

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



Calidad de servicio de e-gobierno, valor percibido, satisfacción ciudadana y lealtad de los usuarios de una institución pública, Chiclayo, 2024

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTOR

Blanca Edith Yturria Medina

ASESOR

Alex Humberto Vásquez Santisteban

<https://orcid.org/0000-0002-0068-978X>

Chiclayo, 2025

**Calidad de servicio de e-gobierno, valor percibido, satisfacción
ciudadana y lealtad de los usuarios de una institución pública,
Chiclayo, 2024**

PRESENTADA POR
Blanca Edith Yturria Medina

A la Facultad de Ciencias Empresariales de la
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo
para optar el título de

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

APROBADA POR

Valicha Cuadra Morales
PRESIDENTE

Eduardo Castro Málaga Novoa
SECRETARIO

Alex Humberto Vásquez Santisteban
VOCAL

Dedicatoria

A Luz Marina Medina Jara, mujer valiente y llena de fortaleza, quien en todo momento me impulsó a ser perseverante y a mantenerme firme en la lucha por alcanzar mis objetivos; a ti mamá, por tu ejemplo de resiliencia y tu apoyo incondicional, que me han guiado y fortalecido en cada paso de mi camino.

Agradecimientos

A Dios, quien ha sido mi luz y mi fuerza en este recorrido, su amor me ha sujetado en tiempos de incertidumbre y desasosiego, y su gracia me ha permitido finalizar con éxito esta etapa de mi vida profesional.

Especial agradecimiento a la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, por su incansable esfuerzo no sólo en impartir conocimientos sino en promover valores éticos que forman profesionales íntegros conscientes de la importancia de actuar con honestidad, justicia y respeto hacia los demás.

Calidad de servicio de e-gobierno, valor percibido, satisfacción ciudadana y lealtad de los usuarios de una institución pública, Chiclayo, 2024.docx

INFORME DE ORIGINALIDAD

16%	15%	6%	6%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	hdl.handle.net Fuente de Internet	2%
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	2%
3	tesis.usat.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	repositorio.uma.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	Submitted to Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo Trabajo del estudiante	<1%
6	Submitted to Universidad Tecnológica del Peru Trabajo del estudiante	<1%
7	upc.aws.openrepository.com Fuente de Internet	<1%
8	repositorio.upao.edu.pe	

Índice

Resumen	6
Abstract	7
Introducción.....	8
Revisión de literatura.....	10
Materiales y métodos	17
Resultados y discusión	18
Conclusiones	32
Recomendaciones	34
Referencias	36
Anexos	41

Resumen

Para esta investigación se propuso determinar la influencia de la calidad de servicio de gobierno electrónico en el valor percibido, así como la influencia del valor percibido en la satisfacción ciudadana y la lealtad de los usuarios de una institución pública del distrito de Chiclayo, 2024; para lo cual se aplicó un cuestionario con 48 preguntas a 211 usuarios, cuyo rango de edad comprendía desde los 30 años a más. Los hallazgos mostraron que las dimensiones de calidad del servicio de e-gobierno que impactan positiva y significativamente en el valor percibido por los usuarios son sólo tres: el cumplimiento, la confiabilidad y la atención ciudadana, ya que se relacionan más con la eficiencia del servicio que con el diseño de la plataforma. Asimismo, el valor percibido está vinculado principalmente a la satisfacción y, en menor medida, a la lealtad, ya que los servicios electrónicos reducen tiempo y esfuerzo, automatizan trámites y eliminan la necesidad de desplazamientos físicos. De la misma manera, la satisfacción influye significativamente en la lealtad ciudadana, puesto que cuando las expectativas han sido satisfechas, se fomenta el interés en el uso continuo de los servicios electrónicos y la recomendación a personas del entorno. Estos resultados sirven como base para la producción de estrategias que respondan de manera más adecuada a las necesidades del público objetivo y, en última instancia, impulsen una mayor confianza en los servicios gubernamentales digitales.

Palabras clave: Calidad de Servicio, Gobierno Electrónico, Valor Percibido, Satisfacción Ciudadana, Lealtad del Usuario, Servicios Electrónicos.

Abstract

For this research we proposed to determine the influence of e-government service quality on perceived value, as well as the influence of perceived value on citizen satisfaction and loyalty of users of a public institution in the district of Chiclayo, 2024; for which a questionnaire with 48 questions was applied to 211 users, whose age range ranged from 30 years old to older. The findings showed that the dimensions of e-government service quality that have a positive and significant impact on the value perceived by users are only three: compliance, reliability and citizen attention, since they are more related to the efficiency of the service than to the design of the platform. Likewise, perceived value is linked mainly to satisfaction and, to a lesser extent, to loyalty, since electronic services reduce time and effort, automate procedures and eliminate the need for physical travel. Likewise, satisfaction has a significant influence on citizen loyalty, since when expectations have been met, interest in the continued use of electronic services and recommendation to others in the community is encouraged. These results serve as a basis for the production of strategies that respond more adequately to the needs of the target audience and ultimately drive greater trust in digital government services.

Keywords: Service Quality, Electronic Government, Perceived Value, Citizen Satisfaction, User Loyalty, Electronic Services.

Introducción

La tecnología y el mundo digital conviven con las personas en todo momento del día, así como con las empresas e instituciones, puesto que las nuevas tendencias han redefinido la forma en que se relacionan con el orbe; en este marco, las instituciones públicas están trabajando para implementar un gobierno electrónico que ayude a las entidades gubernamentales a modernizar los servicios y la data que se pone a disposición de la colectividad a fin de enriquecer la cooperación de la población y satisfacer sus necesidades, acortando tiempo y distancia (Organización de los Estados Americanos [OEA], 2023).

De ahí que, cada dos años, desde el año 2001, la Organización de las Naciones Unidas (ONU) evalúa el nivel de avance del gobierno electrónico en diferentes naciones a fin de medir el progreso en la adopción de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) para perfeccionar la entrega de servicios públicos a los ciudadanos y, según el Informe de esta Encuesta, en 2022, el promedio global de la satisfacción ciudadana con los servicios electrónicos gubernamentales fue del 78%, cuyos países con mayor puntuación fueron: Estonia (94%), Finlandia (93%) y Malta (92%), precisando que los factores cruciales que impactan en la satisfacción son la facilidad de uso, la confiabilidad, la eficiencia, la accesibilidad y la calidad de la data proporcionada en línea (ONU, 2022).

También se han llevado a cabo estudios para investigar los elementos que fomentan la satisfacción del ciudadano en las prestaciones de e-government y su impacto en la confianza y la pretensión de uso continuo, para lo cual se realizó una encuesta a 501 participantes indios a través de un cuestionario en línea, obteniendo como resultados que el coeficiente intelectual desempeña un papel fundamental en la satisfacción del usuario con los servicios de e-gobierno, así como, proporcionar información precisa contribuye a la transparencia, la credibilidad y la eficiencia, animando así a los ciudadanos a utilizar portales del estado (Kala et al., 2024). De la misma manera, existe una investigación cuyo fin fue estudiar el nexo entre la calidad del servicio electrónico y la satisfacción de la comunidad en las organizaciones gubernamentales y, para dicho fin, se utilizó un cuestionario que se aplicó a 470 personas en la ciudad de Yakarta, Indonesia, obteniéndose como resultados que tanto el servicio público como la calidad del servicio electrónico tienen un efecto favorable y significativo en la satisfacción de la comunidad, siendo los factores clave la seguridad, la comunicación, la confiabilidad, la capacidad de respuesta y la entrega de información (Kurniasih et al., 2023).

Respecto al Perú, el 12 de setiembre de 2018, se emitió el D. L. N° 1412, con el que se da paso a la Ley de Gobierno Digital, la misma que enfoca la gobernanza digital para la correcta administración de la identidad digital, seguridad, arquitectura y servicios digitales, interoperabilidad, y datos, y el marco legal correspondiente para que los procesos y servicios virtuales sean implementados por las entidades estatales en todas las esferas del gobierno. También, el 19 de agosto de 2022, se suscribió la aceptación de la Política Nacional de Modernización de la Gestión Pública a 2030 (PNMGP), en cuyo texto se define el camino para constituir un estado descentralizado, eficiente, y transparente, con el fin de aumentar la eficiencia de las entidades gubernamentales y ofrecer una mejor atención al ciudadano (Centro Nacional de Planeamiento Estratégico [CEPLAN], 2023).

Ahora bien, se han realizado estudios con el propósito de conocer la conexión de la satisfacción de la población y la lealtad respecto a la calidad de las prestaciones electrónicas que ofrece el gobierno, no obstante, poco se ha estudiado un modelo teórico que analice el vínculo entre las variables de calidad de servicio de e-government, valor percibido, satisfacción ciudadana y lealtad en el contexto de países latinoamericanos como el Perú, donde la percepción de la eficacia gubernamental enfrenta desafíos, por ende, esto crea un vacío en la literatura.

En el caso de la región Lambayeque, existe una institución pública del sector educación, órgano de línea del Gobierno Regional de Lambayeque, ubicada en el distrito de Chiclayo, que pone a disposición del ciudadano una página web con información relevante y la posibilidad de iniciar un procedimiento administrativo por medio de la Mesa de Partes Virtual. Asimismo, este portal electrónico ofrece la atención de denuncias, consulta de trámites, Libro de Reclamaciones; y, se encuentra trabajando para formar parte de la Plataforma Digital Única del Estado Peruano: Gob.pe. Sin embargo, se observa que, de cada 10 personas, sólo 2 saben utilizar estas herramientas tecnológicas, puesto que los usuarios expresan que resulta tedioso encontrar con facilidad algunos servicios como, por ejemplo, la búsqueda y seguimiento a su expediente, la ubicación de normas y reglamentos, entre otros; o simplemente no conocen estas herramientas, lo que conlleva a que acuda diariamente a esta entidad de manera presencial, agotando recursos de tiempo y dinero.

En consecuencia, tras lo descrito en los párrafos precedentes, se arriba a la interrogante de estudio siguiente, ¿cómo la calidad de servicio de gobierno electrónico influye en el valor percibido, y cómo el valor percibido influye en la satisfacción ciudadana y la lealtad de los usuarios de una institución pública del distrito de Chiclayo en 2024? En mérito a lo cual se define la hipótesis siguiente: La calidad de servicio de e-gobierno influye positivamente en el valor percibido, así como el valor percibido influye positivamente en la satisfacción

ciudadana y la lealtad de los usuarios de una institución pública del distrito de Chiclayo en 2024.

Cabe resaltar que esta investigación es relevante porque posibilita aplicar un modelo para analizar la influencia de las cualidades de la calidad de servicio de e-gobierno en el valor percibido y a su vez la afectación del valor percibido en la satisfacción ciudadana y la lealtad de los usuarios de una institución gubernamental; de modo que los resultados del empleo de este modelo permitan identificar los atributos que valoran más las personas que acceden a estos servicios. De la misma manera, es importante por el aporte al estado y la sociedad, ya que se necesitan soluciones para perfeccionar los servicios del *e-government* con la finalidad de fortalecer los lazos entre el gobierno peruano y los ciudadanos. Finalmente, la propuesta de este modelo contribuirá a que el estado promueva capacitaciones para que la ciudadanía conozca más sobre los servicios de e-gobierno y acceda a ellos de manera fácil y rápida.

La actual investigación planteó como objetivo general determinar la influencia de la calidad de servicio de gobierno electrónico en el valor percibido, así como la influencia del valor percibido en la satisfacción ciudadana y la lealtad de los usuarios de una institución pública del distrito de Chiclayo, 2024; y con los objetivos específicos se pretende identificar la influencia de la facilidad de interacción, el cumplimiento, la seguridad y privacidad, la atención ciudadana y la confiabilidad en el valor percibido; así como la influencia del valor percibido en la satisfacción ciudadana y la lealtad; y la influencia de la satisfacción ciudadana en la lealtad de los usuarios de una institución pública del distrito de Chiclayo, 2024.

Revisión de literatura

Se han realizado algunas investigaciones, como el estudio cuyo propósito fue examinar la incidencia de la calidad de la prestación electrónica en la lealtad de los usuarios, mediada por la satisfacción, hallándose que la calidad del e-servicio, especialmente en seguridad, capacidad de respuesta y facilidad de uso, incide de manera significativa en la satisfacción y lealtad del usuario: así, la seguridad y la accesibilidad en las transacciones, junto con un servicio eficiente, fomentan la confianza y la satisfacción, lo que a su vez fortalece la lealtad de los usuarios de la plataforma (Noor, 2022). De la misma manera, existe otra investigación que buscó determinar los atributos de la calidad del servicio de e-government percibidos por los ciudadanos, cuyos resultados indican que en el gobierno electrónico, solo los atributos de cumplimiento y confiabilidad impactan positivamente en el valor percibido por los ciudadanos, mientras que la facilidad de interacción, la seguridad y la atención al ciudadano son necesarios pero no agregan valor adicional; a diferencia del comercio electrónico, donde otros factores como la atención

personalizada y la seguridad sí generan valor, en el contexto gubernamental los servicios estandarizados suelen satisfacer las necesidades (Pham et al., 2023).

Asimismo, se realizó otra investigación con la finalidad de examinar el impacto de los determinantes directos de la satisfacción electrónica de los clientes suburbanos y la intención de continuidad de uso, cuyos resultados arrojaron que la información precisa, los servicios personalizados y un sistema confiable mejoraron la satisfacción y fomentaron el uso prolongado de las aplicaciones móviles de pago; además, confirma que la satisfacción y la intención de uso continuo son factores clave para generar lealtad electrónica (Amin et al., 2024). Otro estudio se realizó para examinar la relación del valor percibido y la lealtad del usuario en el entorno de la billetera móvil, y la influencia secuencial mediadora de la confianza y la satisfacción del cliente en la relación entre la confianza y la lealtad, teniendo como hallazgos que la lealtad de los consumidores hacia las billeteras móviles depende del valor percibido del servicio; sin embargo, esta relación está mediada por la confianza y la satisfacción, ya que la primera es clave para sentirse seguros con respecto a la protección de su información, además, la satisfacción se fortalece cuando los consumidores perciben el servicio como confiable, fácil de usar y valioso, lo que impulsa la lealtad a través del uso repetido y recomendaciones (Dhaigude et al., 2023).

Similar nivel de importancia tiene la investigación donde se desarrolló un modelo secuencial de calidad del servicio de e-government, valor percibido e intención de uso constante de los ciudadanos, en cuyos resultados se revela que la calidad del servicio, especialmente en áreas como información y capacidad de respuesta, fortalece el valor percibido, lo cual aumenta la intención de uso continuo; además, el valor percibido y la satisfacción devienen en intención de reutilización (Li & Shang, 2020). También, se tiene el desarrollo de una investigación para identificar los aspectos que condicionan la lealtad digital de los ciudadanos hacia los servicios de e-gobierno, hallándose una lealtad moderada y destacando que factores como la personalización y la facilidad de uso influyen positivamente en esta lealtad, mientras que la calidad de la información y la apariencia visual tienen un impacto menor; asimismo, la confianza y la satisfacción electrónica resultan esenciales, mediando el lazo entre la calidad de la plataforma web y la lealtad de los usuarios, ya que los ciudadanos priorizan elementos que satisfacen sus necesidades individuales sobre los aspectos visuales o técnicos (Qatawneh et al., 2023).

De igual forma, se ha realizado una investigación para entender cómo el valor utilitario, valor hedónico, valor social y el riesgo percibido afectan la satisfacción del consumidor en las plataformas de comercio digital, donde los resultados mostraron que tanto el valor utilitario

como el valor hedónico tienen una incidencia relevante en la satisfacción del cliente, sin embargo, el valor social no tiene un impacto importante; además, el riesgo percibido también afecta significativamente la satisfacción del consumidor (Evelina et al., 2020). De manera similar, se buscó estudiar las dimensiones de la calidad de servicio de gobierno electrónico, el valor, la satisfacción y la intención de adopción del e-gobierno, cuyos hallazgos mostraron que la eficiencia, la fiabilidad y el apoyo al ciudadano influyen en el valor socio funcional y económico, que a su vez impactan positivamente en la satisfacción; asimismo, la satisfacción influye directamente en la intención de adopción de los servicios de e-gobierno (Kumar et al., 2021).

Otra investigación desarrolló y puso a prueba un nuevo modelo teórico para mostrar cómo la calidad del servicio de las aplicaciones estatales promueve la lealtad del público, obteniendo como resultados que la calidad del servicio en las aplicaciones del estado influye significativamente en la utilidad percibida, destacando la eficiencia como el factor más importante, seguida de la empatía, la calidad de la información y la seguridad, aunque esta última con un impacto menor; también, la confirmación de expectativas fortalece la utilidad percibida y, a su vez, mejora la satisfacción del usuario, lo que influye positivamente en su pretensión de continuidad (Mao et al., 2023). En esta misma línea, se desarrolló la investigación cuyo propósito fue determinar los aspectos que afectan la lealtad de los usuarios hacia la plataforma web gubernamental, encontrando que la credibilidad de la información sanitaria influye favorablemente en la calidad del servicio, lo que, al mismo tiempo, mejora la satisfacción del usuario; asimismo, esta satisfacción se relaciona con la confianza, que impacta en la intención de búsqueda de información y en la lealtad hacia el sitio; no obstante, se determinó que el costo de tiempo y esfuerzo, así como la reputación del gobierno, no afectan la calidad del servicio, y no hay una relación directa entre la satisfacción y la intención de búsqueda de información, ni entre esta y la lealtad (Nadhira, et al., 2024).

Aunado a ello, el estudio que buscó examinar el impacto de la calidad del sitio on line, el riesgo percibido y el valor percibido en la adherencia por parte de los usuarios, reveló que un buen diseño del sitio web y la reducción del riesgo percibido son cruciales para fomentar la lealtad, argumentando que la calidad del contenido, la seguridad, la confiabilidad y el servicio al cliente también influyen positivamente en la fidelidad, además, se sugiere que se debe identificar y gestionar los riesgos percibidos, así como ofrecer contenido de calidad y un diseño atractivo para atraer y retener a los usuarios (Monfared et al., 2022). De igual modo, la investigación que tuvo la finalidad de examinar el papel del valor percibido por los clientes en la mediación del enlace entre la Calidad del Servicio Electrónico (ESQ) y la satisfacción del

cliente en la banca en línea, misma que demostró que todos los atributos de la calidad del servicio electrónico (facilidad de uso, seguridad, confiabilidad y capacidad de respuesta) afectan significativamente la satisfacción de los clientes, siendo la confiabilidad la dimensión más influyente; además, el valor percibido se desenvuelve como puente entre la ESQ y la satisfacción, destacando que los clientes experimentan una mayor satisfacción cuando perciben valor en términos de comodidad y control del sitio (Okour et al., 2023).

En consonancia con esto, otro estudio analizó la consecuencia de la calidad el servicio en la satisfacción del cliente al utilizar una aplicación gubernamental, obteniendo como resultados que el cumplimiento, la eficiencia, la privacidad y la disponibilidad del sistema tienen una incidencia favorable y considerable en la satisfacción del usuario, específicamente, la facilidad para encontrar información, completar transacciones y la rapidez en la carga de la aplicación son factores clave en la percepción de eficiencia, mientras que la adecuación y rapidez en la respuesta a solicitudes influyen en el cumplimiento, ambos determinantes en la satisfacción del usuario (Prasetyo et al., 2023). En esta misma línea, se encuentra el estudio que exploró los lazos entre el valor percibido, la satisfacción del cliente, la confianza y la lealtad en el ámbito de plataformas de entrenamiento en línea, encontrando que los valores utilitarios y valores hedónicos aumentan significativamente la satisfacción del cliente, mientras que el valor social tiene un efecto directo en la confianza; asimismo, la lealtad se ve influenciada directamente por el valor utilitario, ya que los beneficios prácticos impulsan la retención, mientras que los valores hedónicos y valores sociales solo afectan la lealtad a través de la satisfacción (Yum y Kim, 2024).

Otro estudio en consideración es el trabajo que buscó examinar la calidad del e-servicio en la banca minorista en línea y su impacto en la satisfacción del consumidor durante las restricciones por la pandemia a causa de la presencia de la COVID-19, hallando que las siete propiedades de la calidad del servicio electrónico (e-SQ): seguridad, atributos del sitio web, privacidad, capacidad de respuesta, eficiencia, cumplimiento y confiabilidad, influyen positivamente en la satisfacción del usuario en la banca en línea, especificando que la confiabilidad tiene el mayor impacto positivo, seguida del cumplimiento y la eficiencia, mientras que la seguridad tiene el menor impacto positivo, e incluso puede afectar negativamente si se perciben riesgos (Mwiya et al., 2022).

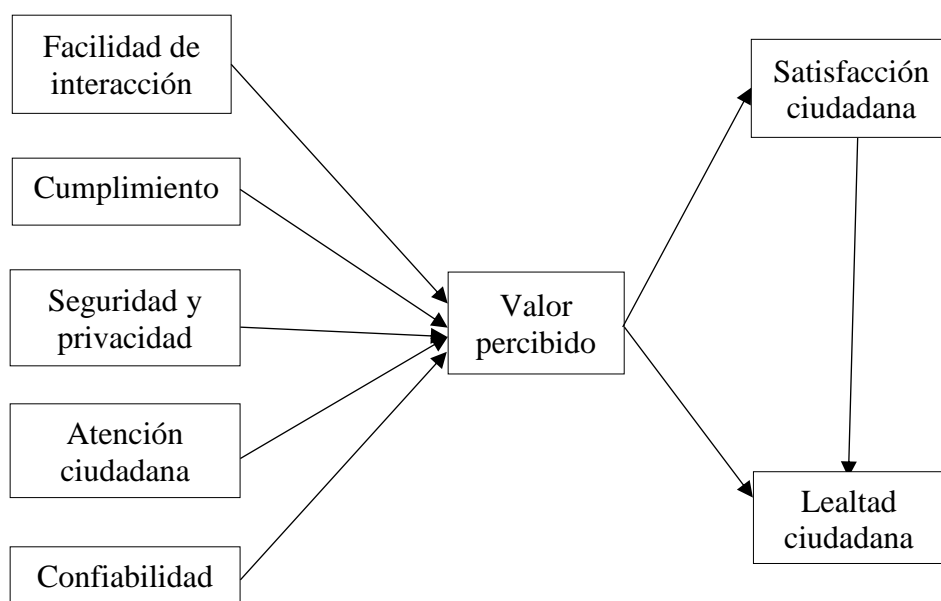
Respecto a las bases teóricas, para Li y Shang (2020), la calidad del servicio de gobierno electrónico se refiere a la efectividad con la que los servicios públicos virtuales, proporcionados por los sitios web gubernamentales, satisfacen las necesidades del usuario, asimismo, se mide por la facilidad con la que estos sitios permiten acceder a información, realizar transacciones

de manera eficiente y efectiva, y fomentar la unión entre el gobierno y los ciudadanos. De la misma manera, Pham et al. (2023), define la calidad de servicio del e-government como el nivel en que los sitios web o portales de información del gobierno facilitan la realización de trámites y transacciones por parte de los ciudadanos a través de internet, es decir, se trata de la capacidad de los portales gubernamentales para ofrecer servicios públicos en línea de manera eficiente y accesible. También, Keco et al. (2023) sostienen que la calidad de servicio de e-gobierno es la medida en que una plataforma gubernamental gestiona eficientemente los servicios electrónicos y ayuda que pone a disposición de los usuarios, empresas y público en general que buscan realizar transacciones con el estado.

En este sentido, el modelo teórico que se utilizó para esta investigación es el aplicado por Pham et al. (2023), en el cual evaluaron cinco factores para la calidad de servicio de e-government e integraron las variables de valor percibido, satisfacción y lealtad.

Figura 1

Modelo conceptual



Nota. Adaptado de “Calidad, valor percibido, satisfacción y lealtad del servicio de gobierno electrónico: evidencia de un país emergente” (p. 816), por Pham, L., Limbu, Y., Thi Thu Le, M. & Lan, N., 2023, *Revista de Políticas Públicas*, 43.

Referente a las dimensiones de calidad de servicio del e-government, según Pham et al. (2023), se consideran cinco: La primera es facilidad de interacción, que para este autor está relacionada con el diseño e implica simplificar la interrelación de los ciudadanos con el sitio web o portal gubernamental. Papadomichelaki y Mentzas (2012), también mencionan a esta dimensión como facilidad de uso y es la sencillez con la que los ciudadanos interactúan con el

portal on line. Por otro lado, Davis (1989) lo definió como el nivel en que una persona percibe que utilizar un sistema específico no implica esfuerzo, ya que, en el contexto del gobierno electrónico, el objetivo es ofrecer servicios simples y eficientes a los ciudadanos (Kala et al., 2024).

La segunda dimensión es cumplimiento, que indica el grado en que los servicios de e-gobierno satisfacen los requisitos y expectativas de los usuarios referente a disponibilidad y suministro de servicios públicos (Pham et al., 2023). Sheng y Liu (2010) hablan del cumplimiento de exigencias de la calidad de servicio de acuerdo a la escala básica ES-QUAL, que se refiere a si el manejo del sitio y la entrega de mercancías son confiables. Bajo este mismo criterio, el cumplimiento en el sitio web es la descripción precisa y visualización de un producto para que los clientes obtengan lo que creían haber solicitado dentro del plazo prometido (Wolfenbarger & Gilly, 2003).

La tercera es seguridad y privacidad, lo cual permite identificar el grado de percepción de los ciudadanos respecto a los portales gubernamentales como seguros para revelar información personal y financiera en interacciones y transacciones con el gobierno (Pham et al., 2023). Li y Shang (2020), definen la seguridad como la capacidad del sitio para protegerse de intrusiones y ataques de personas no autorizadas, siendo un factor crucial para la aceptación del gobierno electrónico y un predictor esencial de la calidad del servicio. Del mismo modo, Anwer et al. (2016) indica que los ciudadanos no están dispuestos a utilizar los servicios de e-gobierno debido a la desconfianza en la seguridad de las transacciones en línea con el sector público, por lo que necesitan que la información que envían a través de internet esté segura. Por otro lado, Kanaan et al. (2023) precisa que la privacidad, en el gobierno electrónico, es la protección de la información íntima de los usuarios cuando interactúan con servicios públicos en línea, lo que implica garantizar que la información se use de manera segura y responsable.

La cuarta dimensión es atención al cliente/ciudadano, referido a la rapidez, eficacia, eficiencia y resolución de problemas (Pham et al., 2023). En este mismo sentido, Thatcher et al. (2007) puntualizaron que el apoyo al usuario se refiere a la percepción de una persona sobre la ayuda de fuentes cuando tiene preguntas, dificultades o problemas al utilizar un servicio de gobierno electrónico, cuya asistencia se puede brindar con instrucciones de texto, demostraciones interactivas y líneas directas de consulta (Chan et al., 2021). Siguiendo este concepto, el apoyo al ciudadano se describe como la ayuda que brinda la organización en la búsqueda de información o durante las transacciones, la cual puede consistir en pautas fáciles de usar, páginas de ayuda y preguntas frecuentes en el sitio, así como disponibilidad de canales

de comunicación como: teléfono, correo electrónico, foros de mensajes, entre otros (Papadomichelaki & Mentzas, 2012).

Por último, la quinta dimensión es confiabilidad, relacionado al grado en que los sitios web del estado brindan confianza en las actitudes, la seguridad y la integridad entre los ciudadanos (Pham et al., 2023). Así también, Shankar y Jebarajakirthy (2019) definen esta dimensión como la habilidad del proveedor de servicios para realizar los servicios prometidos de manera precisa y consistente. De igual modo, para Zeithaml et al. (2002), la confiabilidad está asociada con el funcionamiento técnico del sitio, es decir, el grado en que está disponible y funciona correctamente.

Como variable mediadora se encuentra el valor percibido que está estrechamente relacionado con el precio de un servicio o producto. En esta línea, Pham et al. (2023) refieren que el valor percibido tiene que ver con la equidad, la cual indica que el cliente percibe el valor recibido como correcto o justo si compara los costos, ya sea de tiempo o dinero, entre otros de oportunidad. Siguiendo este mismo concepto, para Oliver (1996), el valor percibido es el discernimiento entre lo que el cliente recibe y los costos en lo que ha incurrido, ya sean físicos, financieros o psicológicos (Bustamante, 2015). De la misma manera, Henao (2020), sostiene que esta variable es una apreciación que el usuario hace respecto a los sacrificios y bondades en los que incide cuando utiliza un servicio, por lo tanto, se encuentran con dimensiones cognitivas y afectivas. En ese sentido, el valor percibido actúa como variable mediadora entre la calidad de servicio de e-gobierno y la satisfacción y lealtad, pues esta representa la evaluación que hace el usuario de las ganancias recibidas por las interacciones y transacciones en el entorno de servicios de e-government y que son justas, precisas y rentables.

Respecto a la variable satisfacción ciudadana, Chan et al. (2021) la define como el afecto de los usuarios hacia el uso de un servicio de gobierno electrónico, asimismo, representa el estado psicológico o afectivo de un individuo hacia el resultado de una evaluación cognitiva respecto de las experiencias con el servicio. Siguiendo a Henao (2021), se rescata que la satisfacción está mediada por el valor percibido con relación a la calidad de servicio, puesto que los clientes o usuarios no van a obtener satisfacción si valoran otro aspecto del servicio que no incluye calidad; por ello, la satisfacción depende del valor que el cliente le da a un servicio recibido. Aunado a ello, Bustamante (2015) expresa que hay un vínculo entre la primera variable y ésta, pero con la intervención mediadora del valor percibido, ya que si éste es superior se convierte en carácter necesario para que el consumidor tenga un comportamiento más favorable hacia el servicio ofrecido.

Como cuarta variable se encuentra la lealtad que, para Sunyoto (2012) está referido a la intención del consumidor de realizar transacciones desde un sitio web o de regresar al mismo (Noor, 2022). Del mismo modo Qatawneh (2023), define la lealtad como la conducta positiva del cliente hacia una empresa virtual, lo que se traduce en compras repetidas. Además, esta variable se mide a través de la intención del cliente de continuar o aumentar la obtención de servicios o bienes, y de recomendar la empresa a otros (Pham et al., 2023).

Materiales y métodos

Para cumplir con las metas trazadas se ejecutó un estudio con un enfoque cuantitativo porque se midieron las variables para analizar la relación entre ellas; de tipo básico, pues el propósito es producir conocimiento y teorías; de nivel explicativo, porque se estudió la relación causa - efecto; finalmente, tuvo un diseño no experimental transversal, pues no se adulteraron las variables (Hernández et al., 2014).

El universo de esta investigación estuvo integrado por usuarios de la institución pública objeto de estudio, ubicada en la metrópoli chiclayana, los cuales estuvieron conformados por docentes y administrativos que laboran en la sede gubernamental y en los institutos dependientes de ésta, con un total de 465 personas. Se seleccionó una muestra de 211 usuarios que utilizan los servicios del e-gobierno, cuyo rango de edad abarcaba desde los 30 años en adelante, siguiendo las pautas del MINSA (2021), que define la etapa de vida adulta entre los 30 y 59 años, 11 meses y 29 días, y la etapa de adulto mayor a partir de los 60 años. El muestreo utilizado fue probabilístico y aleatorio simple, ya que se contaba con un listado de las personas que interactúan con las plataformas digitales de dicha institución.

En cuanto al modelo teórico, se utilizó el aplicado por Pham et al. (2023), que integra el estudio de cuatro variables. Como técnica de recopilación de información se aplicó la encuesta y como instrumento de medición el cuestionario, estructurado y diseñado en una escala de Likert del 1 al 5: Nunca, casi nunca, a veces, casi siempre y siempre, donde el participante marca la opción que mejor se adecúe a su percepción. Este instrumento estuvo compuesto por 48 preguntas, organizadas en bloques según las variables de estudio, distribuidas de la siguiente manera: 34 enunciados correspondientes a calidad de servicio de e-government, 3 ítems sobre el valor percibido, 5 ítems sobre la satisfacción ciudadana y 6 ítems sobre la lealtad.

Por tal razón, para valorar la confiabilidad del instrumento, se realizó una prueba piloto que arrojó los siguientes resultados del Alfa de Cronbach: 0.979 para la variable calidad de servicio de e-government, 0.864 para valor percibido, 0.990 para satisfacción ciudadana y 0.930

para lealtad; y el resultado global del cuestionario fue de 0.986, lo que permitió concluir que el instrumento es altamente confiable.

Respecto a la recolección de datos, esta se efectuó en la sede administrativa del organismo analizado, así como en las instituciones de educación superior no universitaria dependientes de este, ubicados en la región Lambayeque, por lo que se gestionó el permiso necesario del gerente. Este proceso se realizó en la última semana del mes de mayo y la primera semana del mes de junio del año 2024; asimismo, el instrumento fue repartido de manera física y virtual a través del aplicativo WhatsApp.

Luego de ello, para el procesamiento de los datos recopilados, se emplearon dos programas informáticos. Primero, para el análisis de la información sociodemográfica de sexo, rango de edad y grado académico, se realizaron tablas de frecuencias simples en el programa Microsoft Excel. Segundo, para evaluar las conexiones de causa – efecto entre los constructos del modelo de medición, se empleó el software SMART PLS, especializado en modelado de ecuaciones estructurales de mínimos cuadrados parciales (PLS-SEM). Seguidamente, para evaluar la relación de influencia entre las variables se enfatizó en observar el valor Path, sendero o ruta, que mide la fuerza y dirección causal de las variables; asimismo, el valor p, que indica el nivel de significancia; y el valor t, que mide la magnitud del efecto, así, si este valor es mayor a 1.96, generalmente indica que el efecto es significativo.

Resultados y discusión

Datos sociodemográficos:

Tabla 1

Sexo de la muestra de estudio

Ítem	Sexo	f	F	fr	%
1	Femenino	107	107	0.507	50.7%
2	Masculino	104	211	0.493	49.3%
Total		211		1	100%

La tabla muestra una distribución similar entre las personas de sexo masculino y femenino, con una diferencia mínima entre ellas, lo que contribuye a que los resultados de esta investigación no estén sesgados por la predominancia de un sexo sobre el otro, asegurando que los hallazgos sean más representativos para la población en estudio.

Tabla 2*Rango de edad de la muestra de estudio*

Ítem	Rango de edad	f	F	fr	%
1	De 30 a 59 años, 11 meses y 29 días.	161	161	0.763	76.30%
2	De 60 años a más.	50	211	0.237	23.70%
Total		211		1	100%

El mayor número de personas se encuentran en el intervalo de edad de 30 a 59 años, dado que este grupo etario interactúa con mayor dinamismo con los servicios de e-gobierno de la institución del sector educación. Ello indica que las respuestas sobre los elementos más valorados en la calidad del servicio de la plataforma digital reflejan sustancialmente las opiniones de personas con mayor afinidad tecnológica; sin embargo, el grupo de adultos mayores, aunque en menor número, aporta una perspectiva valiosa que podría señalar aspectos de mejora para hacer la plataforma más accesible e inclusiva.

Tabla 3*Grado académico de la muestra de estudio*

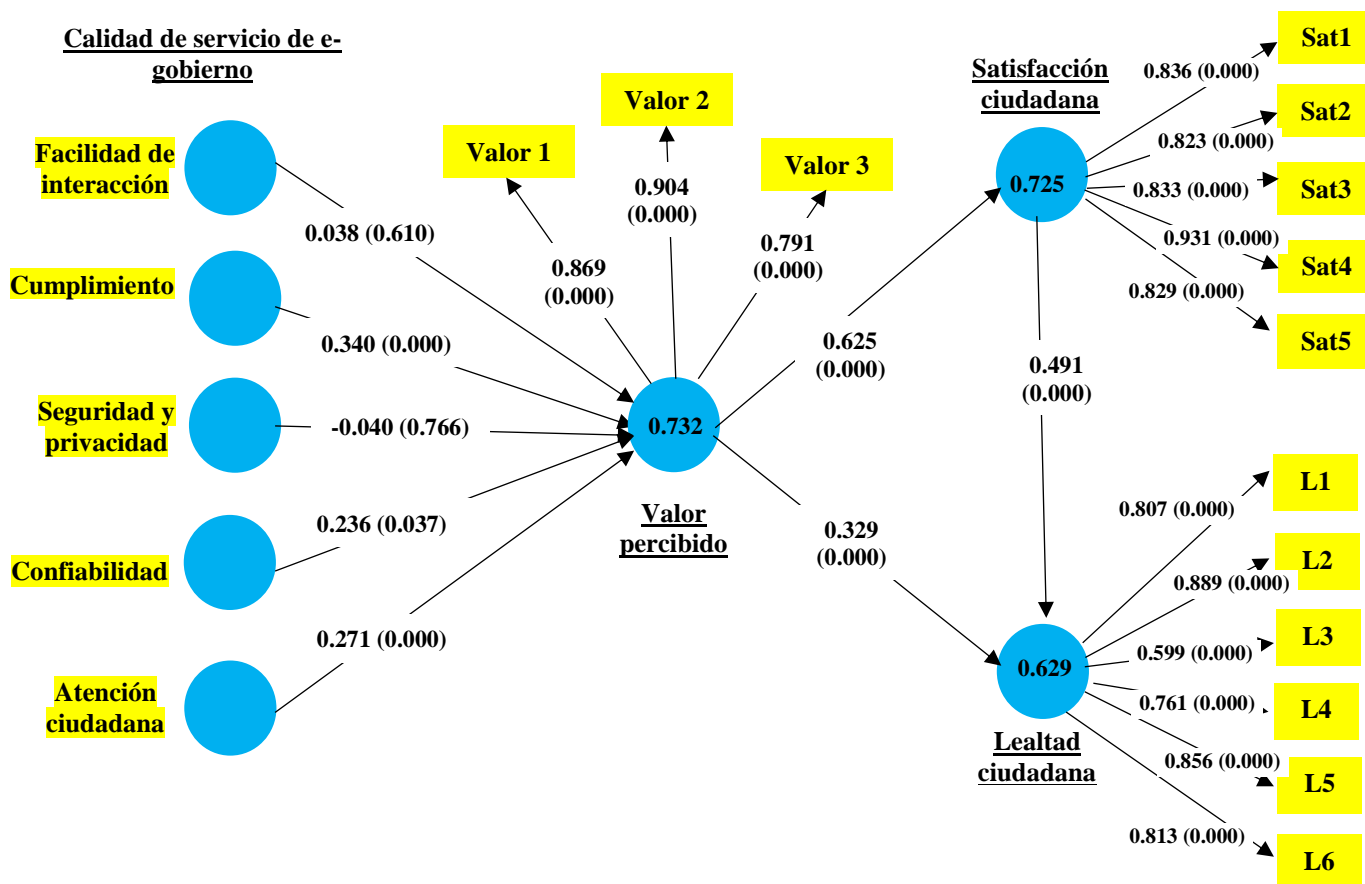
Ítem	Grado académico	f	F	fr	%
1	Secundaria completa	8	8	0.038	3.8%
2	Técnico	59	67	0.280	28%
3	Bachiller	49	116	0.232	23.2%
4	Magister	90	206	0.427	42.7%
5	Doctor	5	211	0.024	2.4%
Total		211		1	100%

El grupo más numeroso de la muestra está compuesto por individuos con un grado académico de magister, seguido por aquellos con estudios técnicos y de manera subsiguiente las personas con grado de bachiller. Esto se debe a que la mayoría de los encuestados son docentes de instituciones educativas superiores no universitarias y, aunque no es un requisito indispensable contar con una maestría, ellos han cursado estudios de posgrado, por ende, la credibilidad de las respuestas estaría influenciada por el alto nivel académico y la experiencia de los participantes.

Objetivo general: Determinar la influencia de la calidad de servicio de gobierno electrónico en el valor percibido, así como la influencia del valor percibido en la satisfacción ciudadana y la lealtad de los usuarios de una institución pública del distrito de Chiclayo, 2024.

Figura 2

Relación entre la calidad de servicio de e-gobierno, valor percibido, satisfacción ciudadana y lealtad.



Nota. Elaboración propia

El análisis de los coeficientes del camino y los niveles de significancia revelan que de todas las dimensiones de la calidad del servicio de e-gobierno que brinda la entidad gubernamental, sólo tres de ellas: cumplimiento, confiabilidad y atención ciudadana tiene un fuerte impacto positivo y significativo en el valor que perciben los usuarios; ello debido a que estos tres aspectos están relacionados con la eficiencia del servicio electrónico y la reducción de esfuerzo para utilizarlos, más que del propio diseño de la plataforma digital. Estos resultados concuerdan con los de Li y Shang (2020), quienes señalan que las dimensiones relacionadas con el desempeño técnico son las que menos contribuyen a la impresión de calidad del servicio, debido a que los ciudadanos habituados con el e-gobierno tienden a asumir la calidad del sistema y su funcionamiento como algo dado, lo que no les aporta un valor adicional.

De la misma manera, el valor percibido está altamente relacionado con la satisfacción ciudadana y la lealtad, aunque con esta última variable en menor medida, ya que los usuarios indican que

los servicios electrónicos ofrecidos reducen tiempo y esfuerzo en acceder a la información, automatizan y simplifican los trámites, así como reducen muchos de los pasos burocráticos tradicionales, pues la posibilidad de hacer todo de manera virtual elimina la necesidad de desplazarse físicamente a las oficinas, asimismo, los e-servicios están disponibles todas las horas del día y en todo lugar, lo que genera una experiencia más fluida y eficiente para los usuarios, proporcionándoles satisfacción. Empero, aunque el valor percibido también está relacionado con la lealtad, este lazo es más débil en comparación con la satisfacción, puesto que no solo depende del valor percibido, sino también de otros factores como la permanencia en el servicio a través del tiempo, las expectativas pasadas y las alternativas disponibles. Estos hallazgos son congruentes con los de Pham, et al., (2023), que revelan que el valor percibido tiene una influencia positiva y más significativa con la satisfacción que con la lealtad, debido a que antes de generar lealtad, primero se deben satisfacer las necesidades y expectativas de la colectividad, siendo la satisfacción un indicador determinante de la lealtad.

Finalmente, se observa que la satisfacción tiene una influencia significativa y positiva en la lealtad de los ciudadanos, cuya razón es que un residente satisfecho es más probable que continúe utilizando los servicios y que los recomiende a otros; sin embargo, para que se forme una lealtad sólida, se requiere una experiencia favorable y persistente en el tiempo. Estos datos son coherentes con los de Mwiya et al. (2024), quienes evidenciaron que la satisfacción tiene una influencia fuertemente positiva con la lealtad y el boca a boca, afirmando que cuando los usuarios experimentan un alto nivel de satisfacción, no solo están más inclinados a seguir utilizando el servicio (lealtad), sino que también se convierten en promotores del mismo, recomendándolos a otros con sus relatos sobre la experiencia vivida.

Frente a esta información, se puede asegurar que la calidad del servicio actúa como una fuente inefable de valor; por consiguiente, los usuarios que sienten que el servicio ofrece beneficios tangibles, deviene en una mayor satisfacción, la cual generará una respuesta positiva hacia la administración pública, y ello hará que deseen volver a utilizarlo en el futuro, impulsando la buena reputación, lo que a su vez se transformará en lealtad.

Lo expuesto se ve respaldado por Amin et al. (2024), quienes señalan que la calidad del servicio se define por la capacidad de una aplicación, basada en sistemas de información (SI), para garantizar confiabilidad, capacidad de respuesta y personalización, factores considerados clave para la satisfacción del cliente y la intención de continuidad de uso, ya que los servicios que son altamente receptivos brindan un valor añadido a los clientes.

Objetivos específicos:

Objetivo específico 1: Identificar la influencia de la facilidad de interacción en el valor percibido de los usuarios de una institución pública del distrito de Chiclayo, 2024.

Tabla 4

Relación entre la dimensión facilidad de interacción y valor percibido

Enunciado	Valores p	Path	t	Decisión
Facilidad de interacción -> Valor percibido	0.610	0.038	0.510	Rechaza

A partir de los valores obtenidos, se concluye que la relación de influencia entre la facilidad de interacción y el valor percibido no es significativa. Esto se debe a que los usuarios consideran el diseño y la facilidad de uso de la plataforma virtual como requisitos mínimos o expectativas básicas y, aunque un bajo nivel de usabilidad puede generar desánimo, no necesariamente aumenta la percepción de valor. Este resultado también se debe al alto grado académico de los participantes, la mayoría con estudios de maestría, lo que implica un nivel de conocimiento avanzado y condiciones similares entre ellos.

Estos resultados encajan con los hallazgos de Pham et al. (2023), quienes puntualizan que la facilidad de interacción no es un atributo de la calidad del servicio que influya significativamente en el valor percibido, pues, la facilidad de uso se considera un aspecto esencial que, por sí solo, no genera valor adicional. De manera similar, Li y Shang (2020) afirman que los indicadores relacionados con el desempeño técnico del e-gobierno tienen un impacto limitado en el valor percibido del servicio; ello se debe a que los ciudadanos familiarizados con el uso del gobierno digital tienden a dar por hecho la calidad del sistema y su funcionamiento fiable, restando valor al momento de evaluar la calidad del servicio.

No obstante, Okour et al. (2023) mostró que la facilidad de uso es un aspecto indispensable de la calidad del e-servicio, ya que los usuarios de la banca en línea pueden localizar fácilmente la información que necesitan en el sistema, además, los idiomas disponibles en el sitio web son claros y comprensibles, y el esquema de presentación de la información es sencillo de leer.

En este sentido, se puede inferir que en el contexto de los servicios electrónicos gubernamentales, la facilidad de interacción parece ser un aspecto que los usuarios perciben como un requisito básico y podría estar relacionado con el perfil de los usuarios que, en este caso, mayoritariamente son personas con estudios avanzados, quienes debido a su experiencia

y nivel educativo, asumen que la interfaz será intuitiva y clara, a diferencia de los servicios comerciales donde la facilidad de uso puede generar diferencia competitiva. Esto refuerza la idea de que, en el contexto de servicios públicos, los ciudadanos buscan, sobre todo, la atención de sus requerimientos y cumplimiento normativo, más que una experiencia tecnológica innovadora.

Esto se reafirma con lo sostenido por Aji et al. (2024), quienes indican que la facilidad de uso o interacción se refiere al grado en que la tecnología informática es vista como fácil de comprender y manejar, haciendo sentir comodidad al usuario.

Objetivo específico 2: Determinar la influencia del cumplimiento en el valor percibido de los usuarios de una institución pública del distrito de Chiclayo, 2024.

Tabla 5

Relación entre la dimensión cumplimiento y valor percibido

Enunciado	Valores p	Path	t	Decisión
Cumplimiento -> Valor percibido	0.000	0.340	4,217	Acepta

De acuerdo a estos resultados, el cumplimiento tiene un nexo de influencia significativo positivo con el valor percibido por el ciudadano respecto a la calidad del servicio de e-gobierno. Ello debido a que los ciudadanos encuentran los servicios que buscan en la página web como, por ejemplo, solicitud de información de acuerdo a la Ley N° 27806 – Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública, inicio de trámites a través de la Mesa de Partes Virtual, consulta sobre el estado de los expedientes administrativos, descarga de sus boletas de pago, descarga de actos administrativos, entre otros. Asimismo, la página web se actualiza constantemente y los servicios están disponibles en cualquier momento del día, lo que elimina la necesidad de acudir a las instalaciones físicas de la entidad.

Estos hallazgos son consistentes con los estudios de Pham et al. (2023), Mwiya et al. (2022) y Prasetyo et al. (2023), quienes afirman que el cumplimiento tiene una incidencia positiva y significativa en el valor percibido, pues, de acuerdo a sus investigaciones, los usuarios destacan que las aplicaciones gubernamentales satisfacen sus necesidades, completan los trámites en el tiempo estipulado y responden a sus solicitudes de información dentro del plazo establecido, lo que refuerza la percepción positiva del servicio.

En base a lo descrito, el cumplimiento juega un papel decisivo en la percepción de valor de los servicios de e-gobierno, ya que cuando los ciudadanos acceden a los servicios en línea con la expectativa de que sus trámites se resolverán de manera eficiente y dentro de los plazos establecidos, cualquier falla puede afectar su confianza en la plataforma. Por ello, este aspecto no solo contribuye a la eficiencia operativa, sino que también afianza el vínculo entre los ciudadanos y el gobierno, debido a la reducción de la necesidad de interacción física o de trámites complejos, lo que puede ser un diferenciador crítico para el éxito de estos servicios.

En respaldo a lo mencionado, el cumplimiento en el ámbito del gobierno electrónico se refiere al éxito de un sitio web en la prestación de sus servicios y productos, así como a su habilidad para corregir errores que puedan surgir durante el proceso de una transacción (Noor, 2022).

Objetivo específico 3: Estimar la influencia de la seguridad y privacidad en el valor percibido de los usuarios de una institución pública del distrito de Chiclayo, 2024.

Tabla 6

Relación entre la dimensión seguridad y privacidad y valor percibido

Enunciado	Valores p	Path	t	Decisión
Seguridad y privacidad -> Valor percibido	0.766	-0.040	0.298	Rechaza

Estos datos indican que la seguridad y privacidad no tienen una relación de influencia significativa con el valor percibido por el ciudadano, lo que revela que los usuarios no le toman mucha importancia a la seguridad que pueda brindar la página web respecto a su información personal. Estos resultados se deben a que los mecanismos de seguridad y privacidad de la plataforma digital gubernamental no son completamente visibles o entendibles para los usuarios, por lo que les dificulta que perciban claramente cómo estos atributos impactan en su experiencia o valor. También se debe a que en esta página web no se realizan transacciones bancarias, por ende, la información de sus cuentas no se vería afectada.

Esta información coincide con la investigación de Kumar et al. (2021), Prasetyo et al. (2023) y Pham et al. (2023), quienes señalan que la seguridad y la privacidad no tienen una relación estadísticamente significativa con el valor percibido de los e-servicios que ofrece el estado, puesto que, a diferencia de las empresas, los gobiernos suelen enfrentar limitaciones financieras que les impiden gestionar eficientemente la seguridad y privacidad de las plataformas virtuales; sin embargo, este atributo es fundamental ya que está normado por el gobierno para prevenir filtración de datos personales.

Contrario a lo descrito, los hallazgos de Monfared et al. (2022) demostraron que la privacidad ejerce un impacto positivo y significativo en el valor percibido de los sitios web de ventas, ya que ofrecen un entorno seguro para la protección de su información privada, generando confianza y aumentando la sensación de valor.

Frente a ello, cabe precisar que la falta de influencia significativa de la seguridad y la privacidad en el valor percibido podría deberse a la inconciencia de los usuarios hacia la protección de su información personal; además, dado que el sitio web gubernamental no involucra transacciones financieras directas, los usuarios pueden sentir que su riesgo es menor, lo que refleja una diferencia en la naturaleza del servicio entre los gobiernos y las empresas privadas. Todo esto revela la necesidad de que las instituciones públicas comuniquen de manera más clara y efectiva las medidas de seguridad implementadas en sus portales on line, ya que ello sigue siendo crucial para cumplir con normativas y evitar problemas relacionados con la privacidad, un aspecto regulado por ley para proteger a los ciudadanos.

De acuerdo a lo expuesto, Chan et al. (2024) definen la seguridad y privacidad como la protección de la información sensible del usuario en entornos virtuales, donde el riesgo de usos no autorizados puede afectar la percepción de valor de los ciudadanos, lo que a su vez limita su disposición a utilizar estos servicios.

Objetivo específico 4: Identificar la influencia de la atención ciudadana en el valor percibido de los usuarios de una institución pública del distrito de Chiclayo, 2024.

Tabla 7

Relación entre la dimensión atención ciudadana y valor percibido

Enunciado	Valores p	Path	t	Decisión
Atención ciudadana -> Valor percibido	0.000	0.271	4,540	Acepta

De acuerdo con los datos obtenidos, la atención ciudadana ejerce un impacto positivo y significativo en el valor percibido por los usuarios en el entorno de las prestaciones electrónicas. La muestra indica que la atención es eficiente y cercana, lo que genera confianza y mejora la percepción del servicio, puesto que los ciudadanos valoran especialmente la posibilidad de interactuar con representantes gubernamentales que responden eficazmente a sus necesidades, más aún si los encuestados, aunque en minoría, son personas de edad avanzada que están poco familiarizados con el mundo digital. Así pues, un servicio de atención ciudadana bien estructurado complementa las funcionalidades de estas plataformas, haciéndolas más accesibles

para un público más amplio y de cualquier edad. En el caso especial del sitio web de la institución estudiada, los usuarios pueden encontrar fácilmente los números telefónicos y correos electrónicos de servidores y funcionarios, además de una opción para solicitar información de manera rápida y sencilla. Asimismo, se puede inferir que los ciudadanos aprecian la orientación que reciben del personal de la entidad sobre el uso de la página web cuando acuden físicamente a las oficinas, lo que refuerza su percepción positiva del servicio.

Estos resultados son coherentes con los hallazgos de Kumar et al. (2021), los mismos que subrayan que la dimensión de atención o soporte al ciudadano tiene un impacto considerable en el valor económico y socio funcional, lo cual se debe a que los empleados demuestran interés en resolver los problemas de los usuarios, brindan respuestas rápidas y poseen la capacidad de atenderlos dentro del tiempo estipulado, gestionando y resolviendo sus inquietudes de manera eficiente; en consecuencia, los usuarios refuerzan su percepción positiva del servicio.

No obstante, los hallazgos de Pham et al. (2023) contradicen los resultados de este estudio, ya que, en su investigación, el valor path obtenido para esta cualidad fue negativo, lo que sugiere que la atención ciudadana no tiene un impacto significativo en el valor percibido de los servicios de e-government, pues, a diferencia de las prestaciones individualizadas típicas de una empresa privada, el gobierno ofrece servicios estandarizados y auto gestionables. De manera similar, Mao et al. (2023) encontraron que la capacidad de respuesta, servicio al cliente o ciudadano, no influye de manera significativa en el valor percibido, puesto que las aplicaciones gubernamentales suelen involucrar a empresas con procedimientos bien definidos y sistemas de información estables, que ofrecen respuestas rápidas tanto en procesos comerciales como en situaciones de emergencia.

En virtud a lo descrito, la percepción positiva de la atención ciudadana no solo depende de la rapidez y la eficiencia, sino también de la accesibilidad y el apoyo personal que los usuarios experimentan, incluso en plataformas digitales, pues la atención al ciudadano actúa como puente entre la tecnología y el factor humano, asimismo, este soporte puede atraer a usuarios menos familiarizados con el entorno digital. De manera conjunta, la atención personal en oficinas físicas complementa esta experiencia, reforzando una atención integral. Sin embargo, existen estudios que demuestran que las expectativas de los usuarios varían según el contexto, por lo que es esencial que las instituciones adapten sus estrategias a las necesidades específicas de su público objetivo.

Esto se complementa con lo descrito por Chan et al. (2024), quienes definen la atención al ciudadano o cliente como el nivel en el que una persona, al enfrentar preguntas, dificultades o problemas al utilizar un servicio, puede recibir ayuda de manera oportuna, ya sea del personal o de fuentes designadas a través de instrucciones por escrito, demostraciones en video y chatbots interactivos, facilitando la navegación por los procesos del servicio.

Objetivo específico 5: Examinar la influencia de la confiabilidad en el valor percibido de los usuarios de una institución pública del distrito de Chiclayo, 2024.

Tabla 8

Relación entre la dimensión confiabilidad y valor percibido

Enunciado	Valores p	Path	t	Decisión
Confiabilidad -> Valor percibido	0.037	0.236	2,083	Acepta

La información obtenida indica que la confiabilidad en la calidad del servicio de e-gobierno incrementa significativamente el valor percibido por los ciudadanos. Ello debido a que el usuario señala que siente confianza al utilizar los servicios que brinda la página web de la entidad, ya que cuando se ingresa un documento por medio de la mesa de partes virtual, este llega rápidamente a su destino, por lo que el usuario tiene la seguridad de que su solicitud va a ser atendida; asimismo, la información que se encuentra en la página institucional es verás y fidedigna. Cabe mencionar que la confiabilidad asegura que los usuarios puedan realizar sus trámites y obtener la información que necesitan sin problemas recurrentes, así como la confianza en que no habrá riesgo de errores, fallos o pérdida de información.

Este hallazgo concuerda con los estudios de Okour et al. (2023) y Pham et al. (2023), quienes señalaron que la confiabilidad es una dimensión fundamental de la calidad de los servicios en entornos virtuales, y ésta se atribuye al alto nivel de confianza de los usuarios en que los e-servicios se entregan conforme a lo prometido, gracias a actualizaciones continuas y la capacidad de realizar transacciones en línea sin errores. Sin embargo, Li y Shang (2020) argumentan que la confiabilidad tiene una contribución limitada al valor percibido del servicio, ya que los ciudadanos familiarizados con los sistemas de gobierno electrónico tienden a asumir la calidad y el correcto funcionamiento del sistema como algo implícito, por ello, prestan menos atención a estos factores al evaluar la calidad del servicio.

De ello se deduce que, en un contexto donde los errores o fallos en sistemas gubernamentales pueden generar frustración, pérdida de tiempo o incluso desconfianza, es importante garantizar

que los trámites se realicen de manera fluida y sin interrupciones, con la finalidad de generar un impacto significativo en la percepción de valor del servicio. Además, la confiabilidad no solo se refleja en el éxito técnico de las plataformas, sino también en la capacidad del gobierno para proporcionar información precisa y actualizada, lo que fortalece la transparencia y eficiencia institucional, reforzando su disposición a utilizar de forma continua estos servicios, por lo que es fundamental que las instituciones comuniquen sus esfuerzos para garantizar la seguridad y precisión del sistema, ya que esto puede aumentar la percepción del valor del servicio y contribuir a una mayor satisfacción y lealtad ciudadana.

En línea con lo descrito, Yang et al. (2024) afirman que la confiabilidad apunta a la capacidad de cumplir con las promesas de servicio de manera precisa y constante.

Objetivo específico 6: Determinar la influencia del valor percibido en la satisfacción de los usuarios de una institución pública del distrito de Chiclayo, 2024.

Tabla 9

Relación entre el valor percibido y la satisfacción ciudadana

Enunciado	Valores p	Path	t	Decisión
Valor percibido -> Satisfacción del ciudadano	0.000	0.625	15,184	Acepta

Los resultados revelan que el valor percibido de la calidad de los servicios de e-gobierno tiene una influencia positiva y significativa en la satisfacción ciudadana. Esto se debe a que los residentes consideran que el uso de la página web es más económico que acudir a las oficinas gubernamentales, valorando la reducción de costos tanto en tiempo como en esfuerzo. Así pues, los servicios electrónicos les permiten gestionar trámites desde casa y evitar largas filas, lo que simplifica la interacción con el gobierno y aumenta su satisfacción. Además, ellos experimentan mayor satisfacción al sentir que han tomado una decisión acertada al optar por los servicios digitales en lugar de los métodos tradicionales, como acudir presencialmente a una oficina estatal. En particular, los servicios de e-gobierno ofrecidos por esta institución están disponibles en cualquier momento y lugar, lo que agiliza los procesos, haciéndolos más automáticos y reduciendo el tiempo invertido en trámites, resultando en la eliminación de costos asociados, como el desplazamiento a oficinas físicas, el pago de servicios adicionales como la impresión de formatos o el envío de documentos, conllevando a la satisfacción.

Ello concuerda con los resultados conseguidos por Okour et al. (2023), quienes evidenciaron que el valor percibido por los usuarios afecta directamente su satisfacción, atribuido a factores

como la comodidad del uso del sitio web y su alto nivel de control, reflejando sentimiento positivo de valor en términos de tiempo y esfuerzo. Por su parte, Yum y Kim (2024) y Evelina et al. (2020), señalaron que el valor percibido, basado en la utilidad, tiene un influencia significativa y positiva en la satisfacción del cliente, y que aspectos como el ahorro de tiempo y dinero, junto con la posibilidad de acceder al sitio web en cualquier momento y desde cualquier lugar, refuerzan la percepción de conveniencia y eficiencia, incrementando así la satisfacción general del usuario.

Los hallazgos subrayan la importancia de entender el valor percibido en términos más amplios, no solo como una ventaja económica o de ahorro de tiempo, sino también como un elemento crucial en la percepción de modernización y eficiencia del gobierno, ya que la capacidad de los servicios de e-gobierno para satisfacer exigencias de manera rápida y accesible no solo mejora la satisfacción ciudadana, sino que también refuerza la confianza en la administración pública, especialmente en sociedades donde la burocracia tradicional ha sido históricamente lenta e ineficiente; además, el acceso constante y la flexibilidad para realizar trámites sin barreras temporales o geográficas incrementa su satisfacción con el uso de la plataforma digital.

Frente a lo expuesto, Li y Shang (2020) definen el valor percibido como la evaluación que los ciudadanos hacen de la utilidad general del servicio de gobierno electrónico, considerando tanto los beneficios públicos como los personales; afirmando que el valor se mide en función de qué tan bien ha cumplido el servicio con sus expectativas, por lo que está estrechamente vinculado con la satisfacción.

Objetivo específico 7: Determinar la influencia del valor percibido en la lealtad de los usuarios de una institución pública del distrito de Chiclayo, 2024.

Tabla 10

Relación entre el valor percibido y la lealtad

Enunciado	Valores p	Path	t	Decisión
Valor percibido -> Lealtad	0.000	0.330	4,200	Acepta

La información presentada en esta tabla evidencia un efecto favorable y significativo entre el valor percibido por el ciudadano y su lealtad hacia el servicio. Esto debido a que los ciudadanos indican que el servicio satisface sus necesidades de manera efectiva y eficiente, y consideran que los beneficios obtenidos, como rapidez y sencillez, superan los costos involucrados, por lo que mantienen su uso y muestran una menor inclinación a regresar a métodos tradicionales. En

consecuencia, esta percepción de valor no solo impulsa la continuidad en el uso del servicio, sino también una mayor disposición a recomendarlo a otros, fortaleciendo así la lealtad del ciudadano.

Estos hallazgos coinciden con los resultados de Li y Shang (2020), quienes afirman que el valor percibido incide en el deseo de uso continuado (un aspecto clave de la lealtad según Pham et al. (2023)), ya que los ciudadanos reconocen que los sitios web gubernamentales no solo proporcionan información valiosa, sino que también permiten realizar transacciones de manera más eficiente y facilitan la comunicación con el gobierno, lo que incrementa la percepción del valor de estos servicios y motiva a los usuarios a volver a utilizarlos en el futuro. De manera similar, Yum y Kim (2024) encontraron que el valor utilitario, relacionado con los beneficios racionales, como servicios de bajo costo, alta calidad y ahorro de tiempo, tiene un impacto directo en la lealtad, pues los beneficios funcionales y la utilidad práctica son determinantes para la retención de los usuarios. Por su parte, Dhaigude et al. (2023) concluyen que el valor percibido ejerce una influencia positiva y significativa en el aumento de la lealtad del cliente, afirmando que solo cuando el valor percibido es alto, la lealtad también lo será; no obstante, también subrayan que para fomentar la lealtad es esencial generar confianza en el consumidor y garantizar que esté satisfecho con los servicios prestados por la empresa.

En torno a ello, se puede observar que la relación de causalidad entre el valor percibido y la lealtad no solo depende de los beneficios tangibles, como la eficiencia o el ahorro de tiempo, sino también de cómo los usuarios experimentan el servicio de manera emocional y social, puesto que, en un entorno de servicios gubernamentales electrónicos, donde tradicionalmente las interacciones han sido más impersonales y burocráticas, la facilidad de uso y la satisfacción de necesidades inmediatas generan un mayor apego hacia el servicio; sin embargo, es importante señalar que la lealtad no solo se construye sobre la base de un servicio que “funciona bien”, sino también sobre cómo el ciudadano siente que su experiencia es consistentemente positiva, por ello, los servicios de e-gobierno deben ir más allá de la eficiencia y buscar formas de humanizar la experiencia digital, transformando la percepción de estos servicios en algo más que una simple transacción a través de una atención personalizada que promueva una lealtad más duradera.

Lo expuesto se ve respaldado por Monfared et al. (2022), quienes sostienen que el valor percibido es la evaluación en conjunto que realiza el consumidor sobre el beneficio que recibe de un producto, fundada en una comparación entre lo que recibe y lo que entrega para adquirirlo

y usarlo; así pues, este valor puede ser intrínseco, relacionado con la experiencia emocional (placer y satisfacción), o extrínseco, centrado en los beneficios tangibles.

Objetivo específico 8: Identificar la influencia de la satisfacción en la lealtad de los usuarios de una institución pública del distrito de Chiclayo, 2024.

Tabla 11

Relación entre la satisfacción ciudadana y la lealtad

Enunciado	Valores p	Path	t	Decisión
Satisfacción ciudadana -> Lealtad	0.000	0.491	7,225	Acepta

La satisfacción ciudadana ejerce un efecto altamente significativo y moderadamente positivo sobre la lealtad. Los resultados muestran que los usuarios pueden completar sus transacciones de manera eficiente a través del sitio web de la entidad, cumpliendo con sus expectativas, lo que los lleva a recomendarlo con sus pares. Además, dado que los encuestados son personas que interactúan frecuentemente con la institución gubernamental, el uso recurrente de estas plataformas es común. Esto concuerda con lo señalado por Amin et al. (2024), quienes sostienen que la satisfacción electrónica (e-SAT) es un precursor natural de la lealtad electrónica (e-LTY), ya que los usuarios satisfechos desarrollan vínculos emocionales positivos con el servicio que utilizan repetidamente. En particular, los resultados sugieren que las expectativas de los usuarios respecto a los servicios electrónicos ofrecidos por esta institución han sido satisfechas, lo que fomenta su disposición a volver a utilizarlos y a recomendarlos a personas de su entorno y con un perfil laboral similar.

Estos resultados están en línea con los estudios realizados por Noor (2022), Mao et al. (2023) y Qatawneh et al. (2023), quienes confirmaron el efecto positivo y significativo de la satisfacción electrónica en la lealtad de los usuarios con respecto a las aplicaciones gubernamentales. Por el contrario, según el estudio realizado por Nadhira et al. (2024), no existe una relación entre la satisfacción y la lealtad, lo que demuestra que los usuarios que tienen la intención de buscar información en el sitio web, no necesariamente sienten lealtad por los servicios que brinda el gobierno; ello indica que no todos los usuarios que se encuentran conformes con la calidad de los e-servicios gubernamentales tienen la intención de recomendarlos, ya que depende de variables sociodemográficas y el contexto en el que subsisten.

Si bien muchos estudios sugieren que la satisfacción tiene un impacto favorable en la lealtad, es crucial reconocer que la experiencia del usuario es multifacética, pues cada quien tiene un conjunto único de expectativas y necesidades que pueden influir en su percepción de los servicios electrónicos; además, es fundamental considerar que la lealtad no siempre se traduce en la recomendación activa, ya que el usuario puede estar satisfecho con una experiencia, pero factores externos, como la falta de una cultura de recomendación, pueden influir en su decisión de volver a utilizar el servicio o de recomendarlo a otros.

Complementando lo anterior, Mwiya et al. (2022) definen la satisfacción del cliente como el sentimiento resultante cuando el servicio cumple o supera las expectativas; además, una alta satisfacción no solo disminuye el riesgo percibido por los usuarios, sino que también fomenta una mayor lealtad hacia el servicio.

Conclusiones

La calidad del servicio de e-gobierno contribuye favorablemente a la valoración que el ciudadano tiene del mismo, especialmente cuando asegura el inicio y conclusión de trámites administrativos, proporciona orientación efectiva y resolución de dudas o problemas por parte de los servidores públicos, garantizando la confianza en la precisión de los procedimientos gestionados a través de la plataforma gubernamental. Asimismo, esta percepción de valor conlleva a la satisfacción ya que se simplifican los esfuerzos y, consecuentemente, genera lealtad, aunque para llegar a esta última fase, la frecuencia de uso y las vivencias pasadas juegan un papel fundamental.

Respecto a la facilidad de interacción, se ha evidenciado que no afecta el valor percibido por los usuarios, ya que éstos ven la usabilidad del sitio web como una condición esencial, pero no como un factor que aporte valor adicional; sin embargo, en el entorno de comercio electrónico sí se considera un aspecto importante que puede generar una ventaja competitiva.

Sobre el cumplimiento de los servicios de e-gobierno se demostró que genera impacto en el valor percibido por los ciudadanos de Chiclayo, ello a consecuencia de la disponibilidad y la eficiencia de los servicios, como la solicitud de información y la gestión administrativa en línea, lo que reduce la necesidad de visitas presenciales y esfuerzos adicionales.

Referente a la seguridad y privacidad de los servicios de e-gobierno, el estudio muestra que no tiene importancia para los usuarios de la entidad gubernamental, por lo que no aumenta el valor que perciben sobre los e-servicios; esto se debe, en parte, a la insuficiente visibilidad de la seguridad del sitio web y a la ausencia de transacciones financieras, por ello, es crucial

que las instituciones públicas mejoren la comunicación sobre sus medidas de seguridad para aumentar la confianza del ciudadano y cumplir con las normativas de protección de datos.

En relación a la atención ciudadana, ésta es importante para generar valor en los usuarios respecto a los servicios electrónicos de la institución pública en Chiclayo, en vista de que la interacción eficiente y cercana con los representantes gubernamentales produce confianza y mejora la impresión del servicio, especialmente para aquellos menos familiarizados con la tecnología; sin embargo, es crucial que las instituciones adapten sus estrategias a las expectativas de los usuarios, dado que éstas pueden variar según el contexto.

Otro aspecto importante es la confiabilidad en el servicio de e-gobierno, pues la confianza en la rapidez y seguridad de los trámites, así como la veracidad de la información disponible, refuerza el valor percibido por los ciudadanos; sin embargo, para quienes están familiarizados con estos sistemas, la percepción de confiabilidad puede ser menos evidente, por ello, es fundamental que las instituciones mantengan un funcionamiento eficiente y transparente, comunicando sus esfuerzos en garantizar la calidad del servicio.

Consecuentemente, el valor percibido de los servicios de e-gobierno deviene en la satisfacción que experimentan los ciudadanos, puesto que ellos valoran el ahorro de tiempo y costos, así como la flexibilidad de realizar trámites en línea. Además, esta percepción refuerza la confianza en la eficiencia del gobierno, ya que los servicios digitales permiten evitar los inconvenientes de los métodos tradicionales y mejorar la experiencia de interacción con la administración pública.

De la misma manera, el valor percibido de la calidad de los servicios digitales que ofrece la plataforma pública impulsa la lealtad, ya que los usuarios experimentan beneficios como rapidez y facilidad de uso que superan los costos o esfuerzos asociados, fomentando su uso continuo; empero, estos servicios deben, además, brindar una experiencia positiva y personalizada que genere valor añadido, para consolidar una lealtad más sólida y duradera.

Finalmente, cuando el usuario experimenta satisfacción con el uso de los servicios de e-gobierno se producen conexiones afectivas y su lealtad se va consolidando, reflejándose en los comentarios positivos hacia sus semejantes y el uso recurrente del sitio virtual; no obstante, esta fidelización puede verse afectada por factores externos, como las diferencias sociodemográficas y culturales, lo que demuestra que la satisfacción no siempre garantiza una recomendación activa.

Recomendaciones

Llevar a cabo encuestas periódicas dirigidas a los ciudadanos tras la finalización de sus procesos en línea, las cuales deberán contener preguntas cerradas y abiertas para recibir comentarios en tiempo real e identificar oportunidades de mejora. Adicional a ello, implementar un sistema de notificaciones móviles a través de mensajes de texto o vía WhatsApp donde se informe a los usuarios sobre cada movimiento significativo que se ha realizado sobre su expediente y la finalización del proceso. Para ello, el titular de la entidad deberá gestionar dichas acciones ante el Gobierno Regional de Lambayeque para su aprobación y ejecución, pues, de esta manera, se fortalecerá la conexión entre los ciudadanos y la gestión pública, promoviendo una mayor transparencia y confianza en los servicios ofrecidos.

Incorporar un enlace claramente visible al mapa del sitio en el pie de página de cada sección del sitio virtual, etiquetado de manera destacada como “Mapa del Sitio”. Este enlace debe llevar a una página bien estructurada que organice los servicios en categorías definidas y proporcione descripciones concisas y comprensibles de cada sección. Además, es fundamental incluir una barra de búsqueda prominente en la parte superior de la página, permitiendo a los usuarios localizar contenido específico de forma rápida y eficiente, asegurándose de que ambas herramientas sean accesibles desde cualquier dispositivo. Para ello, también se requiere la aprobación del Gobierno Regional de Lambayeque.

Incluir descripciones meta de 150 a 160 caracteres que expliquen brevemente el propósito de cada servicio, utilizando palabras clave y un llamado a la acción para incentivar el clic, para lo cual, se deberá solicitar la aprobación del Gobierno Regional de Lambayeque. Además, informar a través de redes sociales o boletines sobre novedades en los servicios, actualizaciones, costos y plazos de atención establecidos de acuerdo al TUPA (Texto Único de Procedimientos Administrativos), ello estará a cargo del responsable de la Oficina de Imagen Institucional. Lo recomendado asegurará que los ciudadanos cuenten con toda la información necesaria y una expectativa clara respecto al tiempo de atención de cada gestión realizada en línea.

Incluir pop-ups o banners para recordar a los usuarios que sus datos están protegidos y redirigirlos a la sección de políticas de seguridad cuando interactúan en áreas sensibles, como las de inicio de sesión o registro. Adicionalmente, integrar mensajes concisos que detallen las medidas de seguridad aplicadas en cada paso de los trámites en línea, especialmente cuando los usuarios compartan información personal, lo cual permitirá que las políticas de seguridad sean fácilmente accesibles y comprensibles para todos los ciudadanos. Estas acciones también deben ser aprobadas por el Gobierno Regional de Lambayeque.

Realizar capacitaciones a los servidores públicos acerca de la empatía y la atención personalizada al ciudadano, a cargo de la Oficina de Coordinación de Personal de la entidad. Además, por un lado, se pueden incluir videos o tutoriales en la plataforma y en redes sociales para explicar de forma sencilla cómo realizar cada trámite, a cargo del responsable de la Oficina de Imagen Institucional y, por otro lado, implementar un chatbot que ofrezca asistencia inmediata y personalizada para resolver dudas y orientar en el uso de servicios, lo cual debe ser solicitado y aprobado por el Gobierno Regional de Lambayeque. Esto permitirá que el usuario tenga mayor claridad y confianza en el proceso, especialmente aquellos menos familiarizados con los servicios en línea.

Mantener el sitio web actualizado con información sobre servicios nuevos, directorio institucional, documentos de gestión, normativa relevante en materia educativa. También se pueden incluir testimonios de ciudadanos que hayan utilizado los servicios, a través de videos o reseñas, destacando sus experiencias positivas, lo que ayudará a consolidar la credibilidad de la plataforma entre los usuarios. Estas acciones estarían a cargo del responsable de la Oficina de Imagen Institucional.

Establecer un espacio de retroalimentación en cada trámite para que los ciudadanos puedan compartir sus experiencias, sugerencias y dificultades encontradas durante el proceso. Para ello se debe notificar al usuario sobre la opción de dejar su opinión al finalizar su solicitud a través de un mensaje claro y accesible en la página de confirmación e incluir un enlace directo a un formulario donde puedan registrar fácilmente sus impresiones, lo que fomentará la participación y compromiso por parte de los ciudadanos. Dado que se trata de una plataforma que es propiedad del estado peruano, se deben gestionar los permisos ante el superior jerárquico, en este caso el Gobierno Regional de Lambayeque.

Implementar un sistema de suscriptores que permita a los usuarios más frecuentes recibir en su correo electrónico información relevante y actualizada sobre los servicios que más utilizan, así como novedades y mejoras en la plataforma, garantizando que puedan darse de baja en cualquier momento. Además, se podrían ofrecer opciones de personalización en las notificaciones, permitiendo a los usuarios elegir qué tipo de información desean recibir, como actualizaciones de trámites, cambio en normativas o nuevas funcionalidades del sitio. De la misma manera, se debe solicitar la aprobación ante el Gobierno Regional de Lambayeque.

Comunicar a la población acerca de los servicios virtuales que ofrece la institución, los cuales son tan eficaces como los trámites presenciales. Para lograrlo, se pueden implementar diversas estrategias de comunicación como, por ejemplo, el uso de redes sociales como Facebook, la difusión a través de medios de comunicación locales, como la radio, y la

distribución de afiches informativos en instituciones educativas de todo el departamento de Lambayeque, garantizando así que todos los ciudadanos tengan acceso a esta valiosa información. Dicha tarea estaría a cargo del responsable de la Oficina de Imagen Institucional.

Referencias

- Aji, K., Purnomo, A., Nurkumalawati, I., Wiraputra, A., Bawono, S. & Wilonotomo, S. (2024). Investigación sobre el papel de la calidad de los servicios electrónicos y de la información en la satisfacción de los usuarios del gobierno electrónico en el departamento de inmigración. *Revista internacional de ciencia de datos y redes*, 8(4), 2499-2508. https://www.growingscience.com/ijds/Vol8/ijdns_2024_90.pdf
- Amin, A., Muzareba, A., Chowdhury, I. & Khondkar, M. (2024). Comprender la satisfacción electrónica, la intención de continuidad y la lealtad electrónica hacia las aplicaciones de pago móvil durante la COVID-19: una investigación que utiliza el modelo de continuidad de la tecnología electrónica. *Revista de marketing de servicios financieros*, 29, 318-340. <https://doi.org/10.1057/s41264-022-00197-2>
- Anwer, M., Esichaikul, V., Rehman, M. & Anjum, M. (2016). Evaluación de los servicios de gobierno electrónico desde la perspectiva de la satisfacción ciudadana: un caso de Afganistán, *Transforming Government: People, Process and Policy*, 10 (1), 1-29. <http://dx.doi.org/10.1108/TG-03-2015-0017>
- Bustamante, J. (2015). Uso de variables mediadoras y moderadoras en la explicación de la lealtad del consumidor en ambientes de servicios. *Estudios Gerenciales*, 31(136), 299-309. <https://www.redalyc.org/pdf/212/21241145007.pdf>
- Centro Nacional de Planeamiento Estratégico. (2023). Guía de Políticas Nacionales. <https://www.gob.pe/institucion/ceplan/informes-publicaciones/4172566-guia-de-politicas-nacionales-actualizada>
- Chan, F., Tanga, J., Brown, S. & Venkatesh, V. (2021). Diseño de servicios y satisfacción ciudadana con los servicios de gobierno electrónico: una perspectiva multidimensional. *Revisión de la administración pública*, 81(5), 874–894. DOI: 10.1111/puar.13308
- Chan, F., YL, T., Browndo, S. & Venkatesh, V. (2024). Características de diseño y experiencia de servicio con servicios de gobierno electrónico: una perspectiva de valor público.

Revista internacional de gestión de la información, 80.
<https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2024.102834>.

Decreto Legislativo N° 1412. Ley de Gobierno Digital. 12 de setiembre de 2018.
<https://www.gob.pe/institucion/pcm/normas-legales/289706-1412>

Dhaigude, A., Tapar, V., Jawed, M. & Kamath, G. (2023). ¿Es suficiente el valor percibido para generar lealtad hacia los monederos electrónicos? Explorando el rol de la confianza y la satisfacción. *Gestión y negocios coherentes*, 10(3).
<https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2281050>

Evelina, T., Kusumawati, A., Nimran, U., & Sunarti. (2020). La influencia del valor utilitario, el valor hedónico, el valor social y el riesgo percibido en la satisfacción del cliente: Encuesta a clientes de comercio electrónico en indonesia. *Negocios: teoría y práctica*, 21(2), 613-622. <https://doi.org/10.3846/btp.2020.12143>

Henao, L. (2020). Calidad de servicio y valor percibido como antecedentes de la satisfacción de los clientes de las empresas de telecomunicaciones en Colombia. *Contaduría y administración*, 65(3), 00-10. <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2020.2318>

Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, M. (2014). Metodología de la Investigación. Interamericana Editores. Sexta edición. <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>

Kala, D., Shanker, D., Kumar & R. Samed, A. (2024). Impacto de la satisfacción del usuario con los servicios del gobierno electrónico en la intención de uso continuo y la confianza de los ciudadanos utilizando el marco TAM-ISSM. *Revista Interdisciplinaria de Información, Conocimiento y Gestión*, 19(1). <https://doi.org/10.28945/5248>

Kanaan, A., AL-Hawamleh, A., Abulfaraj, A., Al-kaseasbeh, H. & Alorfi, A. (2023). El efecto de los factores de calidad, seguridad y privacidad sobre la confianza y la intención de utilizar los servicios de gobierno electrónico. *Revista internacional de ciencia de datos y redes*, 7, 185-198. doi: 10.5267/j.ijdns.2022.11.004

- Keco, R., Tomorri, I. & Tomorri, K. (2023). Evaluación de Calidad de Servicios de Gobierno Electrónico - El Caso de Albania. *Revisión de Transilvania de Ciencias Administrativas*, 68, 20-33. DOI: 10.24193/tras.68E.2
- Kumar, R., Kumar, R., Sachan, A. & Gupta, P. (2021). Un análisis de la cadena de valor de los servicios de gobierno electrónico. *Tecnologías de la información y personas*, 34(3), 889-911. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/ITP-09-2018-0438/full/html>
- Li, Y. & Shang, H. (2020). Calidad del servicio, valor percibido e intención de uso continuo de los ciudadanos con respecto al gobierno electrónico: evidencia empírica de China. *Información y Gestión*, 57(3). <https://doi.org/10.1016/j.im.2019.103197>
- Mao, Z., Zou, Q., Bu, T., Dong, Y., & Yan, R. (2023). Comprender el papel de la calidad del servicio de las APP gubernamentales en la intención de continuidad: una perspectiva de expectativa confirmación. *Sage Abierto*, 13(4). <https://doi.org/10.1177/21582440231201218>
- Ministerio de Salud. (2021). Documento Técnico: Manual de Implementación del Modelo de Cuidado Integral de Salud por Curso de Vida para la Persona, Familia y Comunidad (MCI). <https://www.gob.pe/institucion/minsa/normas-legales/1682527-220-2021-minsa>
- Monfared, A., Barootkoob, M., Sabokro, M., Keshavarz, M. & Malmiri, M. (2023). Las circunstancias de adherencia en línea en el comercio minorista electrónico: calidad del sitio web, riesgo percibido y valor percibido, 18(1), 51–76. [f109412611187325.pdf](https://www.inderscience.com/109412611187325.pdf) ([inderscience.com](https://www.inderscience.com))
- Mwiya, B., Katai, M., Bwalya, J., Kayekesi, M., Kaonga, S., Kasanda, E., Munyonzwe, C., Kaulungombe, B., Sakala, E., Muyenga, A. & Mwenya, D. (2022). Análisis de los efectos de la calidad del servicio electrónico en la satisfacción del cliente de la banca en línea: datos de Zambia. *Gestión y negocios coherentes*, 9(1). DOI:10.1080/23311975.2022.2143017
- Nadhira, R., Putri, S. & Shakilla, T. (2024). Mejorar la satisfacción y la lealtad de los ciudadanos en el gobierno electrónico: lecciones aprendidas del sitio web de Yakarta sobre la

- COVID-19. Servicios de información y uso, 44, 121–138. DOI 10.3233/ISU-240229
Prensa IOS
- Noor, M. (2022). El efecto de la calidad del servicio electrónico en la satisfacción y lealtad del usuario al acceder a la información del gobierno electrónico. *Revista internacional de ciencia de datos y redes*, 6, 945-952. doi: 10.5267/j.ijdns.2022.2.002
- Okour, M. K., Chong, C. W., Okour, S. A. y Abdelfattah, F. (2023). El papel mediador del valor percibido en la calidad del servicio electrónico y la satisfacción del cliente: evidencia de Malasia. *Marketing innovador*, 19(4), 26–39. DOI: [http://dx.doi.org/10.21511/im.19\(4\).2023.03](http://dx.doi.org/10.21511/im.19(4).2023.03)
- Organización de las Naciones Unidas. (2022). *E-Government Survey 2022*. <https://desapublications.un.org/sites/default/files/publications/2022-09/Web%20version%20E-Government%202022.pdf>
- Organización de los Estados Americanos. (2023). Guía de Mecanismos para la Promoción de la Transparencia y la Integridad en las Américas. https://www.oas.org/es/sap/dgpe/guia_egov.asp#:~:text=El%20concepto%20%20C2%A%20D%20E2%80%98gobierno%20electr%C3%B3nico%20E2%80%99%20se%20puede%20definir%20como,transparencia%20del%20sector%20p%C3%BAblico%20y%20la%20participaci%C3%B3n%20ciudadana.%E2%80%9D
- Papadomichelaki, K. & Mentzas, G. (2012). E-GovQual: una escala de múltiples ítems para evaluar la calidad del servicio de gobierno electrónico. *Información gubernamental trimestral*, 29, 98-109. doi:10.1016/j.giq.2011.08.011
- Pham, L., Limbu, Y., Thi Thu Le, M. & Lan, N. (2023). Calidad, valor percibido, satisfacción y lealtad del servicio de gobierno electrónico: evidencia de un país emergente. *Revista de Políticas Públicas*, 43, 812-833. DOI:10.1017/S0143814X23000296
- Prasetyo, A., Irak, N., Sensuse, D., Sofíaca, L., Wibowo, P., & Yulfitri, A. (2023). Evaluación del impacto de la calidad del servicio electrónico en la satisfacción del cliente: aplicación de servicio integrado de una sola puerta en la Agencia Meteorológica de Indonesia. *Revista internacional de informática avanzada y aplicaciones*, 14(1) 145-152.

- Presidencia del Consejo de Ministros. (2022). Política Nacional de Modernización de la Gestión Pública al 2030. <https://www.gob.pe/institucion/pcm/normas-legales/3361746-103-2022-pcm>
- Qatawneh, N., Alkhasawneh, R., Althonayan, A. & Altarawneh, A. (2023). Examen de la influencia de la calidad del sitio web en la lealtad electrónica de los ciudadanos en el turismo interno en Jordania: el papel de la confianza electrónica y la satisfacción electrónica. *Comportamiento humano y tecnologías emergentes*, 2023. <https://doi.org/10.1155/2023/2614673>
- Shankar, A. & Jebarajakirthy, C. (2019). La influencia de la calidad del servicio de banca electrónica en la lealtad del cliente: un enfoque de mediación moderada. *Revista Internacional de Marketing Bancario*, 37(5)1119-1142. <https://doi.org/10.1108/IJBM-03-2018-0063>
- Sheng, T. & Liu, C. (2010). Un estudio empírico sobre el efecto de la calidad del servicio sobre la satisfacción y lealtad del cliente en línea. *Nankai Business Review International*, 1(3), 273-283. <https://doi.org/10.1108/20408741011069205>
- Wolfenbarger, M. & Gilly, M. (2003). ETailQ: dimensionar, medir y predecir. *Journal of Retailing*, 79(3), 183-198. doi:10.1016/S0022-4359(03)00034-4
- Yang, Q., Wang, Z., Feng, K. & Tang, Q. (2024). Investigación del papel crucial de la calidad del servicio logístico en la satisfacción del cliente en el comercio electrónico de productos frescos: un método de validación mutua basado en SERVQUAL y la teoría del encuentro de servicio. *Revista de comercio minorista y servicios al consumidor*, 81. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2024.103940>
- Yum, K. & Kim, J. (2024). La influencia del valor percibido, la satisfacción del cliente y la confianza en la lealtad en las plataformas de entretenimiento. *Ciencias Aplicadas*, 14(13). <https://doi.org/10.3390/app14135763>
- Zeithaml, V., Parasuraman, A. & Malhotra, A. (2002). Entrega de calidad de servicio a través de sitios web: una revisión crítica del conocimiento existente. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 30(4), 362-375. DOI: 10.1177/009207002236911

Anexos



GOBIERNO REGIONAL LAMBAYEQUE
GERENCIA REGIONAL DE EDUCACION
GERENCIA REGIONAL - GRED



Firmado digitalmente por SUAREZ BECERRA DANIEL FIR 16474111 hard
Unidad: GERENCIA REGIONAL - GRED
Cargo: GERENTE REGIONAL DE EDUCACION
Fecha y hora de proceso: 21/11/2023 - 13:07:19

Id seguridad: 7957046

Chiclayo 21 noviembre 2023

OFICIO N° 003053-2023-GR.LAMB/GRED [4838004 - 1]

Mgr.

Javier Gonzalo Córdova Cuba

Director (e) Escuela de Administración de Empresas

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO

ASUNTO: BRINDAR FACILIDADES A ESTUDIANTE PARA LA REALIZACIÓN DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

REFERENCIA: Expediente con Registro N° 4838004-0

Tengo el agrado de dirigirme a usted, para saludarlo cordialmente y en atención al documento de la referencia, donde nos presenta la señorita: **YTURRIA MEDINA, BLANCA EDITH**, identificada con código universitario 192TD92280 y DNI 47233073, estudiante del VIII ciclo académico de la Escuela de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Empresariales; a quien se le brindará las facilidades con la información necesaria para desarrollar su trabajo de investigación que lleva como título: **"SERVICIOS DE GOBIERNO ELECTRÓNICO Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO SEGÚN GRUPO ETARIO EN UNA ENTIDAD PÚBLICA"**.

Es propicia la oportunidad para expresarle mi consideración y estima personal.

Atentamente,

Firmado digitalmente
DANIEL SUAREZ BECERRA
GERENTE REGIONAL DE EDUCACION
Fecha y hora de proceso: 21/11/2023 - 13:07:19

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado por Gobierno Regional Lambayeque, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 de D.S. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 026-2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web: <https://sisgedo3.regionlambayeque.gob.pe/verifica/>

VoBo electrónico de:
- OFICINA DE ADMINISTRACION
JUAN MANUEL YAIPEN GARCIA
JEFE DE LA OFICINA DE ADMINISTRACION - GRED
2023-11-21 12:49:39-05

Instrumento de medición



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Escuela de Administración de empresas

OBJETIVO: El presente cuestionario tiene por objetivo recabar información acerca de la percepción de los ciudadanos sobre la calidad de servicio de gobierno electrónico de la entidad estatal objeto de estudio, ubicada en el distrito de Chiclayo.

INSTRUCCIONES: Estimado usuario, el llenado del siguiente cuestionario será de manera anónima y únicamente con fines académicos. Lea atentamente los enunciados y marque la opción que corresponda.

Datos sociodemográficos:

Sexo:

- a) Femenino
- b) Masculino

Rango de edad:

- a) De 30 a 59 años, 11 meses y 29 días.
- b) De 60 años a más.

Grado académico:

- a) Secundaria completa
- b) Técnico
- c) Bachiller
- d) Magister
- e) Doctor

En el presente año, ¿ha utilizado la página web del organismo gubernamental?

- a) Sí
- b) No

1	2	3	4	5
Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

Ítems	1	2	3	4	5
Calidad de servicio de gobierno electrónico					
Facilidad de interacción:					
1. Es fácil interactuar con el sitio web.					
2. Es fácil de utilizar el sitio web.					
3. Es flexible interactuar con el sitio web.					
4. La navegación por el sitio web es sencilla.					
5. Es claro y fácil de entender para interactuar con el sitio web.					
6. Puedo realizar fácilmente las tareas solicitadas por el sitio web.					
7. El sitio web me ayuda a finalizar la transacción rápidamente.					
8. Puedo descargar fácilmente documentos desde el sitio web.					
9. El sitio web tiene una estructura clara.					
Cumplimiento:					
10. Todos los servicios están disponibles en el sitio web.					
11. La información del sitio web se actualiza con frecuencia.					
12. Todos los documentos requeridos están disponibles en el sitio web.					
13. El sitio web proporciona los servicios descritos.					
14. Puedo terminar mi tarea en el sitio web en el momento adecuado.					
15. El sitio web brinda servicios rápidamente.					
16. El sitio web proporciona los documentos que solicito.					
17. El sitio web es relevante para mi solicitud.					
18. El sitio web es relevante para cómo quiero recolectar información.					
19. El sitio web ofrece más servicios que cuando entro a la oficina gubernamental.					
Seguridad y privacidad:					
20. El sitio web es seguro en términos de información financiera.					
21. El sitio web tiene una política de privacidad estandarizada.					
22. El sitio web protege la información de mi tarjeta de crédito.					
23. La política de privacidad del sitio web está claramente establecida.					
24. El sitio web protege la información que proporciono.					
25. El sitio web no comparte mi información con otras agencias.					
Atención ciudadana:					
26. La web reconoce que la he utilizado anteriormente.					
27. El sitio web responde rápidamente cuando tengo un problema.					
28. La atención ciudadana en línea del sitio web está siempre disponible.					
29. La atención ciudadana en línea del sitio web es muy rápida.					
Confiabilidad:					
30. Por lo general, el sitio web es confiable al proporcionar servicios.					
31. Las transacciones realizadas en el sitio web son seguras.					

32.El sitio web rinde respecto a tiempo de carga y ejecución.					
33.El gobierno es responsable de cualquier violación de la privación de privacidad de las transacciones en el sitio web.					
34.Las políticas tecnológicas y legales del sitio web me protegen de problemas que puedan ocurrir en Internet.					
Valor percibido					
35.Usar la web es más económico que ir a la oficina gubernamental.					
36.El sitio web ofrece más servicios gratuitos que ir a la oficina gubernamental.					
37.El sitio web me ofrece servicios con una buena relación calidad-precio en comparación con la tarifa que tengo que pagar cuando voy a la oficina gubernamental.					
Satisfacción ciudadana					
38.El sitio web cumple con mis expectativas de servicios.					
39.Estoy satisfecho con mis experiencias en el sitio web.					
40.Estoy satisfecho con mis transacciones.					
41.Estoy satisfecho con los servicios prestados en el sitio web.					
42.Estoy satisfecho con el sistema de transacciones en línea en el sitio web.					
Lealtad					
43.Comparto las características positivas de usar el sitio web con otros.					
44.Presentaré el sitio web a otras personas que necesiten mi consejo sobre los servicios gubernamentales en línea.					
45.Animaré a mis amigos y familiares a utilizar el sitio web para sus transacciones.					
46.Escribiré mensajes positivos sobre el sitio web en foros en línea.					
47.Tengo la intención de seguir utilizando el sitio web en el futuro.					
48.Tengo la intención de interactuar más con el sitio web en el futuro.					

Tabla 13

Operacionalización de las variables calidad de servicio de e-gobierno, valor percibido, satisfacción ciudadana y lealtad.

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES
Lealtad	Qatawneh (2023), define la lealtad como la conducta positiva del cliente hacia una empresa virtual, lo que se traduce en compras repetidas.	Lealtad	Comentarios positivos Recomendación Intención de uso
Satisfacción ciudadana	Chan et al. (2021) define la satisfacción ciudadana como el afecto de los usuarios hacia el uso de un servicio de gobierno electrónico, asimismo, representa el estado psicológico o afectivo de un individuo hacia el resultado de una evaluación cognitiva respecto de las experiencias con el servicio.	Satisfacción ciudadana	Expectativa Experiencia Transacciones Servicios prestados Sitio web
Valor percibido	Heno (2021), sostiene que el valor percibido es una apreciación que el usuario hace respecto a los sacrificios y bondades en los que incide cuando utiliza un servicio, por lo tanto, se encuentran con dimensiones cognitivas y afectivas.	Valor percibido	Costos bajos Gratuidad en las transacciones
Calidad de servicio de E-Gobierno	Li y Shang (2020) indican que la calidad del servicio de gobierno electrónico se refiere a la efectividad con la que los servicios públicos virtuales, proporcionados por los sitios web gubernamentales, satisfacen las necesidades del usuario, asimismo, se mide por la facilidad con la que estos sitios permiten acceder a información, realizar transacciones de manera eficiente y efectiva, y fomentar la unión entre el gobierno y los ciudadanos.	Facilidad de interacción	Simplicidad Facilidad de uso Sencillez
		Cumplimiento	Disponibilidad de los servicios Rapidez Eficacia Eficiencia
		Seguridad y privacidad	Protección Confidencialidad
		Atención al cliente/ciudadano	Reconocimiento de uso Asistencia al ciudadano Resolución de problemas
		Confiabilidad	Confianza Responsabilidad Rendimiento Seguridad

Tabla 14

Matriz de consistencia sobre el estudio de calidad de servicio de e-gobierno, valor percibido, satisfacción ciudadana y lealtad.

Pregunta de investigación	Objetivo general	Hipótesis de investigación	Variables	Ítems
¿Cómo la calidad de servicio de gobierno electrónico influye en el valor percibido, y cómo el valor percibido influye en la satisfacción ciudadana y la lealtad de los usuarios de una institución pública del distrito de Chiclayo en 2024?	Determinar la influencia de la calidad de servicio de gobierno electrónico en el valor percibido, así como la influencia del valor percibido en la satisfacción ciudadana y la lealtad de los usuarios de una institución pública del distrito de Chiclayo, 2024.	La calidad de servicio de e-gobierno influye positivamente en el valor percibido, así como el valor percibido influye positivamente en la satisfacción ciudadana y la lealtad de los usuarios de una institución pública del distrito de Chiclayo en 2024.	Lealtad	43 - 48
			Satisfacción ciudadana	38 - 42
			Valor percibido	35 - 37
	Objetivos específicos		Calidad de Servicio de E-Gobierno	Dimensiones: - Facilidad de interacción - Cumplimiento - Seguridad y privacidad - Atención al cliente/ciudadano - Confiabilidad
	<ul style="list-style-type: none"> - Identificar la influencia de la facilidad de interacción en el valor percibido de los usuarios de una institución pública del distrito de Chiclayo, 2024. - Determinar la influencia del cumplimiento en el valor percibido de los usuarios de una institución pública del distrito de Chiclayo, 2024. - Estimar la influencia de la seguridad y privacidad en el valor percibido de los usuarios de una institución pública del distrito de Chiclayo, 2024. - Identificar la influencia de la atención ciudadana en el valor percibido de los usuarios de una institución pública del distrito de Chiclayo, 2024. - Examinar la influencia de la confiabilidad en el valor percibido de los usuarios de una institución pública del distrito de Chiclayo, 2024. - Determinar la influencia del valor percibido en la satisfacción de los usuarios de una institución pública del distrito de Chiclayo, 2024. - Determinar la influencia del valor percibido en la lealtad de los usuarios de una institución pública del distrito de Chiclayo, 2024. - Identificar la influencia la satisfacción en la lealtad de los usuarios de una institución pública del distrito de Chiclayo, 2024. 			
Población y muestra	Instrumentos de recolección de datos	Procedimiento	Técnicas estadísticas	Procesamiento
Población: Usuarios del organismo público. Muestra: 211 usuarios de 30 años a más que utilizan los servicios de <i>e-government</i> .	Pham et al. (2023): Cuestionario que consta de 48 preguntas divididas por bloques según las variables. Estructurado y diseñado en una escala de Likert del 1 al 5: Nunca, casi nunca, a veces, casi siempre y siempre.	Sede administrativa e instituciones educativas de nivel superior.	Confiabilidad del instrumento: Se utilizó el coeficiente alfa de Cronbach. Modelado de Ecuaciones Estructurales.	Uso de software: - Microsoft Excel. - Smart PLS.



INFORME DE OPINION DE EXPERTOS INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

Nombre y apellido del profesional experto: Luz Geiselda Castañeda Salazar
 Cargo o institucion donde labora: Cerencia Regional de Educacion de Lambayeque
 Investigador (a): Blanca Edith Yurria Medina

II. ASPECTO DE VALIDACION

CRITERIO	INDICADOR	DEFICIENTE					REGULAR			BUENO				EXELENTE				
		5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
CLARIDAD	Los item estan redactados de manera clara.																X	
VOCABULARIO	El lenguaje es apropiado para el encuestado.																X	
OBJETIVIDAD	Esta expresado en indicadores precisos y claros.																X	
ORGANIZACION	Los item tiene una secuencia logica.																	X
INTENCIONALIDAD	Evalúa el nivel de conocimiento de los encuestados en relacion de las variables.																	X
COHERENCIA	Existe coherencia entre avariable e indicador.																	X
METODOLOGIA	El instrumento responde al proposito de la investigación.																	X

III. SUGERENCIAS: (realizar todas las observaciones, criticas o recomendaciones que considere oportuna para mejorar el cuestionario)

IV.

V. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Cuestionario adecuado para los objetivos de la investigación.

VI. PROMEDIO DE VALIDACIÓN: 19.6



INFORME DE OPINION DE EXPERTOS INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

Nombre y apellido del profesional experto: Walter Garcia Neco

Cargo o institucion donde labora: Administrador Ugel Lambayeque

Investigador (a): Blanca Yturria Medina

II. ASPECTO DE VALIDACION

CRITERIO	INDICADOR	DEFICIENTE					REGULAR			BUENO				EXELENTE				
		5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
CLARIDAD	Los item estan redactados de manera clara.															X		
VOCABULARIO	El lenguaje es apropiado para el encuestado.																	X
OBJETIVIDAD	Esta expresado en indicadores precisos y claros.																X	
ORGANIZACION	Los item tiene una secuencia logica.																	X
INTENCIONALIDAD	Evalúa el nivel de conocimiento de los encuestados en relacion de las variables.																	X
COHERENCIA	Existe coherencia entre avariable e indicador.																	X
METODOLOGIA	El instrumento responde al proposito de la investigación.																	X

III. SUGERENCIAS: (realizar todas las observaciones, criticas o recomendaciones que considere oportuna para mejorar el cuestionario)

IV.

V. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: El presente cuestionario brinda el grado de seguridad para obtener los objetivos propuestos.

VI. PROMEDIO DE VALIDACIÓN: 19.6



INFORME DE OPINION DE EXPERTOS INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

Nombre y apellido del profesional experto: Yessenia Collazos Partocarrero

Cargo o institucion donde labora: Gobierno Regional Amazonas

Investigador (a): Blanca Edith y Torria Medina

II. ASPECTO DE VALIDACION

CRITERIO	INDICADOR	DEFICIENTE					REGULAR			BUENO				EXELENTE				
		5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
CLARIDAD	Los item estan redactados de manera clara.																X	
VOCABULARIO	El lenguaje es apropiado para el encuestado.																X	
OBJETIVIDAD	Esta expresado en indicadores precisos y claros.																X	
ORGANIZACION	Los item tiene una secuencia logica.																	X
INTENCIONALIDAD	Evalúa el nivel de conocimiento de los encuestados en relacion de las variables.																	X
COHERENCIA	Existe coherencia entre avariable e indicador.																X	
METODOLOGIA	El instrumento responde al proposito de la investigación.																	X

III. SUGERENCIAS: (realizar todas las observaciones, criticas o recomendaciones que considere oportuna para mejorar el cuestionario)

IV. Se Sugiere, que se realice en su totalidad el o la aplicación del Instrumento.

V. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: El instrumento es Validado y puede Ser aplicado

VI. PROMEDIO DE VALIDACIÓN: 18