



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN INGENIERÍA DE SISTEMAS CON MENCIÓN EN TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN

Chatbot y su incidencia en el proceso de atención al usuario en un
hospital público Lima, 2022

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
MAESTRO EN INGENIERÍA DE SISTEMAS CON MENCIÓN EN
TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN

AUTOR:

Sulca Huacache, Carlos Edgar (orcid.org/0000-0003-4754-610X)

ASESOR:

Dr. Visurraga Agüero, Joel Martin (orcid.org/0000-0002-0024-668X)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Sistemas de Información y Comunicaciones

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA — PERÚ

2022

Dedicatoria

Dedico con todo mi corazón esta investigación a mi madre, a mi esposa y mis hijos, Que siempre estuvieron conmigo brindándome ánimo en los momentos más difíciles en este largo camino. A nuestros maestros que nos brindaron todos sus conocimientos, apoyo sabiduría y confianza.

Agradecimiento

A dios sobre todas las cosas por darme fortaleza en este largo camino. A la universidad por la oportunidad de poder adquirir nuevos conocimientos y a nuestros docentes, que con sus amplios conocimientos, profesionalismo y exigencias; nos ha permitido conocer más a fondo la realidad de la tecnología actual.

Índice de contenidos

	Página
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de gráficos y figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III. METODOLOGÍA	17
3.1. Tipo y diseño de investigación	17
3.2. Variables y operacionalización	18
3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis	19
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	21
3.5. Procedimientos	24
3.6. Método de análisis de datos	24
3.7. Aspectos éticos	25
IV. RESULTADOS	27
V. DISCUSIÓN	42
VI. CONCLUSIONES	49
VII. RECOMENDACIONES	51
REFERENCIAS	53
ANEXOS	

Índice de tablas

	Pagina	
Tabla 1	Caracterización de la población	19
Tabla 2	Caracterización de la muestra	20
Tabla 3	Ficha técnica de instrumento de recolección datos	22
Tabla 4	Valides del instrumento de recolección de datos	23
Tabla 5	Análisis del nivel de confiabilidad a través del alfa de Cronbach	24
Tabla 6	Tabla cruzada V1 – chatbot * V2 – proceso de atención al usuario	26
Tabla 7	Tabla cruzada V1 – Chatbot * D1V2 – Atención Recibida	27
Tabla 8	Tabla cruzada V1 – Chatbot * D2V2 – Calidad de Atención	28
Tabla 9	Tabla cruzada V1 – Chatbot * D3V2 – Proceso Estratégico	30
Tabla 10	Modelo de información sobre el ajuste de verosimilitud sobre la variable chatbot y proceso de atención al usuario	33
Tabla 11	Bondad de ajuste de la incidencia de la variable chatbot y proceso de atención al usuario	33
Tabla 12	Pseudo R Cuadrado de la incidencia de la variable chatbot con el proceso de atención al usuario	33
Tabla 13	Estimaciones de los parámetros de incidencia de la variable chatbot con la variable proceso de atención al usuario.	34
Tabla 14	Modelo de información sobre el ajuste de verosimilitud sobre la variable chatbot en la dimensión atención recibida	34
Tabla 15	Bondad de ajuste de la incidencia de la variable chatbot en la dimensión atención recibida	34
Tabla 16	Pseudo R Cuadrado de la incidencia de la variable chatbot en la dimensión atención recibida	34
Tabla 17	Estimaciones de los parámetros de incidencia de la variable chatbot en la dimensión atención recibida	35

Tabla 18	Modelo de información sobre el ajuste de verosimilitud de la variable chatbot en la dimensión calidad de atención	36
Tabla 19	Bondad de ajuste de la incidencia de la variable chatbot en la dimensión calidad de atención	36
Tabla 20	Pseudo R Cuadrado de la incidencia de la variable chatbot en la dimensión calidad de atención	37
Tabla 21	Estimaciones de los parámetros de incidencia de la variable chatbot y la dimensión calidad de atención.	37
Tabla 22	Modelo de información sobre el ajuste de verosimilitud sobre la variable chatbot y la dimensión proceso estratégico	38
Tabla 23	Bondad de ajuste de la incidencia de la variable chatbot y la dimensión proceso estratégico	38
Tabla 24	Pseudo R Cuadrado de la incidencia de la variable chatbot en la en la dimensión proceso estratégico	39
Tabla 25	Estimaciones de los parámetros de incidencia de la variable chatbot en la dimensión proceso estratégico.	39

Índice de figuras

	Pagina
Figura 1 Histograma V1 Chatbot * V2 – Proceso de atención al usuario	26
Figura 2 Histograma V1 Chatbot*D1V2 – Atención Recibida	27
Figura 3 Histograma V1 Chatbot *D2V2 – Calidad de atención	29
Figura 4 Histograma V1 Chatbot *D3V2 – Proceso estratégico	30

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo principal determinar la incidencia del chatbot en el proceso de atención al usuario en un hospital público Lima, 2022; Para lo cual se empleó el tipo de investigación básica, basado en un diseño no experimental, con corte transversal y con nivel correlacional causal. La muestra de estudio estuvo representada por 285 usuarios atendidos en el hospital. Como técnica de estudio se utilizó la encuesta y como instrumento de estudio se utilizó un cuestionario de 36 preguntas, la misma que fueron validadas por el juicio de tres expertos, misma que fue catalogado con opinión favorable, así también se midió la confiabilidad, considerado dentro del nivel excelente.

Por otro lado, para el análisis de los resultados descriptivos de uso se utilizaron las tablas cruzadas con la finalidad de interpretar el nivel de relación entre ambas variables. Por otro lado, para el análisis del resultado estadístico inferencial, se utilizó la tabla de regresión logística ordinal, la misma que concluyó indicando que la variable independiente chatbot incide significativamente en relación con la variable proceso de atención al usuario en un hospital público Lima 2022.

Palabras clave: Chatbot, Proceso de atención al usuario, sistema de información.

Abstract

The main objective of this research was to determine the incidence of the chatbot in the user service process in a public hospital in Lima, 2022; For which the type of basic research was used, based on a non-experimental design, with a cross-section and with a causal correlational level. the study sample was represented by 285 users treated at the hospital. as a study technique the survey was used and as a study instrument a questionnaire of 36 questions was used, the same that were validated by the judgment of three experts, the same that was cataloged with a favorable opinion, as well as reliability was measured, considered within of the excellent level; on the other hand, for the analysis of the descriptive results I use cross tables in order to interpret the level of relationship between both variables.

On the other hand, for the analysis of the inferential statistical result, the ordinal logistic regression table was used, which concluded by indicating that the chatbot independent variable has a significant impact in relation to the user care process variable in a Lima 2022 public hospital.

Keywords: Chatbot, Customer service process, information system.

I. INTRODUCCIÓN

En los últimos tiempos el mundo ha evidenciado que las tecnologías de las comunicaciones han tenido un gran realce en la composición de nuevas alternativas de solución dirigida hacia las organizaciones, instituciones y usuarios finales; es así que, en el área de la salud, el proceso de atención que se le brinda al usuario final muestra nuevos cambios en el modo de interacción entre el especialista en la salud con su paciente. A razón de la enfermedad del COVID 19 que azoto y viene azotando a la población en todas partes del mundo, específicamente al minimizar el uso de nuestras actividades con normalidad y como consecuencia ha obligado a las personas a quedarse en sus casas por el temor a ser contagiado; la aparición de nuevos modelos asistenciales con nuevos procedimientos supone una colaboración entre los operadores de la salud y los diversos usuarios; utilizando elementos electrónicos para facilitar el necesario control sobre el proceso de la atención para mejorar la continuidad, adherencia al tratamiento, evitar eventos adversos y cuantificación económica de los costes sanitarios.

A nivel mundial la inteligencia artificial busca afianzar un lugar importante en el sector salud; en los hospitales públicos sigue habiendo un problema de salud pública de gran envergadura, específicamente en aquellos países donde existe índices altos de pobreza; existe una brecha extensa de alcanzar resultados favorables, en cuanto a mejorar los procesos de atención dirigida especialmente a las instituciones públicas; ya que para nadie es secreto de las grandes falencias que muestran las instituciones públicas ya sea en infraestructura y la carencia en brindar una calidad de atención acorde a las necesidades del usuario, esta problemática ha generado nuevas alternativas u opciones que sirven de soporte a los expertos de la salud en hallar algunas enfermedades y mejorar los proceso entre un paciente u otro. Implementando el uso de plataformas digitales en los hospitales públicos, que busca aliviar la recarga laboral de los profesionales de la salud; plasmando un triaje que determine el grado de emergencia de un usuario, para minimizar el aforo en los establecimientos de salud.

según Jimenez et al. (2020) Manifiesta que con el software chatbot adherido a los procesos de atención se busca simular la labor de un profesional de salud interactuando de manera virtual, temas precisos y naturales en sus respuestas generando una experiencia distinta a lo habitual.

En nuestro país el proceso de atención que se viene brindando a los usuarios en cada uno de los hospitales, aún no se ha logrado cubrir todas las necesidades de los clientes; no hay interés por parte del gobierno en adherir en los hospitales públicos los beneficios que trae la inteligencia artificial; con el fin de optimizar los métodos en la atención de la salud, y a consecuencia de la pandemia, los hospitales y el personal de salud fueron las que más carga laboral tuvieron, así como la falta de personal de salud y las carencias que existen en los recursos básicos que hay en los hospitales; actualmente se vienen realizando propuestas en implementar el uso de chatbot en las plataformas de los hospitales públicos, con el fin de optimizar la calidad en la atención de la salud mediante la interacción de un asistente virtual que resuelva malestares y dudas en los usuarios y de esta manera logre mejorar los procesos de atención, así también que permita aliviar las grandes aglomeraciones de usuarios que acuden a cada uno de los nosocomios de nuestro país; solo algunas instituciones privadas ya cuentan con la integración del chatbot en sus plataformas, pero no abarca todas las necesidades del usuario; En tal sentido Ángeles (2020) manifiesta que para preservar la eficacia en los procesos de atención de salud al usuario, es necesario innovar nuevos métodos que garanticen la satisfacción del usuario basado en pruebas científicas.

Actualmente la institución hospitalaria de nivel público cuenta con 42 especialidades que atiende a diario a los usuarios las 24 horas del día; tal es así que se viene brindando servicios de salud de modo remoto y presencial, la carencia de personal de salud minimiza el brindar una buena calidad de atención, en especial en el área de emergencia donde a diario se observa gran afluencia de público. Los índices estadísticos indican que hay una brecha por cubrir en cuanto a lograr una calidad de

atención a los usuarios del día a día , así mismo el área de tecnología de la información (TI) a través de su plataforma digital que ofrece información a los usuarios no es de mucha ayuda, ya que su plataforma esta desactualizada, por otro lado el tiempo de espera que se da de manera presencial para cada atención crea malestar a cada usuario por la gran demanda de pacientes que hay en la actualidad, no se logra despejar todas las dudas que tiene cada paciente y no se realiza un buen diagnóstico acerca de su enfermedad, así mismo el personal de salud está expuesto al contagio de covid-19, ya que muchas veces se deja de lado el distanciamiento social, sin mencionar que muchas veces los pacientes de la tercera edad llegan desde tan lejos a tener que madrugar para conseguir una cita médica. En tal sentido se propone implementar en la plataforma de la institución, el uso de un asistente virtual (chatbot) que funcione las 24 horas del día, con la finalidad que interactúe con los usuarios y este enfocado en resolver sus problemas de salud, evitando que vengan al hospital por problemas simples que se puedan resolver vía web.

De esta manera indicado la problemática de la institución se plantea como problema general: ¿De qué manera el chatbot incide en el proceso de atención al usuario en un hospital público Lima 2022? De la misma manera se planteó como problemas específicos: (1) ¿De qué manera el chatbot incide en la dimensión atención recibida en el proceso de atención al usuario en un hospital público Lima 2022?; (2) ¿De qué manera el chatbot incide en la dimensión calidad de atención en el proceso de atención al usuario en un hospital público Lima, 2022?; (3) ¿De qué manera el chatbot incide en la dimensión proceso estratégico en el proceso de atención al usuario en un hospital público Lima 2022?

La investigación se justifica desde la perspectiva de mejorar los procesos de atención; de esta manera mediante la justificación epistemológica desde la perspectiva científica siguiendo el criterio del proceso de atención, la cual deriva de los métodos a seguir, mediante el cual se plantea las hipótesis a la investigación, con la finalidad de analizar la problemática, las cuales serán sometidos al análisis, desde el punto de vista teórico

nos permite darle más robustez a nuestra investigación y apoyándonos en autores e investigaciones ya realizadas que permitan darles viabilidad a las variables, con la finalidad de mejorar y dejar un buen aporte a futuras investigaciones; desde el enfoque práctico se procuró identificar si la tecnología de chatbot incide en el usuario final con la finalidad de conocer puntos vulnerables, así como sus fortalezas del nosocomio la cual busca mejorar los procesos incidiendo en los usuarios finales; y finalmente desde la perspectiva metodológica se planteó aplicar la metodología de correlación de variables de manera estadística y determinar la comparación entre las variables dependiente e independiente, que nos permita identificar si se acepta o rechaza la hipótesis. Para tal fin se manejó la técnica de la encuesta que nos permita obtener los datos a la investigación.

De esta manera se propone como objetivo general de la investigación: Determinar la incidencia del chatbot en el proceso de atención al usuario en un hospital público Lima,2022. De la misma manera se plantea como objetivos específicos: (1) Determinar la incidencia del chatbot en la dimensión atención recibida en el proceso de atención al usuario en un hospital público Lima,2022. (2) Determinar la incidencia del chatbot en la dimensión calidad de atención en el proceso de atención al usuario en un hospital público Lima,2022. (3) Determinar la incidencia del chatbot en la dimensión proceso estratégico en el proceso de atención al usuario en un hospital público Lima,2022.

Por otra parte, se propone como hipótesis general: El chatbot incide significativamente en el proceso de atención al usuario en un hospital público Lima 2022. De la misma forma se plantea como hipótesis específica: (1) El chatbot incide significativamente en la dimensión atención recibida en el proceso de atención al usuario en un hospital público Lima 2022. (2) El chatbot incide significativamente en la dimensión calidad de atención en el proceso de atención al usuario en un hospital público Lima 2022. (3) y por último El chatbot incide significativamente en la dimensión proceso estratégico en el proceso de atención al usuario en un hospital público Lima 2022.

II. MARCO TEÓRICO.

En cuanto a los antecedentes nacionales citamos a Lavalle (2021) en su tesis que tuvo como título chatbot a la metodología Xperience para la atención a clientes dirigida a una institución privada realizada en la universidad cesar vallejos, la cual planteo como objetivo optimizar atención a los clientes utilizando la metodología chatbot. Así mismo como metodología de la investigación, se utilizó el diseño experimental centrado en una investigación básica de tipo cuantitativo, concluyendo reducir el tiempo de espera de los clientes o usuarios, mejorando la calidad de atención.

Por otro lado, Huamaní & Meneses (2021) en su investigación que tuvo por nombre chatbot basado en Scrum para optimizar el desarrollo de la atención de clientes en una organización financiera realizado en la universidad autónoma del Perú, la cual se planteó como objetivo implementar chatbot para optimar el tiempo en la atención se sus clientes, en su investigación basado en el enfoque cuantitativo con diseño experimental-aplicada la cual utilizo la observación como técnica de estudio y como herramienta, la técnica de investigación documental la que concluyo como resultado que del promedio de atenciones antes de la implementación del chatbot era de 80.97% a la que después de la implementación tuvo un incremento de un 91.30% así mismo del promedio en lo que respecta al tiempo de atenciones por cliente era de 37 minutos a lo que se redujo a 25 minutos por cada cliente. Finalmente se indica el incremento de satisfacción por parte de los usuarios.

Por su parte, Mejía (2020) en su tesis de investigación que lleva por título implementación de un chatbot en mejoras del proceso de atención en el área de adquisiciones del aeropuerto del Perú realizado en la UPN, la cual se planteó como objetivo establecer el uso de chatbot en mejora del proceso de adquisición en el área de sistemas de los aeropuertos, Con la finalidad de mejorar los tiempos; la investigación asentada bajo el enfoque cuantitativo de tipo aplicada. Teniendo a la

encuesta como el uso de la técnica de estudio, de un antes y después y como instrumento de estudio se utilizó la entrevista, la cual concluye que hay una reducción significativa de un 97% en lo que refiere a la atención presencial en oficina, así mismo se incrementa el nivel de complacencia del personal en un 40%; finalmente se concluye que el chatbot si mejora los procesos de atención.

De la misma forma Condori (2017) en su estudio titulada desarrollo de un asistente virtual mediante la plataforma Facebook para mejorar la satisfacción en los clientes, realizado en la universidad privada de Tacna, Planteando como objetivo de la investigación desarrollar un asistente virtual con la finalidad de crear nuevas alternativas de atención hacia los clientes, basado en un enfoque cuantitativo con diseño experimental. Planteando como técnica de estudio a la encuesta y como instrumento de estudio el cuestionario. La cual se concluye indicando que hay una aceptación por parte de los usuarios que utilizan la plataforma.

Por último, Nuñez (2021) en su tesis titulada chatbot para optimizar el desarrollo de ventas en la empresa new oncean; investigación desarrollada en la universidad cesar vallejo, la cual se planteó como objetivo de la investigación mejorar el proceso de ventas en dicha empresa mediante vía telefónica y vía web; utilizando la metodología de tipo aplicada basado en un enfoque cuantitativo de tipo experimental, utilizando como instrumento de estudio la observación. La cual se concluye indicando que se cumple con el objetivo planteado, donde se refleja que se reduce el tiempo de espera mejorando, el índice de 688,64 segundos a 11,461 segundos; finalmente se comprueba que hay un incremento en la satisfacción al usuario final.

Por su parte en cuanto a los antecedentes internacionales, se citó a Romero et al. (2019) que en su tesis de investigación Impacto del chatbot en atención al cliente en la cooperativa de ahorro y crédito El Sagrario, realizado en la universidad regional autónoma de los andes, la cual se planteó como objetivo proponer el chatbot para el

mejoramiento en la atención a los usuarios utilizando como metodología el enfoque cuantitativo, la cual aplico su investigación bajo el enfoque bibliográfico basada en la premisa de revisión de artículos; por otro lado sostuvo una investigación de tipo descriptiva con la finalidad de determinar el efecto del chatbot sobre los usuarios, basado en la observación la cual se llegó a la conclusión que el 98.11% de los usuarios indican que la implementación del proyecto mejora el proceso de atención.

Por otra parte, Muñoz et al. (2020) en su tesis titulada Identificación de una herramienta tecnológica para brindar apoyo en el desarrollo asistencial a los servicios NP Medical IPS SAS, realizado en la universidad EAN la cual tuvo la finalidad de iniciar una evaluación de tecnología del mercado que acceda brindar ayuda en los servicios y/o productos brindados por Medical IPS, con la finalidad de minimizar la saturación en las líneas de teléfono; la cual utilizo la metodología basada en el enfoque cualitativo con diseño no experimental, concluyendo que a raíz de las diferentes falencias que presentaba la institución en lo que respecta a las pérdidas de llamadas que hacían un total de 22% de llamadas no atendidas generando pérdidas económicas, la que posteriormente a la implementación de las soluciones tecnológicas como el chatbot se busca otros canales de atención que optimice las consultas de los usuarios y así disminuir las llamadas perdidas.

Por otro lado, Florido (2020) en su investigación que llevo por título chatbot en el área de Siscom (SICOM), realizado en la universidad EAN, la cual planteó como objetivo de la investigación diseñar un prototipo de inteligencia artificial para la atención de los grupos de interés SICOM guiado desde el punto de vista cuantitativo y con diseño no experimental, como método de estudio la encuesta y como instrumento de medición se utilizó al cuestionario; la cual concluye que de las 9,910 personas que acudían a atenderse de manera presencial, luego de la implementación del asistente virtual se logró disminuir el aforo a 2,160 personas, finalmente se puede indicar que la implementación es viable para el min Tic.

De la misma forma Silva et. al. (2021) en su investigación cuyo título de su tema llevo por nombre implementación de chatbot para mejorar el servicio al cliente en las instituciones educativas superior durante el covid-19, la cual fue publicada en la revista journal of innovation-brasil, el cual planteó como objetivo presentar las soluciones de chatbot de atención al cliente implementadas en tres IES brasileñas, la misma que utilizo la metodología basado en el diseño experimental, la cual está basado en la recopilación de la información a través de entrevistas basado en la interacción, accesibilidad y entrenamiento; la misma que concluye con la aceptación por parte de los usuarios al reportarse mejoras en el proceso de atención al cliente, indicando que se disminuyó el número de atenciones de manera presencial, indicando que el chatbot resolvió las demandas almacenadas de manera rápida.

Finalmente, Shisong (2022) en su investigación titulada Diseño de servicio al cliente inteligente, centrado en responder a un escenario empresarial de System for Power basado en Tecnología de IA, publicado en la revista hindawi-china la cual tuvo como objetivo optimizar la calidad del servicio al usuario del negocio de la energía. Basado en la investigación experimental, muestra como conclusión que reduce la diferencia entre los datos problemáticos así mismo elimina los datos no validos simplificando el proceso de clasificación de datos.

Con relación a las teorías de la investigación que contribuya de manera significativa en darle mayor sustento a la investigación; la cual se indica en primer lugar a la teoría general de sistemas; a lo que Katrakazas et al. (2020) manifiesta lo planteado por LV Bertalanffy, el cual refiere que los sistemas facilitan una mejor comprensión con relación a los servicios prestados, orientado en poder definir la relación entre los individuos y la población ; la cual se expresa como un todo que funciona de manera intencional, generando resultados positivos o negativos; generando una base consistente para la toma de conclusiones. Lo que concuerda con Rousseau (2015) la que refiere que la GST considera un conjunto de modelos generales de sistema o

reglas universales que rigen los sistemas elementales que se relacionan entre sí para dimensionar un comportamiento que va desde lo más complejo a lo más habitual a partir de esta analogía busca acortar la brecha entre las disciplinas orientadas a sujetos; de la misma manera kolev (2020) indica que la GST pudieran aplicarse al campo de la medicina específicamente al ámbito biológico donde están incluidos los sistemas neuronales y cerebro. La que planteo como principio fundamental de los sistemas naturales; la que da inicio al estudio de los sistemas bajo un enfoque fisiológico. A lo que Gutiérrez (2020) refiere que la GST es un conjunto de relaciones vinculadas entre sí que giran alrededor de un objeto, la cual nos ayuda a comprender el entorno en que vivimos, la cual actuamos interactuando de manera constante para lograr objetivos planteados.

Como segunda teoría indicamos a la teoría del agente como base sólida para nuestra investigación, la cual se nombra a Gaviria et.al. (2016) que indica que existe una relación entre una y más personas, la cual cumplen la función de llevar a cabo un servicio mediante el cual ambos se benefician de ese servicio; donde la parte que se encarga de ejecutar el evento se denomina agente enmarcando que se aplica a todo de servicios en relación a una institución y su agente; por su parte Cristiano (2016) indica que los agentes concentran estructuras cognitivas que ponen en juego el pensamiento, cuya lógica contemplada en organizar una actividad imaginativa y creativa la cual remarca el contexto referencial resaltando que la teoría del agente principal refiere a un esquema abstracto en la que engloba a un subconjunto de mejoras en la comprensión de las organizaciones; para Kron et. al. (2020) la cual indica que la PAT es una distribución desigual que permite que el individuo no valore las acciones del agente limitando el esfuerzo agregado que produce la persona limitando en muchas acciones al poder intervenir en las decisiones que conllevan a la toma de decisiones; por otro lado, Méndez et al. (2017) define que es el interés de alcanzar el entendimiento del individuo e incluirlo en la toma de decisiones toda vez que el propósito no siempre se pueda coincidir ocasionando en muchas ocasiones conflictos en ambas partes; sin mencionar que en muchas ocasiones le es difícil para el principal saber lo que hace el agente entendiendo que cada uno tiene su propio propósito lo

que comprende conductas oportunistas con la finalidad de adquirir al beneficio para su interés.

En referencia a la descripción de la variable independiente chatbot mencionamos a Bonales et al. (2020) lo cual define que es un asistente virtual diseñados específicamente para mantener conversaciones altamente personalizadas con los usuarios, utilizando esquemas de diálogo preprogramados donde el cliente puede hacer uso de un lenguaje natural y evitan el congestionamiento de las redes de comunicación en plataformas virtuales; así mismo Jimenez et al. (2018) que tiene la capacidad de interactuar de manera remota con las personas basado en la automatización en sus respuestas caracterizadas de manera textual o de voz, opera como interfaz entre usuarios humanos; por otro lado, Casazola et al. (2021) define que los chatbot luchan por satisfacer a los usuarios basados en la computación cognitiva la cual implica sistemas de autoaprendizaje de manera remota con comportamiento humanista, así mismo permite que la tecnología sea mucho más accesible y menos complicada para los usuarios, están diseñados para mantener una conversación trivial y utilizan un enfoque de estímulo-respuesta; de la misma manera Gümüs et al. (2021) nos indica que son una tecnología que las marcas y las empresas adoptan para brindar atención al usuario 24 horas al día, estimulando el diálogo y brindan retroalimentación sobre algún tema en común a los usuarios, pueden desempeñar un papel complementario de apoyo para los tutores humanos al responder preguntas y respuestas; por último, Adamopoulou et al. (2020) manifiesta que son útiles en aplicaciones como educación, recuperación de información, negocios y comercio electrónico tienen muchas ventajas para los usuarios y desarrolladores, la mayoría de las implementaciones son independientes de la plataforma y están disponibles al instante para los usuarios.

Como dimensiones de la variable independiente chatbot se consideraron: confiabilidad, accesibilidad web e interacción; en la definición de la primera dimensión “confiabilidad” se considera lo indicado por Filgueiras et al. (2019) la cual define como

la necesidad de reducir la incertidumbre de fallo en un sistema, con la finalidad de plasmar validez y objetividad en materia de riesgo potencial a una causa específica; así mismo está enfocado en la calidad y competitividad en el desempeño de las organizaciones y ayudan a clasificar de una manera sistemática y completa todos los aspectos que implican un riesgo para los usuarios; así mismo Díaz et al. (2021) indica que son cualidades integradas a través de procesos, tecnologías y personas para brindar objetividad a ciertas funciones para las cuales ha sido creado, dentro de ciertos límites y bajo un contexto operacional para lograr que un sistema técnico complejo cumpla las funciones requeridas en un tiempo determinado; de la misma forma Díaz et al. (2020) indica que es una manera de fomentar cambios es una organización a mediano y largo plazo, con la finalidad de conseguir la eficiencia hacia los usuarios en una institución pretendiendo integrar en forma efectiva los elementos adecuados en una organización, manteniendo el equilibrio óptimo entre el costo-beneficio; de la misma manera Hui et al. (2022) manifiesta que se utiliza teniendo en cuenta la objetividad de manera efectiva para evaluar la competencia, utilizando indicadores que midan la calidad en los usuarios esperando que el equipo de trabajo funcione de manera correcta; muchas veces utilizando cuestionarios con la finalidad de medir el nivel de confianza de los de un determinado bien; por último Chun et al. (2021) manifiesta que es la forma sistemática de medir tiempo, lugar o producto en un periodo de tiempo, la cual permite a los gerentes tomar decisiones de en base al tiempo y calidad; programar trabajos que llegan para optimizar diferentes objetivos, con la finalidad de mejorar los procesos.

Asimismo, la definición de la segunda dimensión “accesibilidad web” se considera lo indicado Máñez (2020) lo cual define que se basa en el juicio humano, la cual proporciona acceso a la información de manera remota, secuencial y automática proporcionando diversas opciones de respuesta, con la finalidad de cumplir con las expectativas del usuario final; así mismo se caracteriza por poseer una gran capacidad de respuesta en milésimas de segundos con el propósito de ser aprovechado al máximo por los usuarios; así mismo Stable et al. (2018) indica que es una alternativa

de beneficiarse al máximo por las personas de diferente estatus cultural, ya que su uso no restringe el nivel cultural ni conocimiento acerca en informática, así mismo no mide la forma como se accede a él, ya que las plataformas ofrecidas son muy intuitivas en la actualidad; de la misma manera Mariño (2017) define que involucra una alternativa a la simplicidad de acceder a las opciones de respuesta que involucra a aquellas personas con alguna discapacidad física-motora, que la tecnología de hoy contempla de manera general, el acceso a todo tipo de personas centrada en la buena práctica; así mismo Bajammal et al. (2021) manifiesta que se relacionan con los controles semánticos de alto nivel que no han sido susceptibles a la automatización, sigue siendo un proceso manual y laborioso que consume mucho tiempo; es la noción de implementar aplicaciones web de una manera que permite el acceso programático a las funcionalidades del software, se ha mantenido en gran medida como un laborioso proceso manual que requiere intervención humana; y finalmente Gartland et al. (2022) indica que está dirigida a los usuarios de la web con discapacidades cognitivas que pueden navegar e interactuar con sitios web, herramientas web y tecnologías web para realizar tareas afines a su interés, así como para acceder a información crítica, que pueda incluir consideraciones de usabilidad que sea eficiente y satisfactorio a los usuarios finales.

De la misma manera en la definición de la tercera dimensión “interacción” se considera lo indicado por Palacios et.al (2015) la cual manifiesta que conlleva a la implicancia de pasar de navegar entre documentos a la exploración entre recursos interconectados a la red, de vistas predefinidas como a vistas complejas generadas dinámicamente en alguna plataforma digital; así mismo Fraga (2016) define que es la manera de interactuar con lectores del mismo texto a través de códigos y mensajes digitales; todo ello permitiendo mantener una conversación de manera híbrida, el espacio digital cobra un peso significativo gracias al gran avance que experimentan los medios de comunicación, así como las nuevas tecnologías vinculadas a los espacios en la web; también se menciona a Zhou et al. (2022) lo cual resalta que influye en la moralidad de un individuo para los demás, lo cual es importante para el

comportamiento social humano cuando las personas interactúan con un interlocutor de inteligencia artificial, modelan sus patrones de comportamiento para que coincidan con los de la inteligencia artificial ya que genera un impacto diferencial en las personas para la toma de decisiones, en el juicio utilitarista o deontológico; así mismo Valladares et al. (2021) define como una labor mediante la cual se ejerce una interrelación entre el emisor y receptor dando como resultado un flujo conversacional; de manera reciproca y la cual influyen entre ambos a obtener algún resultado positivo o negativo teniendo en cuenta los componentes del medio que los rodean; y Ahumada et al. (2021) manifiesta que es toda asociación que se desarrolla de manera reciproca entre dos agentes o elementos garantizando la interoperabilidad entre las mismas.

Con relación a la variable dependiente proceso de atención al usuario se cita a Schmal & Olave (2015) la cual define como una influencia hacia el usuario orientado a la satisfacción del cliente, se centra en magnificar todos los aspectos relaciona a la necesidad del del usuario final; dando prioridad a las peticiones de alguna necesidad importando fuertemente la interacción humana y el servicio personalizado; así mismo Barrios et al. (2016) manifiesta que es un método sistemático que consiste priorizar las necesidades de carácter humanitarios con la finalidad de lograr el éxito esperado, refiriéndose a la aplicación del método científico y poniendo en práctica todos los mecanismos que influyan en resolver las necesidades del cliente, así como proporcionar respuestas acertadas de manera óptima; por otro lado Flores (2016) indica que es la forma de encaminar un proceso secuencial siguiendo la línea de misión y visión por parte del prestador de servicio la misma que tiene por obligación buscar la satisfacción final de aquellos que acceden al servicio prestado, siendo así que se determina que el punto central es el usuario final, centrado en la respuesta y satisfacción de las personas o grupos de personas; de la misma forma Hyun & An (2020) indica que es un esfuerzo por lograr una alta precisión utilizando como mecanismo la calidad del servicio en el que se brinda una asistencia positiva relacional con la interacción cliente-empleado, siguiendo los procedimientos de desarrollo establecidos en la organización; por último Falter & Hadwich (2020) define

que es la atención recibida durante el consumo de algún servicio. La cual genera una interacción a través de la relación con el empleado buscando en todo momento mantener adecuadamente las peticiones que requieran los usuarios.

Como dimensiones de la variable dependiente proceso de atención al usuario se consideraron: atención recibida, calidad de atención y proceso estratégico; en la definición de la primera dimensión “atención recibida” se considera lo indicado por Obregón (2021) la cual menciona que es la apreciación que brinda una persona acerca del resultado final, calificando como accesibles, aceptables, equitativos, apropiados y efectivos; se muestra como antecedentes positivo o negativo para toda organización para identificar debilidades y fortalezas con la finalidad de buscar mejoras en la atención, no obstante algunos estudios evidencian que todavía existen brechas relevantes en su adecuada prestación; así mismo zhang (2020) lo considera como una clasificación independiente que contribuye significativamente al sistema de atención, ya que permite que los receptores de la atención con problemas y discapacidades relacionadas con las necesidades, limiten la disposición de utilizar otros servicios de atención como asistencia hospitalaria; por otro lado Jahdi et al. (2020) manifiesta que la interacción entre el empleador y el usuario en muchas ocasiones generar incertidumbre que puede causar ansiedad tanto en los proveedores de atención como en los pacientes, el uso del juicio racional y la experiencia contribuyen en la aceptación a tomar alguna decisión y desempeñar un papel vital en la evaluación de riesgos; de la misma manera Forster et al. (2020) manifiesta que consiste en la evaluación del rendimiento general de todo el sistema y facilita la mejora de la calidad mediante la identificación de variaciones injustificadas para poder implementar estrategias específicas de mejora de la calidad, la cual incluyen la continuidad de la atención hasta el seguimiento continuo en un periodo determinado; por último Vildan (2016) indica que constituye la aplicación de la comunicación centrada en el usuario y la toma de decisiones la cual tiene una asociación en común, la satisfacción con la atención recibida genera una mejor comprensión en las interrelaciones para iniciar un cambio organizacional hacia un entorno más centrado con el cliente.

De la misma manera en la definición de la segunda dimensión “calidad de atención” se considera lo indicado por Farooq (2018) el cual manifiesta que es conocer y comprender mejor a cada usuario, sin ignorar ninguna de sus necesidades y hábitos garantizando la operatividad de sus necesidades oportunidades y eficiencia, actuando de manera equitativa en la entrega de un servicio; así mismo Ashraf (2020) define que contribuye a la comprensión de lealtad por parte del cliente al determinar la satisfacción y el valor percibido proporcionando información práctica para establecer una buena relación, que logre el control propicio minimizando los riesgos y obteniendo más beneficios; por otro lado Saling (2020) manifiesta que es la actitud general de los clientes hacia la empresa, la cual se forma a partir de varias experiencias de servicio exitosas o no al crear un estilo de gestión y un entorno propicio para que las organizaciones de servicios mejoren la calidad, la organización en cuestión debe ser capaz de implementar los principios fundamentales que se aplican tanto a las empresas de servicios; de la misma forma Panjaitan (2016) manifiesta que es la cualidad en el que los servidores otorgan la función más alta de satisfacción al cliente dando el máximo de su trabajo, situándose espontáneamente en el centro de la relación con el cliente; y por último Steven et al. (2022) indica la posibilidad de acceder a un servicio y proporcionar mecanismos que conlleven a satisfacer los requerimientos del usuario cumpliendo con el tiempo estipulado en brindar una respuesta.

De la misma manera en la definición de la tercera dimensión “proceso estratégico” se considera lo indicado por Muñoz (2018) lo cual define que se relaciona con la determinación de la planificación y estrategias, ajustándose en buscar la ruta más adecuada y corta con la capacidad de brindar múltiples alternativas de elegir, que constituye una parte esencial de la labor a desempeñar; se enfoca hacia la observación de los recursos, las capacidades y las competencias en una institución; Así mismo Gómez (2017) se enfoca a la competitividad como punto central abocado en cumplir metas estratégicas basadas en la planeación teniendo en cuenta la realidad de la organización; por otro lado Sebastián (2020) manifiesta que se contribuye a conectar la marca con el usuario final y ayuda a las personas a cumplir los objetivos; la

planificación entre un cliente-servidor fijan un puente de interrelación enmarcando un plan definido, fijando el rumbo en la cual ambos se puedan beneficiar en lograr los objetivos; lo mismo que Poeschl (2019) la cual manifiesta que es la capacidad de incrementar el esfuerzo de puesta en marcha en el proceso utilizando todas las estrategias que estarán enfocadas a minimizar las posibles fallas y lograr los objetivos trazados; por último Nkemkifu (2019) define que se pueden permitir a las empresas utilizar estrategias que conlleven a la captación de clientes con miras a obtener beneficios favorables.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1 Tipo de investigación

Se propuso como tipo de investigación básica, encaminado en el conocimiento teórico, basado en el método científico; Según Caballero (2015) la cual indico que tiene como propósito las búsquedas de nuevas teorías, así como recopilar datos e informaciones relacionados a personas o instituciones.

3.1.2 Diseño de investigación

Como diseño de investigación se consideró al diseño no experimental lo cual según Hernández Y Mendoza (2018) indicaron que está basado en la observación de los fenómenos, sin alterar ni manipular deliberadamente las variables, basado en acontecimientos que ya existen. Por otro lado, es de corte transversal a lo que según Maldonado (2018) sostiene que es la opción obtener resultados en una sola línea de tiempo; así mismo es de nivel correlacional-causal a lo que según Hernández y Mendoza (2018) manifestaron que tiene como proposito conocer el grado de relacion causa efecto de acontecimientos o sucesos ya acontecidos.

Esquema :

Variable independiente $\xrightarrow{\text{R}}$ Variable dependiente

Donde :

Variable indpendiente : chatbot.

R : Relacion causal

Variable dependiente : Proceso de atencion.

3.2. Variables y Operacionalización

Variable independiente: chatbot

Se considero a la variable chatbot de tipo cualitativa. según Niño (2019) refiere a la variable de tipo cualitativa, la cual consiste en la recolección y exploración de datos de característica informativa ya que la finalidad principal es lograr la profundidad de optimizar procesos. Así mismo se considera como escala de medición ordinal, lo que según Ñaupás (2018) manifiesta que se caracteriza por que sus valores y mantienen una jerarquía siguiendo un orden de mayor a menor.

Definición conceptual de la variable chatbot

Jiménez et al. (2020) define que chatbot es un software que interactúa de manera virtual y remota, de manera automática y caracterizándose por tener la capacidad de respuesta de manera infinita y sin límite de tiempo; opera como interfaz en múltiples plataformas web.

Definición Operacional de la variable chatbot

Se operacionalizo a la variable en tres dimensiones las cuales son: confiabilidad, accesibilidad web e interacción, la cual el instrumento de recolección de datos se midió a través de la escala de likert siendo los datos de (1) totalmente en desacuerdo, (2) en desacuerdo, (3) ni de acuerdo ni en desacuerdo, (4) de acuerdo, (5) totalmente de acuerdo (ver anexo 1 y 2).

Variable dependiente proceso de atención

Se considero a la variable proceso de atención al usuario de tipo cualitativa, según Niño (2019) indica que una variable cualitativa consiste en la recolección y exploración de datos de característica informativa, ya que la finalidad principal es lograr la profundidad de optimizar procesos; así mismo se consideró como escala de medición ordinal, lo que según Hernández (2018) manifiesta que se caracteriza por que sus valores mantienen una jerarquía siguiendo un orden de mayor a menor.

Definición Conceptual de la variable proceso de atención

Schmal & Olave (2015) define que es un enfoque que influye al usuario orientado a la satisfacción del cliente, se centra en magnificar todos los aspectos relacionados a la necesidad del usuario final; dando prioridad a las peticiones de alguna necesidad importando fuertemente la interacción humana y el servicio personalizado.

Definición Operacional de la variable proceso de atención

La variable proceso de atención se operacionalizo en tres dimensiones las cuales son: atención recibida, calidad de atención y proceso estratégico; la cual el instrumento de recolección de datos se midió a través de la escala de likert siendo los datos de (1) totalmente en desacuerdo, (2) en desacuerdo, (3) ni de acuerdo ni en desacuerdo, (4) de acuerdo, (5) totalmente de acuerdo (ver anexo 1 y 2).

3.3. Población, muestra y muestreo

3.3.1 Población

La investigación considero como población a los usuarios que a diario acuden a recibir una atención de salud, misma que hacen un total de 1100 usuarios en dicho centro de salud; según Hernandez y Mendoza (2018) manifestaron que la población es la agrupación del total del universo de personas que se ubican en un determinado punto de estudio, lo cual es de interés para el investigador.

Tabla 1

Caracterización de la población

Población	cantidad
Usuarios atendidos en el hospital	1100
Total, de atenciones	1100

Fuente: Área de estadística del hospital

3.3.2 Muestra

La muestra de estudio estuvo representada en base a la población de estudio de 1100 usuarios atendidos; la magnitud de la muestra se obtuvo mediante la utilización del software decisión analyst STATS en su versión 2.0; se tuvo en cuenta la determinación del nivel de confianza que equivale al 95%, así como el margen de error aceptable que equivale a un 5%, lo cual arrojó un resultado total de 285 usuarios; Según Hernández y Mendoza (2018) manifestaron que la muestra es un mínimo porcentaje del total de la población; la cual se obtiene utilizando una fórmula de característica numérica, teniendo en cuenta los límites del margen de error de la población en estudio.

Tabla 2

Caracterización de la muestra

Muestra	Cantidad
Usuarios atendidos	285
Total, de atenciones	285

3.3.3 Muestreo

En la investigación se planteó el muestro probabilístico de tipo aleatorio simple, ya que se buscó determinar a un grupo específico aleatoriamente donde todos tienen la misma posibilidad de ser elegidos, con la finalidad de obtener resultados estadísticos; el cual según Maldonado (2018) manifiesta que todos los miembros de una población poseen igual posibilidad de ser recopilados para una muestra o muestreo sobre el valor de un parámetro o más de la población.

unidad de analisis

Para la investigación se tuvo en cuenta a los usuarios atendidos en el nosocomio de tipo público, situado con sede en el distrito de Jesús María, Lima Perú; se pudo indicar

que la unidad de análisis es aquellas que tiene características similares y se encuentran en un entorno determinado.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas de recolección de datos

Se utilizó como técnica de recolección de datos a la encuesta, en donde se formularon preguntas directas para conseguir los resultados del instrumento formulado, se realizó una introducción acerca de la investigación, se señaló y ayudo a resolver alguna duda que tuvo el encuestado, así mismo ninguna de las preguntas debió dejar de ser contestadas; a lo que Martínez (2018) Manifiesta que el objetivo de esta técnica es obtener los datos de los encuestados utilizando preguntas y alternativas de respuestas la cual se pueden responder de manera anónima y en forma virtual o física.

Instrumentos de recolección de datos

Con relación al instrumento de recolección de datos se utilizó un cuestionario de 36 preguntas, a lo que Ñaupás et al. (2018) manifiesta que un cuestionario comprende a una agrupación de preguntas que están ligadas a las variables y dimensiones, la misma que deben ser congruente con el objetivo de la investigación. Así mismo las características y detalles del instrumento se detallan a continuación en la siguiente tabla.

Tabla 3

Ficha técnica de instrumento de recolección datos

Nombre del instrumento	Cuestionario para usuarios del hospital.				
Autor	Sulca Huacache Carlos Edgar				
Año	2022.				
Tipo de instrumento	Cuestionario.				
Objetivo	Determinar la incidencia del chatbot en el proceso de atención al usuario en un hospital público.				
Población	1100 usuarios atendidos en el hospital.				
Muestra	285 usuarios.				
Numero de ítem	36 preguntas.				
Aplicación	virtual.				
Tiempo de administración	Se estimo que el tiempo a 5 minutos. El usuario leyó las preguntas y marco una de las				
Normas de aplicación	5 alternativas de respuesta.				
Escala	Escala de Likert.				
Categoría	Valor.				
Totalmente en desacuerdo	1				
En desacuerdo	2				
Ni de acuerdo ni desacuerdo	3				
De acuerdo	4				
Totalmente de acuerdo	5				
Niveles:					
Variable: Chatbot	Variable: proceso de atención al usuario				
Nivel	Valor	Rango	Nivel	Valor	Rango
No optimo	1	18-42	Pésimo	1	18-42
Medio	2	43-67	Regular	2	43-67
Optimo	3	68-90	Adecuado	3	68-90

Validez

Para la validez del instrumento a medir con la finalidad de recoger datos pertinentes a la investigación bajo el enfoque claridad, pertinencia y relevancia. se estimó el criterio de veracidad a través del juicio de los expertos; De esta manera Ortiz (2018) manifiesta

que toda investigación refleja un alto nivel de validez en la manera en que los índices que se reflejan como resultados representen un nivel de validez elevado en su respuesta; así mismo esto se dio en la medida que esté representada por situaciones o suceso de la realidad del estudio.

Tabla 4

Valides del instrumento de recolección de datos

DNI	Grado Académico	Apellidos y nombres	Institución donde labora	Calificación
42097456	Doctor	Acuña Benites Marlon	Universidad cesar vallejo	Aplicable
09656793	Doctor	Lezama Gonzales Pedro Martin	Universidad Nacional Federico Villarreal	Aplicable
41541647	Doctor	Flores Zafra David	Universidad Cesar Vallejo	Aplicable

Confiabilidad

Se midió el nivel de confiabilidad de los instrumentos en lo referente a la encuesta realizada a los usuarios del hospital; la misma que se ingresó la información por medio del software SPSS versión 25, lo cual se analizó a través del alfa de Cronbach, dirigido a medir el grado de confiabilidad, para tal fin se realizó una prueba piloto que consistió en encuestar a 20 personas , la misma cuyo resultado arrojó un valor de 0.850 de nivel de confiabilidad para el alfa de Cronbach, por último se realizó el análisis de confiabilidad utilizando el total de la muestra de estudio la cual fue de 285 usuarios, la cual arrojó un resultado de 0.965 de confiabilidad la misma que se ubica dentro del nivel excelente para el alfa de Cronbach, para lo cual Arias (2020) manifiesta que un instrumento de medición es confiable en la medida en que el resultado obtenido tenga una aproximación de menor a mayor porcentaje, así mismo indico que mantiene un nivel de confiabilidad fuerte, la que más se aproxime al 100%; apoyado con el nivel de validez, generando confianza y satisfacción al investigador, en tal sentido se precisa el análisis de los resultados de confiabilidad en la siguiente tabla:

Tabla 5

Análisis del nivel de confiabilidad a través del alfa de Cronbach

Tipo de Aplicación	Nro. de encuestados	Nro. de elementos	Alfa de Cronbach
Piloto	20	36	0.850
General	285	36	0.965

3.5. Procedimientos

Para el proceso de recojo de la información de la investigación se enumeró los siguientes pasos a seguir: primeramente, se elaboró un cuestionario, la cual nos sirvió de instrumento de validación de la información; misma que fue ratificado por la firma de tres expertos con la finalidad de incrementar el nivel de confianza a nuestra investigación, posteriormente se realizó una prueba piloto la cual estuvo conformado por 20 encuestados; por último se tomó todos los datos de la muestra de investigación que fueron 285 datos, seguido se recogió toda la información obtenida y se ingresó la información a una hoja de Excel, posteriormente dichos datos se analizaron en programa spss en su versión 25, para tal fin se realizó la prueba de confiabilidad con el alfa de Cronbach con los datos derivados de las variables dependientes e independientes. Dando como resultado el valor del nivel de confiabilidad.

3.6. Método de análisis de datos

Se utilizo como herramienta al programa spss, con la finalidad de realizar el análisis de datos, enfocado en la recopilación de los datos obtenidos a través de la encuesta que fueron realizado a los usuarios atendidos en el mencionado nosocomio.

Para el desarrollo del análisis estadístico descriptivo se utilizó los histogramas, así como las tablas de contingencia, así mismo para la interpretación de los resultados de las variables se utilizó el análisis bidimensional.

Con la finalidad de analizar y obtener los resultados de la estadística inferencial, mediante el cual se aplicó la estadística paramétrica bajo el método de regresión lineal

ordinal. Con la finalidad de determinar la incidencia de la variable chatbot y proceso de atención al usuario.

3.7. Aspectos éticos

Con el fin de avalar la veracidad de la investigación, se acató lo planteado por el Código de Ética en investigación, la misma que fue aprobada mediante resolución del consejo universitario N°0262-2020/UCV; de esta manera, la investigación se acentuó en los sucesivos principios éticos:

Principio de respeto a la autonomía, la cual indica que todos los involucrados en esta investigación manifiestan su conformidad o disconformidad de poder involucrarse o formar parte de esta investigación; ya que no hay una obligación de por medio, teniendo la libertad de indicar su retiro en el momento que lo crea conveniente.

Principio respeto de la propiedad intelectual; guiada a la autenticación de las referencias y citas, respetando la autoría de la fuente de investigación, renombrando los derechos de autor, misma que fue estipulado por disposición legislativo Nro. 822 publicado el 24 de abril de 1996.

Principio de transparencia; la cual se hizo énfasis indicando que la presente investigación se realizó bajo los lineamientos estipulados en la guía de elaboración de investigación de la UCV; ajustándose a la guía de las normas apa 7ma edición, así mismo para garantizar la transparencia se tuvo en cuenta el porcentaje de similitud con otras investigaciones a través del software Turnitin que garantizo la autenticidad.

Principio competencia profesional; se indica que los colaboradores que participan en la recopilación de los datos, lo realicen con la seriedad que amerita esta investigación, demostrando en todo momento la transparencia y profesionalismo; teniendo en cuenta que el objetivo de esta investigación sirva como referencia para futuras investigaciones.

IV. RESULTADOS

Análisis descriptivos

Análisis descriptivo de la Variable independiente Chatbot y la Variable dependiente proceso de atención al usuario.

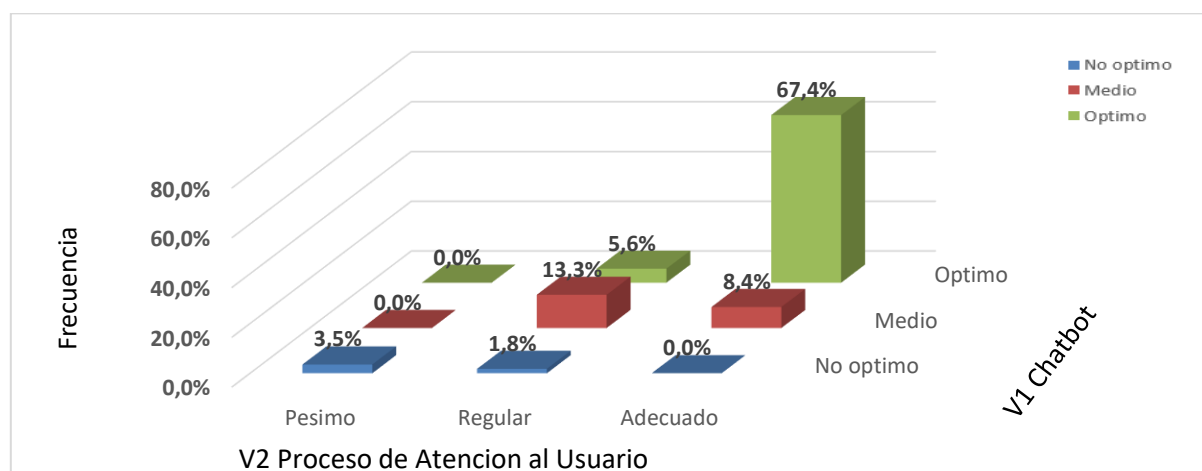
Tabla 6:

Tabla cruzada V1 – Chatbot * V2 – Proceso de atención al usuario

		V2 proceso de atención al Usuario			Total
		Pésimo	Regular	Adecuado	
V1 chatbot	No optimo	10 (3.5%)	5 (1.8%)	0 (0.0%)	15 (5.3%)
	Medio	0 (0.0%)	38 (13.3%)	24 (8.4%)	62 (21.8%)
	Optimo	0 (0.0%)	16 (5.6%)	192 (67.4 %)	208 (70.3%)
Total		10 (3.5%)	59 (20.7%)	216 (75.8%)	285 (100%)

Figura 1

Histograma V1 Chatbot * V2 – Proceso de atención al usuario



Con relación a la tabla 6 se visualiza que hay una mejor aceptación por parte de los usuarios a la confluencia entre el nivel adecuado de la variable proceso de atención al usuario, con el nivel óptimo de la variable chatbot, con un total de 192 afirmaciones que dan un valor de 67.4%, por otro lado se observó en el nivel regular, de la variable proceso de atención al usuarios, la relación con la intersección del nivel medio, de la

variable chatbot; la misma que mostró un total de 38 afirmaciones, dando como resultado un total de 13.3%; así mismo se indica a la representación con el menor índice de aprobación a la confluencia entre el nivel pésimo de la variable proceso de atención al usuario, con el nivel no óptimo de la variable chatbot, con 10 afirmaciones contestadas que dio un valor de 3.5%.

Análisis descriptivo de la Variable Chatbot y la dimensión 1 Atención recibida de la Variable proceso de atención al usuario

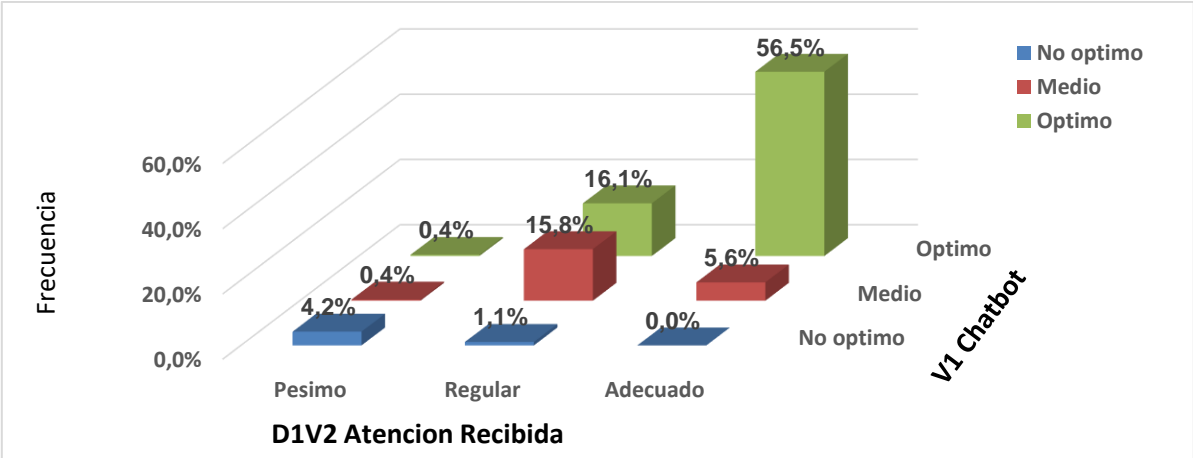
Tabla 7:

Tabla cruzada V1 – Chatbot * D1V2 – Atención Recibida

		D1V2 Atención Recibida			Total
		Pésimo	Regular	Adecuado	
V1 chatbot	No optimo	12 (4.2%)	3 (1.1%)	0 (0.0%)	15 (5.3%)
	Medio	1 (0.4%)	45 (15.8%)	16 (5.6%)	62 (21.8%)
	Optimo	1 (0.4%)	46 (16.1%)	161 (56.5%)	208 (70.3%)
Total		14 (4.9%)	94 (33.0%)	177 (62.1%)	285 (100%)

Figura 2

Histograma V1 Chatbot*D1V2 – Atención Recibida



Con relación a la tabla 7 mostró una mejor aceptación por parte de los usuarios a la confluencia entre el nivel adecuado, de la dimensión atención recibida de la variable

proceso de atención al usuario, con el nivel óptimo de la variable chatbot, con un total de 161 afirmaciones que dan un valor de 56.5%; por otro lado se observó en el nivel regular de la dimensión atención recibida de la variable proceso de atención al usuario, relacionado con la intersección del nivel medio de la variable chatbot, la cual mostró un total de 46 afirmaciones, dando como resultado un total de 16.1%; así mismo se mostró a la representación con el menor índice de aprobación a la confluencia entre el nivel pésimo de la dimensión atención recibida de la variable proceso de atención al usuario, con el nivel óptimo de la variable chatbot con 1 pregunta contestada que dio un valor de 0.4%.

Análisis descriptivo de la Variable Chatbot y la dimensión 2 Calidad de Atención de la Variable proceso de atención al usuario

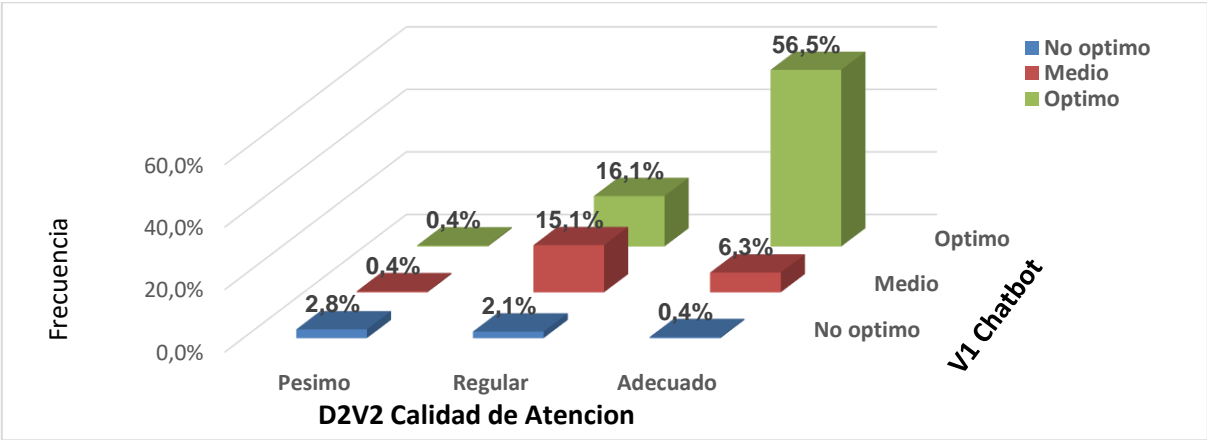
Tabla 8:

Tabla cruzada V1 – Chatbot * D2V2 – Calidad de Atención

		D2V2 Calidad de Atención			Total
		Pésimo	Regular	Adecuado	
V1 chatbot	No optimo	8 (2.8%)	6 (2.1%)	1 (0.4%)	15 (5.3%)
	Medio	1 (0.4%)	43 (15.1%)	18 (6.3%)	62 (21.8%)
	Optimo	1 (0.4%)	46 (16.1%)	161 (56.5%)	208 (73.0%)
	Total	10 (3.5%)	95 (33.3%)	180 (63.2%)	285 (100%)

Figura 3

Histograma V1 Chatbot *D2V2 – Calidad de atención



Con relación a la tabla 8 se visualizó que hay una mejor aceptación por parte de los usuarios a la confluencia entre el nivel adecuado de la dimensión calidad de atención, en relación a la variable proceso de atención al usuario, con el nivel óptimo de la variable chatbot, con un total de 161 afirmaciones, que dan un valor de 56.5%; por otro lado se observó que en el nivel regular de la dimensión calidad de atención, de la variable proceso de atención al usuarios relacionado con la intersección del nivel medio de la variable chatbot, muestra un total de 46 afirmaciones dando como resultado un valor de 16.1%; así mismo se indica a la representación con el menor índice de aprobación a la confluencia entre el nivel pésimo de la dimensión calidad de atención de la variable proceso de atención al usuario, con el nivel óptimo de la variable chatbot con 1 afirmación contestada que da un valor de 0.4%.

Análisis descriptivo de la Variable Chatbot y la dimensión 3 Proceso estratégico de la Variable proceso de atención al usuario

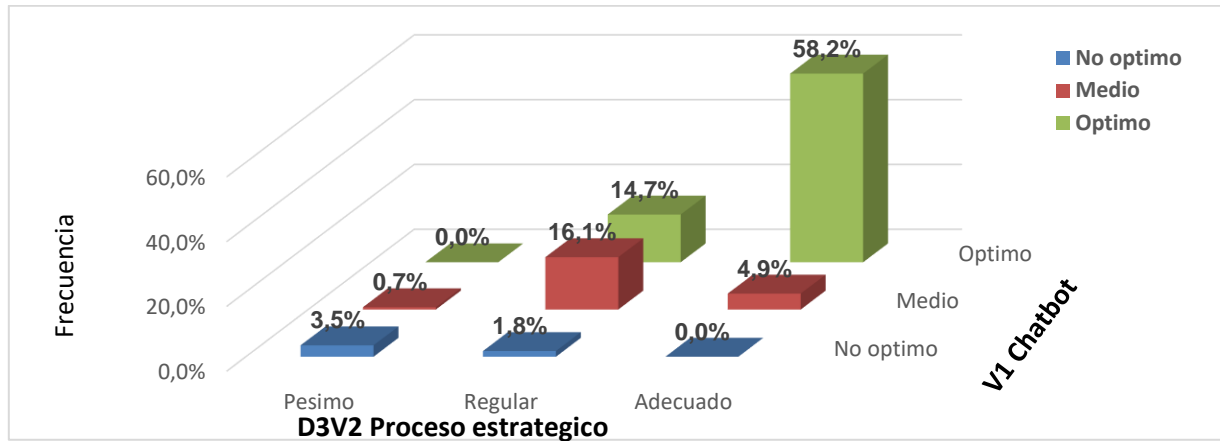
Tabla 9:

Tabla cruzada V1 – Chatbot * D3V2 – Proceso Estratégico

		D3V2 Proceso Estratégico			Total
		Pésimo	Regular	Adecuado	
V1 chatbot	No optimo	10 (3.5%)	5 (1.8%)	0 (0.0%)	15 (5.3%)
	Medio	2 (0.7%)	46 (16.1%)	14 (4.9%)	62 (21.8%)
	Optimo	0 (0.0%)	42 (14.7%)	166 (58.2%)	208 (73.0%)
Total		12 (4.2%)	93 (32.6%)	180 (63.2%)	285 (100%)

Figura 4

Histograma V1 Chatbot *D3V2 – Proceso estratégico



Con relación a la tabla 9 se observó que hay una mejor aceptación por parte de los usuarios a la confluencia entre el nivel adecuado, de la dimensión proceso estratégico de la variable dependiente proceso de atención al usuario, con el nivel óptimo de la variable independiente chatbot, con un total de 166 afirmaciones que dan un valor de 58.2%; por otro lado se observó en el nivel regular de la dimensión proceso estratégico de la variable proceso de atención al usuario, relacionada con la intersección del nivel medio de la variable chatbot, muestra un total de 46 afirmaciones dando como resultado un total de 16.1%; así mismo se indica a la representación con el menor índice de aprobación de confluencia entre el nivel pésimo de la dimensión proceso estratégico de la variable dependiente proceso de atención al usuario, con el nivel óptimo de la variable independiente chatbot con 0 afirmaciones contestadas.

Análisis Inferencial

Para el estudio del análisis inferencial se tomó en cuenta el método estadístico paramétrico la cual según Torres (2019) manifiesta están caracterizados por presentar una línea de distribución normal, con la finalidad de determinar la incidencia entre las variables; por otro lado se planteó aplicar el método de regresión logística ordinal, la cual Morales et al. (2018) establece que este método tiene por objetivo el comportamiento de una variable cualitativa ordinal en función de una variable independiente; el propósito del análisis estadístico radica en utilizar las herramientas

estadísticas con la finalidad de evaluar la hipótesis planteada; la misma que a través de la prueba de wald se busca la significancia de los resultados obtenidos, de acuerdo a lo mencionado Torres (2019) manifiesta que la prueba de wald consiste en conocer el grado de proporción que pesa en una variable sobre otra, con la finalidad de obtener el nivel de significancia de una u otra variable.

Prueba de Hipótesis

Se formulo la hipótesis estadística con la finalidad aceptar o rechazar la hipótesis.

H1 la variable chatbot incide significativamente sobre la variable proceso de atención al usuario en un hospital público Lima 2022.

H0 la variable chatbot no incide significativamente sobre la variable proceso de atención al usuario en un hospital público Lima 2022.

Tabla 10

Modelo de información sobre el ajuste de verosimilitud sobre la variable chatbot y proceso de atención al usuario.

Modelo	Logaritmo de la verosimilitud -2	Chi-cuadrado	gl	Sig.
Sólo intersección	170.082			
Final	12.157	157.926	2	0.000

De acuerdo al resultado obtenido, la misma que se visualiza en la tabla 10, la cual muestra un valor de 0.000 de nivel de significancia, dicho resultado está por debajo del valor de 0.05, la cual se entiende que hay un comportamiento adecuado por parte de la variable chatbot en relación con la variable proceso de atención al usuario, la misma que se ajusta con los valores del análisis de regresión ordinal.

Tabla 11

Bondad de ajuste de la incidencia de la variable chatbot y proceso de atención al usuario.

	Chi-cuadrado	gl	Sig
Pearson	0.000	2	0,000
Desvianza	0.000	2	0,000

En la tabla 11 muestra el resultado de chi cuadrado de Pearson, con un valor de 0.000, indicándose que está por debajo de 0.05 por lo que se indica que los datos siguen una distribución normal, por lo tanto, se acepta la hipótesis nula (H0), indicando que es ajustable a los datos observados.

Tabla 12

Pseudo R Cuadrado de la incidencia de la variable chatbot con el proceso de atención al usuario.

Coeficiente R	Valor
Cox y Snell	0.425
Nagelkerke	0.583
McFadden	0.424

Obtenido los resultados reflejados en la tabla 12, la cual se observó el R2 o coeficiente de determinación de Nagelkerke, que según Álvarez et al. (2021) manifiesta que cuando el resultado muestre mayor proporción a uno, genera una mejor significancia; El resultado para el análisis, da un valor de 0.583, la cual refleja un valor proporcional de 58.3%, indicando una incidencia que se encuentra entre los límites intermedio alto, en referencia a la variable chatbot sobre la variable proceso de atención al usuario.

Tabla 13

Estimaciones de los parámetros de incidencia de la variable chatbot con la variable proceso de atención al usuario.

		Estimación	Desv. Error	Wald	gl	Sig.	Intervalo de confianza al 95%	
							Límite inferior	Límite superior
Umbral	[VAR2 = 1]	-24.646	0.548	24.682	1	0.000	-2.719	-3.572
	[VAR2 = 2]	-2.485	0.260	63.196	1	0.000	-2.995	-1.975
Ubicación	VAR1	-2.944	0.368	91.893	1	0.000	-3.666	-2.222

En la tabla 13 se aprecia el valor que presenta la variable chatbot, con un resultado estimado de -2.944, por otro lado se obtuvo de 0.000 de nivel de significancia, la misma que está por debajo de 0.05, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis del investigador, de la misma manera se observó el coeficiente estimado

para la población de estudio (wald) superior a 91, por lo que se concluyó el análisis determinando al P valor, alcanzando un nivel de significancia de 0.000, inferior al valor de 0.05 de margen de error, de tal manera que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis del investigador indicando que la variable chatbot incide sobre la variable proceso de atención al usuario.

Prueba de Hipótesis específica 1:

Se formula la hipótesis estadística con la finalidad aceptar o rechazar la hipótesis.

H1 la variable chatbot incide significativamente sobre la dimensión atención recibida de la variable proceso de atención al usuario en un hospital público Lima 2022

H0 la variable chatbot no incide significativamente sobre la dimensión atención recibida de la variable proceso de atención al usuario en un hospital público Lima 2022

Tabla 14

Modelo de información sobre el ajuste de verosimilitud sobre la variable chatbot en la dimensión atención recibida.

Modelo	Logaritmo de la verosimilitud -2	Chi-cuadrado	gl	Sig.
Sólo intersección	150.593			
Final	17.084	133,509	2	0.000

La tabla 14 mostró el resultado al valor obtenido a través del modelo de ajuste de verosimilitud, la cual arrojó un valor de 0.000 de significancia; siendo este, un valor inferior a 0.05, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis del investigador, la cual se indica que la variable chatbot incide sobre la dimensión atención recibida de la variable proceso de atención al usuario.

Tabla 15

Bondad de ajuste de la incidencia de la variable chatbot en la dimensión atención recibida.

	Chi-cuadrado	gl	Sig
Pearson	0.646	2	724
Desvianza	0.597	2	742

La tabla 15 muestra el valor obtenido a través del chi cuadrado de Pearson, con un nivel de significancia de 0.724, la misma que está por encima de 0.05, concluyendo que los datos no siguen una distribución normal; por lo tanto, se acepta la hipótesis nula, la misma que es justificable sobre los datos observados.

Tabla 16

Pseudo R Cuadrado de la incidencia de la variable chatbot en la dimensión atención recibida.

Coficiente R	Valor
Cox y Snell	0.374
Nagelkerke	0.466
McFadden	0.289

La tabla 16 muestra el resultado del coeficiente de determinación de Nagelkerke con un valor de 0.466, la misma que validado en porcentaje equivale a un 46.6%, considerada como un nivel de incidencia significativa moderada, en relación con la variable chatbot sobre la dimensión atención recibida.

Tabla 17

Estimaciones de los parámetros de incidencia de la variable chatbot en la dimensión atención recibida.

	Estimación	Desv. Error	Wald	gl	Sig.	Intervalo de confianza al 95%	
						Límite inferior	Límite superior
Umbral [D1VAR2 = 1]	-5.994	0.744	64.895	1	0.000	-7.453	-4.536
[D1VAR2 = 2]	-1.228	0.166	55.001	1	0.000	-1.553	-0.904
Ubicación VAR1	-7.383	0.984	56.313	1	0.000	-9.312	-5.455

La tabla 17 muestra lo relacionado al valor estimado de incidencia, la cual se pudo apreciar el valor obtenido con respecto a la variable independiente chatbot, con una estimación de -7.383 , así mismo se muestra un nivel de significancia de 0.000 , referente al nivel estimado, con relación a la población (wald) se obtuvo un nivel superior a 66 , por lo que se consideró que hay incidencia entre la variable independiente chatbot, en relación con la dimensión atención recibida de la variable dependiente; en tal sentido posterior a ser aplicado el método de regresión logística ordinal, se obtuvo un p valor de 0.000 , la misma que representa menor valor a 0.05 , de margen de error, en tal sentido se pudo demostrar que de acuerdo al análisis estadístico se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis del investigador, la cual se plantea que el chatbot incide significativamente sobre la dimensión atención recibida de la variable proceso de atención al usuario.

Prueba de Hipótesis específica 2:

Se formula la hipótesis estadística con la finalidad aceptar o rechazar la hipótesis.

H1 la variable chatbot incide significativamente sobre la dimensión calidad de atención de la variable proceso de atención al usuario en un hospital público Lima 2022

H0 la variable chatbot no incide significativamente sobre la dimensión calidad de atención de la variable proceso de atención al usuario en un hospital público Lima 2022

Tabla 18

Modelo de información sobre el ajuste de verosimilitud de la variable chatbot en la dimensión calidad de atención.

Modelo	Logaritmo de la verosimilitud -2	Chi-cuadrado	gl	Sig.
Sólo intersección	117,306			
Final	21,342	95,964	2	0.000

En la tabla 18 se muestra el resultado en relación al valor obtenido a través del modelo de ajuste de verosimilitud, la cual arrojó un valor de 0.000 de significancia. siendo este

valor inferior a 0.05, en tal sentido se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis del investigador, resaltando la incidencia de la variable chatbot sobre la dimensión calidad de atención.

Tabla 19

Bondad de ajuste de la incidencia de la variable chatbot en la dimensión calidad de atención.

	Chi-cuadrado	gl	Sig
Pearson	3.981	2	0.137
Desvianza	2.516	2	0.284

La tabla 19 muestra el valor obtenido a través del chi cuadrado de Pearson con un nivel de significancia de 0.137, la misma que está por encima de 0.05, la cual indica que se acepta la hipótesis nula, la misma que es justificable sobre los datos observados.

Tabla 20

Pseudo R Cuadrado de la incidencia de la variable chatbot en la dimensión calidad de atención.

Coefficiente R	Valor
Cox y Snell	0.286
Nagelkerke	0.363
McFadden	0.218

La tabla 20 muestra el resultado del coeficiente de determinación de Nagelkerke con un valor de 0.363, la misma que validado en porcentaje, equivale a un 36.3%, considerado como un nivel de incidencia baja en relación con la variable chatbot sobre la dimensión atención recibida.

Tabla 21

Estimaciones de los parámetros de incidencia de la variable chatbot y la dimensión calidad de atención.

		Estimación	Desv. Error	Wald	gl	Sig.	Intervalo de confianza al 95%	
							Límite inferior	Límite superior
Umbral	[D2VAR2 = 1]	-5.505	0.614	49.134	1	0.000	-6.709	-4.301
	[D2VAR2 = 2]	-1.230	0.166	55.138	1	0.000	-1.555	-0.906
Ubicación	VAR1	-5.532	0.789	80.328	1	0.000	-7.079	-3.985

En la tabla 21 se pudo apreciar el valor obtenido con respecto a la variable independiente chatbot de -5.532, así mismo se muestra un nivel de significancia de 0.000, referente al nivel estimado (wald) fue superior a 80, por lo que se consideró que hay incidencia entre la variable independiente chatbot en relación con la dimensión calidad de atención, por otro lado, posterior a ser aplicado el método de regresión logística ordinal, se obtuvo un p valor de 0.000, la misma que representa un valor inferior a 0.05, de margen de error, en tal sentido se pudo demostrar que de acuerdo al análisis estadístico se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis del investigador, la cual se concluye que el chatbot incide significativamente sobre la dimensión calidad de atención de la variable proceso de atención al usuario.

Prueba de Hipótesis específica 3:

Se formula la hipótesis estadística con la finalidad aceptar o rechazar la hipótesis.

- H1 la variable chatbot incide significativamente sobre la dimensión proceso estratégico de la variable proceso de atención al usuario en un hospital público Lima 2022
- H0 la variable chatbot no incide significativamente sobre la dimensión proceso estratégico de la variable proceso de atención al usuario en un hospital público Lima 2022

Tabla 22

Modelo de información sobre el ajuste de verosimilitud sobre la variable chatbot y la dimensión proceso estratégico.

Modelo	Logaritmo de la verosimilitud -2	Chi-cuadrado	gl	Sig.
Sólo intersección	150,593			
Final	17,084	133,509	2	0.000

la tabla 22 muestra el resultado en relación al valor obtenido a través del modelo de ajuste de verosimilitud, la cual arrojo un valor de 0.000 de significancia; siendo este valor inferior a 0.05, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis del investigador, el cual se indica que la variable chatbot incide sobre la variable proceso de atención al usuario.

Tabla 23

Bondad de ajuste de la incidencia de la variable chatbot y la dimensión proceso estratégico.

	Chi-cuadrado	gl	Sig
Pearson	0.646	2	0.724
Desvianza	0.597	2	0.742

La tabla 23 muestra el valor obtenido a través del chi cuadrado de Pearson con un nivel de significancia de 0.724, la misma que está por encima de 0.05, que se acepta la hipótesis nula, la misma que es justificable sobre los datos observados.

Tabla 24

Pseudo R Cuadrado de la incidencia de la variable chatbot en la en la dimensión proceso estratégico.

Coefficiente R	Valor
Cox y Snell	0.374
Nagelkerke	0.466
McFadden	0.289

La tabla 24 muestra el resultado del coeficiente de determinación de Nagelkerke con un valor de 0.466, la misma que validado en porcentaje equivale a un 46.6%, considerado como un nivel de incidencia baja en relación con la variable chatbot sobre la dimensión atención recibida.

Tabla 25

Estimaciones de los parámetros de incidencia de la variable chatbot en la dimensión proceso estratégico.

		Estimación	Desv. Error	Wald	gl	Sig.	Intervalo de confianza al 95%	
							Límite inferior	Límite superior
Umbral	[D3VAR2 = 1]	-5.994	0.744	56.313	1	0.000	-7.453	-4.536
	[D3VAR2 = 2]	-1.228	0.166	55.001	1	0.000	-1.553	-0.904
Ubicación	VAR1	-7.383	0.984	64.895	1	0.000	-9.312	-5.455

En la tabla 25 se aprecia el valor obtenido, con respecto a la variable chatbot, con un valor de -7.383, así mismo se muestra un nivel de significancia de 0.000, referente al nivel estimado de población (wald) muestra el resultado superior a 64; en tal sentido posterior a ser aplicado el método de regresión logística ordinal, se obtuvo un p valor de 0.000, la misma que representa menor valor a 0.05, demostrando que de acuerdo al análisis estadístico se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis del investigador, la cual se plantea que el chatbot incide significativamente sobre la dimensión proceso estratégico de la variable proceso de atención al usuario.

V. DISCUSIÓN

Como punto de discusión se hizo énfasis a todos los resultados obtenidos en la vigente recopilación de los datos, la misma que esta referida al chatbot y su incidencia en el proceso de atención al usuario en un hospital público Lima 2022.

Referente al Objetivo general, determinar la incidencia del chatbot en el proceso de atención al usuario de un hospital público, en lo que se refiere al análisis descriptivo se tomó en consideración lo referente a los resultados obtenidos a través de la de la interrelación del chatbot con el proceso de atención al usuario, a través del nivel óptimo, misma que arrojó un resultado de 67.4% de un total de 216 asecciones a través de los usuarios encuestados; por otro lado como punto de intersección intermedio a través del nivel regular, la misma que aplico un valor de 13.3%, la cual hace referencia a un total de 38 asecciones, de la misma forma se resalta lo obtenido a través del nivel pésimo la cual dio como resultado un 3.5%, que hace referencia a 10 asecciones. Siguiendo el marco de la discusión, la misma que esta referida a la estadística inferencial, con la finalidad de obtener los resultados para el análisis de regresión ordinal, de acuerdo al modelo de verosimilitud nos arrojó un resultado de 0.000 en lo que respecta al valor de la significancia, la misma que está por debajo de 0.05, la cual se entiende que hay un comportamiento adecuado de las variables, por otro lado se mostró los resultados obtenidos a través del chi cuadrado de Pearson que resulto un valor de 0.000, indicando que está por debajo de 0.05 de significancia, así también se obtuvo el R cuadrado de negelkerke con un valor de 58.3%, demostrando un nivel de incidencia intermedio alto entre ambas variables; por último la tabla de valor estimado de (wald) mostro un valor de superior a 91, mostrando un P=valor de 0.000 inferior a 0.05 lo que nos permite determinar que la variable chatbot incide con la variable proceso de atención al usuario. El resultado obtenido guarda relación con lo mencionado por Huamaní & Meneses (2021) quien indico que posterior a la implementación del chatbot sobre la atención a sus clientes, logro incrementar el aforo en cuanto a las atenciones, que van de un 80.97% hacia un 91.30% creando satisfacción en los usuarios; de la misma forma Mejía (2020) logro establecer mediante

la implementación del chatbot con miras a brindar mejoras en la atención de los usuarios, la cual posterior a su investigación logro reducir el aforo que iban desde un 97% de capacidad a un 40% creando satisfacción en los usuarios, así mismo Núñez (2021) posterior a su investigación basado en la realización del chatbot con miras a mejorar el proceso de ventas, logro reducir el tiempo de espera por parte de los usuarios, la misma que redujo de 25 minutos a 2.5 minutos por cliente. Todo lo mencionado se encuentra alineado a la conceptualización acerca del chatbot, enmarcado por Casasola et al. (2021) el cual indica que la finalidad del chatbot es lograr la satisfacción del usuario, de la misma forma Bonales et al. (2020) manifiesta que el chatbot tiene la capacidad de adaptarse a cualquier tipo de persona, por otra parte schmal & Olave (2015) definen que el proceso de atención cobra gran relevancia e influye en la satisfacción del cliente, centrado en magnificar sus necesidades básicas; por último Barrios et al. (2016) refiere que para obtener el éxito esperado en el proceso de atención se debe priorizar todas las necesidades propias del individuo de carácter humanitario.

Referente al objetivo específico 1, determinar la incidencia del chatbot en la dimensión atención recibida en el proceso de atención al usuario en un hospital público; en lo que refiere al análisis descriptivo se tomó en consideración los resultados obtenidos a través de la interrelación del chatbot con la dimensión atención recibida, a través del nivel óptimo, el cual arrojó un resultado de 56.5% de un total de 161 aseercciones a través de los usuarios encuestados; por otro lado como punto de intersección intermedio a través del nivel regular, la misma que aplico un valor de 16.1%, la cual hace referencia a un total de 46 aseercciones, de la misma forma se resaltó lo obtenido a través del nivel pésimo la cual dio como resultado un 0.4% que hace referencia a 1 aseercción. Siguiendo el marco de la discusión, la misma que esta referida a la estadística inferencial con la finalidad de obtener los resultados para el análisis de regresión ordinal, de acuerdo al modelo de verosimilitud nos arrojó un resultado de 0.000 en lo que respecta al valor de la significancia, la misma que está por debajo de 0.05, la cual se entiende que hay un comportamiento adecuado de la variable chatbot sobre la dimensión atención recibida. Por otro lado, mostro los resultados obtenidos a

través del chi cuadrado que resulto un valor de 0.724 indicando que está por encima de 0.05, así también se obtuvo el R cuadrado de negelkerke con un valor de 46.6%, demostrando un nivel de incidencia significativa moderada entre con relación a la variable chatbot; por último, la tabla de valor estimado de (wald) mostro un valor de -7.383. de la misma forma mostrando un P=valor de 0.000 inferior a 0.05 lo que nos permite determinar que la variable chatbot incide con la dimensión atención recibida en el proceso de atención al usuario en un hospital público. El resultado obtenido guarda relación con lo mencionado por Lavallo (2021) posterior a realizar su investigación acerca de un chatbot dirigido hacia la atención del cliente, el mismo que concluye reduciendo el tiempo de atención, de la misma forma Romero et al. (2019) en su investigación impacto del chatbot relacionado a la atención al cliente, lo cual se logró mejorar la atención hacia los clientes en un 98.11%. reduciendo el tiempo de espera. Por otra parte, Muñoz et al. (2020) el cual logro determinar encontrar mejoras en el proceso de llamadas perdidas, logrando obtener beneficios económicos. Por otra parte, Florido (2020) posterior a su investigación de chatbot para el área de comunicación, concluyo logrando la disminución del aforo en las personas de manera presencial con cifras determinantes que van de 9,910 personas a 2,160 personas. Los resultados ya indicados guardan relación con la dimensión atención recibida, por el cual Obregón (2021) manifiesta que tiene la finalidad de buscar debilidades y fortalezas, teniendo en cuenta la aceptación y la satisfacción de los usuarios, así mismo Zhang (2020) manifiesta que es un proceso que contribuye significativamente en determinar la calidad de un sistema de atención; por otro lado, Jahdi et al. (2020) manifiesta que toda atención debe basarse bajo un juicio racional guardando concordancia con la experiencia por parte del servidor; la misma que guarda relación con la teoría general de sistemas, el cual Katrakazas et al. (2020) manifiesta que este método facilita la mejor comprensión frente a los servicios prestados.

Referente al objetivo específico 2, determinar la incidencia del chatbot en la dimensión calidad de atención en el proceso de atención al usuario en un hospital público; en lo que refiere al análisis descriptivo se tomó en consideración lo referente a los resultados obtenidos a través de la interrelación del chatbot con la dimensión calidad de atención

al usuario a través del nivel óptimo, el cual arrojó un resultado de 56.5% de un total de 161 aseveraciones a través de los usuarios encuestados; por otro lado como punto de intersección intermedio a través del nivel regular, la misma que aplico un valor de 16.1%, la cual hace referencia a un total de 46 aseveraciones, de la misma forma se resalta lo obtenido a través del nivel pésimo la cual dio como resultado un 0.4% que hace referencia a 1 afirmación. Siguiendo el marco de la discusión, la misma que esta referida a la estadística inferencial con la finalidad de obtener los resultados para el análisis de regresión ordinal, de acuerdo al modelo de verosimilitud nos arrojó un resultado de 0.000 en lo que respecta al valor de la significancia, la misma que está por debajo de 0.05, la cual se entiende que hay un comportamiento adecuado de la variable chatbot sobre la dimensión calidad de atención; por otro lado, mostro los resultados obtenidos a través del chi cuadrado que resulto un valor de 0.137 indicando que está por encima de 0.05, así también se obtuvo el R cuadrado de negelkerke con un valor de 36.3%, demostrando un nivel de incidencia significativa moderada con relación a la variable chatbot; por último, la tabla de valor estimado de (wald) mostro un valor de -5.532 de la misma forma mostrando un P=valor de 0.000 inferior a 0.05 lo que nos permite determinar que la variable chatbot incide con la dimensión calidad de atención en el proceso de atención al usuario en un hospital público Lima 2022. El resultado obtenido guarda relación con lo mencionado por Silva et. al. (2021) cuyo tema de investigación consistió en la implementación de soluciones de atención basado en la tecnología de chatbot, la misma que determino que las cifras de atenciones presenciales disminuyeron considerablemente posterior a la implementación del chatbot; por otro lado, shisong (2022) posterior a su investigación manifiesta que hay una significativa reducción de falencias en la transmisión de la información dirigida hacia los usuarios; por otro lado, Muñoz et al. (2020) indica que la interacción entre la tecnología chatbot optimiza los tiempos de espera y crea satisfacción en los usuarios. En base a los resultados obtenidos, siguiendo la línea de investigación ,la misma que se resalta bajo la línea de investigación teórica en referencia a la dimensión calidad de atención, a lo que según Farooq (2018) refiere que es la capacidad de conocer y comprender a cada uno de los usuarios sin desconocer sus necesidades y costumbres; por otro lado Saling (2020) manifiesta que

la actitud es un determinante fundamental para sobresalir en un entorno cambiante, la cual manifiesta que el soporte fundamental se basa en los principios de la experiencia; de la misma forma Panjaitan (2016) manifiesta que la máxima obtención de satisfacción está basada en las cualidades de cada integrante que transmite confianza a cada usuario.

Referente al objetivo específico 3, determinar la incidencia del chatbot en la dimensión proceso estratégico en el proceso de atención al usuario en un hospital público; En lo que refiere al análisis descriptivo se tomó en consideración lo referente a los resultados obtenidos a través de la interrelación del chatbot con la dimensión proceso estratégico al usuario a través del nivel óptimo, el cual arrojó un resultado de 58.2% de un total de 166 aseveraciones a través de los usuarios encuestados; por otro lado como punto de intersección intermedio a través del nivel regular, la misma que aplico un valor de 16.1%, la cual hace referencia a un total de 46 aseveraciones, de la misma forma se resalta lo obtenido a través del nivel pésimo la cual dio como resultado un 0% que hace referencia a 0 afirmaciones. Siguiendo el marco de la discusión, la misma que esta referida a la estadística inferencial, con la finalidad de obtener los resultados para el análisis de regresión ordinal, de acuerdo al modelo de verosimilitud nos arrojó un resultado de 0.000 en lo que respecta al valor de la significancia, la misma que está por debajo de 0.05, la cual se entiende que hay un comportamiento adecuado de la variable chatbot sobre la dimensión proceso estratégico; por otro lado, mostro los resultados obtenidos a través del chi cuadrado que resulto un valor de 0.724 indicando que está por encima de 0.05, así también se obtuvo el R cuadrado de negelkerke con un valor de 46.6%, demostrando un nivel de incidencia significativa moderada en relación a la variable chatbot; por último, la tabla de valor estimado de (wald) mostro un valor de -7.383 de la misma forma mostrando un P=valor de 0.000 inferior a 0.05 lo que nos permite determinar que la variable chatbot incide con la dimensión proceso estratégico en el proceso de atención al usuario en un hospital público Lima 2022. El resultado obtenido guarda relación con lo mencionado por Mejía (2020) quien logro establecer mediante la implementación del chatbot con miras a brindar mejoras en la atención de los usuarios, el cual posterior a su investigación basado en estrategias,

logro reducir el aforo que iban desde un 97% de capacidad a un 40% creando satisfacción en los usuarios; por otro lado, Shisong (2022) posterior a su investigación concluye que el sistema permite interactuar de manera simplificada, permitiendo plasmar puntos específicos con la finalidad de crear satisfacción, por último Romero et al. (2019) posterior a su investigación determino que el proceso de atención mejoro en un 97.11% posterior a la innovación a través del chatbot. En base a los resultados obtenidos, siguiendo la línea de investigación la misma que se resalta bajo la línea de investigación teórica en referencia al proceso estratégico, a lo que según Poeschl (2019) manifiesta que es la capacidad de interceder en un proceso específico, con la misión de minimizar futuros errores, por otro lado, Nkemkifu (2019) manifiesta que admite utilizar estrategias basada en la innovación con la finalidad de atraer clientes, por último, Gómez (2017) manifiesta que está basado en la competitividad como idea principal dirigido al cumplimiento de las metas.

Respecto a metodología utilizada para la investigación, misma que permitió conocer acerca de la viabilidad del proyecto y la forma de pensar de cada uno de los usuarios que asisten diariamente a su atención de salud, a través del cuestionario planteado y realizado, así mismo con el planteamiento de la investigación, la misma que fue de tipo básica, que permitió ampliar a mayor razón el conocimiento científico acerca del funcionamiento del chatbot, así como el proceso de atención al usuario, la presente investigación cobro más relevancia y fortaleza por la validación del juicio de los expertos la misma que va de la mano con el nivel fuerte de confiabilidad que se obtuvo a través del software spss. Por otro lado, se detalló a través de la estadística descriptiva representada en gráfico de barras, los índices de asertividad por cada usuario encuestado de acuerdo a cada nivel de estudio, estos datos fueron sometidos al análisis inferencial, la misma que de acuerdo a los índices de sus valores obtenidos y de acuerdo a los objetivos planteados, se llegó a la conclusión que existe incidencia entre las dos variables de estudio planteadas; que abre una alternativa en iniciar con la implementación de la creación de un chatbot para la institución, que albergara a un gran número de la población que asiste a diario a la institución mencionada y generando bienestar a cada usuario.

VI. CONCLUSIONES

Primero Se concluye de acuerdo al objetivo planteado, la cual a través del análisis estadístico descriptivo e inferencial se determinó que la variable chatbot incide sobre la variable proceso de atención al usuario en un hospital público Lima 2022; ya que mediante el análisis realizado se obtuvo un valor de significancia de un P valor de 0.000 la misma que está por debajo de 0.05 para la prueba de wald, por otro lado se obtuvo un R cuadrado para el valor de nagelkerke de 58.3%, que nos indica que está dentro del rango de incidencia intermedia alto, por otro lado a través de la estadística descriptiva se indicó que de acuerdo a la encuesta realizada se reveló que un 67.4% de la población encuestada está de acuerdo con la aprobación del proyecto, la misma que esta remarcada en el nivel óptimo; concluyendo que se demostró que existe un sustento relevante estadístico para aseverar la incidencia entre las dos variables.

Segundo De acuerdo al objetivo específico planteado se concluyó que la variable chatbot incide sobre la dimensión atención recibida de la variable proceso de atención al usuario en un hospital público Lima 2022. La cual de acuerdo al análisis estadístico arrojó un resultado de P valor de 0.000 de significancia la misma que está por debajo del valor de 0.05 para wald, por otro lado, se obtuvo un R cuadrado para el valor de nagelkerke de 46.6%, la misma que muestra un nivel de incidencia débil aceptable; por otro lado, se remarca lo realizado de acuerdo al análisis descriptivo, la cual se obtuvo un valor de 56.7% de nivel de aceptación de los usuarios bajo la escala de nivel óptimo. de tal manera de acuerdo al análisis realizado se comprobó que existe incidencia de la variable chatbot con la dimensión atención recibida de la variable proceso de atención al usuario.

Tercero De acuerdo al objetivo específico planteado se concluyó que la variable chatbot incide sobre la dimensión calidad de atención de la variable proceso de atención al usuario en un hospital público Lima 2022; la cual de acuerdo al análisis estadístico arrojó un resultado de P valor de 0.000 de significancia la misma que está por debajo del valor de 0.05 para wald, por otro lado, se obtuvo un R cuadrado para el valor de nagelkerke de 36.3%, la misma que muestra un nivel de incidencia débil aceptable; por otro lado, se remarca lo realizado de acuerdo al análisis descriptivo, la cual se obtuvo un valor de 56.5% de nivel de aceptación de los usuarios bajo la escala de nivel óptimo, de tal manera de acuerdo al análisis realizado se comprobó que existe incidencia de la variable chatbot con la dimensión calidad de atención de la variable proceso de atención al usuario.

Cuarto De acuerdo al objetivo específico planteado se concluyó que la variable chatbot incide sobre la dimensión proceso estratégico de la variable proceso de atención al usuario en un hospital público Lima 2022, la cual de acuerdo al análisis estadístico arrojó un resultado de P valor de 0.000 de significancia la misma que está por debajo del valor de 0.05 para wald, por otro lado, se obtuvo un R cuadrado para el valor de nagelkerke de 46.6%, la misma que muestra un nivel de incidencia débil aceptable; por otro lado, se remarca lo realizado de acuerdo al análisis descriptivo, la cual se obtuvo un valor de 56.7% de nivel de aceptación de los usuarios bajo la escala de nivel óptimo, de tal manera de acuerdo al análisis realizado se comprobó que existe incidencia de la variable chatbot con la dimensión proceso estratégico de la variable proceso de atención al usuario.

VII. RECOMENDACIONES

- Primero** Con la finalidad de mantener e incrementar los valores de incidencia entre la variable chatbot y el procesos de atención en los servicios de atención hospitalaria, se recomienda al jefe del área de TI de la institución Hospitalaria, proponer la ejecución del inicio del proyecto chatbot, la misma que bajo el análisis estadístico se comprobó su viabilidad, así mismo que contenga respuestas puntuales y exactas, teniendo en cuenta las necesidades fundamentales de los usuarios, de esta manera, el producto final, incluirlo en la plataforma de la institución, brindando una nueva alternativa de solución, con relación al proceso de atención al usuario, que se viene brindando en la actualidad.
- Segundo** Con la finalidad de incrementar el grado de incidencia con relación a la variable chatbot y la dimensión atención recibida, en el proceso de atención al usuario en un hospital público Lima 2022, se recomienda al jefe del área de TI proponer los lineamientos dirigidos a monitorizar periódicamente los tiempos de atención que se da por cada usuario que interactúe con el chatbot, a través de los indicadores de desempeño (KPI) generar los registros del total de los usuarios que acceden al chatbot por día, con la finalidad de analizar y buscar las mejoras en el proceso.
- Tercero** Con la finalidad de mejorar la incidencia de la variable chatbot en relación con la dimensión calidad de atención al usuario en un hospital público Lima 2022, se recomienda proponer al jefe del área de estadística la realización de encuestas de manera periódica, dirigido a los usuarios atendidos, con la finalidad de medir el nivel de servicios que se viene brindando, y a través de un análisis situacional, conocer el nivel de satisfacción del servicio, detectando fortalezas y debilidades.

Cuarto

Con la finalidad de mejorar la incidencia de la variable chatbot en relación con la dimensión proceso estratégico de la variable proceso de atención al usuario en un hospital público Lima 2022, se recomienda al jefe del área de TI, proponer el incremento del ancho de banda de la plataforma web de la institución hospitalaria, con la finalidad de generar mayor rapidez y eficacia durante la usabilidad del chatbot, minimizando el congestionamiento de la red y generando satisfacción entre los usuarios que acceden al servicio.

REFERENCIAS

- Adamopoulou, E., & Moussiades, L. (2020). Una descripción general de la tecnología Chatbot. *Springer Nature Switzerland*, 584, 373-383. Obtenido de: https://doi.org/10.1007/978-3-030-49186-4_31
- Ahumada Torres, Y. A., & Moreno Martínez, A. S. (2021). Banda ancha móvil privada y su interacción con redes de voz de la Policía Nacional. *Revista Logos Ciencia & Tecnología*, 14, 87-100. Obtenido de: <https://doi.org/10.22335/rlct.v14i1.1436>
- Álvarez, L. D., Mariel, G. O., Aleixo, d. S., Caraciolo, Luiz, F. R., Barrero, M. H., Madelén, C. G., Cunha, Moacyr, F., & Lima, S. J. (2021). Modelos de Regresión Logística Multinomial Ordinal y Redes Neuronales Artificiales para la clasificación de madera aserrada. *Revista Forestal Mesoamericana Kurú*, 18(43), 29-40. Obtenido de: <http://dx.doi.org/10.18845/rfmk.v19i43.5806>
- Ángeles, C., Sierra, J. L., López, L. L., & Mar, R. (16 de Marzo de 2020). Proceso de Atención Nutricional: Elementos para su implementación y uso por los profesionales de la Nutrición y la Dietética. (C. A.-P. Chile, Ed.) *Spanish Journal of Human Nutrition and Dietetics*, 2, 172 - 186. Obtenido de: <https://doi.org/10.14306/renhyd.24.2.961>
- Arias, G. J. (2020). Técnicas e instrumentos de investigación científica. Arequipa-Peru: diciembre-2020. Obtenido de: <http://hdl.handle.net/20.500.12390/2238>
- Ashraf, J., Islam, B., & Jawabreh, O. A. (2020). la relación entre la calidad del servicio, la satisfacción del cliente, el valor percibido y la fidelidad del cliente: un estudio de caso de fly emirates. *Cuadernos de Turismo*, 2, 557-560. Obtenido de: <http://orcid.org/0000-0001-5647-895X>
- Bajammal, M., & Mesbah, A. (2021). Pruebas de Accesibilidad a la Web Semántica a través del Análisis Visual Jerárquico. *International Conference on Software Engineering (ICSE)*, 1610-1621. Obtenido de: <https://doi.org/10.1109/ICSE43902.2021.00143>

- Barrios, G. E., Sánchez, H. E., Rocha, L. L., & Viveros, G. M. (2016). Resultados del proceso de atención en enfermería. El camino hacia la efectividad de los cuidados. *Rev Sanid Milit Mex*, 244-253. Obtenido de: http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1132-12962004000100008&lng=es&tlng=es.
- Bonales, G., Pradilla, N., & Eva, C. (Diciembre de 2020). Chatbot como herramienta comunicativa durante la crisis sanitaria de la COVID-19 en España. *Revista ComHumanitas*, 11, 1-22. Obtenido de: <https://doi.org/10.31207/rch.v11i3.270>
- Caballero, R. A. (2015). Metodología integral innovadora para planes y tesis: La metodología de como Formularlos. Santa Fe , Mexico, Mexico: Cengage Learning. Obtenido de: <http://www.ebooks7-24.com/?il=1297>
- Casazola, C. O., Alfaro, M. G., Burgos, T. J., & Ramos, M. O. (Noviembre de 2021). La usabilidad percibida de los chatbots sobre la atención al cliente en las organizaciones. *Interfaces*, 1, 182-204. Obtenido de: <https://doi.org/10.26439/interfases2021.n014.5401>
- Chun, C. Y., Kuei, L. Y., & Chen, C. P. (2021). Evaluación de Confiabilidad para una Red Multiestado con Atributo de Tiempo y Mantenimiento Periódico. *International Journal of Performability Engineering*, 17, 676-685. Obtenido de: <https://doi.org/10.23940/ijpe.21.08.p3.676685>
- Condori, Q. W. (2017). Desarrollo de un Asistente Virtual Utilizando Facebook Messenger para la Mejora del Servicio de Atención al Cliente en la Universidad Privada de Tacna en el 2017[Tesis de Grado,Universidad Privada de Tacna]. Repositorio Institucional, Tacna. Obtenido de: <http://hdl.handle.net/20.500.12969/163>
- Cristiano, J. L. (2016). Esquema de una teoría del agente centrada en la creatividad. *Papeles del CEIC*, 1, 1695-6494. Obtenido de: <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1387/pceic.14284>

- Díaz, C. A., Benítez, M. R., del Castillo, S. A., Cabrera, G. J., Villar, L. L., & Rodríguez, P. A. (2021). Formulación de un nuevo concepto de confiabilidad operacional. *Revista chilena de ingeniería*, 29, 87-93. Obtenido de: <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-33052021000100087>
- Díaz, C. A., Muñoz, G. E., Álvarez, A. A., González, G. A., López, M. I., & Rodríguez, S. Á. (2021). Análisis de la confiabilidad de procesos en una empresa biofarmacéutica. *Ingeniería Mecánica*, 24, 1815-5944. Obtenido de: <http://scielo.sld.cu/pdf/im/v24n2/1815-5944-im-24-02-12.pdf>
- Falter, M., & Hadwich, K. (2020). Bienestar en el servicio al cliente: desarrollo y validación de escalas. *Service Industries Journal*, 40, 181-202. Obtenido de: <https://doi.org/10.1080/02642069.2019.1652599>
- Farooq, M., Fayolle, A., Jaafar, N., & Salam, M. (2018). Impacto de la calidad del servicio en la satisfacción del cliente en las aerolíneas de Malasia: un enfoque PLS-SEM. *Revista de gestión del transporte aéreo-Malasia*, 36, 67, 169-180. Obtenido de: <https://doi.org/> <https://doi.org/10.18046/j.estger.2020.157.3860>
- Filgueiras, S. d., Martín, F. R.-M., Curbelo, C. A., Santos, F. A., López, P. O., & Rivero, O. J. (Septiembre de 2019). El Análisis Probabilista de Seguridad para la evaluación de la confiabilidad en sistemas técnicos complejos. *Ingeniería Energética*, 40, 203-211. Obtenido de: <http://rie.cujae.edu.cu/index.php/RIE>
- Flores, S. E. (2016). Proceso de la atención y su implicación en el proceso de aprendizaje. *Didasc@lia: Didáctica y Educación*, 7, 177-186. Obtenido de: <https://revistas.ult.edu.cu/index.php/didascalia/article/view/502>
- Florido, Á. A. (2020). Modelo de Chatbot de inteligencia artificial articulado con el Business Process Management (BPM) del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC) para el área de la Subdirección para la Industria de Comunicaciones (SICom). Repositorio Institucional, Colombia. <http://hdl.handle.net/10882/10107>

- Forster, K., Tsang, K., Li, S., Ieraci, L., Murray, P., Woltman, K. J., Chmelnitsky, D., Holloway, C. M., & Kennedy, E. D. (2020). Se puede medir la concordancia entre la atención real recibida y un mapa de vías a nivel de población en Ontario? Un estudio piloto. *Current Oncology*, 27, 27-33. Obtenido de: <https://doi.org/10.3747/co.27.5349>
- Fraga, d. A. (2016). La literatura juvenil publicada en Portugal: de las grandes tiradas comerciales a la interacción en la Web 2.0. *Revista chilena de literatura*, 1, 103-118. Obtenido de: <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-22952016000300006>
- Gartland, S., Flynn, P., Carneiro, M. A., Holloway, G., Fialho, J. d., Cullen, J., Hamilton, E., Harris, A., & Cullen, C. (2022). El estado de la accesibilidad web para personas con discapacidades cognitivas: una evaluación de evidencia rápida. *behavioral sciences*, 12, 26. Obtenido de: <https://doi.org/10.3390/bs12020026>
- Gaviria, J. A., & Santana, R. (2016). Análisis del contrato de agencia bajo los fundamentos económicos de la teoría principal-agente. *Revista de Ciencias Jurídicas y Sociales, Nueva Época*, 19, 141-185. Obtenido de: <https://doi.org/10.5209/FORO.55369>
- Gómez, J. I. (2017). El proceso estratégico: ¿Qué hacer si está pensando en diseñar su estrategia de negocios? *IEEM Revista de Negocios*, 20, 64-72. Obtenido de: <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fua&AN=125136364&lang=es&site=eds-live>.
- Gümüs, N., & Çark, Ö. (Marzo de 2021). el efecto de las actitudes de los clientes hacia los chatbots en su experiencia e intención de comportamiento en turquía. *Interdisciplinary Description of Complex Systems*, 3, 420-436. Obtenido de: <https://doi.org/10.7906/indecs.19.3.6>
- Gutiérrez, G. G. (2020). Teoría General de Sistemas. (E. USTA, Ed.) *General systems theory*, 1, 72 - 50. Obtenido de: <http://hdl.handle.net/11634/23242>

- Hernandez, S. R., & Mendoza, T. C. (2018). Metodología de la Investigación : Las Rutas Cuantitativas, Cualitativa y Mixta (Vol. 4). Santa Fe, Mexico, Mexico: McGraw-Hill Interamericana. Obtenido de: <https://cutt.ly/GGHmbmd>
- Huamaní, B. C., & Meneses, B. C. (2021). Implementación de un chatbot, utilizando SCRUM y XP, para el proceso de atención al cliente en una empresa financiera [Tesis de Grado, Universidad Autónoma del Perú]. Repositorio Institucional, Lima. Obtenido de: <https://hdl.handle.net/20.500.13067/1517>
- Hui, F. F., Dwi, Henny, S., Portia, Lindelwa, D., Nae, F. M., & Chung, M.-H. (2022). Validez y confiabilidad de la escala de competencia de atención espiritual para enfermeras de oncología en Taiwán. *Cuidados paliativos BMC*, 1, 16-20. Obtenido de: <https://doi.org/10.1186/s12904-022-00903-w>
- Hyun, Y. J., & An, S. P. (2020). Un estudio de la calidad de los servicios de enfermería, la satisfacción general de los servicios médicos y la intención de revisión del hospital. *Revista de la Academia Coreana de Administración de Enfermería*, 11, 2140-2151. Obtenido de: <https://doi.org/10.48047/rigeo.11.7.193>
- Jahdi, F., Merghati-Khoei, E., Ebadi, A., Kashanian, M., Oskouie, F., & Jahanfar, S. (2020). Exploración de la atención recibida por mujeres casadas con VPH positivo en una clínica de colposcopia en Teherán, Irán: un estudio cualitativo. *Journal of Family Medicine & Primary Care*, 9, 3549-3554. Obtenido de: https://doi.org/10.4103/jfmpe.jfmpe_1243_19
- Jimenez, F. O., & Gutiérrez, R. Y. (Junio de 2018). métricas de evaluación para chatbots, orientadas a optimizar la experiencia de su uso en las redes sociales. *revista ciencia y tecnología para el Desarrollo-UJCM* 2018, 4, 185-191. Obtenido de: <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.37260/rctd.v4i0.134>
- Jimenez, F. V., Jimenez, F. J., & Jimenez, U. (2020). Chatbot empresarial para atención a clientes de la Universidad José Carlos Mariátegui. *Neumann Business Review*, 6(1), 91 - 104. Obtenido de: <https://doi.org/https://doi.org/10.22451/3006.nbr2020.vol6.1.10047>

- Katrakazas, P., Iliki, G., & Dimitrios, K. (23 de May de 2020). Applying a general systems theory framework in mental health treatment pathways: the case of the Hellenic Center of Mental Health and Research. *International Journal of Mental Health Systems*. Obtenido de: <https://doi.org/10.1186/s13033-020-00398-z>
- Kolev, V. (11 de June de 2020). Erol Başar and the General Systems Theory—a personal reminiscence. *Biological Cybernetics*, 419–420. Obtenido de: <https://doi.org/10.1007/s00422-020-00836-8>
- Kron, F., Wingen-Heimann, S. M., Jeck, J., Carlos, L., & A., C. O. (2020). Principal-agent theory-based cost and reimbursement structures of isavuconazole treatment in German hospitals. *unawareness of physician reimbursement*, 64, 86–94. Obtenido de: <https://doi.org/DOI: 10.1111/myc.13192>
- Lavalle, D. J. (2021). Chatbot en base a la metodología LK-XPerience para la Atención de Clientes en la empresa Ecoenergyperu S.A.C [Tesis de Maestría, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio institucional, Lima. Obtenido de: <https://hdl.handle.net/20.500.12692/59972>
- Maldonado, P. J. (2018). Metodología de la investigación social: paradigmas: cuantitativo, sociocrítico, cualitativo, complementario. Bogotá, Colombia: julio 2018. Obtenido de: <http://www.ebooks7-24.com/?il=8043>
- Máñez, C. C. (2020). Evaluación de accesibilidad web de las universidades chilenas. *Formación universitaria*, 13, 69-76. Obtenido de: <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062020000500069>
- Mariño, S. ..., & L, A. P. (28 de Octubre de 2017). Evaluación de la accesibilidad web. Una mirada para asegurar la formación en la temática. *Campus Virtuales*, 6, 21-30. Obtenido de: <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=eue&AN=126589360&lang=es&site=eds-live>
- Martínez, R. H. (2018). Metodología de la investigación. Cengage Learning. Ciudad de México: D.R. 2018. Obtenido de: <http://www.ebooks7-24.com/?il=6401>

- Mejía, G. M. (2020). Implementación de un chatbot para mejorar el proceso de atención de requisitos de primer nivel en el área de sistemas de la empresa Aeropuertos del Perú SA[Tesis de Grado,Universidad Privada del Norte]. Repositorio Institucional, Lima. Obtenido de: <https://hdl.handle.net/11537/23437>
- Méndez, L. B., Camaran, M. L., & Rueda, M. P. (2017). Sesgos cognitivos bajo la perspectiva de la teoría de agencia. Una propuesta para un modelo. *Compendium*, 20. Obtenido de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88053976003>
- Morales, M. M., Celedon, R. J., Arriaga, T. M., & Hernández, P. J. (2018). Regresión logística ordinal aplicada a la identificación de factores de riesgo para la violencia de pareja. *Revista de Investigaciones Sociales*, 4(12), 1-10. Obtenido de: <https://repository.ucc.edu.co/handle/20.500.12494/41773>
- Muñoz, R. J., Cardona, A. J., Velásquez, O. J., & Chirinos, A. Y. (2018). Elementos de la neuroplanificación presentes en el proceso estratégico de las universidades privadas del estado Zulia. *Advocatus*, 15, 107-122. Obtenido de: <https://doi.org/10.18041/0124-0102/a.30.5044>
- Muñoz, V. J., Castelblanco, M. O., & Herrera, D. P. (2020). Identificación de una herramienta tecnológica del mercado para apoyar el proceso de atención a usuarios e interesados de los servicios y/o productos de NP Medical IPS SAS[Tesis de Grado,Universidad de EAN]. Repositorio Institucional, Bogota, Colombia. Obtenido de: <http://hdl.handle.net/10882/10383>
- Niño, R. V. (2019). Metodología de la Investigacion. Bogota: octubre 2019. Obtenido de: <http://www.ebooks7-24.com/?il=9546>
- Nkemkiafu, A. G., Asah, N. P., Felix, N., & sylvie, F. (2019). prácticas estratégicas de innovación de procesos sobre satisfacción del cliente y participación de mercado. *Journal of Marketing Development & Competitiveness*, 13, 49-61. Obtenido de: <https://doi.org/10.33423/jmdc.v13i2.2008>

- Nuñez, C. C. (2021). Chatbot en la mejora del proceso de ventas en la empresa Newocean Technology S.A.C., Lima 2021[Tesis de Postgrado,Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio Institucional, Lima. Obtenido de: <https://hdl.handle.net/20.500.12692/71723>
- Ñaupas Paitán, H. P. (2018). Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis. (5ta ed.). Torres, C. P. M., Bogota, Colombia: Ediciones de la U.. Obtenido de: <http://www.ebooks7-24.com/?il=8046>
- Obregón, M. D., Pante, S. G., Barja, O. J., & Mera, Y. A. (2021). Satisfacción con la atención recibida en un servicio diferenciado para adolescentes de un establecimiento de salud de primer nivel de atención. *Horizonte Médico*, 21, 2227-3530. Obtenido de: <https://dx.doi.org/10.24265/horizmed.2021.v21n1.04>
- Ortiz, O. A., & Salcedo, B. M. (2018). Pensamiento configuracional en la primera infancia: actividad lúdica mediana por problemas en matemática. Bogota-Colombia: Ediciones de la U, 2018. Obtenido de: <http://www.ebooks7-24.com/?il=8036>
- Palacios, A., García, R., Oliva, M., & Granollers, T. (12 de Enero de 2015). Exploración de patrones de interacción para su uso en la web semántica. *El profesional de la información*, 24, 749–758. Obtenido de: <https://doi.org/10.3145/epi.2015.nov.06>
- Panjaitan, J., & Yuliaty, A. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung [La influencia de la calidad del servicio en la satisfacción del cliente en la sucursal de JNE en Bandung. *DeReMa Investigación de Desarrollo-Indonesia*, 11, 265 – 289. Obtenido de: <https://doi.org/10.19166/derema.v11i2.197>
- Poeschl, S., Wirth, F., & Bauernhansl, T. (2019). Planificación estratégica de procesos para procesos de puesta en marcha en ingeniería mecánica. *International Journal of Production Research*, 57, 6727-6739. Obtenido de: <https://doi.org/10.1080/00207543.2018.1556408>

- Romero, F. A., Fernández, V. G., & Paredes, C. T. (2019). Impacto de los chatbot en la atención al cliente en la cooperativa de ahorro y crédito El Sagrario[Tesis de Grado, Universidad Autónoma de los Andes]. Repositorio Institucional, Ambato, Ecuador. Obtenido de: <http://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/10319>
- Rousseau, D. (7 de September de 2015). General Systems Theory: Its Present and Potential. *Systems Research and Behavioral Science*, 522–533. Obtenido de: <https://doi.org/DOI: 10.1002/sres.2354>
- Saling, Z., Rismawati, & Setini, M. (2020). Mejora de la Satisfacción con la Calidad del Servicio al Cliente en el Hotel Four Start en Jayapura Papua Indonesia. *Webology-Indonesia*, 17, 475–486. Obtenido de: <https://doi.org/10.14704/WEB/V17I2/WEB17046>
- Schmal, R. F., & Olave, T. Y. (2015). Optimización del Proceso de Atención al Cliente en un Restaurante durante Períodos de Alta Demanda. *Información tecnológica*, 25, 27-34. Obtenido de: <https://doi.org/dx.doi.org/10.4067/S0718-07642014000400005>
- Sebastián, M. A., Martín, S. I., & Clemente, M. J. (2020). Importancia de los insights en el proceso estratégico y creativo de las campañas publicitarias. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 26, 339–348. Obtenido de: <https://doi.org/10.5209/esmp.66570>
- Shisong, W. (29 de January de 2022). Design of Intelligent Customer Service Questioning and Answering a System for Power Business Scenario Based on AI Technology. (J. Song, Ed.) Digital Grid Research Institute, Volumen 2022. Obtenido de: <https://doi.org/10.1155/2022/5279919>
- Silva, G. G., Thiago, d. L., Valladares, T. J., & Kramer, C. B. (2021). Implementación de chatbot para mejorar el servicio en instituciones educativas superior durante covid-19. *International Journal Innovation*, 10, 178-203. Obtenido de: <https://doi.org/10.5585/iji.v10i1.20652>

- Stable, R. Y., & Sam, A. C. (Diciembre de 2018). Bibliotecas nacionales y accesibilidad web. Situación en América Latina. *Revista Interamericana de Bibliotecología*, 41, 253-265. Obtenido de: <https://doi.org/10.17533/udea.rib.v41n3a04>
- Steven, M., Frederik, G., & Diederik, V. S. (2022). Proceso declarativo integrado y descubrimiento de decisiones del Proceso de Atención de Urgencias. *Information Systems Frontiers-Belgica*, 24, 305–327. Obtenido de: <https://doi.org/10.1007/s10796-020-10078-5>
- Torres, H. J. (2019). *Estadística aplicada a las Ciencias de la salud*. (Vol. 34). Madrid: Dextra. Obtenido de: <http://www.ebooks7-24.com/?il=8987>
- Valladares, S. E., Estrella, S. M., & León, L. N. (2021). Interacción natural a través un chatbot de consejería de salud sexual y reproductiva dirigida a jóvenes universitarios. *Revista Campus*, 26, 181–190. Obtenido de: <https://doi.org/10.24265/campus.2021.v26n32.03>
- Vildan Altin, S., Stock, S., & Altin, S. V. (2016). El impacto de la alfabetización en salud, la comunicación centrada en el paciente y la toma de decisiones compartida sobre la satisfacción de los pacientes con la atención recibida en las prácticas de atención primaria alemanas. *BMC Health Services Research*, 16, 1-10. Obtenido de: <https://doi.org/10.1186/s12913-016-1693-y>
- zhang, w., & Huiying, S. (2020). Atención formal e informal recibida por adultos mayores y de mediana edad con enfermedades crónicas en Canadá: datos CLSA. *Plos ONE*, 5, 1-16. Obtenido de: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0235774>
- Zhou, Y., Fei, Z., He, Y., & Yang, Z. (Febrero de 2022). How Human–Chatbot Interaction Impairs Charitable Giving: The Role. *Journal of Business Ethics*, Obtenido de: 1-17. [10.1007/s10551-022-05045-w](https://doi.org/10.1007/s10551-022-05045-w)

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de Consistencia

TÍTULO: Chatbot y su incidencia en el Proceso de Atención al Usuario en un Hospital Público Lima, 2022																																																				
AUTOR: Sulca Huacache Carlos Edgar																																																				
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES																																																	
<p>Problema principal: ¿de qué modo el chatbot incide en el proceso de atención al usuario en un hospital público Lima 2022?</p> <p>Problemas específicos: ¿de qué manera el chatbot incide en la dimensión atención recibida en el proceso de atención al usuario en un hospital público Lima 2022? ¿de qué manera el chatbot incide en la dimensión calidad de atención en el proceso de atención al usuario en un hospital público Lima 2022? ¿de qué modo chatbot incide en la dimensión proceso estratégico en el proceso de atención al</p>	<p>Objetivo principal: Determinar la incidencia del chatbot en el proceso de atención al usuario en un hospital público Lima,2022.</p> <p>Objetivos específicos: Determinar la incidencia del chatbot en la dimensión atención recibida en el proceso de atención al usuario en un hospital público Lima,2022. Determinar la incidencia del chatbot en la dimensión calidad de atención en el proceso de atención al usuario en un hospital público Lima,2022. Determinar la incidencia del chatbot en la dimensión proceso estratégico en el proceso de</p>	<p>Hipótesis principal: El chatbot incide significativamente en el proceso de atención al usuario en un hospital público Lima 2022.</p> <p>Hipótesis específicas: El chatbot incide significativamente en la dimensión atención recibida en el proceso de atención al usuario en un hospital público Lima 2022. El chatbot incide significativamente en la dimensión calidad de atención en el proceso de atención al usuario en un hospital público Lima 2022. El chatbot incide significativamente en la dimensión proceso estratégico en el proceso de</p>	<p>Variable Independiente: Chatbot</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Dimensiones</th> <th>Indicadores</th> <th>Ítems</th> <th>Niveles</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3">Confiabilidad</td> <td>rapidez</td> <td>1-2</td> <td rowspan="2">(1) No optimo</td> </tr> <tr> <td>fiabilidad</td> <td>3-4</td> </tr> <tr> <td>eficacia</td> <td>5-6</td> <td rowspan="3">(2) Medio</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">Accesibilidad web</td> <td>facilidad</td> <td>7-8</td> </tr> <tr> <td>claridad</td> <td>9-10</td> </tr> <tr> <td>usabilidad</td> <td>11-12</td> <td rowspan="3">(3) Optimo</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">interacción</td> <td>dialogo</td> <td>13-14</td> </tr> <tr> <td>relación</td> <td>15-16</td> </tr> <tr> <td>automatización</td> <td>17-18</td> </tr> </tbody> </table> <p>Variable Dependiente: Proceso de Atención</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Dimensiones</th> <th>Indicadores</th> <th>Ítems</th> <th>Niveles</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3">Atención recibida</td> <td>atención oportuna</td> <td>19-20</td> <td rowspan="3">(1) Pésimo</td> </tr> <tr> <td>atención inmediata</td> <td>21-22</td> </tr> <tr> <td>tiempo de atención</td> <td>23-24</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">Calidad de atención</td> <td>Nivel de servicio</td> <td>25-26</td> <td rowspan="2">(2) Regular</td> </tr> <tr> <td>Satisfacción del usuario</td> <td>27-28</td> </tr> <tr> <td>eficiencia</td> <td>29-30</td> <td>(3) Adecuado</td> </tr> </tbody> </table>	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Niveles	Confiabilidad	rapidez	1-2	(1) No optimo	fiabilidad	3-4	eficacia	5-6	(2) Medio	Accesibilidad web	facilidad	7-8	claridad	9-10	usabilidad	11-12	(3) Optimo	interacción	dialogo	13-14	relación	15-16	automatización	17-18	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Niveles	Atención recibida	atención oportuna	19-20	(1) Pésimo	atención inmediata	21-22	tiempo de atención	23-24	Calidad de atención	Nivel de servicio	25-26	(2) Regular	Satisfacción del usuario	27-28	eficiencia	29-30	(3) Adecuado
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Niveles																																														
			Confiabilidad	rapidez	1-2	(1) No optimo																																														
				fiabilidad	3-4																																															
				eficacia	5-6	(2) Medio																																														
			Accesibilidad web	facilidad	7-8																																															
				claridad	9-10																																															
				usabilidad	11-12	(3) Optimo																																														
			interacción	dialogo	13-14																																															
				relación	15-16																																															
				automatización	17-18																																															
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Niveles																																														
			Atención recibida	atención oportuna	19-20	(1) Pésimo																																														
atención inmediata	21-22																																																			
tiempo de atención	23-24																																																			
Calidad de atención	Nivel de servicio	25-26	(2) Regular																																																	
	Satisfacción del usuario	27-28																																																		
	eficiencia	29-30	(3) Adecuado																																																	

TÍTULO: Chatbot y su incidencia en el Proceso de Atención al Usuario en un Hospital Público Lima, 2022							
AUTOR: Sulca Huacache Carlos Edgar							
PROBLEMA		OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES			
usuario en un hospital público Lima 2022?		atención al usuario en un hospital público Lima,2022.	dimensión proceso estratégico en el proceso de atención al usuario en un hospital público Lima 2022.	Proceso estratégico	Tiempo de espera	31-32	
					comunicación	33-34	
					Empatía	35-36	

TIPO Y DISEÑO	POBLACIÓN Y MUESTRA	TÉCNICAS INSTRUMENTOS	ESTADÍSTICA POR UTILIZAR
Tipo: Básica Diseño: no experimental	Población: 1100 usuarios Tamaño de muestra: 285 usuarios Muestreo: probabilístico simple	Técnicas: encuesta Instrumentos: cuestionario	Descriptiva: Se utilizo el histograma y tablas de contingencia, encaminadas a un diagnóstico de las dimensiones planteadas. Para la descripción de los resultados obtenidos. Inferencial: se aplicó la estadística paramétrica bajo el enfoque del coeficiente de regresión ordinal. Con la finalidad de determinar el grado de incidencia de las dos variables.

Anexo 2: Matriz de Operacionalización de Variables

TÍTULO: Chatbot y su incidencia en el Proceso de Atención al Usuario en un Hospital Público Lima, 2022					
AUTOR: Sulca Huacache Carlos Edgar					
Variables	Dimensiones	Indicadores	No.	Ítems (Preguntas)	Niveles
Chatbot Jimenez,et.al. (2020) define que es un software que interactúa con los usuarios sobre un tema determinado o en un dominio específico de una manera natural y conversacional utilizando texto y voz. opera como interfaz entre usuarios humanos.	Confiabilidad Filgueiras et.al. (2019) define como la necesidad de reducir la incertidumbre de fallo en un sistema. con la finalidad de plasmar validez y objetividad en materia de riesgo potencial a una causa específica.	rapidez	1	¿te gustaría contar con un chatbot que despeje tus dudas las 24 horas del día, de manera rápida sin salir de casa?	(1) No optimo (2) Medio (3) Optimo
			2	¿crees tú que al implementar un asistente virtual obtendrás una atención acelerada y sin tiempos de espera?	
		fiabilidad	3	¿confiaría usted en las respuestas que le pueda generar un chatbot ante la solicitud de cualquier reclamo?	
			4	¿estaría conforme con la información recibida a través de un chatbot, ya que considera que es seguro y confiable?	
		eficacia	5	¿cree usted que la atención de un chatbot sería más eficiente que la atención de un personal de salud?	
			6	¿considera usted que la atención recibida. carece de ser eficiente y oportuna, cuando es atendido por un personal de salud de manera presencial?	
	Accesibilidad web Máñez (2020) proporcionan informes muy detallados que combinados con el juicio humano. resultan una excelente combinación para detectar y solucionar posibles errores en el cumplimiento de los objetivos. Su uso resulta altamente recomendable con el propósito de ser aprovechado al máximo por los usuarios.	facilidad	7	¿cree usted que el chatbot debería ser fácil de manipular, sin tener que utilizar palabras técnicas?	
			8	¿Cree usted que un chatbot debería brindar facilidad en sus respuestas con modo de texto y voz?	
		claridad	9	¿Cree usted que un chatbot debe caracterizarse en la claridad de sus respuestas?	
			10	Ante la falta de claridad en la comunicación por parte del personal de salud ¿Cree usted que el chatbot permitirá resolver la mayoría de sus dudas acerca del estado de su salud?	
		usabilidad	11	¿cree usted que puede adaptarse al uso cotidiano de interactuar con un chatbot de manera rápida y efectiva?	
			12	¿Cree usted que el uso y la utilidad que se le pueda dar a un chatbot genera un aporte importante en despejar muchas dudas acerca de su estado de salud?	

TÍTULO: Chatbot y su incidencia en el Proceso de Atención al Usuario en un Hospital Público Lima, 2022					
AUTOR: Sulca Huacache Carlos Edgar					
Variables	Dimensiones	Indicadores	No.	Ítems (Preguntas)	Niveles
	Interacción Palacios et.al (2015) conlleva a la impicancia de pasar de navegar entre documentos a la exploración entre recursos interconectados a la red, de vistas predefinidas como a vistas complejas generadas dinámicamente en alguna plataforma digital.	dialogo	13	¿cree usted que el tipo de dialogo que recibe a través de un chatbot, generaría una mejor respuesta que un personal de salud?	
			14	¿cree usted que la interacción de un chatbot en el hospital, permitiría satisfacer la mayoría de las necesidades acerca de su estado de salud?	
		relación	15	¿cree usted que la relación que existe con el personal de salud debería minimizar la opción de interactuar con un chatbot?	
			16	¿Cree usted que la interacción humano-maquina, ofrecería una mejor atención y alejaría la relación que se tiene con el personal de salud?	
		automatización	17	¿Estaría usted de acuerdo en que un chatbot le envié recordatorios de sus citas médicas de manera automática?	
			18	¿Está usted de acuerdo que un chatbot realice un seguimiento periódico acerca de su estado de salud de manera automática?	
Proceso de atención Schmal & Olave (2015) la cual define que es un enfoque que influye al usuario orientado a la satisfacción del cliente, se centra en magnificar todos los aspectos relaciona a la necesidad del del usuario final. Dando prioridad a las peticiones de alguna necesidad.	Atención recibida Obregón (2021) menciona que es la apreciación que brinda una persona acerca del resultado final. Calificando como accesibles, aceptables, equitativos, apropiados y efectivos. Se muestra como antecedentes positivo o negativo para toda organización para identificar debilidades y fortalezas	Atención oportuna	19	Ante la falta de una atención oportuna. ¿Cree usted que un chatbot ayudaría a mejorar el proceso de atención, incrementando la satisfacción del usuario?	(1) Pésimo (2) Regular (3) Adecuado
			20	¿Cree usted que un chatbot estaría siempre disponible? ¿Brindando una respuesta oportuna de manera rápida?	
		Atención inmediata	21	¿Cree usted que un chatbot estaría siempre disponible en brindar repuestas de manera inmediata ante cualquier urgencia de salud?	
			22	¿Le estaría de acuerdo en contar con un chatbot en su dispositivo móvil que proporcione atención inmediata en todo momento?	
		Tiempo de atención	23	¿Cree usted que el chatbot mejoraría el tiempo, ante algún requerimiento de atención respecto a su salud?	
			24	¿Cree usted que el tiempo que usted invierte para recibir una atención de salud en el hospital, mejoraría a través de la implementación de un chatbot?	
		Calidad de atención	Nivel de servicio	25	

TÍTULO: Chatbot y su incidencia en el Proceso de Atención al Usuario en un Hospital Público Lima, 2022

AUTOR: Sulca Huacache Carlos Edgar

Variables	Dimensiones	Indicadores	No.	Ítems (Preguntas)	Niveles
importando fuertemente la interacción humana y el servicio personalizado.	Farooq (2018) el cual manifiesta que es conocer y comprender mejor a cada usuario, sin ignorar ninguna de sus necesidades y hábitos. Garantizando la operatividad de sus necesidades, oportunidades y eficiencia. Actuando de manera equitativa en la entrega de un servicio.	Satisfacción del usuario	26	¿Cree usted que el chatbot disminuiría el aforo de los usuarios en el hospital y a consecuencia de ello mejoraría el nivel de servicio recibido?	
			27	¿Cree usted que la atención recibida por un personal de salud cumple con la satisfacción de los usuarios?	
			28	¿Cree usted que un chatbot crea la satisfacción de los usuarios ya que se caracteriza por la rapidez en sus respuestas?	
		eficiencia	29	¿Considera usted que el modo de atención que brinda un chatbot, sería más eficiente que la atención recibida por un personal de salud de manera presencial?	
			30	¿Cree usted que un chatbot sería más eficiente en sus respuestas, ya que está enfocado directamente a lo que requiere el usuario?	
		Proceso estratégico Poeschl (2019) la cual manifiesta que es la capacidad de incrementar el esfuerzo de puesta en marcha en el proceso. Utilizando todas las estrategias que estarán enfocadas a minimizar las posibles fallas y lograr los objetivos trazados.	Tiempo de espera	31	
	32			¿Cree usted que un chatbot se caracteriza por la velocidad en sus respuestas de que acorta el tiempo de espera en obtener resultados a su solicitud?	
	comunicación		33	¿Considera usted que la comunicación que recibe por parte de un personal de salud deja mucho que desear ya que no satisface sus expectativas?	
			34	¿Cree usted que un chatbot es un medio de comunicación efectiva, eficiente y satisface las dudas respecto a su estado de salud?	
	empatía		35	¿Cree usted que un chatbot genera respuestas de manera sincera y empática al realizar alguna consulta?	
			36	¿Considera usted que un chatbot ofrece un entorno amigable y empático, capaz de despejar tus dudas acerca de tu enfermedad?	

Anexo 3: Instrumento de Recolección de Datos

Cuestionario para usuarios de un Hospital público Lima 2022.

Fecha: [/ /]

Edad: []

Sexo: Femenino [] Masculino []

Ocupación: Estudiante [] Obrero [] Empleado [] funcionario []

Grado de estudio: Primaria [] Secundaria [] Superior Técnica [] Superior Universitaria []

Instrucciones: responder a las preguntas aquí planteadas marcando con un aspa “X” para elegir a la respuesta que considere la más adecuada, solo una respuesta por pregunta. teniendo en consideración el puntaje que corresponda de acuerdo a lo siguiente: Totalmente en Desacuerdo (1), En Desacuerdo (2), Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3), De acuerdo (4) Totalmente de acuerdo (5).

No	Pregunta	Valoración				
		1	2	3	4	5
		Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo
Confiabilidad						
1	¿te gustaría contar con un chatbot que despeje tus dudas las 24 horas del día, de manera rápida sin salir de casa?	Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo
2	¿crees tú que al implementar un asistente virtual obtendrás una atención acelerada y sin tiempos de espera?	Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo
3	¿confiaría usted en las respuestas que le pueda generar un chatbot ante la solicitud de cualquier reclamo?	Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo
4	¿estaría conforme con la información recibida a través de un chatbot, ya que considera que es seguro y confiable?	Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo
5	¿cree usted que la atención de un chatbot sería más eficiente que la atención de un personal de salud?	Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo
6	¿considera usted que la atención recibida. carece de ser eficiente y oportuna, cuando es atendido por un personal de salud de manera presencial?	Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo
Accesibilidad Web						
7	¿cree usted que el chatbot debería ser fácil de manipular, sin tener que utilizar palabras técnicas?	Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo
8	¿Cree usted que un chatbot debería brindar facilidad en sus respuestas con modo de texto y voz?	Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo
9	¿Cree usted que un chatbot debe caracterizarse en la claridad de sus respuestas?	Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo

No	Pregunta	Valoración				
		1	2	3	4	5
		Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo
10	Ante la falta de claridad en la comunicación ¿Cree usted que el chatbot permitirá resolver la mayoría de sus dudas acerca del estado de su salud?	Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo
11	¿cree usted que puede adaptarse al uso cotidiano de interactuar con un chatbot de manera rápida y efectiva?	Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo
12	¿Cree usted que el uso y la utilidad que se le pueda dar a un chatbot genera un aporte importante en despejar muchas dudas acerca de su estado de salud?	Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo
Interacción						
13	¿cree usted que el tipo de dialogo que recibe a través de un chatbot generaría una mejor respuesta que un personal de salud?	Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo
14	¿cree usted que la interacción con un chatbot en el hospital permitiría satisfacer la mayoría de las necesidades acerca de su estado de salud?	Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo
15	¿cree usted que la relación que existe con el personal de salud debería minimizar la opción de interactuar con un chatbot?	Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo
16	¿Cree usted que la interacción humano-maquina ofrecería una mejor atención y alejaría la relación que se tiene con el personal de salud?	Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo
17	¿Está usted de acuerdo en que un chatbot le envíe recordatorios de sus citas médicas de manera automática?	Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo
18	¿Está usted de acuerdo que un chatbot realice un seguimiento periódico acerca de su estado de salud de manera automática?	Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo
Atención Recibida						
19	Ante la falta de una atención oportuna. ¿Cree usted que un chatbot ayudaría a mejorar el proceso de atención, incrementando la satisfacción del usuario?	Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo
20	¿Cree usted que un chatbot estaría siempre disponible? ¿Brindando una respuesta oportuna de manera rápida?	Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo
21	¿Cree usted que un chatbot estaría siempre disponible en brindar repuestas de manera inmediata ante cualquier urgencia de salud?	Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo
22	¿Le estaría de acuerdo en contar con un chatbot en su dispositivo móvil que proporcione atención inmediata en todo momento y en todo lugar?	Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo
23	¿Cree usted que un chatbot mejoraría el tiempo de respuesta, ante algún requerimiento de atención, respecto a su salud?	Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo
24	¿Cree usted que el tiempo que usted invierte por recibir una atención de salud en el hospital, mejoraría a través de la implementación de un chatbot?	Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo

No	Pregunta	Valoración				
		1	2	3	4	5
		Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo
Calidad de Atención						
25	¿Cree usted que la calidad de servicio que recibe a través del personal de salud, puede ser reemplazado por un agente virtual (chatbot)?	Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo
26	¿Cree usted que un chatbot disminuiría el aforo de los usuarios en el hospital y a consecuencia de ello mejoraría la calidad de servicio que recibe?	Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo
27	¿Cree usted que la atención recibida por el profesional de la salud, cumple con satisfacer las necesidades de salud del usuario?	Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo
28	¿Cree usted que un chatbot genera satisfacción en los usuarios, ya que se caracteriza por la rapidez en sus respuestas?	Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo
29	¿Considera usted que el modo de atención que brinda un chatbot, sería más eficiente que la atención recibida por un personal de salud de manera presencial?	Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo
30	¿Cree usted que un chatbot sería más eficiente en sus respuestas, ya que está configurado directamente a lo que requiere el usuario	Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo
Proceso estratégico						
31	¿Considera usted que el tiempo que tiene que esperar para ser atendido por un personal de salud sobrepasa los límites de espera en comparación de lo que tuviera que esperar si fuera atendido por un asistente virtual (chatbot)?	Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo
32	¿Cree usted que un chatbot se caracteriza por la velocidad en sus respuestas ya que acorta el tiempo de espera en obtener resultados a su solicitud?	Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo
33	¿Considera usted que la comunicación que recibe por parte de un personal de salud deja mucho que desear ya que no satisface sus expectativas?	Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo
34	¿Cree usted que un chatbot es un medio de comunicación efectiva, eficiente y satisface las dudas respecto a su estado de salud?	Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo
35	¿Cree usted que un chatbot genera respuestas de manera sincera y empática al realizar alguna consulta?	Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo
36	¿Considera usted que un chatbot ofrece un entorno amigable y empático, capaz de despejar tus dudas acerca de tu enfermedad?	Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo

Anexo 4: Certificado de Validación del Instrumento de Recolección de Datos

Validación del Experto N°1

VARIABLE: chatbot

N.º	DIMENSIONES / ítems	Claridad ¹		Pertinencia ²		Relevancia ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
1	¿te gustaría contar con un chatbot que despeje tus dudas las 24 horas del día, de manera rápida sin salir de casa?	X		X		X		
2	¿crees tú que al implementar un asistente virtual obtendrías una atención acelerada y sin tiempos de espera?	X		X		X		
3	¿confiaría usted en las respuestas que le pueda generar un chatbot ante la solicitud de cualquier reclamo?	X		X		X		
4	¿estaría conforme con la información recibida a través de un chatbot, ya que considera que es seguro y confiable?	X		X		X		
5	¿cree usted que la atención de un chatbot sería más eficiente que la atención de un personal de salud?	X		X		X		
6	¿considera usted que la atención recibida, carece de ser eficiente y oportuna, cuando es atendido por un personal de salud de manera presencial?	X		X		X		
		Si	No	Si	No	Si	No	
7	¿cree usted que el chatbot debería ser fácil de manipular, sin tener que utilizar palabras técnicas?	X		X		X		
8	¿Cree usted que un chatbot debería brindar facilidad en sus respuestas con modo de texto y voz?	X		X		X		
9	¿Cree usted que un chatbot debe caracterizarse en la claridad de sus respuestas?	X		X		X		
10	Ante la falta de claridad en la comunicación ¿Cree usted que el chatbot permitirá resolver la mayoría de sus dudas acerca del estado de su salud?	X		X		X		
11	¿cree usted que puede adaptarse al uso cotidiano de interactuar con un chatbot de manera rápida y efectiva?	X		X		X		
12	¿Cree usted que el uso y la utilidad que se le pueda dar a un chatbot genera un aporte importante en despejar muchas dudas acerca de su estado de salud?	X		X		X		
		Si	No	Si	No	Si	No	
13	¿cree usted que el tipo de dialogo que recibe a través de un chatbot generaría una mejor respuesta que un personal de salud?	X		X		X		
14	¿cree usted que la interacción de un chatbot en el hospital permitiría satisfacer la mayoría de las necesidades acerca de su estado de salud?	X		X		X		
15	¿cree usted que la relación que existe con el personal de salud debería minimizar la opción de interactuar con un chatbot?	X		X		X		
16	¿Cree usted que la interacción humano-maquina ofrecería una mejor atención y alejaría la relación que se tiene con el personal de salud?	X		X		X		

N.º	DIMENSIONES / ítems	Claridad ¹		Pertinencia ²		Relevancia ³		Sugerencias
17	¿Está usted de acuerdo en que un chatbot le envíe recordatorios de sus citas médicas de manera automática?	X		X		X		
18	¿Está usted de acuerdo que un chatbot realice un seguimiento periódico acerca de su estado de salud de manera automática?	X		X		X		

VARIABLE: Proceso de Atención

N.º	DIMENSIONES / ítems	Claridad ¹		Pertinencia ²		Relevancia ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
19	Ante la falta de una atención oportuna. ¿Cree usted que un chatbot ayudaría a mejorar el proceso de atención, incrementando la satisfacción del usuario?	X		X		X		
20	¿Cree usted que un chatbot estaría siempre disponible? ¿Brindando una respuesta oportuna de manera rápida?	X		X		X		
21	¿Cree usted que un chatbot estaría siempre disponible en brindar repuestas de manera inmediata ante cualquier urgencia de salud?	X		X		X		
22	¿Le estaría de acuerdo en contar con un chatbot en su dispositivo móvil que proporcione atención inmediata en todo momento?	X		X		X		
23	¿Cree usted que el chatbot mejoraría el tiempo, ante algún requerimiento de atención respecto a su salud?	X		X		X		
24	¿Cree usted que el tiempo que usted invierte para recibir una atención de salud en el hospital, mejoraría a través de la implementación de un chatbot?	X		X		X		
		Si	No	Si	No	Si	No	
25	¿Cree usted que la calidad en el servicio recibido por un personal de salud puede ser reemplazado por un agente virtual (chatbot)?	X		X		X		
26	¿Cree usted que el chatbot disminuiría el aforo de los usuarios en el hospital y a consecuencia de ello mejoraría el nivel de servicio recibido?	X		X		X		
27	¿Cree usted que la atención recibida por un personal de salud cumple con la satisfacción de los usuarios?	X		X		X		
28	¿Cree usted que un chatbot crea la satisfacción de los usuarios ya que se caracteriza por la rapidez en sus respuestas?	X		X		X		
29	¿Considera usted que el modo de atención que brinda un chatbot, sería más eficiente que la atención recibida por un personal de salud de manera presencial?	X		X		X		
30	¿Cree usted que un chatbot sería más eficiente en sus respuestas, ya que está enfocado directamente a lo que requiere el usuario?	X		X		X		
		Si	No	Si	No	Si	No	
31	¿Considera usted que el tiempo que tiene que esperar para ser atendido por un personal de salud sobrepasa los límites de espera en comparación de lo que tuviera que esperar si fuera atendido por un asistente virtual?	X		X		X		

N.º	DIMENSIONES / ítems	Claridad ¹	Pertinencia ²	Relevancia ³	Sugerencias
32	¿Cree usted que un chatbot se caracteriza por la velocidad en sus respuestas de que acorta el tiempo de espera en obtener resultados a su solicitud?	X	X	X	
33	¿Considera usted que la comunicación que recibe por parte de un personal de salud deja mucho que desear ya que no satisface sus expectativas?	X	X	X	
34	¿Cree usted que un chatbot es un medio de comunicación efectiva, eficiente y satisface las dudas respecto a su estado de salud?	X	X	X	
35	¿Cree usted que un chatbot genera respuestas de manera sincera y empática al realizar alguna consulta?	X	X	X	
36	¿Considera usted que un chatbot ofrece un entorno amigable y empático, capaz de despejar tus dudas acerca de tu enfermedad?	X	X	X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): **Si hay suficiencia**

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [x]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez evaluador: **Acuña Benites Marlon Frank** **DNI: 42097456** **.....15...de...Mayo.....del 2022**

Especialista: Metodólogo [] **Temático [x]**

Grado: Maestro [] **Doctor [x]**

¹ **Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

² **Pertinencia:** Si el ítem pertenece a la dimen

³ **Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Firma del Experto Informante

Validación del Experto N°2

VARIABLE: chatbot

N.º	DIMENSIONES / ítems	Claridad ¹		Pertinencia ²		Relevancia ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
1	¿te gustaría contar con un chatbot que despeje tus dudas las 24 horas del día, de manera rápida sin salir de casa?	X		X		X		
2	¿crees tú que al implementar un asistente virtual obtendrías una atención acelerada y sin tiempos de espera?	X		X		X		
3	¿confiaría usted en las respuestas que le pueda generar un chatbot ante la solicitud de cualquier reclamo?	X		X		X		
4	¿estaría conforme con la información recibida a través de un chatbot, ya que considera que es seguro y confiable?	X		X		X		
5	¿cree usted que la atención de un chatbot sería más eficiente que la atención de un personal de salud?	X		X		X		
6	¿considera usted que la atención recibida, carece de ser eficiente y oportuna, cuando es atendido por un personal de salud de manera presencial?	X		X		X		
		Si	No	Si	No	Si	No	
7	¿cree usted que el chatbot debería ser fácil de manipular, sin tener que utilizar palabras técnicas?	X		X		X		
8	¿Cree usted que un chatbot debería brindar facilidad en sus respuestas con modo de texto y voz?	X		X		X		
9	¿Cree usted que un chatbot debe caracterizarse en la claridad de sus respuestas?	X		X		X		
10	Ante la falta de claridad en la comunicación ¿Cree usted que el chatbot permitirá resolver la mayoría de sus dudas acerca del estado de su salud?	X		X		X		
11	¿cree usted que puede adaptarse al uso cotidiano de interactuar con un chatbot de manera rápida y efectiva?	X		X		X		
12	¿Cree usted que el uso y la utilidad que se le pueda dar a un chatbot genera un aporte importante en despejar muchas dudas acerca de su estado de salud?	X		X		X		
		Si	No	Si	No	Si	No	
13	¿cree usted que el tipo de dialogo que recibe a través de un chatbot generaría una mejor respuesta que un personal de salud?	X		X		X		
14	¿cree usted que la interacción de un chatbot en el hospital permitiría satisfacer la mayoría de las necesidades acerca de su estado de salud?	X		X		X		
15	¿cree usted que la relación que existe con el personal de salud debería minimizar la opción de interactuar con un chatbot?	X		X		X		
16	¿Cree usted que la interacción humano-maquina ofrecería una mejor atención y alejaría la relación que se tiene con el personal de salud?	X		X		X		

N.º	DIMENSIONES / ítems	Claridad ¹		Pertinencia ²		Relevancia ³		Sugerencias
17	¿Está usted de acuerdo en que un chatbot le envíe recordatorios de sus citas médicas de manera automática?	X		X		X		
18	¿Está usted de acuerdo que un chatbot realice un seguimiento periódico acerca de su estado de salud de manera automática?	X		X		X		

VARIABLE: Proceso de Atención

N.º	DIMENSIONES / ítems	Claridad ¹		Pertinencia ²		Relevancia ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
19	Ante la falta de una atención oportuna. ¿Cree usted que un chatbot ayudaría a mejorar el proceso de atención, incrementando la satisfacción del usuario?	X		X		X		
20	¿Cree usted que un chatbot estaría siempre disponible? ¿Brindando una respuesta oportuna de manera rápida?	X		X		X		
21	¿Cree usted que un chatbot estaría siempre disponible en brindar repuestas de manera inmediata ante cualquier urgencia de salud?	X		X		X		
22	¿Le estaría de acuerdo en contar con un chatbot en su dispositivo móvil que proporcione atención inmediata en todo momento?	X		X		X		
23	¿Cree usted que el chatbot mejoraría el tiempo, ante algún requerimiento de atención respecto a su salud?	X		X		X		
24	¿Cree usted que el tiempo que usted invierte para recibir una atención de salud en el hospital, mejoraría a través de la implementación de un chatbot?	X		X		X		
		Si	No	Si	No	Si	No	
25	¿Cree usted que la calidad en el servicio recibido por un personal de salud puede ser reemplazado por un agente virtual (chatbot)?	X		X		X		
26	¿Cree usted que el chatbot disminuiría el aforo de los usuarios en el hospital y a consecuencia de ello mejoraría el nivel de servicio recibido?	X		X		X		
27	¿Cree usted que la atención recibida por un personal de salud cumple con la satisfacción de los usuarios?	X		X		X		
28	¿Cree usted que un chatbot crea la satisfacción de los usuarios ya que se caracteriza por la rapidez en sus respuestas?	X		X		X		
29	¿Considera usted que el modo de atención que brinda un chatbot, sería más eficiente que la atención recibida por un personal de salud de manera presencial?	X		X		X		
30	¿Cree usted que un chatbot sería más eficiente en sus respuestas, ya que está enfocado directamente a lo que requiere el usuario?	X		X		X		
		Si	No	Si	No	Si	No	
31	¿Considera usted que el tiempo que tiene que esperar para ser atendido por un personal de salud sobrepasa los límites de espera en comparación de lo que tuviera que esperar si fuera atendido por un asistente virtual?	X		X		X		

N.º	DIMENSIONES / ítems	Claridad ¹	Pertinencia ²	Relevancia ³	Sugerencias
32	¿Cree usted que un chatbot se caracteriza por la velocidad en sus respuestas de que acorta el tiempo de espera en obtener resultados a su solicitud?	X	X	X	
33	¿Considera usted que la comunicación que recibe por parte de un personal de salud deja mucho que desear ya que no satisface sus expectativas?	X	X	X	
34	¿Cree usted que un chatbot es un medio de comunicación efectiva, eficiente y satisface las dudas respecto a su estado de salud?	X	X	X	
35	¿Cree usted que un chatbot genera respuestas de manera sincera y empática al realizar alguna consulta?	X	X	X	
36	¿Considera usted que un chatbot ofrece un entorno amigable y empático, capaz de despejar tus dudas acerca de tu enfermedad?	X	X	X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay Suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez evaluador: Lezama Gonzales Pedro Martin DNI: 09656793 18...de...MAYO.....del 2022

Especialista: Metodólogo [] Temático [x]

Grado: Maestro [] Doctor [X]

¹ Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

² Pertinencia: Si el ítem pertenece a la dimen

³ Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Firma del Experto Informante

Validación del Experto N°3

VARIABLE: chatbot

N.º	DIMENSIONES / ítems	Claridad ¹		Pertinencia ²		Relevancia ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
1	¿te gustaría contar con un chatbot que despeje tus dudas las 24 horas del día, de manera rápida sin salir de casa?	X		X		X		
2	¿crees tú que al implementar un asistente virtual obtendrías una atención acelerada y sin tiempos de espera?	X		X		X		
3	¿confiaría usted en las respuestas que le pueda generar un chatbot ante la solicitud de cualquier reclamo?	X		X		X		
4	¿estaría conforme con la información recibida a través de un chatbot, ya que considera que es seguro y confiable?	X		X		X		
5	¿cree usted que la atención de un chatbot sería más eficiente que la atención de un personal de salud?	X		X		X		
6	¿considera usted que la atención recibida, carece de ser eficiente y oportuna, cuando es atendido por un personal de salud de manera presencial?	X		X		X		
		Si	No	Si	No	Si	No	
7	¿cree usted que el chatbot debería ser fácil de manipular, sin tener que utilizar palabras técnicas?	X		X		X		
8	¿Cree usted que un chatbot debería brindar facilidad en sus respuestas con modo de texto y voz?	X		X		X		
9	¿Cree usted que un chatbot debe caracterizarse en la claridad de sus respuestas?	X		X		X		
10	Ante la falta de claridad en la comunicación ¿Cree usted que el chatbot permitirá resolver la mayoría de sus dudas acerca del estado de su salud?	X		X		X		
11	¿cree usted que puede adaptarse al uso cotidiano de interactuar con un chatbot de manera rápida y efectiva?	X		X		X		
12	¿Cree usted que el uso y la utilidad que se le pueda dar a un chatbot genera un aporte importante en despejar muchas dudas acerca de su estado de salud?	X		X		X		
		Si	No	Si	No	Si	No	
13	¿cree usted que el tipo de dialogo que recibe a través de un chatbot generaría una mejor respuesta que un personal de salud?	X		X		X		
14	¿cree usted que la interacción de un chatbot en el hospital permitiría satisfacer la mayoría de las necesidades acerca de su estado de salud?	X		X		X		
15	¿cree usted que la relación que existe con el personal de salud debería minimizar la opción de interactuar con un chatbot?	X		X		X		
16	¿Cree usted que la interacción humano-maquina ofrecería una mejor atención y alejaría la relación que se tiene con el personal de salud?	X		X		X		

N.º	DIMENSIONES / ítems	Claridad ¹		Pertinencia ²		Relevancia ³		Sugerencias
17	¿Está usted de acuerdo en que un chatbot le envíe recordatorios de sus citas médicas de manera automática?	X		X		X		
18	¿Está usted de acuerdo que un chatbot realice un seguimiento periódico acerca de su estado de salud de manera automática?	X		X		X		

VARIABLE: Proceso de Atención

N.º	DIMENSIONES / ítems	Claridad ¹		Pertinencia ²		Relevancia ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
19	Ante la falta de una atención oportuna. ¿Cree usted que un chatbot ayudaría a mejorar el proceso de atención, incrementando la satisfacción del usuario?	X		X		X		
20	¿Cree usted que un chatbot estaría siempre disponible? ¿Brindando una respuesta oportuna de manera rápida?	X		X		X		
21	¿Cree usted que un chatbot estaría siempre disponible en brindar repuestas de manera inmediata ante cualquier urgencia de salud?	X		X		X		
22	¿Le estaría de acuerdo en contar con un chatbot en su dispositivo móvil que proporcione atención inmediata en todo momento?	X		X		X		
23	¿Cree usted que el chatbot mejoraría el tiempo, ante algún requerimiento de atención respecto a su salud?	X		X		X		
24	¿Cree usted que el tiempo que usted invierte para recibir una atención de salud en el hospital, mejoraría a través de la implementación de un chatbot?	X		X		X		
		Si	No	Si	No	Si	No	
25	¿Cree usted que la calidad en el servicio recibido por un personal de salud puede ser reemplazado por un agente virtual (chatbot)?	X		X		X		
26	¿Cree usted que el chatbot disminuiría el aforo de los usuarios en el hospital y a consecuencia de ello mejoraría el nivel de servicio recibido?	X		X		X		
27	¿Cree usted que la atención recibida por un personal de salud cumple con la satisfacción de los usuarios?	X		X		X		
28	¿Cree usted que un chatbot crea la satisfacción de los usuarios ya que se caracteriza por la rapidez en sus respuestas?	X		X		X		
29	¿Considera usted que el modo de atención que brinda un chatbot, sería más eficiente que la atención recibida por un personal de salud de manera presencial?	X		X		X		
30	¿Cree usted que un chatbot sería más eficiente en sus respuestas, ya que está enfocado directamente a lo que requiere el usuario?	X		X		X		
		Si	No	Si	No	Si	No	
31	¿Considera usted que el tiempo que tiene que esperar para ser atendido por un personal de salud sobrepasa los límites de espera en comparación de lo que tuviera que esperar si fuera atendido por un asistente virtual?	X		X		X		

N.º	DIMENSIONES / ítems	Claridad ¹	Pertinencia ²	Relevancia ³	Sugerencias
32	¿Cree usted que un chatbot se caracteriza por la velocidad en sus respuestas de que acorta el tiempo de espera en obtener resultados a su solicitud?	X	X	X	
33	¿Considera usted que la comunicación que recibe por parte de un personal de salud deja mucho que desear ya que no satisface sus expectativas?	X	X	X	
34	¿Cree usted que un chatbot es un medio de comunicación efectiva, eficiente y satisface las dudas respecto a su estado de salud?	X	X	X	
35	¿Cree usted que un chatbot genera respuestas de manera sincera y empática al realizar alguna consulta?	X	X	X	
36	¿Considera usted que un chatbot ofrece un entorno amigable y empático, capaz de despejar tus dudas acerca de tu enfermedad?	X	X	X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si existe suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez evaluador: Flores Zafra David DNI: 41541647

20 de mayo del 2022

Especialista: Metodólogo [] Temático [X]

Grado: Maestro [] Doctor [X]

¹ Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

² Pertinencia: Si el ítem pertenece a la dimen

³ Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Firma del Experto Informante

Anexo 5: Base de datos

Encuesta	V1 Chatbot																		V2Proceso de Atención																		
	D1 Confiabilidad						D2 Accesibilidad Web						D3 Interacción						D1 Atención Recibida						D2 Calidad de Atención						D3 Proceso Estratégico						
	I1		I2		I3		I4		I5		I6		I7		I8		I9		I1		I2		I3		I4		I5		I6		I7		I8		I9		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	
1	2	3	4	4	4	5	3	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
2	2	1	1	1	2	1	2	1	5	5	4	3	3	2	1	3	1	1	3	4	1	1	1	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	2	2	1	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3
6	1	1	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	2	2	
7	4	4	4	4	2	2	4	2	4	2	2	2	2	2	3	2	4	2	4	4	2	2	2	2	2	2	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2
8	4	4	2	3	3	4	5	5	5	5	4	4	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	3	4	4	3	4	3	
9	1	4	3	4	2	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	2	3	3	4	2	4	4	3	
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
11	4	4	3	4	3	3	4	4	2	2	3	2	2	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4
12	5	5	5	5	3	4	4	4	5	3	4	4	3	4	3	4	5	5	5	5	4	5	5	5	3	5	1	1	3	4	3	5	5	3	5	4	
13	3	3	1	3	2	3	4	4	4	2	3	3	2	3	2	2	5	5	4	3	3	5	3	2	1	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	
14	2	2	1	2	1	1	5	5	5	1	1	1	1	1	1	1	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	
15	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	3	4	4	5	5	4	4	4	4	
16	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3
17	5	5	4	4	2	2	5	4	4	3	3	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4

Encuesta	V1 Chatbot																		V2Proceso de Atención																		
	D1 Confiabilidad						D2 Accesibilidad Web						D3 Interacción						D1 Atención Recibida						D2 Calidad de Atención						D3 Proceso Estratégico						
	I1		I2		I3		I4		I5		I6		I7		I8		I9		I1		I2		I3		I4		I5		I6		I7		I8		I9		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	
18	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	4	4		
19	1	3	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4		
20	1	1	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	5	4	3	3	4		
21	3	4	3	3	2	4	4	4	4	3	4	4	1	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	
22	4	4	4	4	1	2	4	4	4	2	4	2	2	2	2	4	4	4	3	2	2	4	2	2	1	4	4	4	2	4	2	2	2	2	4	2	
23	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
24	4	4	4	3	3	5	4	5	5	4	5	5	3	3	4	3	3	3	3	3	4	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	
25	2	2	2	3	2	3	3	5	4	4	5	5	3	4	3	3	3	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
26	2	2	2	3	3	3	3	5	5	5	1	1	5	2	2	1	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	4	4	4	4	4	1	3	3	3	3
27	3	3	2	3	2	3	1	4	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	3	4	2	2	2	2	2	2	
28	1	1	2	2	2	4	1	5	5	5	2	1	2	3	1	1	2	2	4	3	3	3	3	3	4	4	2	5	5	4	4	4	4	4	2	4	4
29	3	3	2	1	1	1	1	4	5	5	2	2	1	3	2	1	2	3	4	4	2	2	4	4	4	2	1	2	2	4	4	4	4	4	3	3	3
30	3	2	4	3	3	4	2	2	2	3	1	1	2	2	2	2	2	3	5	3	2	1	2	2	2	2	2	2	4	4	2	2	4	3	2	2	
31	4	4	3	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	
32	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5
33	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
34	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	
35	1	1	1	2	1	2	1	5	5	4	3	3	2	1	3	1	1	3	4	1	1	1	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	

Encuesta	V1 Chatbot																		V2Proceso de Atención																			
	D1 Confiabilidad						D2 Accesibilidad Web						D3 Interacción						D1 Atención Recibida						D2 Calidad de Atención						D3 Proceso Estratégico							
	I1		I2		I3		I4		I5		I6		I7		I8		I9		I1		I2		I3		I4		I5		I6		I7		I8		I9			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36		
36	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	3	5	5	3	3	5		
37	3	3	2	2	3	4	3	5	5	5	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	2	2	5	5	5	5	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4		
38	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	5	5	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4		
39	3	3	2	5	3	5	5	5	5	5	4	5	3	5	4	4	3	5	5	5	3	3	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		
40	3	3	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	3	3	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5		
41	2	2	2	2	2	4	2	3	3	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	5	5	1	1	2	2	1	2	2	2		
42	4	2	2	3	2	2	4	4	5	3	3	3	2	3	4	4	5	4	4	4	3	4	4	2	1	2	4	5	1	4	3	4	3	2	2	4		
43	1	1	1	1	1	5	4	4	4	1	2	4	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
44	4	4	3	4	2	4	4	4	4	3	4	4	2	3	4	3	4	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	4	4	3	2	1		
45	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4		
46	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3		
47	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	2	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5		
48	4	4	4	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4		
49	5	4	4	3	1	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	2	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3		
50	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	3	3	3		
51	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	3	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4		
52	4	4	2	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4		
53	3	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	

Encuesta	V1 Chatbot																		V2Proceso de Atención																			
	D1 Confiabilidad						D2 Accesibilidad Web						D3 Interacción						D1 Atención Recibida						D2 Calidad de Atención						D3 Proceso Estratégico							
	I1		I2		I3		I4		I5		I6		I7		I8		I9		I1		I2		I3		I4		I5		I6		I7		I8		I9			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36		
54	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	
55	3	3	2	2	1	2	3	4	4	4	2	3	4	2	2	2	4	4	3	4	2	2	3	3	2	4	2	3	2	3	4	3	4	4	2	2		
56	4	5	5	4	4	3	5	4	5	4	4	3	3	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4		
57	3	4	5	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	3	4	5	4	5	5	5	4		
58	4	5	4	5	5	4	3	3	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4		
59	4	5	2	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4		
60	4	2	2	3	2	1	4	4	1	3	4	4	3	2	3	2	4	4	4	3	4	4	4	4	1	3	4	4	2	3	4	4	3	3	1	1		
61	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	3	3	4	5	3	4	4	4	4	5	4		
62	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	
63	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	2	4	3	5	5	4		
64	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	3	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4
65	2	4	3	4	2	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	
66	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	3	3	3	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	
67	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	2	3	4	4	4	5	4	4	2		
68	5	4	4	4	4	5	5	3	4	4	4	5	4	5	4	3	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	
69	4	4	4	4	3	3	4	5	3	5	4	3	4	5	4	4	5	4	5	3	4	5	4	4	4	5	5	4	4	3	5	4	4	4	5	4		
70	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	
71	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	3	3	4	2	4	4	5	4	5	4		

Encuesta	V1 Chatbot																		V2Proceso de Atención																	
	D1 Confiabilidad						D2 Accesibilidad Web						D3 Interacción						D1 Atención Recibida						D2 Calidad de Atención						D3 Proceso Estratégico					
	I1		I2		I3		I4		I5		I6		I7		I8		I9		I1		I2		I3		I4		I5		I6		I7		I8		I9	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36
72	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	5	3	5	4	4	4	5	4	3	5
73	5	4	4	5	4	5	4	4	5	3	4	3	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	3	4	4	3	4	4	4
74	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	5
75	4	4	5	4	3	4	2	4	5	4	5	4	4	5	4	5	3	4	4	5	3	4	2	5	5	4	3	4	4	4	3	5	3	3	4	4
76	5	4	4	4	5	3	4	5	4	4	3	3	3	3	3	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4
77	3	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	3	3	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	3	5	4	4	5	4	5	4	3
78	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	3	3	5	5	5	3	5	4	4	4	3	4	4	3	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	3	3
79	3	3	4	5	3	4	4	5	3	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	3	4	4	5	4	3	5	5	5	3	3	3	5
80	5	5	5	5	4	3	4	4	5	4	3	4	4	5	4	3	2	5	4	4	4	3	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	3
81	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	3	4	4	5	5	4	5	4	3	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5
82	4	4	4	3	5	5	4	4	3	1	4	4	3	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	3	5	4	4	3
83	3	3	2	3	2	4	4	2	4	4	5	4	3	2	2	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	3	3	4	4
84	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	3	3	5	5	4	4	4
85	5	5	4	4	3	4	5	4	4	3	5	4	3	4	4	4	5	4	5	4	3	3	4	4	5	5	3	3	5	5	3	5	5	4	4	5
86	5	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	5	5	4	4	3
87	4	4	3	3	4	3	2	3	4	5	5	4	3	4	4	4	3	4	4	5	3	3	4	4	4	5	4	5	5	3	4	5	5	4	5	4
88	3	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	3	3	5	4	5	3	4	4	4	4	4	5	3	5	5	5	4	4	5	4	3	4	4	4
89	5	4	4	4	5	5	5	3	3	5	5	3	5	4	5	5	3	5	3	3	5	5	4	5	3	5	5	3	4	4	3	5	5	3	3	4

Encuesta	V1 Chatbot																		V2Proceso de Atención																	
	D1 Confiabilidad						D2 Accesibilidad Web						D3 Interacción						D1 Atención Recibida						D2 Calidad de Atención						D3 Proceso Estratégico					
	I1		I2		I3		I4		I5		I6		I7		I8		I9		I1		I2		I3		I4		I5		I6		I7		I8		I9	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36
90	4	4	5	4	4	4	5	5	3	4	5	5	5	5	4	3	5	4	5	3	3	4	4	4	5	5	3	4	5	5	4	4	5	5	3	3
91	3	3	4	3	4	5	5	4	3	4	5	5	4	3	5	5	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	5	5	4	
92	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	5	5	2	3	2	4	3	5	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	5	5	4	5	3
93	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	3	4	4	5	4	4	3	4	4	4	5	3
94	3	3	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	5	4	4	3	5	4	5	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4
95	5	4	4	4	5	4	4	3	2	2	3	3	3	2	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	2	3	4	4	3	4	4	4	4	4
96	4	4	4	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	3	3	2	4	4	4	4
97	4	4	4	4	4	3	5	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	5	4	5	4	4	3	3	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4
98	4	5	4	4	4	3	3	2	4	4	4	4	5	4	3	4	5	4	5	3	4	5	4	3	5	4	3	2	4	5	5	3	4	3	3	4
99	4	4	5	2	2	3	4	4	4	4	4	5	4	2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	5	4	3	
100	5	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	3	4	5	4	5	3	5	5	4
101	3	3	3	2	2	5	4	4	4	3	4	3	5	4	5	5	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	5	4	4
102	4	4	4	4	4	4	5	4	5	3	3	5	5	4	3	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	5	3	3
103	3	4	4	4	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	5	5	4	4	4	5	4	3	4	4	3	2	3	3	2
104	5	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	
105	3	4	3	2	3	4	5	5	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	
106	3	4	5	3	4	4	4	3	4	4	3	5	3	4	3	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	5	5	3	4
107	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	5	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4

Encuesta	V1 Chatbot																		V2Proceso de Atención																	
	D1 Confiabilidad						D2 Accesibilidad Web						D3 Interacción						D1 Atención Recibida						D2 Calidad de Atención						D3 Proceso Estratégico					
	I1		I2		I3		I4		I5		I6		I7		I8		I9		I1		I2		I3		I4		I5		I6		I7		I8		I9	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36
108	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	3	4	4	5	3	4	4	4	5	5	4	3	4	4	5	3	5	4	4	4	5	4	5	4	4
109	3	3	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	2	4	2	4	4	2	3	4	2	4	4	4	4	4	3
110	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	5	3	4	4	2	5	4	4	3	5	4	3	4
111	5	5	4	4	3	2	3	4	4	3	4	2	2	4	4	3	3	4	4	4	4	3	5	4	3	3	2	5	4	4	5	3	4	5	5	3
112	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	5	4	5	4	3	5	4	4	4	3	3	5	4	3	4	4	5	3	3	5	4	4	4	3	3	4
113	5	3	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	3	2	3	3	2	3	3	3	4	4	2	4	3	3	3	2	4	5	4	2	3	4	4
114	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	2	3	5	4	4	4	3	5	5	4	3	4	4	5	3	2	4	3	3	3	3	2	4	5
115	5	4	4	3	3	5	5	4	3	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	2	4	4	3	3	3	4	5	5	4	4	4	5	5	5
116	5	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	5	4	3	5	2	4	3	4	4	3	4	4	5	5	3	3	4	3	5	4	3	4	4	4
117	3	4	4	4	4	5	4	5	5	3	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
118	5	4	3	4	4	5	4	3	5	4	5	4	4	3	5	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	3
119	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	3	5	4	4	5	3	5	4	5	5	4	4	5	3	5	4	4	5	5	3
120	3	4	5	5	4	4	3	4	4	4	5	5	4	5	4	3	3	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	3	3	4	4	4	3	3
121	4	4	5	4	3	4	4	5	3	4	5	3	5	3	5	5	5	5	3	5	3	5	5	4	5	5	4	3	4	4	3	4	4	5	4	5
122	4	2	4	3	3	5	4	4	4	3	4	3	5	4	4	2	3	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3
123	3	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	3	3	4	2	3	4	5	4	4	4	4	3	3	5
124	2	5	5	5	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	5	5	3	3	4	4	5	5	4	3	4	5	4	3	5	4	5	5	5	4	5
125	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	5	4	3	3	4	5	3	5	4	4	5	5	3	4	3	5	3	4	3	4

Encuesta	V1 Chatbot																		V2Proceso de Atención																		
	D1 Confiabilidad						D2 Accesibilidad Web						D3 Interacción						D1 Atención Recibida						D2 Calidad de Atención						D3 Proceso Estratégico						
	I1		I2		I3		I4		I5		I6		I7		I8		I9		I1		I2		I3		I4		I5		I6		I7		I8		I9		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	
126	5	5	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4
127	4	4	4	4	3	3	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	3	3	5	4	4	5	5	4	3	3	2	4	3	5	5	4	4	4	4	2	
128	5	5	4	4	3	3	4	4	3	5	3	4	5	3	4	5	3	3	3	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	3	3	
129	2	4	4	3	4	4	4	4	3	3	5	4	1	4	2	3	2	2	2	3	4	3	4	5	5	2	5	2	2	4	4	5	4	4	3	3	
130	4	3	5	4	3	4	4	5	4	3	4	3	4	5	5	4	4	5	3	5	5	4	4	4	4	5	5	5	3	2	5	3	3	4	5	5	
131	5	4	4	4	4	4	5	5	3	3	4	4	5	3	4	4	4	4	4	5	3	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	3	
132	4	4	5	5	3	4	4	3	4	4	3	5	5	4	4	3	4	4	4	3	5	3	4	4	3	4	5	4	3	4	5	4	4	5	4	3	
133	4	5	5	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	2	1	4	4	3	3	3	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	3	5	3	
134	3	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	2	3	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	2	3	4	4	3	4	4	4	4	5	3	3	
135	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	3	3	4	3	5	5	4	3	4	5	4	3	5	3	3	5	3	5	4	5	3	
136	4	3	5	3	4	4	4	5	4	3	4	5	5	3	3	4	3	4	4	4	5	5	3	3	2	3	3	3	4	2	4	4	4	4	4	3	
137	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	5	5	4	3	4	4	5	5	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	
138	4	4	2	3	3	4	5	5	5	5	4	4	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	3	4	4	3	4	3	
139	3	4	5	5	5	4	3	3	3	4	5	5	5	5	3	4	5	3	4	4	4	4	3	4	3	4	5	5	5	4	3	3	4	4	4	4	
140	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	
141	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	3	3	5	4	5	4	3	3	3	4	5	5	4	4	3	3	5	5	4	3	3	4	4	4	5	5	
142	4	3	5	5	4	3	4	4	4	5	5	4	3	5	5	3	4	4	3	5	4	5	4	3	4	4	5	4	4	4	4	3	4	5	5	5	
143	2	3	5	5	5	5	5	3	3	3	3	2	3	4	4	3	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	3	

Encuesta	V1 Chatbot																		V2Proceso de Atención																	
	D1 Confiabilidad						D2 Accesibilidad Web						D3 Interacción						D1 Atención Recibida						D2 Calidad de Atención						D3 Proceso Estratégico					
	I1		I2		I3		I4		I5		I6		I7		I8		I9		I1		I2		I3		I4		I5		I6		I7		I8		I9	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36
144	4	5	4	3	4	5	3	4	4	4	5	4	5	3	4	5	4	4	3	5	5	4	3	2	2	4	4	4	2	4	2	4	5	4	4	4
145	4	3	4	5	2	3	5	4	5	2	2	3	5	4	2	4	4	2	2	5	5	2	4	2	3	3	4	5	2	4	2	3	5	2	2	4
146	3	4	3	4	4	4	4	4	3	2	2	3	4	2	4	4	2	5	2	2	2	3	3	4	5	5	4	3	2	2	3	3	5	4	2	3
147	4	4	4	3	4	3	4	5	5	5	2	2	4	3	4	4	4	3	4	4	3	2	4	5	5	4	4	3	5	2	5	3	3	5	5	2
148	4	5	4	5	5	3	2	4	3	3	2	5	2	2	2	5	4	2	2	5	3	5	3	4	2	4	4	4	3	3	2	2	4	5	5	2
149	4	4	5	5	3	3	5	3	4	4	3	4	5	5	3	2	2	4	5	2	4	5	2	5	5	2	2	5	5	2	2	3	4	4	4	5
150	4	3	3	4	3	2	4	4	2	4	4	2	2	5	3	1	3	1	3	3	4	3	2	4	5	4	4	5	4	3	2	5	5	2	3	3
151	3	5	4	5	5	4	4	3	3	4	3	3	2	4	4	5	4	3	2	3	4	4	4	3	4	5	5	5	3	5	4	5	3	4	5	5
152	4	3	4	4	5	4	4	3	4	5	4	3	5	5	4	5	5	4	3	3	3	4	4	4	5	4	4	5	3	2	5	5	5	4	4	4
153	3	4	4	5	4	4	3	4	4	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	3	5	5	4	4	5	5	4
154	4	5	4	4	4	5	4	4	3	3	5	5	3	2	3	3	4	4	4	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	3
155	4	3	5	4	5	4	5	4	5	4	3	3	3	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	3	4	5	4	3	5	5	3	4	4
156	4	4	4	5	4	4	5	3	4	4	4	5	4	4	3	3	5	4	5	3	3	4	4	5	3	3	4	5	5	5	4	3	3	5	5	5
157	4	4	5	5	4	4	3	5	5	3	4	4	4	4	4	4	5	2	4	5	5	4	4	4	4	4	5	3	3	3	2	3	4	4	4	3
158	4	4	3	4	4	5	5	3	4	4	5	2	4	4	4	5	3	4	3	4	4	5	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	5	5
159	4	5	4	2	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	5	5	4	3	3	4	5	3	4	5	3	4	4	4	4	2	4
160	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	3	4	4	4	3	5	3	4	5	4	5	4	3	4
161	5	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4	5	5	4	4	5	4	4	3	4	5	4	5	4	4	5	5	4	3	5	4	5	5	5	4	4

Encuesta	V1 Chatbot																		V2Proceso de Atención																		
	D1 Confiabilidad						D2 Accesibilidad Web						D3 Interacción						D1 Atención Recibida						D2 Calidad de Atención						D3 Proceso Estratégico						
	I1		I2		I3		I4		I5		I6		I7		I8		I9		I1		I2		I3		I4		I5		I6		I7		I8		I9		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	
162	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	5
163	5	4	4	4	4	3	3	4	5	4	4	4	4	3	5	3	4	5	4	4	4	5	3	3	4	5	3	5	3	4	5	5	5	5	4	5	4
164	4	3	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	3	3	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4
165	3	4	4	4	4	3	4	3	4	5	5	4	4	4	5	5	5	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	5	5	4	4	
166	4	5	4	3	3	3	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	3	4	5	5	4	5	3	4	4	3	3	4	4	3	2	
167	3	4	5	5	3	4	4	4	4	4	3	5	5	4	3	4	5	5	4	4	5	4	5	5	3	5	4	3	4	5	5	4	3	4	4	4	
168	3	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	3	5	5	4	4	3	5	4	3	5	5	4	2	2	3	4	4	5	4	4	5	5	5	5	
169	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	3	4	5	3	4	4	5	5	4	5	3	5	4	5	5	3	5	4	5	5	5	
170	1	2	2	2	2	2	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1
171	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	
172	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1
173	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
174	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	1	2	1	2	2	2	1	1	2	1	1	2	1
175	1	2	2	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	2	2	1	2	1	1
176	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2
177	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3
178	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5
179	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	

Encuesta	V1 Chatbot																		V2Proceso de Atención																		
	D1 Confiabilidad						D2 Accesibilidad Web						D3 Interacción						D1 Atención Recibida						D2 Calidad de Atención						D3 Proceso Estratégico						
	I1		I2		I3		I4		I5		I6		I7		I8		I9		I1		I2		I3		I4		I5		I6		I7		I8		I9		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	
180	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3
181	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	
182	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	
183	4	5	5	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
184	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	
185	4	4	4	3	3	3	4	5	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
186	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3
187	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	
188	1	2	1	1	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	1	
189	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	3	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	
190	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	3	3	3	2	4	5	3	3	3	5	4	4	3	4	4	5	4	3	5	4	3	
191	4	5	5	5	4	5	5	3	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	
192	5	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	5	4	3	5	5	3	5	5	5	5	4	4	4	5	
193	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	
194	4	5	5	4	4	4	4	5	5	3	3	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	4	4	
195	5	4	4	4	4	3	5	5	5	3	4	4	3	5	4	5	4	4	2	3	4	3	3	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	
196	5	5	4	5	5	5	3	3	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	4	4	4	
197	4	5	3	5	5	5	5	5	2	4	3	3	3	2	4	4	5	3	3	4	5	4	4	3	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	3	

Encuesta	V1 Chatbot																		V2Proceso de Atención																	
	D1 Confiabilidad						D2 Accesibilidad Web						D3 Interacción						D1 Atención Recibida						D2 Calidad de Atención						D3 Proceso Estratégico					
	I1		I2		I3		I4		I5		I6		I7		I8		I9		I1		I2		I3		I4		I5		I6		I7		I8		I9	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36
198	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	
199	3	3	4	5	4	2	4	3	4	5	5	5	5	5	5	4	3	4	3	3	4	4	5	5	4	5	3	4	5	5	4	4	4	5	4	5
200	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	
201	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
202	5	4	5	5	5	5	5	4	1	4	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
203	2	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	2	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	3	5	5	5	4	4	5	5	5	
204	4	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	3	4	1	4	5	2	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	
205	2	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
206	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	3	4	2	5	3	3	3	2	4	5	5	5	4	4	5	2	4	4	
207	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	
208	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
209	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	
210	5	5	5	4	4	3	4	5	4	3	4	5	5	5	4	4	4	5	5	3	4	5	5	5	4	3	4	4	4	4	5	4	5	4	3	
211	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	2	2	5	5	5	5	
212	5	5	5	5	4	4	4	3	4	5	4	5	5	5	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	
213	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	
214	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	
215	5	5	5	3	3	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	3	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	3	5	5	5	

Encuesta	V1 Chatbot																		V2Proceso de Atención																		
	D1 Confiabilidad						D2 Accesibilidad Web						D3 Interacción						D1 Atención Recibida						D2 Calidad de Atención						D3 Proceso Estratégico						
	I1		I2		I3		I4		I5		I6		I7		I8		I9		I1		I2		I3		I4		I5		I6		I7		I8		I9		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	
216	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		
217	5	4	4	5	4	4	4	4	3	5	4	5	5	5	3	3	2	2	5	4	3	4	3	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4		
218	4	4	5	5	4	4	3	3	4	5	5	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	
219	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	3	5	5	3	3	5	
220	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	
221	4	3	2	4	5	3	3	5	5	4	4	4	5	3	5	5	5	3	4	3	5	4	2	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	
222	4	3	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	3	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	
223	5	5	4	4	4	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	
224	4	5	5	5	4	5	5	3	2	4	5	5	3	3	4	5	5	3	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	2	5	5	3	5	5	5	4	
225	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	
226	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
227	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
228	3	4	5	5	5	4	3	4	5	4	5	3	5	5	3	5	5	4	5	5	3	5	5	4	5	3	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	
229	4	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
230	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	3	5	3	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	3	5	5	4	5	3	4	4	4	5	5	
231	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
232	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	1	4	5	5	5	5	5	5	5	
233	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	3	3	5	5	3	3	4	5	4	3	3	5	4	5	5	5	5	3	4	

Encuesta	V1 Chatbot																		V2Proceso de Atención																			
	D1 Confiabilidad						D2 Accesibilidad Web						D3 Interacción						D1 Atención Recibida						D2 Calidad de Atención						D3 Proceso Estratégico							
	I1		I2		I3		I4		I5		I6		I7		I8		I9		I1		I2		I3		I4		I5		I6		I7		I8		I9			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36		
234	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	2	5	5	4	5	3	3	3	3	3	5	3	4	5	5	4	5	5	4	5	3	5	5	5	5		
235	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		
236	5	5	5	4	4	4	4	4	4	2	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5		
237	3	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	3	3	3	3	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	3	5	5	4	3	5	5	3	5	4		
238	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		
239	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4		
240	5	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	5	5	5	3	3	3	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	
241	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5		
242	4	5	5	3	3	4	4	4	5	4	5	5	5	3	4	4	2	2	4	4	5	5	3	4	4	5	5	3	3	4	4	5	4	4	2	4		
243	5	5	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	5	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		
244	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	1	5	3	5	4	3	5	4		
245	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	5	4	3	5	5	5	5	4	3		
246	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
247	5	4	4	4	4	4	3	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	
248	5	4	4	3	4	5	4	3	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	3	3	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	
249	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	
250	3	3	4	5	5	4	4	3	3	4	5	5	4	4	5	3	5	3	5	4	3	5	2	4	4	5	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5		
251	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	5	3	4	

Encuesta	V1 Chatbot																		V2Proceso de Atención																	
	D1 Confiabilidad						D2 Accesibilidad Web						D3 Interacción						D1 Atención Recibida						D2 Calidad de Atención						D3 Proceso Estratégico					
	I1		I2		I3		I4		I5		I6		I7		I8		I9		I1		I2		I3		I4		I5		I6		I7		I8		I9	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36
252	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4
253	5	4	3	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	3	3	3	5	5	3	3	5	3	4	4	4	5	2	4	4
254	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
255	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	
256	2	4	4	1	2	3	4	5	5	5	4	3	3	5	4	4	5	5	4	4	3	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	
257	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
258	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	4	3	5	2	3	3	2	2	1	1	5	5	5	5	5	1	5	5	5	4	5	
259	5	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	3	4	4	3	5	4	3	4	5	5	4	5	
260	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	
261	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	2	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	2	4	5	5	3	2	1	3	4	2
262	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
263	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	3	4	4	5	4	5	4	5	4	3	4	5	3	3	4	4	5	4	3	
264	4	5	5	3	3	4	3	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	3	5	5	5	5	2	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5
265	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
266	5	5	5	5	4	3	2	1	1	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
267	5	5	3	3	4	5	4	3	3	2	5	4	4	3	3	3	4	3	3	5	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	4	3	3	2	3	2
268	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	3	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
269	5	5	5	3	5	3	2	2	1	3	2	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5

Encuesta	V1 Chatbot																		V2Proceso de Atención																		
	D1 Confiabilidad						D2 Accesibilidad Web						D3 Interacción						D1 Atención Recibida						D2 Calidad de Atención						D3 Proceso Estratégico						
	I1		I2		I3		I4		I5		I6		I7		I8		I9		I1		I2		I3		I4		I5		I6		I7		I8		I9		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	
270	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	5	4	3	5	3	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
271	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	3	2	1	1	5	5	3	2	5	1	3	2	1	5	5	5	5	5	5	
272	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
273	4	4	3	5	5	4	4	4	4	5	4	3	2	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	
274	5	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	
275	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	
276	5	4	4	4	4	4	1	3	2	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
277	5	5	5	5	5	4	5	5	4	3	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	3	3	2	3	4	
278	5	5	5	3	3	3	3	5	4	5	4	5	4	2	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	
279	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
280	5	3	3	3	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	3	3	5	5	4	5	4	1	4	5	4	4	5	5	3	4	5	5	5	4	5	5	
281	5	5	5	5	5	4	3	1	4	2	4	3	5	5	5	5	4	5	4	2	1	4	2	2	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	
282	5	4	3	4	4	5	5	4	1	4	5	4	5	4	5	5	5	3	3	3	5	5	5	4	3	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	
283	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	3	2	2	4	2	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4
284	4	4	4	4	5	5	4	3	3	4	5	4	5	5	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5	3	3	2	3	1	3	4	5	3	3	4	3	
285	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	3	4	5	5	4	3	3	2	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	5	