



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**ESCUELA DE POSGRADO
PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN
GESTIÓN PÚBLICA**

**Calidad de servicio virtual y satisfacción de los usuarios de la
Municipalidad distrital de Imperial, 2022**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
Maestra en Gestión Pública**

AUTORA:

Aliaga Carbonero, Ariana Denisse (orcid.org/0000-0001-5782-3655)

ASESORES:

Dr. Garay Flores, Germán Vicente (orcid.org/0000-0002-7118-6477)

Dr. Ochoa Tataje, Freddy Antonio (orcid.org/0000-0002-1410-1588)

Dra. Mercado Marrufo, Celia Emperatriz (orcid.org/0000-0002-4187-106X)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Políticas Públicas

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Fortalecimiento de la democracia, liderazgo y ciudadanía

LIMA - PERÚ

2023

Dedicatoria

A mi menor hija Graciela Denisse Aliaga Carbonero por ser mi razón de ser y motivo de superación

A mis padres Robinsón Aliaga Mendoza y Graciela Carbonero Lázaro por darme su apoyo incondicional día a día, con la finalidad de culminar con éxitos la maestría.

Agradecimiento

A Dios por haberme dado la vida y por guiarme por el sendero del bien, y la UCV por albergarme en sus aulas hasta alcanzar mi objetivo.

Índice de contenidos

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	vi
Índice de tabla	vii
Resumen	viii
Abstract	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA	13
3.1. Tipo y diseño de investigación	13
3.2. Variables y Operacionalización	14
3.3. Población, muestra y muestreo	14
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	15
3.5. Procedimientos	16
3.6. Método de análisis de datos	16
3.7. Aspectos éticos	17
IV. RESULTADOS	18
V. DISCUSIÓN	24
VI. CONCLUSIONES	31
VII. RECOMENDACIONES	32
REFERENCIAS	33
ANEXO	39

Índice de tablas

Tabla 1 Niveles según percepción sobre la calidad de servicio virtual	18
Tabla 2 Niveles según percepción sobre la satisfacción de los usuarios	18
Tabla 3 Correlación de calidad de servicio virtual y satisfacción de los usuarios	19
Tabla 4 Correlación del diseño de la página web y satisfacción de los usuarios	20
Tabla 5 Correlación del servicio al cliente online y satisfacción de los usuarios	21
Tabla 6 Correlación de la privacidad y seguridad y satisfacción de los usuarios	22
Tabla 7 Correlación de cumplimiento y satisfacción de los usuarios	23

Resumen

La adaptación de la Municipalidad de Imperial-Cañete por la emergencia sanitaria y el aislamiento social promovido impulsó a la incorporación de una plataforma virtual de atención al público, por ello, el objetivo fue determinar la relación entre la calidad de servicio virtual y la satisfacción de los usuarios de la municipalidad. El enfoque desarrollado fue cuantitativo, el método hipotético deductivo, el diseño no experimental transversal y el alcance descriptivo correlacional. La muestra estuvo constituida por 129 usuarios de la Municipalidad de Imperial-Cañete, el muestreo fue no probabilístico por conveniencia. La técnica que se empleó fue la encuesta y el instrumento fue el cuestionario. El instrumento se validó por juicio de expertos (Aplicable) y la confiabilidad a través del estadístico Alfa de Cronbach (Alta confiabilidad). Se llegó a la conclusión de que existe una relación significativa entre la calidad de servicio virtual y la satisfacción de usuarios de la Municipalidad de Imperial-Cañete, 2022 ($\alpha = 0,05$; Sig. bilateral=0.000; $r_s=0.573$).

Palabras clave: Calidad de servicio, servicio virtual, satisfacción de usuarios

Abstract

The adaptation of the Municipality of Imperial-Cañete due to the health emergency and the promoted social isolation prompted the incorporation of a virtual platform for customer service, therefore, the objective was to determine the relationship between the quality of virtual service and customer satisfaction. municipal users. The approach developed was quantitative, the hypothetical deductive method, the cross-sectional non-experimental design and the correlational descriptive scope. The sample consisted of 129 users from the Municipality of Imperial-Cañete, the sampling was non-probabilistic for convenience. The technique used was the survey and the instrument was the questionnaire. The instrument was validated by expert judgment (Applicable) and reliability through Cronbach's Alpha statistic (High reliability). It was concluded that there is a significant relationship between the quality of virtual service and the satisfaction of users of the Municipality of Imperial-Cañete, 2022 ($\alpha = 0.05$; Sig. bilateral=0.000; $r_s=0.573$).

Keywords: Quality of service, virtual service, user satisfaction

I. INTRODUCCIÓN

Las personas, a nivel mundial están cada vez más conectadas con las tecnologías digitales, generando diversas oportunidades de servicio y modificando la forma en que compiten las empresas por posesionarse en el mercado (Areiza et al., 2022), esto hace que las instituciones tengan que también utilizar nuevas estrategias para poder satisfacer y proporcionar sus servicios a la población (Yang & Koenigstorfer, 2020). Asimismo, debido al crecimiento de los servicios ofrecidos en internet, las instituciones públicas y privadas se han visto en la necesidad de reformular sus estrategias para responder y satisfacer esta demanda de la mejor manera en respuesta a los requerimientos de la población (Lu et al., 2021)

En este aspecto, hay factores importantes que se deben considerar, como la calidad de servicio virtual, el cual influye en las personas que van a requerir algún servicio que brinde la institución (Bao, 2020; Spurr & Straub, 2020). La calidad en la atención al servicio que presta, según Wilson et al. (2019) es un factor determinante, ya que una mala calidad de servicio puede ser percibida como una señal de que la empresa no valora a sus clientes. En el caso de las municipalidades, sus servicios están encaminado a sus contribuyentes, los cuales calificarán el desempeño de la labor realizada según la prolijidad para ser tomado su pedido o se satisfaga la necesidad por estos.

Actualmente en el Perú, uno de los problemas que enfrenta el ámbito de la gestión pública es la insatisfacción que perciben los usuarios cuando gestionan sus requerimientos en las diferentes áreas de las instituciones públicas, pues no reciben la atención que esperan y si esta situación se traslada a las Municipalidades, el problema se torna grave, en razón de que los contribuyentes deberían recibir una adecuada prestación de servicios de esta entidad pública, en la mayoría de los casos, afrontan múltiples dificultades al realizar sus trámites.

El objetivo de brindar algún servicio es llegar a la satisfacción, según Pereiro (2008) manifestó que esta impresión que tienen las personas está vinculada al grado en que se satisfacen sus necesidades. La satisfacción es un estado psicológico, y por tanto subjetivo, cuya consecución garantiza que no habría

reclamos o críticas que puedan dañar la imagen ya sea de una organización u institución; lo cual no se está cumpliendo en forma cabal en la mayoría de las municipalidades de nuestro país, el cual se ve inmerso con las quejas y reclamos de muchos de los contribuyentes que hacen tramites o necesitan de algún servicio que estas entidades públicas realizan según sus funciones específicas; el cual, por motivos del Covid se fueron dando, en mayor proporción, de manera más virtual que presencial respetando las imposiciones dictaminadas por el gobierno con el afán de superar y prevenir el aumento de casos producidos por esta pandemia.

En el valle de Cañete, también se presenta el problema, especialmente en el distrito de Imperial, ya que los vecinos del lugar presentan quejas por los requerimientos realizados en esta municipalidad. Actualmente esta institución presta un importante número de servicios básicos para los habitantes de este distrito, y por esa razón es que debe mejorar la opinión de los usuarios respecto la prestación de servicios y la satisfacción por la experiencia brindada.

De acuerdo a lo manifestado anteriormente se presenta el problema general: ¿De qué manera se relaciona la calidad de servicio virtual y satisfacción de los usuarios de la Municipalidad del Distrito de Imperial-Cañete, 2022?; a la vez, los problemas específicos: ¿De qué manera se relacionan las dimensiones de la calidad de servicio virtual (diseño de página web, el servicio al cliente online, la privacidad y seguridad y el cumplimiento) con la satisfacción de usuarios de la Municipalidad del Distrito de Imperial_Cañete, 2022?

Se justifica el trabajo de manera teórica porque se recopiló y analizaron las definiciones de especialistas, concedores en temas de calidad de servicio virtual y de satisfacción, así mismo, las referencias bibliográficas de los antecedentes de la investigación posibilitaron analizar la influencia que puede producir una variable sobre la otra.

La justificación práctica del estudio permitió ofrecer soluciones al problema de la calidad en el servicio virtual y también, en la satisfacción de los pobladores del Distrito de Imperial Cañete, ya que, a partir de los resultados, pueda mejorar la

percepción que tienen los pobladores que realizan sus trámites en la Municipalidad de Imperial.

La justificación metodológica presento la importancia de haber ofrecido cuestionarios sobre calidad de servicio virtual y satisfacción, que son materiales con los cuales servirán para continuar con investigaciones en entornos similares ya que también es fuente de conocimiento para mejorar la opinión y servicios brindados a los usuarios de la Municipalidad del Distrito de Imperial-Cañete,

Se presenta el objetivo general: Determinar la relación entre la calidad de servicio virtual y la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad del Distrito de Imperial-Cañete, 2022. a la vez también los problemas específicos: Determinar la relación entre las dimensiones de la calidad de servicio virtual (diseño de página web, servicio al cliente online, la privacidad y seguridad y el cumplimiento) y la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad del Distrito de Imperial-Cañete, 2022.

Se formula la hipótesis general: La calidad de servicio virtual se relaciona de manera significativa con la satisfacción de los vecinos de los usuarios de la Municipalidad del Distrito de Imperial-Cañete, 2022; las hipótesis específicas. Las dimensiones de la calidad de servicio virtual (diseño de página web, el servicio al cliente online, la privacidad y seguridad y el cumplimiento) se relacionan con la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad del Distrito de Imperial-Cañete, 2022.

II. MARCO TEÓRICO

Para el estudio de las variables se recopilamos estudios realizados para lo cual se presentan los antecedentes nacionales: Salvatierra (2021) estudió una plataforma virtual y su relación con la calidad de servicio ofrecido por una municipalidad. Desarrolló la investigación según el paradigma positivista, no experimental y alcance correlacional, aplicó el cuestionario a 207 personas que utilizaron los servicios de la municipalidad. Reportó que la plataforma virtual no evidencia relación hacia la calidad de servicio ofrecido por la institución edil.

También Bustamante (2021) determinó la asociación de la calidad de servicio con la satisfacción de las personas que hacen uso de los servicios de la Sunarp de Otuzco, se respaldó en el paradigma positivista, diseño no experimental, nivel correlacional. Aplicó el instrumento a 50 usuarios. Los resultados arrojaron una percepción del 55.1% que sitúan a la calidad de servicio en un nivel malo, en cuanto a la satisfacción lo ubican en un nivel bajo (55.1%), en la parte inferencial los datos evidenciaron una dependencia de la satisfacción respecto a la calidad de servicio virtual (Rho de Spearman = 0760)

En esa misma línea, Ibarra (2021) también observó la calidad de servicio ofrecido por una municipalidad en relación a la satisfacción producto de la experiencia de hacer uso de los servicios municipales, para ello, aplicó una encuesta a 60 sujetos que efectuaron trámites en la entidad edil. El autor reportó la dependencia de la satisfacción frente a la calidad de atención en razón que el Rho de Spearman arrojó el coeficiente de 0.918, relación calificada como alta.

Martínez (2018) en su tesis tuvo como objetivo establecer el nivel de asociación de la calidad de servicio y la satisfacción por el uso de los servicios de la municipalidad. Recopiló información de la aplicación de un cuestionario a 78 participantes a la investigación, cuyo diseño fue no experimental, de nivel correlacional. Los resultados arrojaron un Rho de Spearman de 0.624, lo que refleja que la calidad de servicio incide en la satisfacción de los pobladores de la Municipalidad.

Canela (2017) tuvo como objetivo conocer el nivel de percepción de la

calidad de servicio de una entidad pública, el enfoque fue cuantitativo, nivel descriptivo, para dicho fin se aplicó un cuestionario a 120 personas que hicieron uso de los servicios de la entidad pública. Se reportó que la calidad de servicio en la entidad pública mantiene el proceso de mejorar sus servicios.

En cuanto a los antecedentes internacionales Armas (2022) quiso evaluar el nivel de asociación la calidad de servicio y la satisfacción de las personas que realizan trámites en municipalidades de Costa Rica, para ello, el autor utilizó un modelo basado en ecuaciones estructurales y aplicó un instrumento para recabar datos. Los resultados evidenciaron el grado de asociación entre las variables,

Ling y Chun (2022) tuvieron como objetivo evaluar la diferencia que presentan 4 dimensiones (eficiencia, cumplimiento, disponibilidad del sistema y servicios de privacidad) de la calidad de servicio con la satisfacción y lealtad de los clientes en la aplicación Shopee. Los datos se recogieron de 373 muestras. El estudio encontró diferencia significativa en la eficiencia, seguida por el cumplimiento, la disponibilidad del sistema y la privacidad. Todas estas dimensiones influyeron positivamente en la satisfacción del cliente. Además, los servicios de eficiencia, cumplimiento y privacidad fueron los factores importantes de la lealtad de los clientes para usar la aplicación Shopee.

Malnaad et al. (2022) realizaron un estudio cuyo objetivo fue explorar la importancia de algunos elementos que comprenden la calidad del servicio electrónico en una atmósfera de banca electrónica al proporcionar una revisión de cómo han evolucionado las percepciones de la calidad del servicio electrónico a través de la corriente continua de cambio en la tecnología bancaria. 376 clientes en línea de diferentes bancos correspondieron a la muestra. Los hallazgos son importantes para tener una mejor comprensión del uso del servicio de la banca por Internet y, en consecuencia, sobre cómo mejorar su satisfacción con respecto a los aspectos en línea del servicio. calidad.

Neyra (2021) realizó un estudio cuyo objetivo fue determinar la capacidad perceptiva referente a la calidad del servicio ofrecido en el contexto de la pandemia,

utilizó una muestra de 142 estudiantes a quienes entregó el cuestionario SERVQUAL, luego de procesar la información concluyó señalando la importancia de realizar mediciones para efectuar las medidas correctivas con el propósito de mejorar la calidad de servicio ofrecido

En esa misma línea, Cordero (2019) también estudio la variable calidad de servicio enfocado hacia el mejoramiento del servicio en la municipalidad de Santa Elena, empleó una metodología de paradigma positivista, nivel descriptivo exploratorio, la información obtenida le permitieron concluir que existe en la Municipalidad de Santa Elena un bajo nivel de cultura organizativa, desden, apatía en el desempeño y deficiente capacidad de gestión.

La investigación obliga a la revisión del concepto de la calidad y la calidad de servicio, conceptos que nacen de la competencia entre las empresas, en un primer momento enfocados en el producto y luego en el cliente, es decir, ofrecer una mayor satisfacción al cliente, no solo por el producto, sino por el servicio, por la atención al cliente (Demir et al., 2021).

En esa evolución de teorías, conceptos, estudiosos como Grönroos (1978), Zeithaml (1981), Parasumaran (1983), Lovelock (1983), Deming (1989), Juran (1990), Drucker (1990) fueron perfeccionando los conceptos, adaptándolos a la globalización, con el ingreso de la tecnología, el internet, la visión sobre la calidad de servicio fue adecuándose a las circunstancias de las organizaciones (Flores et al., 2019), si en la década de los 1980, la atención era de persona a persona, luego a través del teléfono, hoy en día es a través de una página web, un aplicativo, el uso de redes sociales y los servicios online caracteriza al siglo XXI.

Los fundamentos teóricos en la cual se sustentó la variable calidad de servicio virtual, fueron en base a la escuela americana, considerando el enfoque de intelectuales como Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988), seguidores del modelo SERVQUAL (SERVice QUALity) los que indican que la calidad de servicio viene a ser la percepción que tiene el cliente sobre el producto final trabajado, que puede ser satisfactoria o insatisfactoria de acuerdo a las expectativas en cuanto a los

requerimientos solicitados.

Redhead (2015) señaló que es el modo en el que el cliente se siente complacido al recibir el servicio, puede estar conforme o mostrar disconformidad, de acuerdo a ello expresará su opinión calificando la calidad dicho servicio de forma positiva o negativa respectivamente.

Ros (2016) afirmó que la calidad de servicio es variante, ya que presenta muchas particularidades que hacen que cada cliente perciba de manera singular, lo que para unos es bueno para otros puede ser malo, dependiendo de las características y expectativas que cada persona espera experimentar sobre determinado servicio, existen factores, conocimientos y experiencias personales que van a determinar el juicio de valor expresado.

Según López (2013) lo que al final determina la importancia de la calidad de servicio, radica en que los productos o servicios ofrecidos se deben ir perfeccionando, transformando para poder mejorar y presentar cada vez un mejor producto en la apreciación del interesado. La competitividad que hoy existe en el mercado hace que las personas se esmeren en mejorar la presentación de sus servicios, para de este modo fidelizar al cliente de acuerdo a sus necesidades y se sienta satisfecho de volver siempre. Bajo esta premisa se hace indispensable brindar un servicio de calidad, que el consumidor aprecie y mantenga el interés, motivado por el buen servicio brindado.

La valoración de la calidad de servicio que hacen los consumidores se basan en el resultado de los servicios que reciben, además de la valoración subjetiva de los diferentes intangibles, la capacidad de respuesta y la empatía del proveedor (Rather & Camilleri, 2019).

Bagri (2015) planteó que la calidad del servicio debe involucrar un valor adecuado que refleje al estado y nivel de vida de los clientes. De hecho, la calidad del servicio no se limita a cumplir la demanda de los clientes, pero también está relacionado con la retroalimentación de los clientes y con la capacidad de una

empresa para resolver los problemas de los clientes (Meesala y Paul, 2018). Leech (2015) argumentó que, para una organización, es menos difícil manejar los problemas de los consumidores que resolver otros nuevos. Por lo tanto, una organización tiene que vender servicios caracterizados por una buena calidad por primera vez. en lugar de pensar en responder a diferentes quejas.

La valoración de la calidad de servicio virtual que hacen los consumidores se basan en el resultado de los servicios que reciben, además de la valoración subjetiva de los diferentes intangibles, la capacidad de respuesta y la empatía del proveedor (Rather & Camilleri, 2019)

Según Jeon y Jeong (2017), cuando un sitio en línea ofrece funciones útiles y relevantes para sus consumidores, estos consumidores suelen reconocer la calidad de este sitio en línea y facilita su difusión en otras plataformas en línea y redes sociales. Por esta razón, la disponibilidad, el cumplimiento y la privacidad que siente un usuario sobre la comunicación digital, tiene una influencia significativa y positiva en la calidad general del servicio de estos mismos medios (Gavaza et al., 2019).

Ante esto, la presente investigación adoptó la definición de Wang et al. (2021), quien define la calidad del servicio virtual como la forma en que los servicios en línea emplean de manera efectiva la forma de comunicarse con los clientes y cómo se satisfacen las necesidades de estos usuarios a través de interacciones frecuentes, independientemente de la ubicación.

Khan et al. (2019) afirmaron que los aspectos más regentes de la calidad del servicio virtual vendría a ser: seguridad y/o privacidad, diseño de sitios web, servicio y cumplimiento todo esto apuntando directamente al consumidor. A continuación, Rita et al. (2019) manifestó que las dimensiones de la calidad de servicios virtual son:

Diseño de página web: Se refiere a los elementos de manera general donde la experiencia del consumidor va relacionada con la página tales como: información

de calidad, estética del sitio, proceso de compra, conveniencia del sitio, selección de productos, oferta de productos, personalización web y disponibilidad del servicio

Servicio al cliente online: Se refiere a qué también se manejan las pólizas devoluciones durante y después de una venta. Esta dimensión, junto con políticas razonables de devolución o cambio, es necesariamente importante para estimular y predecir la satisfacción del cliente. A través del servicio al cliente, por ende, se toma en cuenta que un sitio web también puede fomentar las relaciones con los clientes al brindar un servicio previamente personalizado, alentar la repetición consecuente de las compras y al mismo tiempo brindar servicios adicionales. Por tanto, es importante tener en cuenta la medición de la calidad del servicio al cliente (Sasono et al. 2021).

Privacidad y seguridad: Se refiere estrictamente a la seguridad de los pagos con tarjeta de crédito y la seguridad de la información compartida. Se consideran que este es el aspecto más importante de la calidad del servicio en línea ya que protege la confidencialidad de la información del cliente y salvaguarda sus transacciones. La confidencialidad, aunque es uno de los factores más influyentes en la calidad del servicio en línea no se relaciona con la satisfacción. Se manifiesta que en términos de confianza electrónica sin embargo hay un efecto positivo significativo.

Cumplimiento: Se refiere a actividades que garantizan que los clientes hayan recibido lo que han pedido. Esto incluye tiempos de entrega, precisión de los pedidos y condiciones de envío. En otras palabras, el consumidor recibe su pedido como se muestra y describe en el sitio web y cuando se le entrega un buen producto en buenas condiciones dentro del tiempo prometido. Se considera como uno de los aspectos importantes ya que incide positivamente en la calidad de los servicios brindados de manera online y genera satisfacción que lleva la fidelización y la confianza.

En relación a la segunda variable de la investigación, la satisfacción de los usuarios, en un principio los estudios estuvieron dirigidos a evaluar los atributos del

producto o servicio, evaluando la inversión en relación al efecto sobre el servicio recibido (Febres-Ramos y Mercado-Rey, 2020). Según este parecer, se asume que la satisfacción responde a los estímulos sensoriales y se regula entre sus expectativas y la experiencia por el servicio (percepción). Dicho de otro modo, la satisfacción es el reflejo del logro de las expectativas por la experiencia brindada en el servicio. En este sentido, la calidad es la capacidad de satisfacer las expectativas del usuario.

En esa misma línea, la satisfacción se encuentra dentro del entorno del uso de un servicio, de la percepción recibida por la experiencia a hacer uso del servicio, en ese sentido, la satisfacción está relacionado con el grado tranquilidad originado por la experiencia al satisfacer la necesidad. También puede estar definido a través de la respuesta emocional de agrado o desagrado, de parte del usuario por la percepción entre la experiencia previa y la expectativa que sentía antes del uso del producto o servicio (Hill y Alexander, 2017).

Según Gutiérrez (2017) el nivel de satisfacción se mide también por el buen trato que brinda el vendedor al consumidor, tiene mucho que ver con el nivel de preparación del personal en la atención, la organización y las habilidades sociales del personal para mantener al cliente satisfecho, es importante que se tomen en cuenta las capacidades y competencias profesionales para captar la aceptación del usuario, pues, tomar en cuenta este aspecto que influye en la calidad de servicio.

Para Chicana (2017) es determinante enfatizar que cuando la institución, organización o empresa cumple con los requerimientos solicitados por el usuario, el cliente satisfecho se encontrará en la capacidad de calificar el servicio como de calidad. Toda percepción y expectativas que tenía sobre la empresa van a ser cubiertas y expresadas de la mejor manera, a través de juicios de valor y comentados con sus allegados. La calidad es una respuesta y nace del cumplimiento de la expectativa, es proporcional al agrado por el consumo realizado.

Además, Kotler (2016) afirmó que el juicio de valor sobre un producto o servicio lo emite el consumidor de acuerdo a la experiencia vivida o acontecida en

relación al servicio brindado, que puede ser eficaz, eficiente o pésimo según lo que considere el cliente, que es la persona que realiza la evaluación final y determina el análisis valorativo, por ello: expectativa = percepción - satisfacción.

La satisfacción es una medida directa y ampliamente utilizada para diagnosticar las condiciones de uso de un determinado producto. Debido a que estos no se observan directamente, se pregunta a los consumidores sobre sus niveles de satisfacción por un producto, y las respuestas se dan en escalas de Likert o de intervalo en cuestionarios de encuestas (Hill y Alexander, 2017).

En esa misma línea, Reyes (2014) manifestó que la persona percibe en la experiencia diversos niveles de satisfacción, dependiendo de la posición que adopte, si al hacer uso del producto o servicio no llega a completar sus requerimientos, expondrá un sentimiento de insatisfacción, caso contrario si la experiencia supera las expectativas el usuario cliente manifestará un alto nivel de satisfacción.

El grado de satisfacción de los consumidores involucra un análisis racional y cognitivo, lo cual deriva de las expectativas generadas y la percepción de acuerdo a sus experiencias sociales, culturales, necesidades personales y la propia organización (Wang y Song, 2017). Desde este punto de vista, podemos concluir que los usuarios pueden obstruir o infrautilizar un sistema si no lo perciben como valioso, fácil de usar y útil tanto en entornos obligatorios como voluntarios.

Dicho de otra manera, la satisfacción se puede señalar como la expresión de emoción por el bienestar recibido la saciar una necesidad, cuando se han cubierto las expectativas (Alkraiiji, 2020). También se puede afirmar que la satisfacción obedece a consecuencia de una experiencia vivida, en un lugar y tiempo determinado, además, está vinculado a situaciones que afectan la percepción de manera positiva o negativa (Huang, 2020).

Según Amalia (2015) la satisfacción que percibe el usuario es muy importante para la empresa, ya que de ello depende el éxito y que perdure en el

tiempo, es trascendente comprender que la mejora y buena presentación del producto o servicio va lograr la preferencia del consumidor ante las demás propuestas, lo cual resulta beneficioso para la organización, debido a que se convertirá en un consumidor fidelizado.

Bajo estos parámetros estudiados la organización, debe conocer, trabajar y considerar los factores que sumados van a traer como resultado un servicio de calidad, con el buen trato al usuario, personal que se capacite y actualice constantemente, con las últimas tendencias de acuerdo a las exigencias del mundo globalizado, corrigiendo los errores, levantando las observaciones, para brindar el mejor servicio y mantener a sus clientes satisfechos (Chopra y Rajan, 2016). Es importante considerar algunas dimensiones del grado de satisfacción de los consumidores. Según Huiza (2006) menciona las siguientes:

Calidad funcional o técnica percibida: Sobre todo, la forma en que se desarrolla el servicio que se presta al consumidor y por consiguiente se manifiesta un impacto en la mente de las personas.

Valor percibido: Valor percibido donde se determina una adecuada relación entre el valor monetario del servicio prestado y la apreciación por la calidad del servicio utilizado, en ambos deben existir equilibrio.

Confianza y expectativas: Es cuando el servicio prestado realmente ha satisfecho las necesidades del solicitante o consumidor, en otras palabras, es una medida de desempeño con la que se puede tener la certeza de que el cliente continuará requiriendo el producto o seguirá utilizando el producto, de esta forma se sabe, si se mantiene fiel el usuario del producto dando buenas recomendaciones a terceros.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

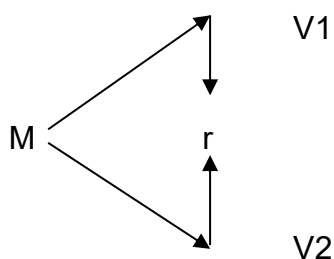
Se desarrolló siguiendo el enfoque cuantitativo, para ello se aplicó procedimientos estadísticos en el análisis de los datos recabados (Sánchez et al, 2018), cuyo objeto fue probar teorías que responden a la problemática de la investigación

3.1.1 Tipo de investigación

Fue básico, en ese sentido, lo que se persigue es ampliar los conocimientos relacionados al fenómeno estudiado (Carrasco, 2012)

3.1.2 Diseño de investigación

Correspondió al no experimental, ya que el investigador no manipulo de manera intencionada las variables (Hernández et al., 2014), se presentaron los resultados tal como se recopilaron, además fue de corte transversal en razón de que se realizó la evaluación en un momento y lugar definido. Se muestra el modelo de estudio.



Dónde:

M → Muestra

V1 → Calidad de servicio virtual.

V2 → satisfacción de los usuarios.

r → relación entre V1 y V2.

3.2. Variables y Operacionalización

3.2.1 Definición conceptual

V1: Es el modo en el que el cliente se siente complacido al recibir el servicio, puede estar conforme o mostrar disconformidad, de acuerdo a ello expresará su opinión calificando la calidad dicho servicio de forma positiva o negativa respectivamente (Redhead, 2015)

V2: Es el juicio de valor sobre un producto o servicio lo emite el consumidor de acuerdo a la experiencia vivida o acontecida en relación al servicio brindado, que puede ser eficaz, eficiente o pésimo según lo que considere el cliente, que es la persona que realiza la evaluación final y determina el análisis valorativo (Kotler, 2016)

3.2.2 Definición operacional

V1: Evalúa la percepción de la calidad de servicio virtual, mediante las dimensiones: Diseño de página web, Servicio al cliente online, Privacidad y seguridad, Cumplimiento, mediante 21 ítem en escala de Likert y 5 alternativas de respuesta, expresados en tres niveles alto, medio y bajo.

V2: Evalúa la percepción de la satisfacción de los usuarios, mediante las dimensiones: Calidad funcional y técnica percibida, Valor percibido, Confianza y expectativas mediante 21 ítem en escala de Likert y 5 alternativas de respuesta, expresados en tres niveles alto, medio y bajo.

3.3. Población, muestra y muestreo

3.3.1 Población

Según Lalangui (2017) correspondieron al total de individuos que cuentan con las peculiaridades del estudio. Es decir, son los 621 usuarios que asistieron a la Municipalidad del Distrito de Imperial-Cañete

3.3.2 Muestra

La muestra según Lalangui (2017) consiste en una parte de la población sobre la cual se hacen mediciones de estudios de las variables, estuvo constituida por los 129 usuarios de la Municipalidad del Distrito de Imperial-Cañete,

3.3.3 Muestreo

En cuanto al muestreo fue no probabilístico intencional, en esta modalidad, la selección del investigador se dio, al tener acceso de una parte de la población por las facilidades que tuvo, por las condiciones que se dieron para contestar el cuestionario (Palys & Atchison, 2014).

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Referente a las técnicas de investigación según Ilet (2020) refiere que son un conjunto de herramientas para lograr hallar una información específica y cuyas herramientas son los procesos, instrumentos, cuestionarios, experimentos, observación, etc.; se utilizó la encuesta

Los instrumentos de investigación según Espinoza (2020) son los recursos que el investigador puede utilizar para abordar problemas y, fenómeno y extraer información de ellos en formularios de papel, dispositivos mecánicos, y electrónicos; se utilizó el cuestionario

Respecto a la validación según Gardey (2021) es el proceso por el cual el instrumento elaborado recibe un procedimiento desarrollado para convertirse en válido, en relación a la estadística los datos fragmentados son analizados para comprobar la validez de sus resultados. (Espinoza 2020) define la validez como el grado en que un instrumento logra medir lo pretende medir

Por otro lado, la confiabilidad según Espinoza (2020) es el criterio para evaluar la calidad del cuestionario, por lo tanto, si un instrumento no es confiable tampoco es válido. La confiabilidad confiere seguridad de que la información

recopilada va a tener los mismos resultados cuantas veces sea aplicado dicho cuestionario. Se utilizó el alfa de Cronbach

3.5. Procedimientos

Se solicitó la autorización realizar la investigación, se realizó la recopilación de los datos mediante la toma de información a través de los instrumentos creados para la investigación, estos resultados fueron recopilados y agrupados por dimensiones y variables, mediante la estadística descriptiva se elaboraron tablas y gráficos; los cuales fueron mostradas como información relevante de la investigación; se utilizó las aplicaciones de Excel y SSPS 25, este último programa también se utilizó para la contrastación de las hipótesis.

3.6. Método de análisis de datos

Según Peersman (2014) son procedimientos sistemáticos destinados a analizar y sintetizar los datos, los cuales deben contener ciertas precisiones como elegir bien las preguntas de investigación, aprovechar al máximo los datos existentes y complementar los puntos fuertes con los puntos débiles.

Una vez obtenido las respuestas de los 129 encuestados, se elaboró una base de datos en el programa Excel, se agrupó en variables y dimensiones. Luego con la ejecución del programa SPSS 25 se obtuvo las tablas y figuras para describir las variables (Parte descriptiva)

Para la parte inferencial se realizó la prueba de normalidad, con el fin de conocer si los datos correspondían a una distribución paramétrica, por ello se efectuó la prueba de Kolmogorov-Smirnov, en ese sentido, se asume que si los datos no siguen una distribución paramétrica se utilizará el Rho de Spearman, caso contrario se utilizará el estadístico de Pearson. En todos los casos, se tomó en cuenta el valor de significancia $\alpha = 0.05$, si el valor de $p \leq 0.05$ (Hernández y Mendoza, 2018) se rechaza H_0 y se acepta H_1 .

3.7. Aspectos éticos

La autora sostiene que la investigación es de su autoría, los datos son verídicos y corresponden a las respuestas marcadas por usuarios de la Municipalidad del Distrito de Imperial-Cañete, se respetaron los lineamientos señalados y reglamentados por la Universidad César Vallejo. Además, se obtuvo el consentimiento informado de cada persona que participó en la encuesta realizada, también se aseguró su confidencialidad, anonimato a la información y a las respuestas del cuestionario.

Se respetó la autoría de los conceptos vertidos en la investigación, para ello se les citó y se les referencio apropiadamente siguiendo el estilo de redacción APA 7; asimismo se utilizó el software Turnitin para comprobar la similitud con otros estudios evitando el plagio.

IV. RESULTADOS

Resultados descriptivos

Tabla 1

Niveles según percepción sobre la calidad de servicio virtual

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	4	3%
Medio	44	34%
Alto	81	63%
Total	129	100%

En la tabla 1 se observa que el 3% de los usuarios de la Municipalidad del Distrito de Imperial-Cañete percibieron que la variable calidad de servicio virtual es baja, el 34% percibieron como medio y el 63% la percibieron de un nivel alto.

Tabla 2

Niveles según percepción sobre la satisfacción de los usuarios

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	0	0%
Medio	38	29%
Alto	91	71%
Total	129	100%

En la tabla 2 se observa que el 29% de los usuarios de la Municipalidad del Distrito de Imperial-Cañete percibieron que la variable satisfacción de los usuarios es medio y un 71% la percibieron de un nivel alto.

Resultados inferenciales

Hipótesis general

H₀: La calidad de servicio virtual no se relaciona con satisfacción de los usuarios de la Municipalidad del Distrito de Imperial-Cañete, 2022.

H₁: La calidad de servicio virtual se relaciona con satisfacción de los usuarios de la Municipalidad del Distrito de Imperial-Cañete, 2022.

Tabla 3

Correlación de la calidad de servicio virtual y satisfacción de los usuarios

		Satisfacción de los usuarios
Calidad de servicio virtual	Coefficiente de correlación	0,573
	Sig. (bilateral)	0,000
	N	129

La aplicación de la correlación de Spearman para contrastar la hipótesis planteada arrojó una significancia de $0.000 < 0,05$ con lo cual se rechaza la H₀ y se confirma la H₁, además, se logró un Rho de Spearman ($r_s = 0,573$), lo que induce afirmar que existe una asociación moderada entre la calidad de servicio virtual y satisfacción de las personas que realizan sus trámites en la municipalidad. Se interpreta que, en la medida que se mejore la calidad del servicio virtual también se mejora la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad del Distrito de Imperial-Cañete.

Hipótesis específica 1

H₀: El diseño de la página web no se relaciona con satisfacción de los usuarios de la Municipalidad del Distrito de Imperial-Cañete, 2022.

H₁: El diseño de la página web se relaciona con satisfacción de los usuarios de la Municipalidad del Distrito de Imperial-Cañete, 2022.

Tabla 4

Correlación del diseño de la página web y satisfacción de los usuarios

		Satisfacción de los usuarios
Diseño de la página web	Coeficiente de correlación	0,526
	Sig. (bilateral)	0,000
	N	129

La aplicación de la correlación de Spearman para contrastar la hipótesis planteada arrojó una significancia de $0.000 < 0,05$ con lo cual se rechaza H₀ y se confirma H₁, además, se logró un Rho de Spearman ($r_s = 0,526$), lo que induce afirmar que existe una asociación moderada del diseño de página web con la satisfacción de las personas que realizan sus trámites en la municipalidad. Se interpreta que, en la medida que se mejore el diseño de página web también se incrementa la satisfacción de las personas que hacen uso de los servicios de la Municipalidad del Distrito de Imperial-Cañete.

Hipótesis específica 2

H₀: El servicio al cliente online no se relaciona con satisfacción de los usuarios de la Municipalidad del Distrito de Imperial-Cañete, 2022.

H₁: El servicio al cliente online se relaciona con satisfacción de los usuarios de la Municipalidad del Distrito de Imperial-Cañete, 2022.

Tabla 5

Correlación del servicio al cliente online y satisfacción de los usuarios

		Satisfacción de los usuarios
Servicio al cliente online	Coeficiente de correlación	0,551
	Sig. (bilateral)	0,000
	N	129

La aplicación de la correlación de Spearman para contrastar la hipótesis planteada arrojó una significancia de $0.000 < 0,05$ con lo cual se rechaza H₀ y se confirma H₁, además, se logró un Rho de Spearman ($r_s = 0,551$), lo que induce afirmar que existe una asociación moderada del servicio al cliente online con la satisfacción de las personas que realizan sus trámites en la municipalidad. Se interpreta que, en la medida que se mejore el servicio al cliente online también se incrementa la satisfacción de las personas que hacen uso de los servicios de la Municipalidad del Distrito de Imperial-Cañete.

Hipótesis específica 3

H₀: La privacidad y seguridad no se relaciona con satisfacción de los usuarios de la Municipalidad del Distrito de Imperial-Cañete, 2022.

H₁: La privacidad y seguridad se relaciona con satisfacción de los usuarios de la Municipalidad del Distrito de Imperial-Cañete, 2022.

Tabla 6

Correlación de la privacidad y seguridad y satisfacción de los usuarios

		Satisfacción de los usuarios
Privacidad y seguridad	Coeficiente de correlación	0,571
	Sig. (bilateral)	0,000
	N	129

La aplicación de la correlación de Spearman para contrastar la hipótesis planteada arrojó una significancia de $0.000 < 0,05$ con lo cual se rechaza H₀ y se confirma H₁, además, se logró un Rho de Spearman ($r_s = 0,571$), lo que induce afirmar que existe una asociación moderada de la privacidad y seguridad con la satisfacción de las personas que realizan sus trámites en la municipalidad. Se interpreta que, en la medida que se mejore la privacidad y seguridad también se incrementa la satisfacción de las personas que hacen uso de los servicios de la Municipalidad del Distrito de Imperial-Cañete.

Hipótesis específica 4

H₀: El cumplimiento no se relaciona con satisfacción de los usuarios de la Municipalidad del Distrito de Imperial-Cañete, 2022.

H₁: El cumplimiento se relaciona con satisfacción de los usuarios de la Municipalidad del Distrito de Imperial-Cañete, 2022.

Tabla 7

Correlación de cumplimiento y satisfacción de los usuarios

		Satisfacción de los usuarios
Cumplimiento	Coeficiente de correlación	0,506
	Sig. (bilateral)	0,000
	N	129

La aplicación de la correlación de Spearman para contrastar la hipótesis planteada arrojó una significancia de $0.000 < 0,05$ con lo cual se rechaza H₀ y se confirma H₁, además, se logró un Rho de Spearman ($r_s = 0,506$), lo que induce afirmar que existe una asociación moderada del cumplimiento con la satisfacción de las personas que realizan sus trámites en la municipalidad. Se interpreta que, en la medida que se mejore el cumplimiento de los tramites efectuados, también se incrementa la satisfacción de las personas que hacen uso de los servicios de la Municipalidad del Distrito de Imperial-Cañete.

V. DISCUSIÓN

La investigación tuvo el propósito de determinar la relación de la calidad de servicio virtual y la satisfacción de los usuarios de una municipalidad. El estudio dio mucha información valiosa que en un tiempo atrás no se le daría la importancia del caso, ya que a menudo los cambios que se hacen siempre o están vinculados a las costumbres y hábitos de las personas, el miedo a esos cambios hacen que pierdan las oportunidades y las mejoras demoren en poder ser usadas, pese a la poca información indujo que en esta pandemia y a pesar del aislamiento se pueda desempeñar en las funciones y trabajar ya sea en manera semipresencial como a distancia.

Según Chung & Shin (2010) en el entorno online, la satisfacción de los clientes y/o usuarios juegan un papel muy importante, existen muchos modelos teóricos y prácticos que consideran la calidad del servicio online como un determinante de la satisfacción. Oliver (1993) fue el primero en proponer que la calidad del servicio debe ser estimada como una referencia directa de la satisfacción percibida por los usuarios ya sean estos constructos acumulativos o específicos. Las municipalidades, para poder seguir trabajando y cumplir con sus funciones en favor de las comunidades y personas, tuvieron que adaptar sus servicios a la manera virtual lo que generó, al comienzo, diversos problemas para que los trabajadores vayan adquiriendo las habilidades para satisfacer las demandas de los usuarios e ir mejorando sus procedimientos administrativos.

El servicio virtual debió pasar por los cambios según las demandas y exigencias que la situación exigía, los trabajadores encargados de recibir la información virtual debieron crear estrategias para poder dar un servicio de calidad, mejorando la plataforma y haciéndolo más práctico y eficaz, en un tiempo de respuesta aceptable, como es de suponer, a los que más le ha costado adaptarse ha sido a los de mayor edad o los que no tenían la disposición a este cambio, por eso fue lo que se estudió en la investigación, de tal manera, que se responde por la importancia de conocer la relación entre las variables estudiadas.

Seguidamente, la aplicación de la correlación de Spearman para contrastar la hipótesis general arrojó una significancia de $0.000 < 0,05$ con lo cual se rechaza H_0 y se confirma H_1 , además, se logró un Rho de Spearman ($r_s = 0,573$), lo que induce afirmar que existe una asociación moderada entre la calidad de servicio virtual y satisfacción de las personas que realizan sus trámites en la municipalidad. Se interpreta que, en la medida que se mejore la calidad del servicio virtual también se mejora la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad del Distrito de Imperial-Cañete.

En esa misma línea, los aportes de investigación desarrollados por Ulloa (2018) señalan, en su trabajo, la relación significativa, positiva y alta ($Rho = 0.809$) entre calidad del servicio y satisfacción del usuario; además se puede mencionar que se trata de una relación directa de los usuarios urbanos por lo que es sumamente necesario el implementar mecanismos para fortalecer esta calidad de servicio. De igual manera Taboada (2018) determinó con un valor $Rho = 0.721$ una asociación alta entre las dos variables de estudio en el gobierno regional en la localidad de Cerro de Pasco.

Al respecto, la similitud hallada en los aportes de investigación desarrollados por Ruiz (2017) quien afirmó, que las plataformas virtuales deben cumplir los requisitos de su utilización tales como simplicidad y sencillez en las orientaciones de las diferentes operaciones, así como la calidad visual, técnica y estética de los productos producidos.

La satisfacción y la calidad del servicio suelen tener algunas características en común, pero la satisfacción en términos generales se refiere a un concepto más amplio, mientras que la calidad del servicio está dirigido específicamente a los diferentes aspectos del servicio percibido por el consumidor. Boyd et al. (2002) en referencia a servicios en línea, señalan que involucra a todos aquellos servicios interactivos desarrollados y ofrecidos a través del Internet, mediante las tecnologías de telecomunicaciones, información y multimedia. Además, Santos (2003) definió la calidad en línea, como las calificaciones y consideraciones que hacen los consumidores sobre la excelencia y calidad de la entrega de servicios electrónicos

en el mercado. Por último, Parasuraman et al. (2005) explicaron que la calidad del servicio en línea es la medida en que un sitio web facilita los servicios de manera eficiente y eficaz, tal así que, efectivamente el proceso de compra, es decir la compra misma en sí y la entrega del producto o servicio es de calidad.

Se puede precisar, que los contribuyentes o usuarios que concurren a realizar trámites en la Municipalidad esperan ser atendidos con la mayor celeridad y calidad, ya sea de manera presencial o a distancia, en lo que respecta a la manera virtual u online, el servicio debe ser rápido, eficiente y que llegue a dar solución a los requerimientos de manera oportuna, procurando que la plataforma sea de fácil manejo y entendimiento. Kotler et al. (2015) señaló que ofrecer la calidad en la prestación de servicios según los requerimientos de los usuarios, es una de las mejores estrategias que se pueden implementar a nivel publicitario; en la actualidad, se trata de construir un servicio, en el cual, los futuros clientes son objetivos claves y pueden significar mucho en la calidad del servicio, especialmente cuando se brindan productos a los clientes empleando los servicios del internet, pues permite una comunicación más fluida, en un amplio margen de horario, los canales de atención virtual hacen posible dejar mensajes escritos, audios o videos con los requerimientos de los usuarios.

En cuanto al objetivo específico 1: la aplicación de la correlación de Spearman arrojó una significancia de $0.000 < 0,05$ con lo cual se rechaza H_0 y se confirma H_1 , además, se logró un Rho de Spearman ($r_s = 0,526$), lo que induce afirmar que existe una asociación moderada del diseño de página web con la satisfacción de las personas que realizan sus trámites en la municipalidad. Se interpreta que, en la medida que se mejore el diseño de página web también se mejora la satisfacción de las personas que hacen uso de los servicios de la Municipalidad del Distrito de Imperial-Cañete. También, Rita et al. (2019) reporta un resultado que refuerza la correlación hallada, dichos autores detallan una significancia 0.000 y coeficiente 0.225, existe relación positiva débil entre el diseño del sitio web y la satisfacción percibida.

La forma como se presenta la información de manera virtual hace que las personas observen y lean los servicios brindados, es a través de ella que se captura la atención, tengan la confianza de realizar las operaciones de manera virtual, si se agrega un escenario de fácil manejo, esto aumentará su uso y se reducirá el tiempo y se podrá brindar los servicios a más personas.

En los últimos años la experiencia en las páginas online se ha convertido en un tema importante para el marketing y también para muchas industrias que se comprometen a ofrecer servicios, es por ello que la experiencia referente al sitio web parece definirse, no solo como la percepción general del consumidor en línea, sino como un resultado sobre la exposición a una combinación de variadas herramientas de marketing y servicios. Hasta el momento la gran mayoría de los usuarios se encuentran utilizando este mecanismo para realizar diversas diligencias o solicitudes documentarias, pero en los últimos tiempos gracias a las estadísticas facilitadas por los organismos oficiales, muestran que cada vez más los usuarios utilizan los servicios online.

En el campo de la tecnología, las redes sociales y fuentes de comunicación masiva como es la web, hace que las personas, empresas y todo aquel que quiera ofrecer o vender un producto o un servicio debe de crear una página web llamativa y a la vez proporcionar una navegación simple, que cubra las necesidades para el futuro consumidor, cliente o usuario, el cual podrá realizar sus actividades y a la vez quedar complacido con la experiencia de la navegación, haciendo de esta forma una fácil y práctica manera cumplir con los roles asignados de la institución pública o privada.

En cuanto al objetivo específico 2: la aplicación de la correlación de Spearman arrojó una significancia de $0.000 < 0,05$ con lo cual se rechaza H_0 y se confirma H_1 , además, se logró un Rho de Spearman ($r_s = 0,551$), lo que induce afirmar que existe una asociación moderada del servicio al cliente online con la satisfacción de las personas que realizan sus trámites en la municipalidad. Se interpreta que, en la medida que se mejore el servicio al cliente online también se

incrementa la satisfacción de las personas que hacen uso de los servicios de la Municipalidad del Distrito de Imperial-Cañete.

Efectivamente, la plataforma de atención virtual cuando es de fácil manejo, permite al usuario efectuar el requerimiento. A través del servicio al cliente, se toma en cuenta, que un sitio web también puede fomentar las relaciones con los clientes al brindar un servicio previamente personalizado, alentar la repetición consecuente de las compras y al mismo tiempo brindar servicios adicionales. Por tanto, es importante tener en cuenta la medición de la calidad del servicio al cliente, así como también se manejan las pólizas devoluciones durante y después de una venta, los reclamos u observaciones al servicio, en el caso de organizaciones públicas. Esta dimensión, junto con políticas razonables de devolución, cambio, procedimientos administrativos, es necesariamente importante para estimular y predecir la satisfacción del cliente.

En relación al objetivo específico 3: la aplicación de la correlación de Spearman arrojó una significancia de $0.000 < 0,05$ con lo cual se rechaza H_0 y se confirma H_1 , además, se logró un Rho de Spearman ($r_s = 0,571$), lo que induce afirmar que existe una asociación moderada de la privacidad y seguridad con la satisfacción de las personas que realizan sus trámites en la municipalidad. Se interpreta que, en la medida que se mejore la privacidad y seguridad también se incrementa la satisfacción de las personas que hacen uso de los servicios de la Municipalidad del Distrito de Imperial-Cañete.

En la Municipalidad distrital de Tinguíña, Ica, Martínez (2019) también encontró un resultado similar, la seguridad se relaciona con la satisfacción del usuario, la prueba estadística arrojó un $p = 0.000 < 0.05$ y una correlación positiva moderada de 0.661, mientras más seguridad perciba el usuario de la municipalidad tendrá una mayor satisfacción. Rita et al. (2019) reporta un resultado que refuerza la correlación hallada, dichos autores detallan una significancia 0.000 y coeficiente 0.205, existe relación positiva débil entre la seguridad/privacidad y la satisfacción percibida.

La seguridad que perciben los usuarios de la municipalidad reside en que sus trámites sean resueltos, sus requerimientos sean contestados, sus reclamos atendidos. Se considera que este es el aspecto más importante de la calidad del servicio en línea ya que protege la confidencialidad de la información del cliente y salvaguarda sus trámites. La confidencialidad, aunque es uno de los factores más influyentes en la calidad del servicio en línea se manifiesta en términos de confianza electrónica, de la seguridad de la información compartida, es decir, que los datos no vayan a ser utilizados por la delincuencia, por ello hay un efecto positivo significativo.

Finalmente, el objetivo específico 4: la aplicación de la correlación de Spearman para contrastar la hipótesis planteada arrojó una significancia de $0.000 < 0,05$ con lo cual se rechaza H_0 y se confirma H_1 , además, se logró un Rho de Spearman ($r_s = 0,506$), lo que induce afirmar que existe una asociación moderada del cumplimiento con la satisfacción de las personas que realizan sus trámites en la municipalidad. Se interpreta que, en la medida que se mejore el cumplimiento de los tramites efectuados, también se incrementa la satisfacción de las personas que hacen uso de los servicios de la Municipalidad del Distrito de Imperial-Cañete. Un resultado similar fue hallado por Rita et al. (2019), la correlación positiva y moderada de 0.507 y una significancia de 0.000 señalan la relación entre el cumplimiento y la satisfacción del cliente.

El cumplimiento es ante todo la acción de hacer las cosas según lo programado y esto a su vez nos ayuda a saber si es confiable o no un determinado individuo o institución, de esta forma las municipalidades que llegue a poder mantener ya sea de manera presencial o virtual el cumplimiento de la satisfacción de los usuarios tendrá un ambiente de armonía y gozará de una buena imagen. Se debe tener presente que las labores encomendadas a los colaboradores deben realizarse de forma rápida y con calidad, así mismo, manteniendo un periodo de tiempo definido para cada actividad requerida por los usuarios, que sean resueltas o tengan una respuesta según los plazos establecidos por la entidad.

También se refiere a actividades que garanticen que los usuarios obtengan una respuesta de lo que han solicitado. Esto incluye tiempos de respuesta, precisión de los pedidos y condiciones de envío. En otras palabras, el usuario recibe una respuesta de atención y/o trámite en el sitio web. Se considera como uno de los aspectos importantes ya que incide positivamente en la percepción del servicio brindado de manera online y genera satisfacción que lleva a la fidelización, la confianza en su municipio.

VI. CONCLUSIONES

Primera: La calidad de servicio virtual se relaciona con satisfacción de los usuarios de la Municipalidad del Distrito de Imperial-Cañete, 2022. (Sig. = 0.000; alfa = 0.05 y Rho = 0.573)

Segunda: El diseño de la página web se relaciona con satisfacción de los usuarios de la Municipalidad del Distrito de Imperial-Cañete, 2022. (Sig. = 0.000; alfa = 0.05 y Rho = 0.526)

Tercera: El servicio al cliente online se relaciona con satisfacción de los usuarios de la Municipalidad del Distrito de Imperial-Cañete, 2022. (Sig. = 0.000; alfa = 0.05 y Rho = 0.551)

Cuarta: La privacidad y seguridad se relaciona con satisfacción de los usuarios de la Municipalidad del Distrito de Imperial-Cañete, 2022. (Sig. = 0.000; alfa = 0.05 y Rho = 0.571)

Quinta: El cumplimiento se relaciona con satisfacción de los usuarios de la Municipalidad del Distrito de Imperial-Cañete, 2022. (Sig. = 0.000; alfa = 0.05 y Rho = 0.506)

VII. RECOMENDACIONES

Primera: A la subgerencia de administración de la Municipalidad de Imperial Cañete, implementar una encuesta de satisfacción en la plataforma de la municipalidad a fin de conocer las dificultades de los usuarios y de esta forma poder agilizar el servicio.

Segunda: Al gerente municipal supervisar constantemente el portal web de la municipalidad a fin de que la población utilice ese medio para realizar su trámite y evitar colas, tramitadores, etc., ofreciendo una mejor transparencia.

Tercera: Al área de imagen institucional, desarrollar campañas para orientar a sus usuarios en el uso de la plataforma de la municipalidad para realizar sus trámites, permisos, pagos online, licencias, etc. evitando malas experiencias.

Cuarta: Al público usuario, se le recomienda realizar sus trámites por el portal web de manera personal, evitar a terceras personas, sobre todo en lo referente a pagos online, de esta forma, evitar reclamos.

Quinta: Al área de trámite documentario, mejorar los canales de atención virtual, realizar el seguimiento de los trámites realizados por los usuarios y entregar la respuesta en los plazos establecido, de esta manera se genera una mejor percepción del servicio.

REFERENCIAS

- Ali, B. J., Saleh, Akoi, S., Abdulrahman, A. A., Muhamed, A. S., Noori, H. N., Anwar, G. (2021). Impact of Service Quality on the Customer Satisfaction: Case study at Online Meeting Platforms. *International journal of Engineering, Business and Management*, 5(2), 65–77. , <https://ssrn.com/abstract=3839031>
- Alkrajji, A. I. (2020). Citizen satisfaction with mandatory E-government services: A conceptual framework and an empirical validation. *IEEE Access*, 8, 117253–117265. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2020.3004541>
- Álvarez, D. y Rivera, A. (2019). Calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los clientes de Caja Arequipa agencia Corire 2018. [Tesis de Administración]. Lima; Universidad Tecnológica del Perú.
- Amalia, N. (2015). *Medición de Satisfacción de Usuarios no residenciales de Electricidad*. Tesis de la Universidad de la República; Montevideo.
- Areiza-Padilla, J. A., Galindo-Becerra, T., & Del Río, M. C. (2021). Social networks and e-loyalty: A new means of sports training during COVID-19 quarantines. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16(7), 2808–2823. <https://doi.org/10.3390/jtaer16070154>
- Armas, G. (2022). La calidad del servicio y su efecto en la satisfacción de los usuarios en instituciones públicas: un enfoque PLS-SEM, aplicado a las municipalidades de Costa Rica. *Apuntes de Economía y Sociedad*, UNAN - León, Vol.N.º 3(1) (enero-junio 2022). pp. 07-24.DOI: <https://doi.org/10.5377/aes.v3i1.14286>
- Aws Al-Okaily, Manaf Al-Okaily, Teoh Ai Ping, Hamzah Al-Mawali & Hala Zaidan (2021) An empirical investigation of enterprise system user satisfaction antecedents in Jordanian commercial banks, *Cogent Business & Management*, 8:1, DOI: 10.1080/23311975.2021.1918847
- Bao, W. (2020). COVID-19 and online teaching in higher education: A case study of Peking University. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(2), 113–115. <https://publons.com/publon/https://doi.org/10.1002/hbe2.191>
- Beatrix, G. (2022). Literature review enterprise information system user satisfaction: data quality analysis, information quality, and service quality. *Dinasti*

International Journal of Digital Business Management. 3 (4), 8
<https://dinastipub.org/DIJDBM/article/view/1260/871>

- Bustamante, I. *La calidad del servicio virtual y la satisfacción de los usuarios de Sunarp Otuzco-2020*. [Tesis de maestría]. Universidad César Vallejo; Perú
- Canela, J. (2017). *Percepción de la calidad de servicio de los usuarios atendidos en la oficina de normalización previsional de Ica, 2013* (Tesis de maestría). Universidad Nacional San Luis Gonzaga de Ica.
- Carrasco, S. (2012). *Metodología de Investigación Científica. Pautas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación*. (3ª ed.). Editorial San Marcos. Lima, Perú.
- Chicana, L.M. (2017). *Gestión de la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de Migraciones Lima 2016*.
<https://es.scribd.com/document/406633318/gestion-de-calidad-pdf>
- Chopra, S., & Rajan, P. (2016). Modeling intermediary satisfaction with mandatory adoption of e-government technologies for food distribution. *Information Technologies & International Development*, 12(1), 15.
- Cordero, D. (2019). *La calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios en el Gad municipal de Santa Elena, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, año 2017*. [Tesis maestría]. Universidad Estatal Península Santa Elena, Ecuador.
- Demir, A., Maroof, L., Sabbah Khan, N.U. and Ali, B.J. (2021). The role of E-service quality in shaping online meeting platforms: a case study from higher education sector, *Journal of Applied Research in Higher Education*, 13 (5), pp. 1436-1463. <https://doi.org/10.1108/JARHE-08-2020-0253>
- Espinoza, E. (2020). *Modernización de la gestión de las entidades públicas municipales y su contribución en la mejora de servicios de atención al ciudadano en la ciudad de Trujillo, 2019* [Tesis de maestría], Universidad César Vallejo. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/48401>
- Febres-Ramos, Richard J., & Mercado-Rey, Miguel R. (2020). Satisfacción del usuario y calidad de atención del servicio de medicina interna del Hospital Daniel Alcides Carrión. Huancayo - Perú. *Revista de la Facultad de Medicina Humana*, 20(3), 397-403. <https://dx.doi.org/10.25176/rfmh.v20i3.3123>

- Flores Canto, F., Ramos Vera, RP, Ramos Vera, F., & Ramos Vera, AM (2019). Gestión de Innovación tecnológica y globalización como factores impulsores de la calidad de servicio y competitividad. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24 (88), 1239-1248.
- Gavaza, B., Viljoen, K y Cilliers , L. (2019). La influencia de la calidad del servicio de las plataformas en línea en la lealtad del cliente en la industria bancaria de Sudáfrica. *Revista de investigación independiente en la ciencia de la gestión*, 19 (1), 1 - 10. <https://doi.org/10.4102/ac.v19i1.695>
- George, D. y Mallery, P. (2003). *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference*. 11.0 Update (4th ed). Boston: Allyn y Bacon.
- Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) *Metodología de la Investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México. Mc Graw Hill
- Hill, N., & Alexander, J. (2017). *The handbook of customer satisfaction and loyalty measurement*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315239279>
- Huang, C. C. (2020). User's segmentation on continued knowledge management system use in the public sector. *Journal of Organizational and End User Computing (JOEUC)*, 32(1), 19–40. <https://doi.org/10.4018/JOEUC.2020010102>
- Huiza, G. (2006). *Satisfacción del usuario externo sobre la calidad de atención de salud en el Hospital de la Base Naval. Callao. Octubre-diciembre 2003*. Tesis para optar el grado de Magíster de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos; Lima.
- Ibarra, L. (2021). Calidad de atención y satisfacción del usuario en la Municipalidad de Chorrillos, 2021. [Tesis de maestría]. Universidad César Vallejo; Lima.
- Jeon, MM y Jeong , M. (2017). Customers' perceived website service quality and its effects on e-loyalty. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29 (1), 438 – 457. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-02-2015-0054>
- Kitapci, O.; Akdogan, C. y Dortyol, I. (2014). The Impact of Service Quality Dimensions on Patient Satisfaction, Repurchase Intentions and Word-of-Mouth Communication in the Public Healthcare Industry. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 148(2), 2014, Pages 161-169, ISSN 1877-0428, <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.030>.

- Kwon, Y., Byun, J., & Park, S. (2019). Exploring the determinants of bus drivers job satisfaction: Evidence from South Korea. *Research in Transportation Business & Management*, 33, 100436. <https://doi.org/10.1016/j.rtbm.2020.100436>
- Lu et al., 2021 Lu, S., Yao, D., Chen, X., & Grewal, R. (2021). Do larger audiences generate greater revenues under pay what you want? evidence from a live streaming platform. *Marketing Science*. <https://doi.org/10.1287/mksc.2021.1292>
- Malnaad, P.; Rahman, A.; Osman, Z.; Pang, A. (2022). An Examination On E-Banking Service Quality And Its Significance On E-Satisfaction And E-Loyalty: An Asian Study. *Journal of Positive School Psychology* 6 (6), 8169-8185
- Martínez, L. (2019). *Calidad del servicio de atención al público y satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital de La Tinguña, Ica 2018*. [Tesis de maestría]. Universidad César Vallejo; Lima.
- Mejías, A. y Manrique, S. (2011). Dimensiones de la satisfacción de clientes bancarios universitarios: Una aproximación mediante el análisis de factores. *Ingeniería Industrial*, Vol. 32, N°.1. pp. 43-47. <https://www.redalyc.org/pdf/3604/360433575007.pdf>
- Neyra-Huamaní, L.; Flores-Morales, J. y Pacheco-Pomarino, M. (2021). Calidad de servicio en tiempos de Covid-19 en estudiantes universitarios. *Revista Venezolana De Gerencia*, 26 (Número Especial 5), 108-122. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.26.e5.8>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. y Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple- Item Scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of retailing*. 64(1). 12-40. https://www.researchgate.net/profile/Valarie_Zeithaml/publication/225083802_SERVQUAL_A_multiple-Item_Scale_for_measuring_consumer_perceptions_of_service_quality/links/5429a4540cf27e39fa8e6531/SERVQUAL-A-multiple-Item-Scale-formeasuring-consumer-perceptions-of-service-quality.pdf
- Pei-Ling Sheu & Shu-Chun Chang, (2022) Relationship of service quality dimensions, customer satisfaction and loyalty in e-commerce: a case study

- of the Shopee App, *Applied Economics, Taylor & Francis Journals*, vol. 54 (40), pages 4597-4607, August. DOI: 10.1080/00036846.2021.1980198
- Raouf, A. R. y Camilleri, M. A. (2019). The effects of service quality and consumer-brand value congruity on hospitality brand loyalty. *Anatolia* 30 (4), 547-559. <https://doi.org/10.1080/13032917.2019.1650289>
- Redhead, R. (2015). *Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Centro de Salud Miguel Grau Distrito de Chaclacayo*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos; Lima, Perú.
- Reyes, S. (2014) *Calidad del servicio para aumentar la satisfacción del cliente de la Asociación Share, Sede Huehuetenango*. Universidad Rafael Landívar. Guatemala.
- Rita, P., Oliveira, T., & Farisa, A. (2019). The impact of e-service quality and customer satisfaction on customer behavior in online shopping. *Heliyon*. 5(10), e02690. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e02690>
- Ros, A. (2016). *Calidad percibida y satisfacción del usuario en los servicios prestados a personas con discapacidad intelectual. Programa de Doctorado en Administración y Dirección de Empresas, Universidad Católica San Antonio – Murcia – España*. <http://repositorio.ucam.edu/bitstream/handle/10952/1638/Tesis.pdf?sequence=1&i>
- Ruiz, R. (2017). *Calidad de atención al cliente y el nivel de satisfacción del usuario externo en el Hospital ESSALUD II, Tarapoto, San Martín – 2016*. [Tesis de maestría]. Universidad César Vallejo; Lima.
- Salvatierra, R. (2021). *Plataforma virtual y su impacto en la calidad del servicio, subgerencia de cultura de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2020*. [Tesis de maestría]. Universidad César Vallejo; Lima.
- Sánchez, H., Reyes, C., y Mejía, K. (2018). *Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística*. Universidad Ricardo Palma. <https://www.urp.edu.pe/pdf/id/13350/n/libro-manual-de-terminos-eninvestigacion.pdf>
- Sasono, I., Jubaedi, A. D., Novitasari, D., Wiyono, N., Riyanto, R., Oktabrianto, O., ... Waruwu, H. (2021). The Impact of E-Service Quality and Satisfaction on Customer Loyalty: Empirical Evidence from Internet Banking Users in

- Indonesia. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(4), 465–473. <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2021.VOL8.NO4.0465>
- Spurk, D., & Straub, C. (2020). Flexible employment relationships and careers in times of the COVID-19 pandemic. *Journal of Vocational Behavior*, 119, 103435. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2020.103435>
- Szmidt, E. y Kacprzyk, J. (2010). The Spearman rank correlation coefficient between intuitionistic fuzzy sets, in *Intelligent Systems (IS)*, 5th IEEE International Conference, 2010, pp. 276-280.
- Ulloa, S. (2019). *Calidad de servicio y satisfacción del usuario en la Municipalidad Distrital de Guadalupe*, La Libertad, 2019. [Tesis de maestría]. Universidad César Vallejo; Lima.
- Wang, G., & Song, J. (2017). The relation of perceived benefits and organizational supports to user satisfaction with building information model (BIM). *Computers in Human Behavior*, 68, 493–500. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.12.002>
- Wang, X., Lu, J, Feng, Y. y Liu, L. (2021). Antecedentes y papel mediador del clima de servicio de TI en la calidad del servicio de TI: un estudio de métodos mixtos. *Revista Internacional de Gestión de la Información*, 57, 102290. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102290>
- Yang, Y. & Koenigstorfer, J. (2020). Determinants of physical activity maintenance during the COVID-19 pandemic: A focus on fitness apps. *Translational Behavioral Medicine*, 10 (4), 835–842. <https://doi.org/10.1093/tbm/ibaa086>

ANEXO

Anexo 1: Matriz de consistencia

Título: Calidad de servicio virtual y satisfacción de los usuarios de la Municipalidad del Distrito de Imperial-Cañete, 2022								
Autora: Br. Aliaga Carbonero, Ariana Denisse								
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES					
<p>Problema General ¿De qué manera se relaciona la calidad de servicio virtual y satisfacción de los usuarios de la Municipalidad del Distrito de Imperial-Cañete, 2022?</p> <p>Problemas específicos (a) ¿De qué manera se relaciona el diseño de página web con la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad del Distrito de Imperial-Cañete, 2022?</p> <p>(b) ¿De qué manera se relaciona el servicio al cliente online con la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad del Distrito de Imperial-Cañete, 2022?</p>	<p>Objetivo General Determinar la relación entre la calidad de servicio virtual y la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad del Distrito de Imperial-Cañete, 2022</p> <p>Objetivos específicos (a) Determinar la relación entre el diseño de página web y la satisfacción de los vecinos de los usuarios de la Municipalidad del Distrito de Imperial-Cañete, 2022 (b) Determinar la relación existe entre el servicio al cliente online y la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad del Distrito de Imperial-Cañete, 2022 (c) Determinar la relación existe entre la privacidad y seguridad con la satisfacción de los</p>	<p>Hipótesis general La calidad de servicio virtual se relaciona de manera significativa con la satisfacción de los vecinos de los usuarios de la Municipalidad del Distrito de Imperial-Cañete, 2022</p> <p>Hipótesis específicas (a) El diseño de página web se relaciona con la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad del Distrito de Imperial-Cañete, 2022 (b) El servicio al cliente online se relaciona con la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad del Distrito de Imperial-Cañete, 2022 (c) La privacidad y seguridad se relaciona</p>	Variable (X): Gestión municipal					
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala y valores	Niveles y rangos	
			Diseño de página web	Atractivo De fácil acceso Eficiente	1-5	Escala ordinal Totalmente en desacuerdo (1) En desacuerdo (2) Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo (3) De acuerdo (4) Totalmente de acuerdo (5)	1.-Bajo: 21 _ 49 2.-Medio: 50 _ 77 3.-Alto: 78 _ 105	
			Servicio al cliente online	Acceso rápido Tramites en línea	6-13			
			Privacidad y seguridad	Presión Seguridad	14-17			
			Cumplimiento	Confiability	18-21			
			Variable (Y): Calidad educativa					
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala y valores	Niveles y rangos	
			Calidad funcional y técnica percibida.	-Satisfacción con las exigencias. -Satisfacción con el servicio que se espera. -Seguridad en los trámites. -Capacidad técnica.	1-8	Escala ordinal Totalmente en desacuerdo (1) En desacuerdo (2) Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo (3) De acuerdo (4) Totalmente de acuerdo (5)	1. Bajo (24 _ 56) 2. Regular (57 _ 88) 3. Bueno (89 _ 120)	
			Valor percibido.	-Confianza. -Valoración de tasa y tarifas. -Valor de la comunicación. -Valor de la atención.	9-16			
Confianza y expectativas.	-Siente confianza -Satisfacción con las expectativas	17-24						

<p>(c) ¿De qué manera se relaciona la privacidad y seguridad con la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad del Distrito de Imperial-Cañete, 2022?</p> <p>(d) ¿De qué manera se relaciona el cumplimiento con la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad del Distrito de Imperial-Cañete, 2022?</p>	<p>usuarios de la Municipalidad del Distrito de Imperial-Cañete, 2022</p> <p>(d) Determinar la relación existe entre el cumplimiento y la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad del Distrito de Imperial-Cañete, 2022.</p>	<p>con la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad del Distrito de Imperial-Cañete, 2022.</p> <p>(d) El cumplimiento se relaciona con la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad del Distrito de Imperial-Cañete, 2022..</p>					
TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN Y MUESTRA	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS		ESTADÍSTICA			
<p>ENFOQUE: Cuantitativo MÉTODO: Hipotético deductivo. TIPO: Básica DISEÑO: No experimental de corte transversal ALCANCE: Descriptivo Correlacional.</p>  <p>M= Muestra O_x = Observaciones de la variable X O_y= Observaciones de la variable Y r= Grado de correlación</p>	<p>POBLACIÓN: 621 usuarios de la Municipalidad del Distrito de Imperial-Cañete</p> <p>TAMAÑO DE MUESTRA: 129 usuarios de la Municipalidad del Distrito de Imperial-Cañete</p> <p>TIPO DE MUESTREO: Muestreo no probabilístico, por conveniencia</p>	<p>VARIABLE X: gestión municipal TECNICA: Encuesta INSTRUMENTO: Cuestionario de gestión municipal AUTOR: Adaptado por Aliaga Carbonero, Ariana Denisse AÑO: 2022 AMBITO DE APLICACIÓN: Usuarios de la Municipalidad de Imperial Cañete FORMA DE ADMINISTRACIÓN: Personal ESTRUCTURA: Está conformada por 20 ítems.</p> <p>VARIABLE Y: Seguridad ciudadana TECNICA: Encuesta INSTRUMENTO. Cuestionario de seguridad ciudadana AUTOR: Adaptado por Aliaga Carbonero, Ariana Denisse AÑO: 2022 AMBITO DE APLICACIÓN: Usuarios de la Municipalidad de Imperial Cañete FORMA DE ADMINISTRACIÓN: Personal ESTRUCTURA: Está conformada por 20 ítems.</p>		<p>DESCRIPTIVA: Se presentaron tablas de frecuencias y gráficos de barras.</p> <p>INFERENCIAL: Para el análisis estadístico se utilizó el software SPSS versión 25 y el Excel 2016 Para la normalidad se utilizó la prueba de Kolmogorov-Smirnov.</p> <p>Los resultados de la prueba de normalidad determinaron una distribución no paramétrica por ello se utilizó el estadístico Rho de Spearman para la contrastación de las hipótesis.</p>			

Anexo 2. Matriz de Operacionalización de variables

Matriz de Operacionalización de la Calidad de servicio virtual.

Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala y niveles	Rangos
La calidad de servicio virtual como la medida en que un sitio web facilita de forma eficiente y eficaz el proceso de compra, la propia compra y la entrega de productos o servicios (Parasuraman et al, 2005)	Diseño de página web	Atractivo De fácil acceso Eficiente	_1,2 _3,4 _5	Escala Likert Totalmente en desacuerdo (1) En desacuerdo (2)	V1: Calidad de servicio virtual. Bajo: 21 _ 49 Medio: 50 _ 77 Alto: 78 _ 105 Dimensión 1 Bajo: 5 _ 12 Medio: 13 _ 18 Alto: 19 _ 25
	Servicio al cliente online	Acceso rápido Tramites en línea	_6,7,8,9,10,11 _12,13	Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo (3)	Dimensión: 2 Bajo: 8 _ 19 Medio: 20 _ 29 Alto: 30 _ 40
	Privacidad y seguridad	Presión Seguridad	_14,15 _16,17	De acuerdo (4)	Dimensión: 3 Bajo: 4 _ 9 Medio: 10 _ 15 Alto: 16 _ 20
	Cumplimiento	Confiability	_18,19,20,21	Totalmente de acuerdo (5)	Dimensión:4 Bajo: 4 _ 9 Medio: 10 _ 15 Alto: 16 _ 20

Matriz de Operacionalización de la satisfacción de los usuarios.

Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala y niveles	Rangos
La satisfacción de los usuarios implica una experiencia racional o cognoscitiva, derivada de la comparación entre las expectativas y el comportamiento del producto o servicio; está subordinada a numerosos factores como las expectativas, valores morales, culturales, necesidades personales y a la propia organización. (Huiza, 2006)	Calidad funcional y técnica percibida.	-Satisfacción con las exigencias. -Satisfacción con el servicio que se espera. -Seguridad en los trámites. -Capacidad técnica.	_1,2, _3,4 _5,6 _7,8	Escala Likert Totalmente en desacuerdo (1) En desacuerdo (2) Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo (3) De acuerdo (4) Totalmente de acuerdo (5)	V2: Satisfacción del usuario: Bajo: 24 _ 56 Medio: 57 _ 88 Alto: 89 _ 120
	Valor percibido.	-Confianza. -Valoración de tasa y tarifas. -Valor de la comunicación. -Valor de la atención.	_9,10, _11,12 _13,14 _15,16		Dimensión 1 Bajo: 8 _ 19 Medio: 20 _ 29 Alto: 30 _ 40
	Confianza y expectativas.	-Siente confianza con las expectativas	_17,18,19,20 _21,22,23,24		Dimensión 2 Bajo: 8 _ 19 Medio: 20 _ 29 Alto: 30 _ 40
					Dimensión 3 Bajo: 8 _ 19 Medio: 20 _ 29 Alto: 30 _ 40

Anexo 3: Instrumento de recolección de dato

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN 1 CUESTIONARIO DE CALIDAD DE SERVICIO VIRTUAL

C:

Estimados compañeros de trabajo: Agradecemos su colaboración por su aporte con la Investigación de Título: "Calidad de servicio virtual y satisfacción de los vecinos de la municipalidad distrital de Imperial, 2021", desarrollando el cuestionario de Calidad de servicio virtual.

SEXO: (F) (M) **EDAD:** _____

Por favor, siga Ud. las siguientes instrucciones:

- a) Lea cuidadosamente y de forma clara los enunciados de las preguntas.
- b) No deje preguntas sin contestar.
- c) Marque con un aspa en sólo uno de los cuadros de cada pregunta.

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

N°	Ítems	Escala de Valoración				
		1	2	3	4	5
	Dimensión 1: Diseño de página web.					
1	¿Considera usted que la plataforma virtual de la Municipalidad brinda una comunicación efectiva para los usuarios?					
2	¿La plataforma virtual de la municipalidad cuenta con un espacio orientado a la ayuda del usuario?					
3	¿La plataforma virtual de la Municipalidad es un medio de información para sus actividades de consulta?					
4	¿La plataforma de la Municipalidad su diseño es accesible en todo momento?					
5	¿Considera usted que el diseño de la plataforma de la municipalidad es atractivo visualmente?					
	Dimensión 2: Servicio al cliente online.					
6	¿El servicio de la plataforma virtual de la Municipalidad cuenta con los horarios disponibles para realizar sus trámites en línea?					
7	¿Considera usted que la plataforma virtual dispone de toda la información necesaria para todos los usuarios?					
8	¿La información que contiene la plataforma virtual de la Municipalidad es Comprensible?					

9	¿La plataforma virtual de la municipalidad ofrece información precisa sobre los servicios requeridos por los usuarios?					
10	¿Considera usted que a través del uso de la plataforma virtual de la municipalidad se adquiere conocimientos?					
11	¿Considera usted que el acceder a los servicios que ofrece la municipalidad mediante la plataforma virtual es tan eficiente como presencial?					
12	¿Considera usted que la plataforma virtual de la municipalidad contiene la información necesaria para lograr sus expectativas?					
13	¿Recomendaría la plataforma virtual para realizar trámites de manera no presencial?					
	Dimensión 3: Privacidad y seguridad.					
14	¿La información recibida mediante la plataforma es confiable?					
15	¿Tiene usted una experiencia agradable y segura a través del servicio de la plataforma virtual de la municipalidad?					
16	¿A través del uso privado y frecuente de la plataforma virtual de la municipalidad puede usted familiarizarse con la institución?					
17	¿Recomendaría la plataforma virtual para realizar trámites de manera no presencial?					
	Dimensión 4: Cumplimiento.					
18	¿El servicio mediante la plataforma virtual cumple con sus necesidades de información?					
19	¿Considera usted que la plataforma virtual de la municipalidad se actualiza constantemente para poder cumplir con sus expectativas?					
20	¿Considera usted que la Municipalidad está comprometida para satisfacer sus Necesidades de servicio?					
21	¿La institución toma en cuenta sus sugerencias y reclamos realizados mediante la plataforma virtual?					

Gracias por su colaboración.

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN 2
CUESTIONARIO DE SATISFACCIÓN DEL USUARIO

C:

Estimados compañeros de trabajo: Agradecemos su colaboración por su aporte con la Investigación de Título: “Calidad de servicio virtual y satisfacción de los vecinos de la municipalidad distrital de Imperial, 2021”, desarrollando el cuestionario de Satisfacción del usuario.

SEXO: (F) (M) EDAD: _____

Por favor, siga Ud. las siguientes instrucciones:

- Lea cuidadosamente y de forma clara los enunciados de las preguntas.
- No deje preguntas sin contestar.
- Marque con un aspa en sólo uno de los cuadros de cada pregunta.

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

N°	Ítems	Escala de Valoración				
		1	2	3	4	5
	Dimensión 1: Calidad funcional y técnica percibida.					
1	El personal de esta municipalidad ha solucionado satisfactoriamente sus exigencias.					
2	Me siento satisfecho con la atención que recibo en esta municipalidad.					
3	En esta municipalidad se le da el servicio que usted espera					
4	El personal de esta municipalidad conoce los intereses y necesidades de sus usuarios.					
5	Me siento seguro al realizar mis trámites en esta municipalidad.					
6	Esta municipalidad presta un servicio satisfactorio en capacidad técnica.					
7	En esta municipalidad se observa un desempeño técnico muy bueno de los trabajadores.					
8	La calidad de los servicios tecnológicos es buena.					
	Dimensión 2: Valor percibido.					
9	Esta municipalidad me inspira confianza.					
10	El trato que brindan los trabajadores de esta municipalidad le inspira confianza.					
11	Las tasas y tarifas de esta entidad en comparación con otras son					

	adecuadas.					
12	La calidad de los servicios prestados en esta municipalidad son buenos, dadas sus tasas y tarifas.					
13	Cuando le habla el personal de la municipalidad usa un lenguaje amigable.					
14	Los trabajadores de la municipalidad demuestran capacidad de escucha ante las necesidades de los usuarios.					
15	No ha tenido problemas o inconvenientes con los servicios prestados por esta municipalidad.					
16	Siento que puedo volver a esta municipalidad en cualquier momento porque valoro mucho su atención.					
	Dimensión 3: Confianza y expectativas.					
17	Al acudir a esta municipalidad sabe que no tendrá problemas o inconvenientes con los servicios recibidos.					
18	Esta municipalidad es innovadora y con visión de futuro.					
19	Son recomendable los servicios brindados por esta municipalidad para otros usuarios.					
20	Existe preocupación de la municipalidad para cubrir las necesidades de atención de los usuarios.					
21	El servicio que se ofrece en esta municipalidad se adapta a sus necesidades como usuario.					
22	Esta municipalidad me brinda los servicios según requiero y espero.					
23	El personal de esta municipalidad es claro, en explicaciones o informaciones dadas.					
24	El personal de esta municipalidad posee los conocimientos acerca de los servicios prestados.					

Gracias por su colaboración.

Anexo 4. Juicio de experto del instrumento de evaluación
CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: Gestión Municipal

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1: DISEÑO DE PÁGINA WEB							
1	¿Considera usted que la plataforma virtual de la Municipalidad brinda una comunicación efectiva para los usuarios?	X		X		X		
2	¿La plataforma virtual de la municipalidad cuenta con un espacio orientado a la ayuda del usuario?	X		X		X		
3	¿La plataforma virtual de la Municipalidad es un medio de información para sus actividades de consulta?	X		X		X		
4	¿La plataforma de la Municipalidad su diseño es accesible en todo momento?	X		X		X		
5	¿Considera usted que el diseño de la plataforma de la municipalidad es atractivo visualmente?	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2: SERVICIO AL CLIENTE ONLINE							
6	Considera usted que las ordenanzas municipales contribuyen a reglamentar y controlar las edificaciones y/o remodelaciones en beneficio de su seguridad.	X		X		X		
7	Cree, que la autoridad municipal aprueba con celeridad las ordenanzas municipales que tiene que ver con la construcción de módulos de apoyo al vecino.	X		X		X		
8	Considera que el actual régimen jurídico trabaja activamente por su seguridad ante la delincuencia.	X		X		X		
9	Considera usted, que en la provincia existe una eficiente administración municipal.	X		X		X		
10	Cree usted, que los programas y proyectos municipales ayudan a solucionar los problemas de la provincia en temas de seguridad ciudadana.	X		X		X		
11	Cree usted, que la actual gestión municipal cumple con sus funciones de velar por la seguridad de la provincia.	X		X		X		
12	Usted considera que el municipio asigna suficientes recursos económicos a los planes de la seguridad de la provincia.	X		X		X		
13	Considera que el municipio lucha tenazmente contra la delincuencia.	X		X		X		
	DIMENSIÓN 3: PRIVACIDAD Y SEGURIDAD							
14	¿Considera que la información recibida mediante la plataforma es confiable?	X		X		X		
15	¿Tiene usted una experiencia agradable y segura a través del servicio de la plataforma virtual de la municipalidad?	X		X		X		
16	¿A través del uso privado y frecuente de la plataforma virtual de la municipalidad puede usted familiarizarse con la institución?	X		X		X		

17	¿Considera que es segura la información que se proporciona a la municipalidad?	X		X		X	
	DIMENSIÓN 3 CUMPLIMIENTO	Si	No	Si	No	Si	No
18	¿El servicio mediante la plataforma virtual cumple con sus necesidades de información?	X		X		X	
19	¿Considera usted que la plataforma virtual de la municipalidad se actualiza constantemente para poder cumplir con sus expectativas?	X		X		X	
20	¿Considera usted que la Municipalidad está comprometida para satisfacer sus Necesidades de servicio?	X		X		X	
21	¿La institución toma en cuenta sus sugerencias y reclamos realizados mediante la plataforma virtual?	X		X		X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

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

Apellidos y nombres del juez validador: Garay Flores, Germán Vicente.

Especialidad del validador: Estadística e investigación científica.....

22 de diciembre del 2022.



Firma del Experto Informante.

- ¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- ²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: Seguridad ciudadana

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1: CALIDAD FUNCIONAL Y TECNICA							
1	El personal de esta municipalidad ha solucionado satisfactoriamente sus exigencias.	X		X		X		
2	Me siento satisfecho con la atención que recibo en esta municipalidad.	X		X		X		
3	En esta municipalidad se le da el servicio que usted espera	X		X		X		
4	El personal de esta municipalidad conoce los intereses y necesidades de sus usuarios.	X		X		X		
5	Me siento seguro al realizar mis trámites en esta municipalidad.	X		X		X		
6	Esta municipalidad presta un servicio satisfactorio en capacidad técnica.	X		X		X		
7	En esta municipalidad se observa un desempeño técnico muy bueno de los trabajadores.	Si	No	Si	No	Si	No	
8	La calidad de los servicios tecnológicos es buena.	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2: VALOR PERCIBIDO	X		X		X		
9	Los ambientes, equipos y materiales brindados por la municipalidad son seguros y confortables.	X		X		X		
10	El trato que brindan los trabajadores de esta municipalidad le inspira confianza.	X		X		X		
11	Las tasas y tarifas de esta entidad en comparación con otras son adecuadas.	X		X		X		
12	La calidad de los servicios prestados en esta municipalidad son buenos, dadas sus tasas y tarifas.	X		X		X		
13	Cuando le habla el personal de la municipalidad usa un lenguaje amigable.	X		X		X		
14	Los trabajadores de la municipalidad demuestran capacidad de escucha ante las necesidades de los usuarios.	Si	No	Si	No	Si	No	
15	No ha tenido problemas o inconvenientes con los servicios prestados por esta municipalidad.	X		X		X		
16	Siento que puedo volver a esta municipalidad en cualquier momento porque valoro mucho su atención.	X		X		X		
	DIMENSIÓN 3: CONFIANZA Y EXPECTATIVAS	X		X		X		
17	Al acudir a esta municipalidad sabe que no tendrá problemas o inconvenientes con los servicios recibidos.	X		X		X		
18	Esta municipalidad es innovadora y con visión de futuro.	X		X		X		
19	Son recomendable los servicios brindados por esta municipalidad para otros usuarios.	X		X		X		
20	Existe preocupación de la municipalidad para cubrir las necesidades de atención de los usuarios.							
21	El servicio que se ofrece en esta municipalidad se adapta a sus necesidades como usuario.							
22	Esta municipalidad me brinda los servicios según requiero y espero.							

23	El personal de esta municipalidad es claro, en explicaciones o informaciones dadas.							
24	El personal de esta municipalidad posee los conocimientos acerca de los servicios prestados.							

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

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

Apellidos y nombres del juez validador. Garay Flores, Germán Vicente.

Especialidad del validador: Estadística e investigación científica.....

- ¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- ²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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

22 de diciembre del 2022.



Firma del Experto Informante.

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1: DISEÑO DE PÁGINA WEB	Si	No	Si	No	Si	No	
1	¿Considera usted que la plataforma virtual de la Municipalidad brinda una comunicación efectiva para los usuarios?	X		X		X		
2	¿La plataforma virtual de la municipalidad cuenta con un espacio orientado a la ayuda del usuario?	X		X		X		
3	¿La plataforma virtual de la Municipalidad es un medio de información para sus actividades de consulta?	X		X		X		
4	¿La plataforma de la Municipalidad su diseño es accesible en todo momento?	X		X		X		
5	¿Considera usted que el diseño de la plataforma de la municipalidad es atractivo visualmente?	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2: SERVICIO AL CLIENTE ONLINE	Si	No	Si	No	Si	No	
6	Considera usted que las ordenanzas municipales contribuyen a reglamentar y controlar las edificaciones y/o remodelaciones en beneficio de su seguridad.	X		X		X		
7	Cree, que la autoridad municipal aprueba con celeridad las ordenanzas municipales que tiene que ver con la construcción de módulos de apoyo al vecino.	X		X		X		
8	Considera que el actual régimen jurídico trabaja activamente por su seguridad ante la delincuencia.	X		X		X		
9	Considera usted, que en la provincia existe una eficiente administración municipal.	X		X		X		
10	Cree usted, que los programas y proyectos municipales ayudan a solucionar los problemas de la provincia en temas de seguridad ciudadana.	X		X		X		
11	Cree usted, que la actual gestión municipal cumple con sus funciones de velar por la seguridad de la provincia.	X		X		X		
12	Usted considera que el municipio asigna suficientes recursos económicos a los planes de la seguridad de la provincia.	X		X		X		
13	Considera que el municipio lucha tenazmente contra la delincuencia.	X		X		X		
	DIMENSIÓN 3: PRIVACIDAD Y SEGURIDAD	Si	No	Si	No	Si	No	
14	¿Considera que la información recibida mediante la plataforma es confiable?	X		X		X		
15	¿Tiene usted una experiencia agradable y segura a través del servicio de la plataforma virtual de la municipalidad?	X		X		X		
16	¿A través del uso privado y frecuente de la plataforma virtual de la municipalidad puede usted familiarizarse con la institución?	X		X		X		

17	¿Considera que es segura la información que se proporciona a la municipalidad?	X		X		X	
	DIMENSIÓN 3 CUMPLIMIENTO	Si	No	Si	No	Si	No
18	¿El servicio mediante la plataforma virtual cumple con sus necesidades de información?	X		X		X	
19	¿Considera usted que la plataforma virtual de la municipalidad se actualiza constantemente para poder cumplir con sus expectativas?	X		X		X	
20	¿Considera usted que la Municipalidad está comprometida para satisfacer sus Necesidades de servicio?	X		X		X	
21	¿La institución toma en cuenta sus sugerencias y reclamos realizados mediante la plataforma virtual?	X		X		X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

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

Apellidos y nombres del juez validador. Mg. ARIAS MORALES, ALFONSO MAXIMO

Especialidad del validador: MAESTRO EN GESTIÓN PÚBLICA.....

- ¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- ²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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

22 de diciembre del 2022.



Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: Seguridad ciudadana

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ^{a1}		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1: CALIDAD FUNCIONAL Y TECNICA							
1	El personal de esta municipalidad ha solucionado satisfactoriamente sus exigencias.	X		X		X		
2	Me siento satisfecho con la atención que recibo en esta municipalidad.	X		X		X		
3	En esta municipalidad se le da el servicio que usted espera	X		X		X		
4	El personal de esta municipalidad conoce los intereses y necesidades de sus usuarios.	X		X		X		
5	Me siento seguro al realizar mis trámites en esta municipalidad.	X		X		X		
6	Esta municipalidad presta un servicio satisfactorio en capacidad técnica.	X		X		X		
7	En esta municipalidad se observa un desempeño técnico muy bueno de los trabajadores.	Si	No	Si	No	Si	No	
8	La calidad de los servicios tecnológicos es buena.	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2: VALOR PERCIBIDO	X		X		X		
9	Los ambientes, equipos y materiales brindados por la municipalidad son seguros y confortables.	X		X		X		
10	El trato que brindan los trabajadores de esta municipalidad le inspira confianza.	X		X		X		
11	Las tasas y tarifas de esta entidad en comparación con otras son adecuadas.	X		X		X		
12	La calidad de los servicios prestados en esta municipalidad son buenos, dadas sus tasas y tarifas.	X		X		X		
13	Cuando le habla el personal de la municipalidad usa un lenguaje amigable.	X		X		X		
14	Los trabajadores de la municipalidad demuestran capacidad de escucha ante las necesidades de los usuarios.	Si	No	Si	No	Si	No	
15	No ha tenido problemas o inconvenientes con los servicios prestados por esta municipalidad.	X		X		X		
16	Siento que puedo volver a esta municipalidad en cualquier momento porque valoro mucho su atención.	X		X		X		
	DIMENSIÓN 3: CONFIANZA Y EXPECTATIVAS	X		X		X		
17	Al acudir a esta municipalidad sabe que no tendrá problemas o inconvenientes con los servicios recibidos.	X		X		X		
18	Esta municipalidad es innovadora y con visión de futuro.	X		X		X		
19	Son recomendable los servicios brindados por esta municipalidad para otros usuarios.	X		X		X		
20	Existe preocupación de la municipalidad para cubrir las necesidades de atención de los usuarios.							
21	El servicio que se ofrece en esta municipalidad se adapta a sus necesidades como usuario.							

22	Esta municipalidad me brinda los servicios según requiero y espero.							
23	El personal de esta municipalidad es claro, en explicaciones o informaciones dadas.							
24	El personal de esta municipalidad posee los conocimientos acerca de los servicios prestados.							

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

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

Apellidos y nombres del juez validador. Mg. ARIAS MORALES, ALFONSO MAXIMO

Especialidad del validador: MAESTRO EN GESTIÓN PÚBLICA.....

16 de diciembre del 2022.

- ¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- ²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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



Firma del Experto Informante.

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1: DISEÑO DE PÁGINA WEB	Si	No	Si	No	Si	No	
1	¿Considera usted que la plataforma virtual de la Municipalidad brinda una comunicación efectiva para los usuarios?	X		X		X		
2	¿La plataforma virtual de la municipalidad cuenta con un espacio orientado a la ayuda del usuario?	X		X		X		
3	¿La plataforma virtual de la Municipalidad es un medio de información para sus actividades de consulta?	X		X		X		
4	¿La plataforma de la Municipalidad su diseño es accesible en todo momento?	X		X		X		
5	¿Considera usted que el diseño de la plataforma de la municipalidad es atractivo visualmente?	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2: SERVICIO AL CLIENTE ONLINE	Si	No	Si	No	Si	No	
6	Considera usted que las ordenanzas municipales contribuyen a reglamentar y controlar las edificaciones y/o remodelaciones en beneficio de su seguridad.	X		X		X		
7	Cree, que la autoridad municipal aprueba con celeridad las ordenanzas municipales que tiene que ver con la construcción de módulos de apoyo al vecino.	X		X		X		
8	Considera que el actual régimen jurídico trabaja activamente por su seguridad ante la delincuencia.	X		X		X		
9	Considera usted, que en la provincia existe una eficiente administración municipal.	X		X		X		
10	Cree usted, que los programas y proyectos municipales ayudan a solucionar los problemas de la provincia en temas de seguridad ciudadana.	X		X		X		
11	Cree usted, que la actual gestión municipal cumple con sus funciones de velar por la seguridad de la provincia.	X		X		X		
12	Usted considera que el municipio asigna suficientes recursos económicos a los planes de la seguridad de la provincia.	X		X		X		
13	Considera que el municipio lucha tenazmente contra la delincuencia.	X		X		X		
	DIMENSIÓN 3: PRIVACIDAD Y SEGURIDAD	Si	No	Si	No	Si	No	
14	¿Considera que la información recibida mediante la plataforma es confiable?	X		X		X		
15	¿Tiene usted una experiencia agradable y segura a través del servicio de la plataforma virtual de la municipalidad?	X		X		X		
16	¿A través del uso privado y frecuente de la plataforma virtual de la municipalidad puede usted familiarizarse con la institución?	X		X		X		

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: Seguridad ciudadana

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ^{a1}		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1: CALIDAD FUNCIONAL Y TECNICA							
1	El personal de esta municipalidad ha solucionado satisfactoriamente sus exigencias.	X		X		X		
2	Me siento satisfecho con la atención que recibo en esta municipalidad.	X		X		X		
3	En esta municipalidad se le da el servicio que usted espera	X		X		X		
4	El personal de esta municipalidad conoce los intereses y necesidades de sus usuarios.	X		X		X		
5	Me siento seguro al realizar mis trámites en esta municipalidad.	X		X		X		
6	Esta municipalidad presta un servicio satisfactorio en capacidad técnica.	X		X		X		
7	En esta municipalidad se observa un desempeño técnico muy bueno de los trabajadores.	Si	No	Si	No	Si	No	
8	La calidad de los servicios tecnológicos es buena.	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2: VALOR PERCIBIDO	X		X		X		
9	Los ambientes, equipos y materiales brindados por la municipalidad son seguros y confortables.	X		X		X		
10	El trato que brindan los trabajadores de esta municipalidad le inspira confianza.	X		X		X		
11	Las tasas y tarifas de esta entidad en comparación con otras son adecuadas.	X		X		X		
12	La calidad de los servicios prestados en esta municipalidad son buenos, dadas sus tasas y tarifas.	X		X		X		
13	Cuando le habla el personal de la municipalidad usa un lenguaje amigable.	X		X		X		
14	Los trabajadores de la municipalidad demuestran capacidad de escucha ante las necesidades de los usuarios.	Si	No	Si	No	Si	No	
15	No ha tenido problemas o inconvenientes con los servicios prestados por esta municipalidad.	X		X		X		
16	Siento que puedo volver a esta municipalidad en cualquier momento porque valoro mucho su atención.	X		X		X		
	DIMENSIÓN 3: CONFIANZA Y EXPECTATIVAS	X		X		X		
17	Al acudir a esta municipalidad sabe que no tendrá problemas o inconvenientes con los servicios recibidos.	X		X		X		
18	Esta municipalidad es innovadora y con visión de futuro.	X		X		X		
19	Son recomendable los servicios brindados por esta municipalidad para otros usuarios.	X		X		X		
20	Existe preocupación de la municipalidad para cubrir las necesidades de atención de los usuarios.							
21	El servicio que se ofrece en esta municipalidad se adapta a sus necesidades como usuario.							
22	Esta municipalidad me brinda los servicios según requiero y espero.							

Anexo 5. Confiabilidad de las variables

Variable 1: Calidad del servicio virtual

N°	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	2
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	3	4	4	5	4	4	4	4	4	1
4	4	3	2	3	2	4	4	1	1	4	1	1	3	4	4	4	4	3	4	3	4
5	2	5	3	5	2	4	2	4	3	5	2	4	4	4	5	4	5	4	4	3	4
6	3	4	4	3	4	3	3	4	2	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3
7	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4
8	2	4	3	3	4	3	3	2	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3
9	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4
10	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3
11	4	3	2	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	5	3	4	4	4	4	2
12	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5
13	4	4	4	2	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3
14	3	4	3	1	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	3
15	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4
16	5	5	3	5	5	4	2	2	4	5	3	4	3	3	4	5	4	2	5	5	4

Escala: TODAS LAS VARIABLES

Resumen del procesamiento de los casos

	N	%
Casos Válidos	16	100,0
Excluidos ^a	0	,0
Total	16	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,890	21

Variable 2: Satisfacción de usuarios

N°	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24
1	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5
2	3	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
3	3	4	4	5	5	3	5	5	3	4	5	3	4	4	4	3	4	4	5	3	5	5	5	5
4	3	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5
5	2	1	3	3	2	3	4	4	2	4	3	3	4	4	3	3	2	2	3	4	3	3	3	3
6	3	3	3	4	4	3	3	2	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
8	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4
9	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3
10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
11	2	3	3	4	3	4	4	2	3	2	2	4	3	3	3	4	4	4	2	4	3	3	2	2
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
13	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4
14	3	3	3	3	1	1	1	1	1	3	1	1	1	3	1	3	3	3	1	1	3	3	3	3
15	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	3	4	5	5	5	4	4	5
16	3	4	4	4	4	5	5	5	3	3	4	4	3	3	4	2	3	4	2	4	1	2	3	3

Escala: TODAS LAS VARIABLES

Resumen del procesamiento de los casos

	N	%
Casos Válidos	16	100,0
Excluidos ^a	0	,0
Total	16	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,974	24

Anexo 6. Base de datos Calidad de servicio virtual

N°	Diseño de página web						Servicio al cliente online									Privacidad y seguridad					Cumplimiento				
	P1	P2	P3	P4	P5	Suma	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	Suma	P14	P15	P16	P17	Suma	P18	P19	P20	P21	Suma
1	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	3	3	4	3	25	4	3	3	4	14	4	4	3	4	15
2	3	3	3	3	4	16	1	1	1	3	3	3	3	4	19	4	3	3	3	13	3	3	3	3	12
3	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	3	15
4	3	4	3	2	2	14	2	2	3	4	3	3	4	4	25	3	4	4	3	14	3	4	4	2	13
5	4	5	4	5	3	21	3	4	4	3	4	4	4	4	30	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16
6	4	4	5	4	5	22	4	5	4	4	5	5	5	5	37	5	5	5	5	20	5	5	5	4	19
7	5	5	4	4	4	22	2	4	4	4	4	4	5	3	30	3	4	5	4	16	3	4	4	3	14
8	3	4	4	3	4	18	2	2	3	3	3	4	4	4	25	3	2	4	3	12	2	2	2	3	9
9	4	4	4	4	4	20	5	4	5	4	5	4	4	4	35	4	4	5	5	18	4	4	5	3	16
10	1	5	2	5	5	18	5	1	1	1	1	1	5	5	20	5	1	5	1	12	1	5	5	1	12
11	5	5	5	5	5	25	2	4	5	5	5	5	5	5	36	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20
12	3	3	4	4	4	18	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
13	2	5	5	5	5	22	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19
14	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
15	5	5	3	2	4	19	3	3	2	3	4	4	5	4	28	2	4	3	4	13	4	4	2	2	12
16	4	4	3	2	4	17	4	4	3	3	4	3	4	4	29	4	2	4	4	14	4	4	4	4	16
17	3	4	3	4	4	18	4	3	3	4	4	4	4	4	30	4	4	4	4	16	4	4	4	2	14
18	5	4	4	5	4	22	4	4	4	4	5	4	4	4	33	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16
19	5	5	5	3	5	23	3	3	5	4	5	4	5	5	34	4	4	4	4	16	4	5	4	3	16
20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	5	33	4	4	4	4	16	4	4	4	2	14
21	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
22	5	5	4	4	4	22	4	4	4	5	4	5	3	4	33	4	5	4	4	17	4	4	4	1	13
23	4	3	2	3	2	14	4	4	1	1	4	1	1	3	19	4	4	4	4	16	3	4	3	4	14
24	2	5	3	5	2	17	4	2	4	3	5	2	4	4	28	4	5	4	5	18	4	4	3	4	15
25	3	4	4	3	4	18	3	3	4	2	4	4	4	4	28	4	3	4	3	14	3	4	3	3	13

26	3	4	4	3	4	18	4	4	4	4	4	4	4	3	31	4	4	4	4	16	4	3	4	4	15
27	2	4	3	3	4	16	3	3	2	3	3	4	3	4	25	4	3	4	3	14	3	3	4	3	13
28	3	4	4	3	3	17	3	4	4	4	3	4	4	4	30	3	4	3	3	13	3	4	4	4	15
29	3	4	4	4	3	18	3	3	3	3	3	4	4	4	27	4	4	4	3	15	4	3	3	3	13
30	4	3	2	4	4	17	3	4	3	4	4	3	4	3	28	4	5	3	4	16	4	4	4	2	14
31	5	5	5	4	5	24	5	5	5	4	5	5	5	5	39	4	5	4	5	18	5	5	4	5	19
32	4	4	4	2	3	17	3	3	3	4	4	4	3	4	28	3	4	3	3	13	3	4	4	3	14
33	3	4	3	1	3	14	2	2	3	3	3	3	3	3	22	3	3	3	3	12	3	5	5	3	16
34	4	4	4	5	4	21	4	4	5	4	5	5	4	5	36	4	5	4	5	18	4	4	4	4	16
35	5	5	3	5	5	23	4	2	2	4	5	3	4	3	27	3	4	5	4	16	2	5	5	4	16
36	3	4	4	3	3	17	4	4	4	4	3	5	3	4	31	3	3	3	4	13	3	4	4	3	14
37	4	4	4	2	5	19	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	5	5	18	4	5	5	4	18
38	4	2	4	4	2	16	2	2	2	2	2	4	3	3	20	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
39	2	4	3	3	3	15	2	2	2	3	3	3	3	3	21	3	3	3	3	12	2	2	3	2	9
40	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
41	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
42	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	3	3	4	25	4	3	4	4	15	4	4	4	4	16
43	2	4	3	2	3	14	2	4	4	3	2	4	4	2	25	3	2	3	2	10	2	2	4	3	11
44	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	4	5	5	5	39	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
45	2	4	3	2	2	13	2	2	2	2	2	2	2	2	16	2	2	2	2	8	2	2	2	2	8
46	4	4	4	4	2	18	2	2	2	2	2	4	4	4	22	3	3	3	3	12	3	3	3	2	11
47	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
48	2	4	3	2	4	15	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	12	3	2	2	2	9
49	2	1	3	1	1	8	2	1	2	3	1	3	3	3	18	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
50	4	5	4	4	4	21	5	4	4	4	4	3	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
51	4	5	4	4	3	20	2	3	3	3	4	3	3	4	25	3	3	3	2	11	2	2	3	3	10
52	5	4	4	4	5	22	4	5	5	4	5	4	5	4	36	4	5	5	4	18	4	5	4	3	16
53	3	5	4	3	3	18	1	1	4	4	2	4	5	5	26	4	3	3	3	13	4	5	4	3	16
54	2	4	3	5	3	17	3	3	4	4	4	4	4	4	30	4	4	4	3	15	3	4	3	5	15

55	5	5	4	5	5	24	4	5	3	5	5	5	4	4	35	4	4	5	4	17	4	3	4	4	15
56	5	5	4	5	5	24	4	4	3	3	4	4	3	4	29	3	3	4	3	13	3	4	4	3	14
57	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	4	4	3	4	30	4	3	4	4	15	5	4	4	4	17
58	4	5	4	4	4	21	4	4	5	5	5	4	5	4	36	4	3	4	3	14	3	4	4	5	16
59	5	3	5	5	2	20	3	3	5	4	4	5	4	4	32	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
60	4	4	4	4	4	20	4	2	2	4	4	4	2	2	24	3	2	3	3	11	4	4	4	4	16
61	4	5	3	3	4	19	4	3	3	4	4	3	4	5	30	4	4	5	4	17	3	3	3	3	12
62	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
63	4	2	4	3	2	15	2	3	3	4	4	4	4	3	27	3	3	3	3	12	3	4	4	3	14
64	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
65	3	3	4	2	4	16	2	5	3	4	5	4	3	5	31	4	1	4	3	12	4	2	2	3	11
66	2	5	4	5	5	21	3	3	2	3	2	4	4	2	23	3	5	4	4	16	3	3	2	4	12
67	3	2	5	4	5	19	5	4	4	3	5	5	3	5	34	5	5	5	3	18	3	5	5	2	15
68	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	3	3	4	3	25	4	3	3	4	14	4	4	3	4	15
69	3	3	3	3	4	16	1	1	1	3	3	3	3	4	19	4	3	3	3	13	3	3	3	3	12
70	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	3	15
71	3	4	3	2	2	14	2	2	3	4	3	3	4	4	25	3	4	4	3	14	3	4	4	2	13
72	4	5	4	5	3	21	3	4	4	3	4	4	4	4	30	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16
73	4	4	5	4	5	22	4	5	4	4	5	5	5	5	37	5	5	5	5	20	5	5	5	4	19
74	5	5	4	4	4	22	2	4	4	4	4	4	5	3	30	3	4	5	4	16	3	4	4	3	14
75	3	4	4	3	4	18	2	2	3	3	3	4	4	4	25	3	2	4	3	12	2	2	2	3	9
76	4	4	4	4	4	20	5	4	5	4	5	4	4	4	35	4	4	5	5	18	4	4	5	3	16
77	1	5	2	5	5	18	5	1	1	1	1	1	5	5	20	5	1	5	1	12	1	5	5	1	12
78	5	5	5	5	5	25	2	4	5	5	5	5	5	5	36	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20
79	3	3	4	4	4	18	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
80	2	5	5	5	5	22	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19
81	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
82	5	5	3	2	4	19	3	3	2	3	4	4	5	4	28	2	4	3	4	13	4	4	2	2	12
83	4	4	3	2	4	17	4	4	3	3	4	3	4	4	29	4	2	4	4	14	4	4	4	4	16

84	3	4	3	4	4	18	4	3	3	4	4	4	4	4	30	4	4	4	4	16	4	4	4	2	14
85	5	4	4	5	4	22	4	4	4	4	5	4	4	4	33	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16
86	5	5	5	3	5	23	3	3	5	4	5	4	5	5	34	4	4	4	4	16	4	5	4	3	16
87	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	5	33	4	4	4	4	16	4	4	4	2	14
88	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
89	5	5	4	4	4	22	4	4	4	5	4	5	3	4	33	4	5	4	4	17	4	4	4	1	13
90	2	3	4	3	2	14	4	4	1	1	4	1	1	3	19	4	4	4	4	16	3	4	3	4	14
91	2	5	3	5	2	17	4	2	4	3	5	2	4	4	28	4	5	4	5	18	4	4	3	4	15
92	3	4	4	3	4	18	3	3	4	2	4	4	4	4	28	4	3	4	3	14	3	4	3	3	13
93	3	4	4	3	4	18	4	4	4	4	4	4	4	3	31	4	4	4	4	16	4	3	4	4	15
94	2	4	3	3	4	16	3	3	2	3	3	4	3	4	25	4	3	4	3	14	3	3	4	3	13
95	3	4	4	3	3	17	3	4	4	4	3	4	4	4	30	3	4	3	3	13	3	4	4	4	15
96	3	4	4	4	3	18	3	3	3	3	3	4	4	4	27	4	4	4	3	15	4	3	3	3	13
97	4	3	2	4	4	17	3	4	3	4	4	3	4	3	28	4	5	3	4	16	4	4	4	2	14
98	5	5	5	4	5	24	5	5	5	4	5	5	5	5	39	4	5	4	5	18	5	5	4	5	19
99	4	4	4	2	3	17	3	3	3	4	4	4	3	4	28	3	4	3	3	13	3	4	4	3	14
100	3	4	3	1	3	14	2	2	3	3	3	3	3	3	22	3	3	3	3	12	3	5	5	3	16
101	4	4	4	5	4	21	4	4	5	4	5	5	4	5	36	4	5	4	5	18	4	4	4	4	16
102	5	5	3	5	5	23	4	2	2	4	5	3	4	3	27	3	4	5	4	16	2	5	5	4	16
103	3	4	4	3	3	17	4	4	4	4	3	5	3	4	31	3	3	3	4	13	3	4	4	3	14
104	4	4	4	2	5	19	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	5	5	18	4	5	5	4	18
105	4	2	4	4	2	16	2	2	2	2	2	4	3	3	20	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
106	2	4	3	3	3	15	2	2	2	3	3	3	3	3	21	3	3	3	3	12	2	2	3	2	9
107	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
108	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
109	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	3	3	4	25	4	3	4	4	15	4	4	4	4	16
110	2	4	3	2	3	14	2	4	4	3	2	4	4	2	25	3	2	3	2	10	2	2	4	3	11
111	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	4	5	5	5	39	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
112	2	4	3	2	2	13	2	2	2	2	2	2	2	2	16	2	2	2	2	8	2	2	2	2	8

113	4	4	4	4	2	18	2	2	2	2	2	4	4	4	22	3	3	3	3	12	3	3	3	2	11
114	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
115	2	4	3	2	4	15	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	12	3	2	2	2	9
116	2	4	3	2	3	14	2	1	2	3	1	3	3	3	18	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
117	4	5	4	4	4	21	5	4	4	4	4	3	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
118	4	5	4	4	3	20	2	3	3	3	4	3	3	4	25	3	3	3	2	11	2	2	3	3	10
119	5	4	4	4	5	22	4	5	5	4	5	4	5	4	36	4	5	5	4	18	4	5	4	3	16
120	3	5	4	3	3	18	1	1	4	4	2	4	5	5	26	4	3	3	3	13	4	5	4	3	16
121	5	5	5	5	5	25	2	4	5	5	5	5	5	5	36	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20
122	3	3	4	4	4	18	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
123	2	5	5	5	5	22	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19
124	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
125	5	5	3	2	4	19	3	3	2	3	4	4	5	4	28	2	4	3	4	13	4	4	2	2	12
126	4	4	3	2	4	17	4	4	3	3	4	3	4	4	29	4	2	4	4	14	4	4	4	4	16
127	3	4	3	4	4	18	4	3	3	4	4	4	4	4	30	4	4	4	4	16	4	4	4	2	14
128	5	4	4	5	4	22	4	4	4	4	5	4	4	4	33	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16
129	5	5	5	3	5	23	3	3	5	4	5	4	5	5	34	4	4	4	4	16	4	5	4	3	16

Variable 2. Satisfacción de usuarios de la Municipalidad de Imperial-Cañete

N°	Calidad funcional y técnica percibida									Valor percibido									Confianza y expectativas.								
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	Suma	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	Suma	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	Suma
1	3	2	3	4	4	4	4	4	28	4	3	3	4	4	4	4	4	30	4	4	4	4	4	4	3	4	31
2	4	4	4	4	3	3	4	4	30	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	3	4	3	3	29
3	5	4	4	5	5	5	5	5	38	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	3	3	2	3	2	3	4	3	23	2	2	3	2	3	3	3	4	22	4	3	3	2	3	4	3	3	25
5	4	5	4	4	4	5	5	4	35	5	5	5	4	4	4	4	4	35	4	4	4	5	5	5	5	4	36
6	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
7	4	4	4	4	3	4	5	3	31	4	4	5	3	4	4	4	5	33	4	4	5	5	5	5	4	3	35
8	4	4	3	3	4	3	3	4	28	4	4	4	3	4	3	3	3	28	3	3	3	3	3	3	3	3	24
9	5	4	5	5	5	5	3	5	37	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	4	5	39
10	4	1	5	1	4	1	5	2	23	5	5	5	4	4	1	1	1	26	1	1	5	2	3	3	5	5	25
11	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
12	5	5	5	5	4	4	5	5	38	5	5	5	5	5	5	5	4	39	5	4	5	5	4	5	4	5	37
13	5	5	4	4	5	4	5	5	37	5	5	4	4	4	4	4	4	34	4	4	4	4	4	5	5	5	35
14	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	4	5	5	5	5	39
15	3	4	4	4	4	4	4	4	31	3	3	4	3	3	4	4	3	27	3	2	3	3	2	3	4	4	24
16	5	5	4	5	4	5	5	5	38	4	5	5	4	5	5	4	5	37	4	4	4	4	4	5	5	3	33
17	3	3	4	4	3	4	4	4	29	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	3	3	4	30
18	4	4	4	5	4	4	4	5	34	5	4	5	5	4	4	4	4	35	4	5	4	5	3	4	4	5	34
19	4	4	4	5	4	3	4	4	32	4	4	5	5	4	4	4	4	34	5	5	4	4	4	4	5	5	36
20	4	5	4	4	5	5	4	4	35	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	3	3	5	5	5	36
21	3	3	4	4	4	4	5	5	32	5	4	4	4	4	4	4	4	33	4	4	4	4	4	4	5	4	33
22	3	4	4	5	5	3	5	5	34	3	4	5	3	4	4	4	3	30	4	4	5	3	5	5	5	5	36
23	3	5	5	5	5	3	5	5	36	5	5	5	5	5	5	5	5	40	3	5	5	5	5	5	5	5	38
24	2	1	3	3	2	3	4	4	22	2	4	3	3	4	4	3	3	26	2	2	3	4	3	3	3	3	23

25	3	3	3	4	4	3	3	2	25	2	3	2	3	3	2	2	3	20	3	3	3	3	3	2	2	3	22
26	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32	3	4	4	4	4	4	4	4	31
27	4	4	4	3	3	3	3	4	28	3	3	4	4	4	3	4	3	28	3	4	4	3	3	4	3	4	28
28	4	5	4	4	4	4	4	4	33	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	5	3	32
29	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	4	3	3	3	3	3	3	25	3	3	3	3	3	3	3	3	24
30	2	3	3	4	3	4	4	2	25	3	2	2	4	3	3	3	4	24	4	4	2	4	3	3	2	2	24
31	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	4	5	5	5	5	5	39
32	4	5	5	5	5	4	5	5	38	4	4	5	4	4	4	4	5	34	4	4	5	4	4	4	4	4	33
33	3	3	3	3	1	1	1	1	16	1	3	1	1	1	3	1	3	14	3	3	1	1	3	3	3	3	20
34	4	4	4	5	4	4	4	5	34	5	5	5	4	5	5	4	5	38	3	4	5	5	5	4	4	5	35
35	3	4	4	4	4	5	5	5	34	3	3	4	4	3	3	4	2	26	3	4	2	4	1	2	3	3	22
36	2	2	3	3	3	3	2	3	21	3	3	3	2	3	3	1	2	20	2	3	3	3	3	3	4	4	25
37	5	5	4	4	5	4	4	4	35	5	4	4	4	4	4	4	4	33	4	5	4	5	5	5	5	5	38
38	3	3	3	3	3	4	3	3	25	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	3	3	3	24
39	1	2	2	2	2	2	2	2	15	2	2	1	1	1	2	2	1	12	1	1	2	2	2	2	2	2	14
40	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	3	3	3	24
41	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32
42	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	4	4	4	4	4	4	4	31	4	3	3	3	3	3	3	3	25
43	3	4	2	2	3	2	3	2	21	3	2	4	3	2	3	4	3	24	2	2	3	2	2	4	3	4	22
44	5	5	5	4	5	5	4	4	37	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	4	4	5	4	4	4	5	35
45	2	2	3	2	1	3	2	1	16	2	3	1	1	2	1	1	1	12	1	1	1	1	2	1	2	2	11
46	3	3	3	3	2	3	3	5	25	5	4	4	4	4	4	3	3	31	2	3	3	2	4	4	3	3	24
47	5	5	5	5	5	3	3	5	36	5	5	5	5	5	3	3	3	34	4	3	5	5	5	5	5	5	37
48	3	4	4	4	4	4	4	4	31	4	4	3	3	4	4	3	3	28	3	3	3	3	3	3	3	3	24
49	3	3	3	2	3	3	3	3	23	3	2	2	1	1	2	1	2	14	1	1	1	1	2	1	3	3	13
50	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
51	4	4	4	3	2	3	3	4	27	3	4	3	3	3	4	3	3	26	3	3	4	3	3	3	4	4	27
52	5	5	4	5	3	3	4	4	33	4	5	5	5	4	5	3	4	35	4	4	4	5	4	4	5	5	35
53	4	3	3	3	3	3	4	4	27	4	3	3	3	3	4	3	3	26	3	3	3	4	3	4	4	4	28

54	3	3	3	4	4	4	4	4	29	4	3	4	4	3	3	3	4	28	4	4	4	3	3	4	4	3	29
55	5	5	5	5	5	1	5	4	35	5	5	5	5	5	5	5	4	39	5	5	5	5	4	5	5	5	39
56	4	4	4	4	3	3	3	3	28	3	3	4	4	4	4	3	29	3	4	3	4	3	4	3	4	28	
57	4	5	5	5	4	4	5	5	37	5	5	4	4	4	4	4	34	4	4	3	4	4	4	4	4	31	
58	4	5	4	4	4	4	5	3	33	5	4	5	5	4	5	5	4	37	4	4	4	5	4	4	4	5	34
59	3	3	5	3	5	5	5	3	32	3	3	3	3	3	3	3	24	3	4	3	5	5	5	3	5	33	
60	3	3	3	2	3	2	3	2	21	2	3	3	2	3	2	2	3	20	2	3	2	3	3	4	3	3	23
61	4	3	3	3	3	4	4	4	28	4	3	3	4	3	3	2	3	25	3	3	4	3	2	1	2	3	21
62	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	24
63	4	3	3	3	3	3	3	3	25	3	3	4	4	3	4	4	3	28	3	3	3	4	3	3	3	3	25
64	5	4	4	4	4	4	4	4	33	5	4	4	5	4	4	4	4	34	4	4	4	4	4	4	4	4	32
65	3	4	5	5	4	3	3	4	31	2	4	3	4	4	5	4	4	30	1	5	4	3	3	4	5	4	29
66	3	3	5	5	4	4	3	4	31	3	2	4	3	3	2	3	3	23	4	4	2	5	3	4	5	5	32
67	5	5	5	5	4	5	5	5	39	5	5	5	5	5	4	4	4	37	5	3	3	5	3	3	3	3	28
68	3	2	3	4	4	4	4	4	28	4	3	3	4	4	4	4	4	30	4	4	4	4	4	4	3	4	31
69	4	4	4	4	3	3	4	4	30	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	3	4	3	3	29
70	5	4	4	5	5	5	5	5	38	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
71	3	3	2	3	2	3	4	3	23	2	2	3	2	3	3	3	4	22	4	3	3	2	3	4	3	3	25
72	4	5	4	4	4	5	5	4	35	5	5	5	4	4	4	4	4	35	4	4	4	5	5	5	5	4	36
73	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
74	4	4	4	4	3	4	5	3	31	4	4	5	3	4	4	4	5	33	4	4	5	5	5	5	4	3	35
75	4	4	3	3	4	3	3	4	28	4	4	4	3	4	3	3	3	28	3	3	3	3	3	3	3	3	24
76	5	4	5	5	5	5	3	5	37	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	4	5	39
77	4	1	5	1	4	1	5	2	23	5	5	5	4	4	1	1	1	26	1	1	5	2	3	3	5	5	25
78	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
79	5	5	5	5	4	4	5	5	38	5	5	5	5	5	5	5	4	39	5	4	5	5	4	5	4	5	37
80	5	5	4	4	5	4	5	5	37	5	5	4	4	4	4	4	4	34	4	4	4	4	4	5	5	5	35
81	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	4	5	5	5	5	39
82	3	4	4	4	4	4	4	4	31	3	3	4	3	3	4	4	3	27	3	2	3	3	2	3	4	4	24

83	5	5	4	5	4	5	5	5	38	4	5	5	4	5	5	4	5	37	4	4	4	4	4	5	5	3	33
84	3	3	4	4	3	4	4	4	29	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	3	3	4	30
85	4	4	4	5	4	4	4	5	34	5	4	5	5	4	4	4	4	35	4	5	4	5	3	4	4	5	34
86	4	4	4	5	4	3	4	4	32	4	4	5	5	4	4	4	4	34	5	5	4	4	4	4	5	5	36
87	4	5	4	4	5	5	4	4	35	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	3	3	5	5	5	36
88	3	3	4	4	4	4	5	5	32	5	4	4	4	4	4	4	4	33	4	4	4	4	4	4	5	4	33
89	3	4	4	5	5	3	5	5	34	3	4	5	3	4	4	4	3	30	4	4	5	3	5	5	5	5	36
90	3	5	5	5	5	3	5	5	36	5	5	5	5	5	5	5	5	40	3	5	5	5	5	5	5	5	38
91	2	1	3	3	2	3	4	4	22	2	4	3	3	4	4	3	3	26	2	2	3	4	3	3	3	3	23
92	3	3	3	4	4	3	3	2	25	2	3	2	3	3	2	2	3	20	3	3	3	3	3	2	2	3	22
93	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32	3	4	4	4	4	4	4	4	31
94	4	4	4	3	3	3	3	4	28	3	3	4	4	4	3	4	3	28	3	4	4	3	3	4	3	4	28
95	4	5	4	4	4	4	4	4	33	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	5	3	32
96	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	4	3	3	3	3	3	3	25	3	3	3	3	3	3	3	3	24
97	2	3	3	4	3	4	4	2	25	3	2	2	4	3	3	3	4	24	4	4	2	4	3	3	2	2	24
98	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	4	5	5	5	5	5	39
99	4	5	5	5	5	4	5	5	38	4	4	5	4	4	4	4	5	34	4	4	5	4	4	4	4	4	33
100	3	3	3	3	1	1	1	1	16	1	3	1	1	1	3	1	3	14	3	3	1	1	3	3	3	3	20
101	4	4	4	5	4	4	4	5	34	5	5	5	4	5	5	4	5	38	3	4	5	5	5	4	4	5	35
102	3	4	4	4	4	5	5	5	34	3	3	4	4	3	3	4	2	26	3	4	2	4	1	2	3	3	22
103	2	2	3	3	3	3	2	3	21	3	3	3	2	3	3	1	2	20	2	3	3	3	3	3	4	4	25
104	5	5	4	4	5	4	4	4	35	5	4	4	4	4	4	4	4	33	4	5	4	5	5	5	5	5	38
105	3	3	3	3	3	4	3	3	25	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	3	3	3	24
106	1	2	2	2	2	2	2	2	15	2	2	1	1	1	2	2	1	12	1	1	2	2	2	2	2	2	14
107	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	3	3	3	24
108	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32
109	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	4	4	4	4	4	4	4	31	4	3	3	3	3	3	3	3	25
110	3	4	2	2	3	2	3	2	21	3	2	4	3	2	3	4	3	24	2	2	3	2	2	4	3	4	22
111	5	5	5	4	5	5	4	4	37	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	4	4	5	4	4	4	5	35

112	2	2	3	2	1	3	2	1	16	2	3	1	1	2	1	1	1	12	1	1	1	1	2	1	2	2	11
113	3	3	3	3	2	3	3	5	25	5	4	4	4	4	4	3	3	31	2	3	3	2	4	4	3	3	24
114	5	5	5	5	5	3	3	5	36	5	5	5	5	5	3	3	3	34	4	3	5	5	5	5	5	5	37
115	3	4	4	4	4	4	4	4	31	4	4	3	3	4	4	3	3	28	3	3	3	3	3	3	3	3	24
116	3	3	3	2	3	3	3	3	23	3	2	2	1	1	2	1	2	14	1	1	1	1	2	1	3	3	13
117	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
118	4	4	4	3	2	3	3	4	27	3	4	3	3	3	4	3	3	26	3	3	4	3	3	3	4	4	27
119	5	5	4	5	3	3	4	4	33	4	5	5	5	4	5	3	4	35	4	4	4	5	4	4	5	5	35
120	4	3	3	3	3	3	4	4	27	4	3	3	3	3	4	3	3	26	3	3	3	4	3	4	4	4	28
121	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
122	5	5	5	5	4	4	5	5	38	5	5	5	5	5	5	5	4	39	5	4	5	5	4	5	4	5	37
123	5	5	4	4	5	4	5	5	37	5	5	4	4	4	4	4	4	34	4	4	4	4	4	5	5	5	35
124	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	4	5	5	5	5	5	39
125	3	4	4	4	4	4	4	4	31	3	3	4	3	3	4	4	3	27	3	2	3	3	2	3	4	4	24
126	5	5	4	5	4	5	5	5	38	4	5	5	4	5	5	4	5	37	4	4	4	4	4	5	5	3	33
127	3	3	4	4	3	4	4	4	29	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	3	3	4	30
128	4	4	4	5	4	4	4	5	34	5	4	5	5	4	4	4	4	35	4	5	4	5	3	4	4	5	34
129	4	4	4	5	4	3	4	4	32	4	4	5	5	4	4	4	4	34	5	5	4	4	4	4	5	5	36

Anexo 7. Escalas para prueba de confiabilidad y contrastación de hipótesis

Escala de correlación Alfa de Cronbach por George y Mallery (2003)

Valor de alfa	Significado
0.9 a 1.0	Excelente
0.8 a 0.89	Bueno
0.7 a 0.79	Aceptable
0.6 a 0.69	Cuestionable
0.5 a 0.59	Pobre
0.0 a 0.49	Inaceptable

Escala de correlación Rho Spearman establecido por Szmidt y Kacprzyk (2010).

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

Anexo 8. Carta de presentación de la Universidad César Vallejo



"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

Lima, 10 de noviembre del 2022

Carta de Presentación N° 266 - 2022 - UCV - VA - EPG - F06(03/1)

Señor(a)
FERC + MARCELINO MANRIQUE ABURTO
MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE IMPERIAL-CAÑETE
Alcalde
Presente.

De nuestra consideración:

Es grato dirigirme a usted, para presentar a **ALIAGA CAFRIBONERO, ARIANA DENISSE** con N° DNI 72672237 y código de matrícula N° 7001228104, estudiante del programa de **Maestría en Gestión Pública** quien se encuentra desarrollando el trabajo de investigación (Tesis):

CALIDAD DE SERVICIO VIRTUAL Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA MUNICIPALIDAD DEL DISTRITO DE IMPERIAL-CAÑETE, 2022.

En ese sentido, solicito a su persona otorgar el permiso y brindar las facilidades a nuestro estudiante, a fin de que pueda desarrollar su trabajo de investigación en la institución que usted representa. Los resultados de la presente investigación serán alcanzados a su despacho, luego de finalizar la misma.

Atentamente.


Dra. Aliaga Ruiz Mayra Marufo
2022 de la Escuela de Posgrado
Cajamarca Lima Perú



Anexo 9. Carta de respuesta de la Municipalidad de Imperial-Cañete

Imperial, 15 de diciembre 2022

CARTA N° 420 -2022-MDI-

SEÑORA : Dra. Helga Ruth Majo Marrufo
Jefa de la escuela de Posgrado
Campus Lima Ate
ATE

ASUNTO : Respuesta a la carta de presentación del Br. ALIAGA
CARBONERO, Ariana Denisse

REF. : Carta de Presentación N° 135 – 2022 – UCV – VA – EPG – F06L03/J

Tengo el agrado de dirigirme a su digno despacho, en mi condición de Alcalde de La Municipalidad Distrital de Imperial Cañete, con la finalidad de comunicarle que de acuerdo al documento de la referencia, que mi despacho **VA OTORGAR EL PERMISO Y BRINDAR LAS FACILIDADES** del caso a la señora ALIAGA CARBONERO, Ariana Denisse, estudiante del programa de Maestría en Gestion publica; para que pueda desarrollar su trabajo de investigación en nuestra institución pública.

Aprovecho la oportunidad para expresarle la muestra de mi especial consideración y estima personal.

Atentamente,


MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE IMPERIAL

PERCY MARCELINE MANRIQUE ABURTO
ALCALDE (E)

"IMPERIAL CAPITAL COMERCIAL DEL SUR CAÑETE"
Jr. 28 de julio imperial-cañete email : muniimperial@outlook.com

Anexo 10. Consentimiento informado

CALIDAD DE SERVICIO VIRTUAL Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA MUNICIPALIDAD DEL DISTRITO DE IMPERIAL-CAÑETE, 2022

Estimado/a participante, mi nombre es **ALIAGA CARBONERO, Ariana Denisse**, identificado con DNI N° 72672237, y me encuentro cursando la maestría/carrera de Gestión Pública, por ello estoy ejecutando una investigación con el objetivo de determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad del Distrito de Imperial-Cañete, 2022

Su participación es voluntaria y anónima, los datos entregados serán tratados confidencialmente, no se comunicarán a terceras personas, y la información recogida se utilizará únicamente para los propósitos de este estudio.

El proceso completo consiste en completar un cuestionario, con una duración aproximada de 15 a 20 minutos.

He leído y entiendo el objetivo del presente estudio.

Por lo tanto, acepto y estoy de acuerdo en participar, en pleno uso de mis facultades, libre y voluntariamente:

Si ()

No ()

Imperial, 5 de diciembre de 2022

Anexo 11.



AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES

Datos Generales

Nombre de la Organización:	RUC: 20162290089
Municipalidad Distrital de Imperial	
Nombre del Titular o Representante legal: Alcalde	
Nombres y Apellidos Percy Marcelino Manrique Aburto	DNI: 80068712

Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 7º, literal "f" del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (*), autorizo [x], no autorizo [] publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

Nombre del Trabajo de Investigación	
"Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la municipalidad distrital de Imperial, 2021"	
Nombre del Programa Académico: Gestion Publica	
Autor: Nombres y Apellidos Ariana Denisse Aliaga Carbonero	DNI: 72672237

En caso de autorizarse, soy consciente que la investigación será alojada en el Repositorio Institucional de la UCV, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referenciada en futuras investigaciones, dejando en claro que los derechos de propiedad intelectual corresponden exclusivamente al autor (a) del estudio.

Lugar y Fecha: 15 de Diciembre

Firma: 
PERCY MARCELINEO MANRIQUE ABURTO
ALCALDE (E)

(Titular o Representante legal de la Institución)

(*) Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo-Artículo 7º, literal " f " Para difundir o publicar los resultados de un trabajo de investigación es necesario mantener bajo anonimato el nombre de la institución donde se llevó a cabo el estudio, salvo el caso en que haya un acuerdo formal con el gerente o director de la organización, para que se difunda la identidad de la institución. Por ello, tanto en los proyectos de investigación como en los informes o tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, pero sí será necesario describir sus características.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**ESCUELA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, GARAY FLORES GERMAN VICENTE, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ATE, asesor de Tesis Completa titulada: "Calidad de servicio virtual y satisfacción de los usuarios de la Municipalidad distrital de Imperial, 2022

", cuyo autor es ALIAGA CARBONERO ARIANA DENISSE, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 21.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis Completa cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 08 de Enero del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
GARAY FLORES GERMAN VICENTE DNI: 10790283 ORCID: 0000-0002-7118-6477	Firmado electrónicamente por: GGARAYFL01 el 08- 01-2023 00:50:48

Código documento Trilce: TRI - 0513482