARAY ROBLES Gerardo
Vocal	JESUS TOLENTINO Ines Eusebio
Vocal	NACION MOYA Julio Augusto
Vocal	MELGAREJO LEANDRO Eduardo Anatolio
Accesitario	

5. Datos del Documento Digital a Publicar: (Ingrese los datos y marque con una "X" según corresponda)

Ingrese solo el año en el que sustentó su Trabajo de Investigación: (Verifique la Información en el Acta de Sustentación)							2024
Modalidad de obtención del Grado Académico o Título Profesional: (Marque con X según corresponda)	Trabajo de Investigación		Tesis	x	Trabajo Académico		Trabajo de Suficiencia Profesional
Palabras claves	CALIDAD DE SERVICIO			TRANSFORMACIÓ		EsSalud	
Tipo de acceso: (Marque con X según corresponda)	Abierto	X	Cerrado*		Restringido*		Periodo de Embargo
(*) Sustentar razón:							

6. Declaración Jurada: (Ingrese todos los datos requeridos completos)

Soy Autor (a) (es) del Trabajo de Investigación Titulado: *(Ingrese el título tal y como está registrado en el Acta de Sustentación)*

ESTRATEGIAS DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL PARA LA MEJORA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL PACIENTE EN CENTROS DE SALUD, 2022

Mediante la presente asumo frente a la Universidad Nacional Hermilio Valdizán (en adelante LA UNIVERSIDAD), cualquier responsabilidad que pueda derivarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido del trabajo de investigación, así como por los derechos de la obra y/o invención presentada. En consecuencia, me hago responsable frente a LA UNIVERSIDAD y frente a terceros de cualquier daño que pudiera ocasionar a LA UNIVERSIDAD o a terceros, por el incumplimiento de lo declarado o que pudiera encontrar causas en los trabajos de investigación presentado, asumiendo toda la carga pecuniaria que pudiera derivarse de ello. Asimismo, por la presente me comprometo a asumir además todas las cargas pecuniarias que pudiera derivar para LA UNIVERSIDAD en favor de terceros con motivos de acciones, reclamaciones o conflictos derivados del incumplimiento de lo declarado o las que encontraren causa en el contenido del Trabajo de Investigación. De identificarse fraude, piratería, plagio, falsificación o que el trabajo haya sido publicado anteriormente; asumo las consecuencias y sanciones que de mis acciones se deriven, sometiéndome a las acciones legales y administrativas vigentes.

7. Autorización de Publicación Digital:

A través de la presente autorizo de manera gratuita a la Universidad Nacional Hermilio Valdizán a publicar la versión digital de este trabajo de investigación en su biblioteca virtual, repositorio institucional y base de datos, por plazo indefinido, consintiendo que con dicha autorización cualquier tercero podrá acceder a dichas paginas de manera gratuita pudiendo revisarla, imprimirla o grabarla siempre y cuando se respete la autoría y sea citada correctamente.

Apellidos y Nombres	FLORES VIDAL JIMMY GROVER	Firma	
Apellidos y Nombres		Firma	
Apellidos y Nombres		Firma	

FECHA: Huánuco, 17 de JUNIO del 2024

Nota:

- ✓ No modificar los textos preestablecidos, conservar la estructura del documento.
- ✓ Marque con una X en el recuadro que corresponde.
- ✓ Llenar este formato de forma digital, con tipo de letra calibri, tamaño de fuente 09, manteniendo la alineación del texto que observa en el modelo, sin errores gramaticales (recuerde las mayúsculas también se tildan si corresponde).
- ✓ La información que escriba en este formato debe coincidir con la información registrada en los demás archivos y/o formatos que presente, tales como: DNI, Acta de Sustentación, Trabajo de Investigación (PDF), Constancia de Similitud, Reporte de Similitud.
- ✓ Cada uno de los datos requeridos en este formato, es de carácter obligatorio según corresponda.
- ✓ Se debe de imprimir, firmar y luego escanear el documento (legible).