



Gestión digital para la calidad de servicio en atención de reclamos a usuarios de la EPS Marañón S.A-Jaén

Digital management for the quality of service in the attention of complaints to users of EPS Marañón S.A-Jaen.

Gestão digital para a qualidade do serviço na atenção das reclamações aos utilizadores da EPS Marañón S.A-Jaén

Mirtha Culqui Lozada

clozadam@ucvvirtual.edu.pe
<https://orcid.org/0000-0002-8780-9755>

Universidad César Vallejo, Chiclayo-Perú

Marcelino Callao Alarcón

calarconm@ucvvirtual.edu.pe
<https://orcid.org/0000-0001-7295-2375>
Universidad César Vallejo, Chiclayo-Perú

Recibido: 20 de octubre 2021 / Arbitrado y aprobado: 30 de noviembre 2021 / Publicado: 10 de diciembre 2021

RESUMEN

Para que las entidades públicas puedan optimizar su capacidad de respuesta ante las necesidades y exigencias de cada ciudadano, necesitan implementar la gestión digital en todas las oficinas y departamentos, porque, esto permite solventar peticiones y mejorar la calidad de vida de la población. Se utilizó como objetivo general analizar la construcción sobre un modelo de gestión digital que contribuya a la calidad de servicio en atención de reclamos a usuarios de la EPS Marañón S.A. Jaén, 2021. Asimismo, se utilizó un enfoque cuantitativo, con diseño no experimental transaccional, de tipo básica – propositivo. Para ello se consideró como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario, el cual, fue aplicado a 77 trabajadores de la EPS Marañón S.A. Llegando a concluir que la gestión digital, presenta demasiadas deficiencias, siendo el factor principal que afecta directamente a la calidad de servicio en la atención que se brinda a los usuarios.

Palabras clave: Reclamo; Usuario; Digitalización; Calidad; Servicio

ABSTRACT

In order for public entities to optimize their capacity to respond to the needs and demands of each citizen, they need to implement digital management in all offices and departments, because, this allows to solve requests and improve the quality of life of the population. The general objective was to analyze the construction of a digital management model that contributes to the quality of service in the attention of complaints to users of EPS Marañón S.A. Jaén, 2021. Likewise, a quantitative approach was used, with a non-experimental transactional design, of a basic-propositional type. For this purpose, the survey was considered as a technique and the questionnaire as an instrument, which was applied to 77 workers of EPS Marañón S.A. It was concluded that the digital management presents too many deficiencies, being the main factor that directly affects the quality of service in the attention provided to users.

Key words: Complaint; User; Digitalization; Quality; Service; Quality

RESUMO

Para que as entidades públicas otimizem sua capacidade de responder às necessidades e exigências de cada cidadão, elas precisam implementar a gestão digital em todos os escritórios e departamentos, pois isso lhes permite resolver solicitações e melhorar a qualidade de vida da população. O objetivo geral era analisar a construção de um modelo de gestão digital que contribuisse para a qualidade do serviço na atenção das reclamações aos usuários da EPS Marañón S.A. Jaén, 2021. Da mesma forma, foi utilizada uma abordagem quantitativa, com um desenho transaccional não-experimental, de tipo básico-proposicional. A pesquisa foi utilizada como técnica e o questionário como instrumento, que foi aplicado a 77 trabalhadores da EPS Marañón S.A. Concluiu-se que a gestão digital apresenta demasiadas deficiências, sendo o principal fator que afeta diretamente a qualidade do serviço na atenção dada aos usuários.

Palavras-chave: Reclamação; Usuário; Digitalização; Qualidade; Serviço; Qualidade; Serviço

INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas y en países más desarrollados las tecnologías informáticas han progresado exponencialmente, al punto tal que la transformación digital ha marcado la pauta para la mejor gestión de los servicios públicos de modo que se ha tomado otros criterios de gestión; más eficaz y eficiente centrado en el interés y beneficio del usuario (Yasin, y otros, 2021).

Asimismo, la gestión digital ha llegado a desplazar a un sector de trabajadores menos calificados; pero los que han aprendido estas técnicas, llegan a concretar políticas públicas sin mayor demanda de energía y esfuerzo (Salvador, Llanes, y Suárez, 2020).

En el contexto nacional, se evidencia que el país requiere conocimiento sobre avances y desafíos en la transformación digital de los sistemas de servicios que administra el estado y las empresas, por ello crea la necesidad de implementar tecnologías digitales que son componentes del proceso de relación de Perú con la OCDE para crear servicios digitales de valor, seguro, confiable y accesible para los clientes y sociedad en general, asegurando el pleno derecho de las personas en el entorno digital (OCDE, 2018).

Por lo expuesto, el presente trabajo propone un modelo de gestión digital para la atención oportuna de reclamos a usuarios de la EPS Marañón SA, para evitar desplazamientos y contacto físico con los trabajadores de la empresa, reduciendo costos y exposición de personas; más aún durante la pandemia de la Covid 19, propiciando de esta forma la atención en menor tiempo posible y con satisfacción para los usuarios con la calidad de servicio que brinda la EPS Marañón S.A.

De acuerdo a Zouari y Abdelhedi (2021), evidenciando que la digitalización, y las habilidades humanas permiten mejorar la calidad de servicio que se ofrece a los clientes. Asimismo, el estudio de Bankouru et al. (2021), porque revelaron que la digitalización de los servicios bancarios permite ofrecer una mejor calidad de servicio en la atención a todos los clientes, alcanzado cumplir con las expectativas de cada uno de los visitantes a la empresa. Asimismo, Fernandes y Oliveira (2021) revelaron que, si se utiliza una gestión digital acorde a las necesidades de la empresa y a las exigencias de sus clientes, se podrá mejorar sustancialmente la calidad de servicio en la atención que se ofrece a todos los clientes y visitantes. De la misma forma Gronholdt (2021), resolvieron que las dimensiones de la experiencia digital del cliente permiten a la empresa obtener un alto rendimiento empresarial, ya que, a través de ello la calidad de servicio aumenta de forma masiva.

En cambio, De Hu et al. (2021), manifestaron que ofrecer una alta calidad de servicio reducen los niveles de abandono de los clientes a la empresa, siendo sumamente importante que las empresas utilicen las herramientas digitales ya que, esto permite conocer a tiempo preciso las restricciones que vienen generando los diversos reclamos de los compradores.

Con respecto a los antecedentes nacionales, Vilca et al. (2021), determinaron que si las entidades financieras peruanas utilizarán un sistema de inteligencia artificial acorde a los avances tecnológicos se mejora la calidad de servicio de todos sus clientes, ya que, brindaría una seguridad total en todas sus operaciones financieras que estos realizan en todas las plataformas virtuales que estas empresas ofrecen a sus clientes. Asimismo, Supo (2021), demostró que, a través de un coeficiente de correlación demostró que las variables se relacionan de manera positiva muy alta.

Del mismo Puican (2021), resolvió que la falta de habilidades de comunicación, la falta de conocimiento y experiencia profesional ocasionan que la calidad de servicio sea muy baja, generando diferentes reclamos de los usuarios porque reciben una atención inadecuada.

Las bases teóricas consideradas en la gestión digital, es la que provee a las organizaciones de una estupenda herramienta que les permite conocer lo que está aconteciendo en el campo de acción de la misma (Senyo, Effah, y Osabutey, 2021).

Asimismo, se dice que es una estrategia de transformación estructurada que permite a la empresa tomar acción de las iniciativas tomadas en un determinado tiempo (Agostino, Arnaboldi, y Díaz, 2021).

En esta misma línea, se dice que la gestión digital es la implementación profesional de estrategias digitales que permiten impulsar resultados demostrables en el tiempo beneficiando a los clientes, como a la organización (Criado, 2021).

Las herramientas digitales, se dice que son paquetes informáticos que se encuentran en dispositivos electrónicos y en computadoras, teniendo como finalidad facilitar las tareas de la vida cotidiana de acuerdo a la necesidad de la organización. (Wichmann, Wißotzki, y Sandkuhl, 2020) El uso de las herramientas digitales ha cambiado la forma en que descubren, evalúan y compran los clientes, asimismo cómo usan los productos y cómo comparten información e interactúan entre clientes y permanecen conectado con las empresas (Tolstolesova, et al., 2021).

En la actualidad existen doce herramientas digitales, que consienten manejar la intuición y las habilidades que están relacionadas al desarrollo de elementos y procesos que permiten a la entidad manipular los recursos de forma eficaz y eficiente en beneficio de los usuarios, esas herramientas digitales son: La WordPress, el Google Drive, el Pocket, el Dropbox, el Google Analytics, el Mailchimp, el Pipedrive y el Woorank (Wichmann et al. 2020).

Al referirse al funcionamiento de las organizaciones en la era digital, ha avanzado significativamente en los municipios de España ha propiciado la mejora y crecimiento de los procesos de gestión pública (Wichmann et al. 2020). En varias de estas ONG han propiciado el afán evolucionista en el sector público de modo tal que los han transformado en equipos imprescindibles para el desarrollo (Feroz, Khoja, y Saleem, 2021).

El estudio abarca el desempeño de 22 ONG españolas de cooperación y desarrollo e indican que a diferencia de presupuestos no sería sustantivo en lo referente a condiciones de desempeño con eficiencia fundamental para ellas y el público beneficiario. Haciendo del desempeño social su mejor fortaleza (Quintana, 2020). En las últimas décadas el manejo de modernas tecnologías e infraestructura y el procesamiento de información como grande cumulas de datos se genera a través de los análisis de big data analytics, relacionados con los derechos humanos, es necesario e indispensable para la satisfacción de las organizaciones que administran servicios públicos (Xanthopoulou, Kessopoulou, y Tsiotras, 2021).

Ha marcado la motivación e incentivo para que, los países en desarrollo, se aborde la necesidad de adquirirlos en la medida de sus posibilidades, ya que consideran que se orienta a una óptima gestión de recurso y activos, enmarcados dentro de la normatividad administrativa de estados con autonomía y sentido de servicio. Mas no como una actividad lucrativa (Merino, Rosado, y García, 2020). Los canales digitales, es el medio que a través de las redes de datos permite alcanzar una comunicación eficaz con el usuario (Wichmann et al. 2020). Asimismo, se puede argumentar que son las vías de distribución de diversos mensajes estratégicos que es transmitido a los usuarios para orientar su consumo (Kaur, Hassan, y Emran, 2021).

Del mismo modo se dice que son los canales de comunicación y formularios de medios (de YouTube, consolas de juegos, noticias de aplicaciones móviles) han dividido la audiencia de los medios tradicionales (televisión, radio, revistas y periódicos), e históricamente, las empresas los han utilizado para promocionar sus marcas (Hagelstein, Einwiller, y Zerfass, 2021). Las empresas de hoy deben elegir diferentes canales digitales y cambiar su contenido de acuerdo con las tendencias que cambian rápidamente, y aprender a crear e innovar continuamente en la exhibición de todos los productos y servicios, de modo que puedan atraer la atención de los clientes para obtener productos y/o servicio (Wichmann et al. 2020).

Con la herramienta big data, la información que se genera continuamente por medio de los dispositivos tecnológicos como los teléfonos inteligentes abarca inclusive hasta características antropométricas de los usuarios, respetando sus derechos humanos ((Breit, et al., 2020). Las investigaciones realizadas centran el análisis en las reglas legales aplicables a las personas usuarias de los servicios de agua y saneamiento (Hernández, Rivas, y Feliu, 2020).

Las Tecnologías de la Información y la comunicación (TIC) provee nuevas y mejores opciones en el desarrollo de la gestión municipal en todo el planeta en la medida y dimensión en la que han sido implementadas con eficiencia, responsabilidad y beneficio para usuarios en diferentes sectores de los gobiernos nacionales y locales (Breit et al. 2020). El sector digital, abre nuevas opciones, plantea retos de diversa índole. (Krotel, 2021) Las estructuras

de las naciones desarrolladas tienen como bases, un entramado tecnológico e informático (Blanco, Fernández, y Suárez, 2020).

La rentabilidad, es el resultado favorable por haber aplicado estrategias convincentes obtenido por la sociedad durante un periodo determinado (Rahman, et al., 2021). Invertir en clientes es rentable, porque en cualquier negocio, algunos clientes incurrirán en costos excesivamente altos (Rahman et al. 2021). El valor de por vida de un cliente tiene diferentes factores: volumen de compra, precio, frecuencia de compra, tasa de retención o tasa de abandono, opciones de descuento, etc. (Anton, 2021).

Las TICs en conjunto, son herramientas muy útiles en la gestión pública para beneficiar a todos los ciudadanos (Pincheira, et al., 2021). El autor realizó una investigación de los gobiernos locales, para instituir y fortalecer acciones encaminadas a la gestión de recursos y uso de las tecnologías digitales como gestión del cambio (Wang, et al., 2021). El análisis se realiza desde la perspectiva de la gobernanza y la nueva teoría diplomática (Fernández, 2021). Se analizó el impacto y las oportunidades que el software con inteligencia artificial puede brindar para promover las operaciones del sector salud colombiano y optimizar el desempeño de la cadena de suministro y se determinó que la cadena de suministro requiere de lo más necesario para implementar soluciones basadas en software inteligente (Arango, 2021).

Con respecto a las bases teóricas de la variable calidad de servicio, es un tema muy importante y la base de cualquier negocio debido al fracaso o el éxito de la organización (Marchesi, Tedesco, y Coll, 2021).

Desde que el Gobierno privatizó las empresas con el propósito de mejorar la calidad de servicio en la atención y en todas las fases que se necesita para demostrar la eficiencia respectiva, no se ha logrado, muy al contrario, hoy en día los usuarios vienen pagando montos de consumo muy elevados, pese que el Estado contribuye económicamente a esas empresas de servicios de agua y alcantarillado se evidencian diferentes situaciones negativas que ocasionan que diariamente existan diferentes reclamos por los usuarios (Nugra, et al., 2021).

Asimismo, se crearon diferentes instituciones como la SUNASS, que tiene como funcional principal regular las tarifas que pagan los usuarios, que a la fecha no se evidencian buenos resultados en beneficio de la economía familiar (Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego [MDAR], 2021).

El agua por ser un elemento vital para la existencia humana, se debe contemplar bajo un régimen normativo que permita mantener un producto que es el agua de calidad que proteja la salud y bienestar de cada integrante de las familias, para ello, se necesita que las entidades que han sido creadas para fiscalizar y regular todos los procesos que llevan a cabo las empresas responsables de ofrecer este servicio a nivel nacional, cumplan eficazmente

con cada parámetro que las normas exigen y sobre todo que permitan cubrir las necesidades de cada persona (SUNASS, 2021).

La calidad de servicio, se define como el nivel de cumplimiento de las expectativas de los clientes que consigue los productos o servicios que la organización ofrece (Devarasetty y Reddy, 2021). Asimismo, se dice que es el grado de diferencia o diferencia entre las expectativas o deseos del cliente y sus percepciones basadas en la tangibilidad, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía (Slimani, Hamrouni, y Ben, 2021).

En otras palabras, se dice que es la percepción que los compradores poseen acerca del producto que comercializa o de los servicios que se ofrece en la entidad, debiendo siempre actuar con seguridad y empatía, con fiabilidad, manteniendo un alto nivel de capacidad de respuesta en beneficio de los clientes y que los elementos tangibles sean los mejores en beneficio de los compradores (Regencia y Yu, 2021).

Los elementos tangibles, con respecto a tangible se refiere a todo aquello que se puede tocar y observar en un determinado momento y en un espacio específico (Ortega, et al., 2021). Todas estas características transmiten una imagen física o representación del servicio, y los usuarios las utilizan específicamente para evaluar calidad. Se puede demostrar que esto es un indicio de que el plan de la agencia puede consolidar la fidelidad y que este número físico debe superar la espera del usuario (Vilca, Tantapoma, y Armas, 2021).

Se refiere a todas las cosas físicas que posee la empresa para llevar a cabo cada una de las operaciones que se necesitan para ofrecer los servicios de agua y alcantarillado en los domicilios de las personas, debiendo siempre velar por los intereses de los usuarios sin importar su condición, su raza, su origen y su religión, debiendo siempre primar el respeto a la dignidad humana (Contreras, 2021).

La confiabilidad, que es la capacidad de reconocer las vicisitudes de la vida, reducir los errores y buscar soluciones para prevenir los riesgos (Ortega et al. 2021).

La fiabilidad es el factor principal de la resistencia del producto y el servicio presenta un rendimiento funcional suficiente (Pumacayo et al. 2019). Asimismo, hace mención que los empleados y quienes toman las decisiones en la empresa deben tener mucho cuidado al momento de orientar y atender a los usuarios, ya que, de esto depende el éxito de la gestión y sobre todo del alcance de los objetivos institucionales, para ello, se necesita que todos los empleados y autoridades brinden una atención personalizada a todos los clientes sin ninguna excepción (Toala y Hinojosa, 2021).

La capacidad de respuesta, son las acciones que permite ayudar a los usuarios y proporcionar disponibilidad del servicio lo antes posible. Ésta es también una cualidad ética que todos tenemos y que los empodera para reflexionar, gestionar, orientar y evaluar el impacto de sus acciones, que permita proteger a los usuarios brindándoles una atención

rápida y segura (Ortega et al. 2021). En este caso se debe considerar el uso de insumos de calidad que permitan ofrecer el servicio de agua en condiciones necesarias que no dañen la salud de las personas, asimismo, deben mantener una fluidez en la atención que permita interactuar de forma pacífica y armoniosa con cada uno de los clientes, pero para ello, se necesita que la empresa cuente con personal con habilidades comunicativas (Benites et al., 2021).

La seguridad, se dice que además de las habilidades que inculcan, también incluyen las competencias y la atención que los empleados demuestran en términos de los servicios que brindan (Ortega et al., 2021). De la misma forma, las autoridades y empleados, deben proteger los datos de los clientes, cuidando la privacidad de los compradores, debiendo brindar información clara y precisa tomando en cuenta el tipo de consulta o reclamo que los usuarios han realizado, debiendo siempre ser amables ante cualquier circunstancia (Sugiarto y Octaviana, 2021).

La empatía, es el nivel de atención personalizada que la agencia brinda a sus usuarios. Además, la empatía está brindando a los usuarios una atención diligente y personalizada (Ortega et al. 2021). Finalmente, es la capacidad innata del ser humano, que nos permite comprender a los demás, ponernos en su lugar, comprender sus métodos de razonamiento, comprender y verificar sus puntos de vista, mejorar las relaciones interpersonales y obtener buenas relaciones interpersonales. Comunica y crea sentimientos de compasión, comprensión y sutileza (Sugiarto y Octaviana, 2021). De la misma forma, se dice que cada uno de los integrantes de la organización deben mantener un nivel de preocupación alto al momento buscar alternativas de solución a los reclamos o sugerencias que los clientes han realizado, demostrando siempre calidez en la atención y brindando información que realmente necesite el comprador que posee la organización (Sugiarto y Octaviana, 2021).

Asimismo, se formuló como objetivo general analizar la construcción de un diseño sobre un modelo de gestión digital que contribuya a la calidad de servicio en atención de reclamos a usuarios de la EPS Marañón S.A. Jaén.

MÉTODO

Se utilizó un enfoque cuantitativo porque se alcanzaron datos numéricos, asimismo se consideró el diseño no experimental transaccional, con un estudio de tipo básica – propositivo. Para la evaluación de la gestión digital y de la calidad de servicio, se aplicó el cuestionario validado por cinco profesionales con grado de doctor con amplia experiencia profesional, compuesto por 30 ítems con 05 opciones de respuesta en cada una de las interrogantes, siendo aplicado a 77 trabajadores de la EPS Marañón S.A.

RESULTADOS

A continuación, se evaluaron las variables y cada una de sus dimensiones consideradas, los cuales se proceden a detallar a continuación:

Según la Tabla 1, revela que la percepción de los trabajadores de la EPS Marañón S.A., con respecto al logro de objetivos alcanzó un 88% en el nivel nunca, en cambio, en la importancia de contar con un software profesional alcanzó un 87% en el nivel nunca, con respecto a la importancia del uso de las herramientas digitales obtuvo un 87% en el nivel nunca, seguidamente tenemos a la percepción sobre sí las herramientas digitales permiten mejorar los procesos de atención alcanzó un 88% en el nivel casi nunca, seguidamente tenemos a la importancia sobre el uso de herramientas digitales para comunicarse con los usuarios alcanzó un 90% en el nivel nunca, seguidamente tenemos sobre sí las herramientas digitales mejora la relación de la entidad con los usuarios, alcanzando un 88% en el nivel casi nunca, y por último se tiene que sí el uso de herramientas digitales permite a la entidad reconocer el problema técnico del servicio alcanzó un 26% en el nivel casi nunca. Revelando que el desconocimiento de las herramientas digitales causa temor en los empleados, porque se observa que más de la mitad son trabajadores mayores a 50 años de edad, impactando negativamente que se adapten a los cambios tecnológicos.

Tabla 1. Herramientas digitales.

N°	Dimensión 1. Herramientas digitales	Porcentajes				
		N	CN	AV	CS	S
1	Considera usted: Qué las herramientas digitales son importantes para el logro de los objetivos institucionales	88	0	5	3	4
2	Considera importante contar con un software profesional para los procesos en la entidad	87	1	5	3	4
3	Es importante el uso de las herramientas digitales en su gestión laboral diaria	87	1	5	4	3
4	Considera usted que las herramientas digitales pueden mejorar sus procesos de atención	1	88	3	5	3
5	Cree usted que es importante el uso de las herramientas digitales para comunicarse con los usuarios	90	0	4	3	3
6	Contar con herramientas digitales mejora la relación de la entidad con los usuarios	2	88	4	5	1
7	El uso de las herramientas digitales permite a la entidad reconocer el problema técnico del servicio antes que ocasione daños materiales a los usuarios	27	26	14	18	14

Fuente: Datos SPSS vr.26 aplicación de encuesta.

Según la Tabla 2 revela que la percepción de los trabajadores de la EPS Marañón S.A., con respecto a la importante de que conozcan los usuarios sobre los canales digitales que la entidad utiliza alcanzó un 87% en el nivel nunca, seguido por el uso de los canales tradicionales alcanzó un 90% en el nivel nunca, asimismo, sobre las redes sociales alcanzó un 90% en el nivel casi nunca, seguidamente que sobre sí es relevante que cuenten con equipo de personas que brinden soporte en los canales digitales alcanzó un 90% en el nivel a veces, seguidamente se tiene sobre el uso de los canales digitales para compartir comunicados alcanzó un 88% en el nivel a veces, por último se tiene que sí los canales digitales permiten una atención oportuna hacia los usuarios, alcanzando un 86% en el nivel nunca. Revelando que la empresa no considera importante que los trabajadores y usuarios no tomen conocimiento sobre los canales digitales que la empresa posee, utilizando deliberadamente los canales tradicionales, trayendo a la entidad gastos elevados sin ningún resultado positivo, ocasionando que los comunicados que la entidad transmite sobre cortes de servicio por problemas de cambio climático los usuarios no se enteren en su debido momento, ocasionando que los reclamos aumenten y con ello la insatisfacción sobre el servicio.

Tabla 2. Canales digitales.

N°	Dimensión 2. Canales digitales	Porcentajes				
		N	CN	AV	CS	S
1	Considera importante que los trabajadores y usuarios conozcan sobre los canales digitales que utiliza la entidad en los procesos administrativos	87	1	5	3	4
2	Considera importante utilizar los canales tradicionales como la TV, Radio o periódicos para publicar comunicados sobre las actividades programadas	90	1	4	4	1
3	Cree usted que las redes sociales permiten el reconocimiento de la entidad	0	90	5	1	4
4	Considera relevante contar con un equipo de personas que brinden soporte en los canales digitales no tradicionales como el marketing digital	0	2	90	3	5
5	Usaría los canales digitales para compartir comunicados sobre el corte de servicio	1	2	88	4	5
6	Considera usted que los canales digitales permiten dar una atención oportuna a los requerimientos de los ciudadanos	86	2	4	4	4

Fuente: Datos SPSS vr.26 aplicación de encuesta.

Analizar la calidad de servicio en atención de reclamos a usuarios de la EPS Marañón S.A. Jaén.

Según la Tabla 3, revela que la percepción de los trabajadores de la EPS Marañón S.A., sobre el resguardo de los datos personales de los usuarios obtuvo un 91% en el nivel a veces, seguidamente se tuvo sobre sí la información brindada a los usuarios es clara obtuvo un 88% en el nivel a veces, asimismo, se obtuvo sobre si dentro de la entidad se inspira confianza obtuvo un 90% en el nivel casi nunca, por último se obtuvo sobre si se cuenta con personal calificado en informar y orientar a los usuario, alcanzando un 91% en el nivel a veces. Revelando que los trabajadores en algunas ocasiones brindan una atención clara y precisa a los usuarios, asimismo, se evidenció que algunos empleados están calificados para informar y orientar a los usuarios.

Tabla 3. Seguridad.

N°	Dimensión 2. Canales digitales	Porcentajes				
		N	CN	AV	CS	S
1	La entidad demuestra respeto con respecto al resguardo de sus datos personales	1	0	91	4	4
2	La información brindada por parte del personal respecto a la atención prescrita, es clara	0	2	88	5	5
3	El personal que lo atiende le inspira confianza	0	90	4	1	5
4	El servicio cuenta con personal calificado para informar y orientar a los usuarios	0	3	91	2	4

Fuente: Datos SPSS vr.26 aplicación de encuesta.

Según la Tabla 4, revela que la percepción de los trabajadores de la EPS Marañón S.A., en relación a la ubicación del libro de reclamaciones, alcanzó un 87% en el nivel casi nunca, seguidamente se obtuvo sí el tiempo que se brinda a los usuarios es necesario obtuvo un 91% en el nivel a veces, por último, se obtuvo que si es que dentro de la entidad se atiende a los usuarios de forma cortés alcanzó un 25% en el nivel nunca. Revelando que la entidad en algunas ocasiones coloca el libro y buzón de reclamos a la vista de los usuarios, asimismo, en algunas oportunidades el gerente otorga un tiempo prudente para atender las sugerencias y reclamos de los usuarios, atendiendo de forma cortés y paciente.

Tabla 4. Seguridad.

N°	Dimensión 2. Canales digitales	Porcentajes				
		N	CN	AV	CS	S
1	Considera que el lugar donde colocan los reclamos está a la vista de todos los usuarios	0	87	5	3	5
2	El tiempo para su atención es el necesario	0	1	91	3	5
3	Fue atendido de forma cortés por el personal	25	23	17	17	18

Fuente: Datos SPSS vr.26 aplicación de encuesta.

Según la Tabla 5, revela que la percepción de los trabajadores de la EPS Marañón S.A., sobre sí el historial de pagos se encuentran actualizados en la base de datos alcanzó un 91% en el nivel a veces, seguidamente se obtuvo que la empresa cuenta con personal técnico disponible para atender los problemas que aquejan los servicios, alcanzando un 87% en el nivel casi nunca, del mismo modo, sobre la solución de problemas alcanzó un 88% en el nivel casi nunca y por último tenemos sobre sí la atención que se da en la empresa es de acuerdo al orden de llegada alcanzó un 87% en el nivel casi nunca. revelando que la institución en algunas ocasiones posee un historial de pagos actualizado, asimismo, que en algunas oportunidades mantiene disponible a personal técnico para atender los reclamos por el deficiente servicio de agua en los domicilios de los usuarios, solucionando en algunas ocasiones el problema.

Tabla 5. Fiabilidad.

N°	Dimensión 2. Canales digitales	Porcentajes				
		N	CN	AV	CS	S
1	Su historial de pagos se encuentra actualizado en la base de datos	0	1	91	3	5
2	Hay disponibilidad de personal técnico para que puedan acudir a su domicilio a atender algún problema de los servicios	1	87	4	5	3
3	El profesional que lo atendió se interesó en solucionar su problema	0	88	5	3	4
4	Fue atendido sin diferencia alguna con relación a las otras personas que llegaron a la empresa y respetando el orden de llegada	1	87	4	5	3

Fuente: Datos SPSS vr.26 aplicación de encuesta.

Según la Tabla 6, revela que la percepción de los trabajadores de la EPS Marañón S.A., con respecto a la atención al usuario fuera de motivo de consulta alcanzó un 87% en el nivel nunca, asimismo, con el tema del trato con amabilidad, respeto y paciencia alcanzó un 87% en el nivel nunca, por último, sobre si la explicación que le brindaron fue comprendida obtuvo un 87% en el nivel nunca. Revelando que algunos trabajadores de la institución no otorgan el tiempo necesario para atender las consultas de los usuarios, porque el personal no trata con amabilidad, respeto y paciencia a los usuarios y sobre todo porque no se interesan en que los usuarios hayan comprendido las explicaciones dadas sobre el problema del servicio que presentan los ciudadanos.

Tabla 6. Empatía

N°	Dimensión 2. Canales digitales	Porcentajes				
		N	CN	AV	CS	S
1	El personal de atención al usuario le brinda el tiempo necesario para preguntas fuera del motivo de su consulta	87	1	4	5	3
2	El personal del servicio lo trata con amabilidad, respeto y paciencia	87	0	4	5	4
3	Comprendió la explicación que le brindaron sobre su problema de su servicio	87	1	7	0	5

Fuente: Datos SPSS vr.26 aplicación de encuesta.

Según la Tabla 7, revela que la percepción de los trabajadores de la EPS Marañón S.A., sobre si la sala de espera se encuentra limpia y es cómoda alcanzó un 87% en el nivel nunca, con respecto si el área técnica cuenta con herramientas y equipos necesarios para la atención alcanzó un 87% en el nivel nunca y por último si la señalización de lugares seguros dentro de la entidad es visible alcanzó un 90% en el nivel casi nunca. Revelando que la institución no cuenta con los ambientes limpios y cómodos, porque el área técnica no cuenta con las herramientas y equipos necesarios para brindar una eficiente atención a los usuarios, porque no existe una señalización correcta y adecuada de los lugares seguros en caso de algún problema imprevisto dentro de las instalaciones de la empresa.

Tabla 7. Tangible.

N°	Dimensión 2. Canales digitales	Porcentajes				
		N	CN	AV	CS	S
1	La sala de espera se encuentra limpia y es cómoda	87	3	4	1	5
2	El área técnica cuenta con las herramientas y equipos necesarios para su atención	87	1	5	1	5
3	La señalización de los lugares seguros dentro de la empresa es visible por los usuarios	0	90	2	4	4

Fuente: Datos SPSS vr.26 aplicación de encuesta.

Discusión

Con respecto al objetivo sobre el análisis para la construcción de diseño sobre modelo de gestión digital que contribuya a la calidad de servicio en atención de reclamos a usuarios de la EPS Maraón S.A. Jaén. Para la gestión digital se consideró el aporte de Senyo et al., (2021), donde revela que es la que provee a las organizaciones de una estupenda herramienta que les permite conocer lo que está aconteciendo en el campo de acción de la misma.

Los resultados alcanzados en esta variable evidenciaron que al aplicar la propuesta se mejora considerablemente la calidad de servicio en la atención del usuario, permitiendo a la institución demostrar que le importa el bienestar común de cada uno de los ciudadanos que hacen uso de sus servicios, asimismo, permite a los empleados y autoridades ser más eficientes en la ejecución de sus labores cotidianas, permitiendo a la entidad alcanzar sus objetivos estratégicos planteados en el Plan Estratégico Institucional - PEI.

Con estos resultados, se evidencia que la gestión digital es esencial para todo tipo de organizaciones, porque les permite estar en tiempo real con cada uno de sus usuarios o clientes, porque a través de las herramientas digitales y los canales virtuales, se conoce en poco tiempo el nivel de satisfacción de las personas que consumen nuestros productos o utilizan nuestros servicios.

Con respecto a la teoría de la variable calidad de servicio, se tomó en cuenta el aporte de Devarasetty y Reddy (2021), donde mencionan que es el nivel de cumplimiento de las expectativas de los clientes que consigue los productos o servicios que la organización ofrece.

Los resultados que se alcanzaron en la variable calidad de servicio, demostraron que los mismos empleados aceptan que la entidad no se preocupa en ofrecer y brindar una calidad de servicio en la atención, dejando de lado los intereses de los ciudadanos y solo preocupándose por los intereses políticos y personales, siendo necesario que la propuesta

planteada sea ejecutada de manera inmediata que permite evidenciar las restricciones y con ello puedan tomar mejores decisiones.

Con respecto al primer objetivo específico: Diagnosticar el estado de la gestión digital en atención de reclamos a usuarios de la EPS Marañón S.A. Jaén. Se consideró el aporte teórico de Agostino et al., (2021), porque la define como la estrategia de transformación estructurada que permite a la empresa tomar acción de las iniciativas tomadas en un determinado tiempo, que está compuesta por herramientas digitales y canales digitales. Con respecto a las herramientas digitales Wichmann et al., (2020), la define como los paquetes informáticos que se encuentran en dispositivos electrónicos y en computadoras, teniendo como finalidad facilitar las tareas de la vida cotidiana de acuerdo a la necesidad de la organización.

Tomando en cuenta el segundo objetivo específico: Analizar la calidad de servicio en atención de reclamos a usuarios de la EPS Marañón S.A. Jaén. Para este punto se consideró el aporte teórico de Regencia y Yu (2021), donde menciona que la calidad de servicio es la percepción que los compradores poseen acerca del producto que comercializa o de los servicios que se ofrece en la entidad, debiendo siempre actuar con seguridad y empatía, con fiabilidad, manteniendo un alto nivel de capacidad de respuesta en beneficio de los clientes y que los elementos tangibles sean los mejores en beneficio de los compradores.

CONCLUSIONES

La gestión digital, presenta demasiadas deficiencias, siendo el factor principal que afecta directamente a la calidad de servicio en la atención que se brinda a los usuarios.

Asimismo, las herramientas digitales revelan que la percepción de los trabajadores de la EPS Marañón S.A., con respecto al logro de objetivos alcanzó un 88% en el nivel nunca, en la importancia de contar con un software profesional alcanzó un 87% en el nivel nunca, con respecto al uso de las herramientas digitales obtuvo un 87% en el nivel nunca, con respecto a que las herramientas digitales permiten mejorar los procesos de atención alcanzó un 88% en el nivel casi nunca, sobre la importancia del uso de herramientas digitales para comunicarse con los usuarios alcanzó un 90% en el nivel nunca, con respecto sí las herramientas digitales mejora la relación de la entidad con los usuarios un 88% en el nivel casi nunca. Con respecto a la dimensión canales digitales, con respecto a la importante de que conozcan los usuarios sobre los canales digitales que la entidad utiliza alcanzó un 87% en el nivel nunca, por el uso de los canales tradicionales alcanzó un 90% en el nivel nunca, sobre las redes sociales alcanzó un 90% en el nivel casi nunca.

La dimensión seguridad, alcanzó en el resguardo de los datos personales de los usuarios obtuvo un 91% en el nivel a veces, sobre sí la información brindada a los usuarios es clara obtuvo un 88% en el nivel a veces, sobre si dentro de la entidad se inspira confianza obtuvo un 90% en el nivel casi nunca, sobre si se cuenta con personal calificado en informar y orientar a los usuarios, alcanzando un 91% en el nivel a veces. Con respecto a la dimensión capacidad de respuesta, en relación a la ubicación del libro de reclamaciones, alcanzó un 87% en el nivel casi nunca, en sí el tiempo que se brinda a los usuarios es necesario obtuvo un 91% en el nivel a veces, si es que dentro de la entidad se atiende a los usuarios de forma cortés alcanzó un 25% en el nivel nunca. Con respecto a la dimensión fiabilidad, sobre sí el historial de pagos se encuentran actualizados en la base de datos alcanzó un 91% en el nivel a veces, sí la empresa cuenta con personal técnico disponible para atender los problemas que aquejan los servicios, alcanzando un 87% en el nivel casi nunca, sobre la solución de problemas alcanzó un 88% en el nivel casi nunca, sobre sí la atención que se da en la empresa es de acuerdo al orden de llegada alcanzó un 87% en el nivel casi nunca. En relación a la dimensión empatía, en la atención al usuario fuera de motivo de consulta alcanzó un 87% en el nivel nunca, con el tema del trato con amabilidad, respeto y paciencia alcanzó un 87% en el nivel nunca, sobre si la explicación que le brindaron fue comprendida obtuvo un 87% en el nivel nunca.

REFERENCIAS

- Agostino, D., Arnaboldi, M., y Díaz, M. (2021). New development: COVID-19 as an accelerator of digital transformation in public service delivery. *Public Money & Management*, 41(1), 62-72. <https://doi.org/10.1080/09540962.2020.1764206>
- Anton, S. (2021). The impact of temperature increase on firm profitability. Empirical evidence from the European energy and gas sectors. *Applied Energy*, 295(1), 1-9. <https://doi.org/10.1016/j.apenergy.2021.117051>
- Arango, I. (2021). Oportunidades para la transformación digital de la cadena de suministro del sector bananero basado en software con inteligencia artificial. *Revista Politécnica*, 17(33), 47-63. <http://dx.doi.org/10.33571/rpolitec.v17n33a4>
- Blanco, I., Fernández, L., y Suárez, R. (2020). *Vulnerabilidad y cultura digital riesgos y oportunidades de la sociedad hiperconectada*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=774024>
- Breit, E., Egeland, C., Loberg, I., y Rohnebaek, M. (2020). Digital coping: How frontline workers cope with digital service encounters. *Social Policy & Administration*, 55(5), 833-847. <https://doi.org/10.1111/spol.12664>
- Criado, J. (2021). Digital Public Administration in Latin America: Digitalization, Public Innovation, and the Future of Technologies in the Public Sector. *The Emerald Handbook of Public Administration in Latin America*, 1(1), 343-374. <https://doi.org/10.1108/978-1-83982-676-420201014>
- Devarasetty, P., y Reddy, S. (2021). Genetic algorithm for quality of service based resource allocation in cloud computing. *Evolutionary Intelligence*, 14(1), 381-387. <https://doi.org/10.1007/s12065-019-00233-6>

- Fernandes, T., y Oliveira, E. (2021). Understanding consumers' acceptance of automated technologies in service encounters: Drivers of digital voice assistants adoption. *Journal of Business Research*, 122(1), 180-191. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.08.058>
- Fernández, J. (2021). El gobierno electrónico como espacio de paradiplomacia en Oaxaca y Puebla. *OASIS*, 33(1), 193-222. <https://doi.org/10.18601/16577558.n33.11>
- Feroz, A., Khoja, A., y Saleem, S. (2021). Equipping community health workers with digital tools for pandemic response in LMICs. *Arch Public Health*, 79(1), 1-12. <https://doi.org/10.1186/s13690-020-00513-z>
- Gronholdt, L. (2021). Chapter 8: Digital Customer Experience: An Emerging Theme in Customer Service Excellence [Capítulo 8: Experiencia digital del cliente: Un tema emergente en la excelencia del servicio al cliente]. *Sustainability*, 12(1), 143-152. https://doi.org/10.1142/9789811230356_0008
- Hagelstein, J., Einwiller, S., y Zeffass, A. (2021). The ethical dimension of public relations in Europe: Digital channels, moral challenges, resources, and training. *Public Relations Review*, 47(4), 1-9. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2021.102063>
- Hernández, Y., Rivas, R., y Feliu, V. (2020). Control automático de la distribución de agua en sistemas de riego: revisión y retos. *Ingeniería Electrónica, Automática y Comunicaciones*, 41(2), 80-97. <http://scielo.sld.cu/pdf/eac/v41n2/1815-5928-eac-41-02-80.pdf>
- Hu, K., Allon, G., y Bssamboo, A. (2021). Understanding Customer Retrials in Call Centers: Preferences for Service Quality and Service Speed. *Manufacturing & service operations management*, 1(1), 1-9. <https://doi.org/10.1287/msom.2021.0976>
- Kaur, S., Hassan, M., y Emran, M. (2021). Adoption of digital banking channels in an emerging economy: exploring the role of in-branch efforts. *Journal of Financial Services Marketing*, 26(1), 107-121. <https://doi.org/10.1057/s41264-020-00082-w>
- Krotel, S. (2021). Digital Communication of Public Service Information and its Effect on Citizens' Perception of Received Information. *International Journal of Public Administration*, 44(2), 132-145. <https://doi.org/10.1080/01900692.2019.1672182>
- Marchesi, A., Tedesco, J., y Coll, C. (2021). *Calidad, equidad y reformas en la enseñanza*. <https://www.oei.es/uploads/files/consejo-asesor/DocumentacionComplementaria/Profesion-Docente/2009-Metas-Calidad-Equidad-y-reformas.pdf>
- Merino, M., Rosado, J., y García, F. (2020). La Cultura de las Organizaciones en la Era de la Digitalización. *Prisma social*, 1(1), 1-16. <https://revistaprismasocial.es/issue/view/194>
- Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego [MDAR]. (2021). *Opinión favorable al Recurso de Reconsideración contra la Resolución Directoral N00066-2021-SENACE-PEDEAR que declaró la No Conformidad del Informe Técnico Sustentatorio del Proyecto de Modificación de la Ubicación Líneas de Flujo y Vías de Acceso de 14*. <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1996572/Informe%20T%C3%A9cnico%20N%C2%B0200001-2021-ANA-DCERH-LACV.pdf>
- Nugra, M., Illescas, W., Cuadros, P., y Valdivia, R. (2021). Turismo minero en Yanacocha: Una alternativa de desarrollo para la región de Cajamarca-Perú. *Revista de Ciencias Sociales*, 27(1), 278-289. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/rcs/index>
- OCDE. (2018). *Una relación de beneficio mutuo*. <https://www.oecd.org/latin-america/countries/peru/peru-y-la-ocde.htm>
- Ortega, J., Lourenco, F., González, S., y Campos, F. (2021). Estudio sobre la calidad percibida de los usuarios de fitness a partir de sus características y preferencias según sexo y edad. *Retos*, 1(39), 477-482. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7602498>

- Pincheira, M., Vecchio, M., Giaffreda, R., y Kanhere, S. (2021). Cost-effective IoT devices as trustworthy data sources for a blockchain-based water management system in precision agriculture. *Computers and Electronics in Agriculture*, 180(1), 1-14. <https://doi.org/10.1016/j.compag.2020.105889>
- Puican, V. H. (2021). Percepción de la calidad de servicio de los usuarios de las entidades públicas de la ciudad de Jaén. *Ciencia Latina*, 5(4), 4707-4719. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i4.651
- Quintana, A. (2020). Comunicación digital y ONG: disputa entre la cultura organizacional, el discurso transformador y el fundraising. *Prisma social: Revista de investigación social*, 1(29), 58-79. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7470986>
- Rahman, D., Malik, I., Ali, S., y Iqbal, J. (2021). Do co-opted boards increase insider profitability? *Journal of Contemporary Accounting & Economics*, 17(3), 1-9. <https://doi.org/10.1016/j.jcae.2021.100265>
- Regencia, J., y Yu, W. (2021). Latency and Throughput Advantage of Leaf-Enforced Quality of Service in Software-Defined Networking for Large Traffic Flows. *Lecture Notes in Networks and Systems*, 285(1), 606-623. https://doi.org/10.1007/978-3-030-80129-8_43
- Salvador, Y., Llanes, M., y Suárez, M. (2020). Transformación digital en la administración pública ejes y factores esenciales. *Avances*, 22(4), 590-602. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7925389>
- Senyo, P., Effah, J., y Osabutey, L. (2021). Digital platformisation as public sector transformation strategy: A case of Ghana's paperless port. *Technological Forecasting and Social Change*, 162(1), 1-14. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120387>
- Slimani, S., Hamrouni, T., y Ben, F. (2021). Service-oriented replication strategies for improving quality-of-service in cloud computing: a survey. *Cluster Computing*, 24(1), 261-392. <https://doi.org/10.1007/s10586-020-03108-z>
- Sugiarto, S., y Octaviana, V. (2021). Service Quality (SERVQUAL) Dimensions on Customer Satisfaction: Empirical Evidence from Bank Study. *Golden Ratio*, 1(2), 93-106. <https://doi.org/10.52970/grmapb.v1i2.103>
- SUNASS. (2021). Evaluación de la solicitud de no incorporación de la pequeña ciudad de Cacatachi al ámbito de responsabilidad de una EPS. <https://www.sunass.gob.pe/wp-content/uploads/2021/03/010-INFORME-CACATACHI.pdf>
- Supo, E. (2021). Gestión del docente e-competente y calidad del servicio educativo no presencial en el nivel secundario de la UGEL La Unión, Arequipa – 2020. [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/58134>
- Toala, L., y Hinojosa, M. (2021). Análisis del nivel de satisfacción del cliente en relación a la calidad de servicio de un hotel situado en el centro de la ciudad de Guayaquil - Ecuador. *Dominio de las ciencias*, 7(3), 145-162. <http://dx.doi.org/10.23857/dc.v7i3.1986>
- Tolstolesova, L., Glukhikh, I., Yumanova, N., y Arzikulov, O. (2021). Digital Transformation of Public-Private Partnership Tools. *Journal of Risk and Financial Management*, 14(3), 1-16. <https://doi.org/10.3390/jrfm14030121>
- Vilca, C., Tantapoma, M., y Armas, M. (2021). Relación entre calidad de servicio y satisfacción de los clientes del Banco de la Nación, Perú. *Sciéndo*, 24(2), 103-108. <https://doi.org/10.17268/sciendo.2021.011>
- Vilca, M., Horna, N., Armas, M., Lewis, P., y Puican, V. (2021). Predict Quality of Service Using Artificial Intelligence System in Banking Sectors [Predecir la calidad del servicio mediante un sistema de inteligencia artificial en el sector bancario]. *Linguistica Antverpiensia*, 12(3), 2936-2945. <https://hivt.be/linguistica/index>
- Wang, X., Ma, J., Gao, J., Jiang, G., y Sun, Z. (2021). Review on water management methods for proton exchange membrane fuel cells. *International Journal of Hydrogen Energy*, 46(22), 1-9. <https://doi.org/10.1016/j.ijhydene.2020.06.211>

- Wichmann, J., WiBotzki, M., y Sandkuhl, K. (2020). Toward a Smart Town: Digital Innovation and Transformation Process in a Public Sector Environment. *Human Centred Intelligent Systems*, 189(1), 89-99. https://doi.org/10.1007/978-981-15-5784-2_8
- Xanthopoulou, S., Kessopoulou, E., & Tsiotras, G. (2021). KM tools alignment with KM processes: the case study of the Greek public sector. *Knowledge Management Research & Practice*, 1(1), 1-9. <https://doi.org/10.1080/14778238.2021.1882891>
- Yasin, H., Zeebaree, S., Sadeeq, M., Ameen, S., Ibrahim, I., Zebari, R., Sallow, A. (2021). IoT and ICT based Smart Water Management, Monitoring and Controlling System: A Review. *Asian Journal of Research in Computer Science*, 8(2), 42-56. [10.9734/ajrcos/2021/v8i230198](https://ajrcos/2021/v8i230198)
- Zouari, G., y Abdelhedi, M. (2021). Customer satisfaction in the digital era: evidence from Islamic banking [La satisfacción del cliente en la era digital: datos de la banca islámica]. *Innov Entrep*, 10(9), 1-18. <https://doi.org/10.1186/s13731-021-00151-x>