



FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de **ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

“LA EXPERIENCIA DEL USUARIO Y LA
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL SECTOR
BANCA DIGITAL, DEL DISTRITO DE PUEBLO LIBRE
2022”

Tesis para optar al título profesional de:

Licenciada en Administración y Negocios Internacionales

Autor:

Elvira Yulisa Guillen Pizan

Asesor:

Mg. Roberto Pablo Barraza Lino

<https://orcid.org/0000-0001-9424-102>

Lima - Perú

2023

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	Fiorela Del Rosario Moran Romero	40253199
	Nombre y Apellidos	N° DNI

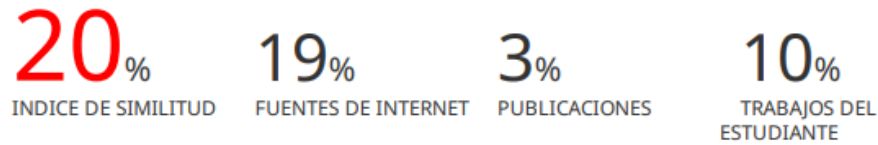
Jurado 2	Victor Hugo Haro Hidalgo	09862514
	Nombre y Apellidos	N° DNI

Jurado 3	Roberto Pablo Barraza Lino	40622423
	Nombre y Apellidos	N° DNI

INFORME DE SIMILITUD

tesis final 1

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.upn.edu.pe Fuente de Internet	4%
2	hdl.handle.net Fuente de Internet	3%
3	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	2%
4	Submitted to Universidad Privada del Norte Trabajo del estudiante	2%
5	repositorio.uma.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	1library.co Fuente de Internet	1%
7	repositorio.utelesup.edu.pe Fuente de Internet	1%
8	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1%
9	Submitted to Universidad San Ignacio de Loyola	<1%

DEDICATORIA

El resultado de este trabajo va dedicado a mi madre que con su constante esfuerzo me guio por el camino correcto, confió en mí y es el pilar fundamental para mi crecimiento profesional. A ella toda mi lealtad, amor y agradecimiento.

AGRADECIMIENTO

Expreso mi gratitud y agradecimiento a Dios por brindarme salud y fortaleza, para llegar a este momento tan importante de mi vida profesional.

A mi familia que me ha guiado y acompañado en mi camino con el constante aliento, siendo el motor que me impulsó para conseguir mis sueños.

A mis docentes y a mi casa de estudios, por transmitirme los conocimientos necesarios en mi camino universitario.

Tabla de contenidos

JURADO EVALUADOR.....	2
INFORME DE SIMILITUD.....	3
DEDICATORIA.....	4
AGRADECIMIENTO.....	5
ÍNDICE DE TABLAS.....	8
RESUMEN.....	9
CAPÍTULO I. Introducción.....	10
1.1 Realidad Problemática.....	10
1.2 Formulación del problema.....	20
1.3 Objetivos.....	20
1.3.1 Objetivo General.....	20
1.3.2 Objetivos Específicos.....	20
1.4 Hipótesis.....	20
1.4.1 Hipótesis General.....	20
1.4.2 Hipótesis Específicas.....	21
1.5 Justificación.....	21
CAPÍTULO II. Metodología.....	22
2.1 Tipo de Investigación.....	22

2.2 Población y Muestra	23
2.3 Técnicas e Instrumentos de recolección y análisis de datos	24
2.4 Procedimiento de recolección de datos	24
2.5 Aspectos éticos.....	24
CAPÍTULO III. Resultados	25
3.1 Presentación de resultados	25
3.2 Análisis de la prueba piloto.....	25
3.3 Análisis correlacional de los resultados	28
3.4 Análisis correlacional entre variables	30
CAPÍTULO IV. Discusión y Conclusiones	36
REFERENCIAS.....	43
ANEXOS 1.....	49
ANEXOS 2.....	50
ANEXO 3	51
ANEXO 4.....	53
ANEXO 5	55

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Criterios que considerar durante la investigación.....	25
Tabla 2: Resumen del procesamiento de los casos	26
Tabla 3: Intervalos de Validez	27
Tabla 4: Estadístico de fiabilidad.....	27
Tabla 5: Grado de relación según coeficiente de correlación.....	28
Tabla 6: Correlaciones	29
Tabla 7: Correlación entre Contenido de la banca digital y Satisfacción al cliente	30
Tabla 8: Correlación entre Seguridad de la información y Satisfacción al cliente.....	32
Tabla 9: Correlación entre Calificación del Servicio y Satisfacción al cliente	34
Tabla 10: Matriz de Consistencia	49
Tabla 11: Operacionalización de variables.....	50

RESUMEN

A lo largo de los años se ha venido buscando la bancarización de la población para que obtengan mejores beneficios y sobre todo seguridad. En la actualidad se viene desarrollando tecnologías innovadoras que buscan generar valor con sus consumidores, ahorrándoles tiempo y dinero. Esta investigación tiene como objetivo principal determinar relación entre la experiencia del usuario y la satisfacción del cliente en el sector banca digital, del distrito de Pueblo Libre 2022, para relacionar las variables de experiencia del usuario y satisfacción del cliente. Se formuló la hipótesis científica: Existe relación coherente entre la experiencia del usuario y la satisfacción del cliente en el sector banca digital, del distrito de Pueblo Libre 2022. El estudio desarrollado es de investigación básica que está orientado a la observación y el razonamiento para la recolección de datos. El diseño utilizado es no experimental de tipo transversal y nivel correlacional. Por otro lado, la metodología utilizada para el desenvolvimiento de la investigación será cuantitativa. Aplicando la técnica de la encuesta y como instrumentos se utilizará el cuestionario. Se concluye según los resultados obtenidos, que la banca digital está siendo cada vez más innovadora en cuanto a herramientas de fácil acceso y ahorro de tiempo.

PALABRAS CLAVES: Banca digital, experiencia del usuario, sector financiero.

CAPÍTULO I. Introducción

1.1 Realidad Problemática

Actualmente, el servicio bancario que se proporciona a los clientes se encuentra en un mercado altamente competitivo en donde las empresas buscan cumplir las expectativas de sus consumidores, brindándoles productos de calidad con un servicio mejorado, esto con la finalidad de fidelizarlos y adaptarlos al nuevo cambio. En el Perú, uno de los principales objetivos es aumentar los índices de adaptación al sistema bancario. En los últimos años, se viene proyectando un alza en la bancarización de la sociedad peruana, esto debido al incremento de canales digitales como la banca móvil, que ha permitido accesos de fácil uso con sus plataformas amigables, seguro con la confidencialidad de la información y eficiente en cuanto a sus servicios de productos bancarios, permitiendo así, el ahorro de tiempo sin el hecho de acudir a una agencia física. Además, la correspondencia de la banca digital y el aumento de los indicadores de bancarización se verifican a nivel mundial. En diversos países se está mejorando el sistema operativo de la banca digital en base a la posición del usuario y su experiencia satisfactoria en los servicios que se brindan a través de los medios digitales (Mendoza y Sanchez, 2020).

La banca digital es un modelo nuevo e innovador que se viene desarrollando con el pasar del tiempo. El mejoramiento del internet y dominio en la sociedad contrajo nuevas tendencias de comportamiento en la población. Diferentes actividades que antiguamente se realizaban de manera presencial, en la actualidad se vienen implementando a través de medios virtuales. El aumento de nuevas tecnologías trajo consigo la introducción a la banca digital, mejorando la capacidad de evolución de procesos bancarios, este servicio diferenciado, posibilita realizar transacciones bancarias efectivas (Vallejo et al., 2021).

Los cambios que se viven mediante la coyuntura del país buscan que los clientes puedan adaptarse a las estrategias digitales que brindan las empresas, la experiencia del usuario busca facilitar la vida a los consumidores, frente a la interacción de la empresa con sus clientes basándose en percepciones y emociones. Existen tres puntos claves que ayudan generar una experiencia positiva a los usuarios, como conocer el público a quien se quiere dirigir, tener una interfaz interactiva y amigable en cuanto a su uso y un aplicativo que brinde seguridad (GESTIÓN, 2020).

Las plataformas virtuales permiten al usuario articular e integrarse en diversas estrategias y métodos de aprendizaje, esto con el fin de incrementar su uso monitoreando la interacción en estas plataformas para detectar deficiencias o dificultades en la implementación. Así mismo, se ayudará a la identificación de criterios que servirán para la medición de la satisfacción del consumidor.

Según Balmaceda et al., (2019), se debería tener como objetivo desarrollar aplicaciones de calidad transformando los sistemas de información para que sean útiles y de buen uso, aplicando métodos de diseños centrados en lo que el usuario necesita esto con el propósito de que las interfaces del sistema sean más accesibles, funcionales y efectivas al momento de realizar las operaciones que se requieran. Además, se conoce que los productos que cuentan con plataformas digitales constituyen una potente red de información a la hora de brindar servicios de información a la sociedad.

Para ahondar más en el tema investigado se desarrollarán antecedentes internacionales. En este punto se considera a Barroso et al., (2021) en su artículo, tiene como objetivo identificar y seleccionar buenas prácticas de evaluación de la experiencia del usuario. Nos dice que, los sistemas informativos, van más allá de solo dar herramientas fáciles de usar, sino que van acorde a diversos factores de estudio que ayudarán al análisis. Se comenta que, en los últimos años, las organizaciones cada vez se preocupan más por brindar una mejor experiencia en cuanto a las emociones, percepciones y sistema de información que brindan a los usuarios a la hora de la interacción con plataformas virtuales. El mercado cambiante a las que se exponen las empresas provoca que estas se vean en la obligación de buscar diferenciación de su competencia, esto no solo por los productos que brindan, sino de un sistema de productos y servicios con valores agregados para sus clientes.

Vallejo et al., (2021) en su artículo, tienen como finalidad sustentar el resultado en base a la experiencia del cliente bancario mostrando así su lealtad. Este artículo se realiza mediante la técnica de la encuesta, según los datos planteados por medio del análisis de un prospecto, obteniendo resultados que evidencian un aspecto positivo sobre la seguridad en la banca digital. Diversas instituciones optaron por el desarrollo de herramientas tecnológicas, con el objetivo de captar mayores usuarios y convertirlos en clientes, adaptándolos y fidelizándolos a la nueva forma de realizar sus operaciones. El progreso en el sector bancario y económico es reconocido hoy en día, ya que genera mayor importancia en cuanto al valor de compatibilidad de servicio dinámico y el enfoque que genera una mejor experiencia al cliente con su uso.

Culqui (2020) en su tesis, tiene como objetivo determinar la conducta del consumidor en el sector financiero. Se sustenta que entidades financieras realizan el trabajo de captar y fidelizar clientes para bancarizarlos y ofrecerles sus productos financieros. Por tal motivo estas entidades buscan conocer la relación que existe entre el comportamiento de los clientes frente al uso de la banca digital. La banca digital es un claro ejemplo de uso de la tecnología, tanto por la empresa que brinda el servicios como para los clientes que aprovechan sus ventajas. Del mismo modo, la tecnología se plantea como una herramienta necesaria en el pasar de los días de sus consumidores.

Avedaño (2018) en su artículo, tiene como objetivo investigar el crecimiento de la banca digital a través de los servicios financieros, que cada vez se van superando por el avance de la tecnología. El autor no dice que la evolución de las nuevas herramientas tecnológicas en el sector bancario pueden dividirse en cuatro etapas: La primera, cerca de los años sesenta, existía deficiencia en las capacitaciones que reciben los trabajadores de las entidades bancarias, por tal motivo existían restricciones en el uso del medio digital. A pesar de estas deficiencias se tenía como prioridad la mejora de productividad con reducción de costos operativos y generar mayor confianza brindando mayor seguridad. La segunda, en los setenta, se insertó el servicio de teleproceso, que tuvo como objetivo obtener servicios más eficaces en las gestiones realizadas por los clientes. La tercera, durante los ochenta, se añadió la plataforma digital, generando nuevos puntos de venta y servicios de información. La cuarta, por los años noventa, se introdujo más a fondo el sistema digital, con la finalidad de reducir y direccionar los puntos de venta a los sistemas digitales.

Por último, se tiene la quinta etapa, llamada omnicanalidad, asociada a la actualidad, esta se desarrolla mediante dispositivos inteligentes permitiendo realizar operaciones financieras a través de la plataforma digital. Esto tiene como finalidad ahorrar tiempo y estar conectado siempre desde cualquier punto de acceso.

León y Ovalle (2018) en su tesis, tiene como objetivo estructurar los parámetros de la banca digital según su costo y beneficio. Bajo el contexto que se quiere llegar mediante el desarrollo del objetivo de la investigación, el autor nos dice que las entidades bancarias necesitan considerar 3 puntos claves para el progreso de este sistema:

En primer lugar, la planificación estratégica, esto conlleva al punto de lo que se quiere realizar y cómo va ser efectuado, mediante análisis, objetivos y trabajos de campo para llegar a un resultado. En segundo lugar, se tiene a la dirección de la estratégica información, esto se da mediante el uso de la mercadotecnia que tiene como finalidad adaptarse a las necesidades requeridas por el cliente. Por último, las implementaciones de portales que hacen referencia al uso de métodos de diálogo.

Por consiguiente, se estudiaron los antecedentes locales. Según Mendoza y Sanchez (2020), en su tesis, se tiene como finalidad la investigación de experiencia del usuario que influyan en la complacencia del uso de la banca digital. En dicha investigación se encontró que la satisfacción del cliente es la medición de las expectativas que generan mayor valor, ya que diversas entidades bancarias han ido adentrándose a la innovación de sus servicios para alcanzar la diferenciación de sus competidores, esto con el desarrollo de la tecnología, clientes mejores asesorados en el conocimiento financiero, mejoramiento de costes por transacción, entre otros.

Saravia (2018) en su artículo, tiene como finalidad identificar factores que impliquen la práctica de la banca digital en Perú por parte de los usuarios. El estudio mostró modelos de ayuda explicando el uso que se debe dar a la banca digital. El modelo de la investigación se realizó mediante encuestas virtuales a personas mayores de edad en la ciudad de Lima, quienes evidenciaron altos indicadores de confiabilidad y fidelidad al uso de esta plataforma virtual. Además, el artículo sustenta que el uso de las plataformas digitales son una herramienta alternativa, que con el paso del tiempo irán renovándose, siendo así una aplicación electrónica moderna con ventajas de fácil acceso, ahorro de tiempo y que brinda seguridad a los usuarios al realizar sus transacciones. No obstante, a nivel nacional a pesar de que esta herramienta cuenta con grandes beneficios y es de gran utilidad, los principales canales de atención en el sector bancario siguen siendo los tradicionales como la atención en las oficinas presenciales, esto debido a la poca orientación que se les brinda a los usuarios para el uso de herramientas digitales. Un mejor entendimiento de las características de esta plataforma digital conlleva a mejores resultados de éxito a futuro, incitando a los usuarios del sector bancario un mayor uso de las herramientas digitales.

Palomino (2021), en su tesis, tiene como objetivo la perfección de la experiencia del usuario mediante una innovadora propuesta, complementando al análisis cualitativo y cuantitativo de evaluación de su informe empleando la analítica web, esta técnica mencionada ayuda a la recolección de información acerca de cómo los usuarios interactúan en las plataformas digitales. Esta investigación se realizó mediante entrevistas que permitieron el desarrollo del tema, para obtener resultados que ayudaron al desarrollo de la investigación. Se dice que la analítica web permite verificar y generar pruebas con usuarios permitiendo identificarlos correctamente.

Vargas A. (2021) en su artículo, tiene como finalidad determinar el grado que tiene la banca digital para relacionarse con el avance del sector financiero. La presente investigación busca aportar en generar mejor conocimiento en cuanto a la innovación de la tecnología que se da por los productos financieros buscando su inclusión en el sector bancario. A raíz del pasar de los años la evolución digital se ha venido evidenciando con la entrada de nuevos productos, como lo ya mencionado anteriormente, la banca digital, que es una mezcla de un sector financiero tradicional y el internet, unificados para brindar un servicio mejorado a través de lo digital. Esta plataforma digital tiene un rol importante en cuanto al crecimiento en la inclusión financiera y económica del país, permitiendo a más peruanos tener acceso a servicios innovadores. Sin embargo, así como estas plataformas son un gran sistema de innovación también existe un alto riesgo de fraude digital mediante el phishing. Por tal motivo, se recomienda ahondar más en el uso de la banca digital para no exponerse a algún tipo de fraude digital.

Gonzales (2017) en su tesis, tiene como propósito buscar relación entre el progreso de la banca digital y su adaptación en la población. La investigación se desarrolló por medio de una encuesta en la ciudad de Lima. En la muestra seleccionada se encontró que los clientes que desean utilizar la banca digital aún cuenta con el temor de cometer errores, esto debido a la deficiente información necesaria del servicio que se les brindada, por tal motivo aún prefieren usar la banca tradicional. En los últimos años, las entidades bancarias han venido diversificando sus canales de atención. Además, estas entidades hacen hincapié en el desarrollo constante de la seguridad, con el fin de proteger a sus clientes ante cualquier tipo de fraude virtual.

Según Yancapallo (2018) en su tesis, tiene como finalidad conocer el grado de usabilidad que tienen los aplicativos digitales, tales como la dificultad o la simplicidad. Para el progreso de este informe se utilizó un cuestionario que tuvo como muestra a 390 clientes millennials como conocimiento para su desarrollo. El autor sustenta que si no se tiene un claro conocimiento de la banca digital, esta podría convertirse en una amenaza. Por ello, recomienda que los clientes deben orientarse en cuanto a la actualización y evolución de esta herramienta digital. No obstante, en los últimos años, en el Perú, la población emplea cada vez más el uso de las plataformas digitales. Personas de edad joven son los que realizan más transacciones que los adultos mayores, ya que estos últimos prefieren seguir realizando operaciones presenciales porque se sienten más seguros.

Vargas et al. (2021), en su artículo, tiene como objetivo dar a conocer interfaces amigables al usuario realizando el design thinking esto con el fin de generar una mejor experiencia a sus clientes. Esta herramienta está pensada en la satisfacción del cliente, con el fin de acercarse de una manera más empática y amigable para conocer sus necesidades reales, esto ayudará a desarrollar herramientas necesarias que faciliten el uso de sistemas y plataformas esenciales.

La presente investigación se desarrollará mediante dos variables de estudio, que profundizará más en el tema planteado, se tiene como primera variable a la Experiencia de Usuario y como segunda variable a la Satisfacción del Cliente.

Según Cruz et al. (2010), con su artículo cualitativo, desarrolló su investigación mediante entrevistas a expertos en la banca digital, para el desenvolvimiento del modelo planteado. En alusión a la primera variable sobre la Experiencia del Usuario se busca hacer referencia a la investigación del siguiente autor quien nos dice que se busca un constructo de motivación que brinde a los usuarios experiencias placenteras a la hora del uso de la banca digital. En consecuencia, se busca dar al cliente productos de alta calidad, por medio de aplicativos con buenos atributos que faciliten la experiencia de flujo.

Además el autor propone una investigación de modelo teórico para el análisis de la investigación, este se desarrolló mediante ocho dimensiones que ayudarán a la explicación de la variable.

La primera dimensión corresponde a la “Calificación”, está relacionada al cumplimiento de las perspectiva de los clientes, para el conocimiento de su aprobación en la banca digital.

La segunda dimensión corresponde a la “Flow”, dando a reflejar el uso de ahorro de tiempo como beneficio de la banca digital.

La tercera dimensión corresponde a la “Disfrute”, en este punto se busca generar una acción positiva emocionalmente en los cliente, es decir, que no solo vean a la banca digital como algo usual sino también que disfruten de los beneficios que brindan.

La cuarta dimensión corresponde a la “Motivación intrínseca”, se busca conocer la percepción de los clientes en cuanto al uso de esta herramienta, motivando al cliente a usar la banca digital por su propio gusto.

La quinta dimensión corresponde a la “Conveniencia”, en este punto se da a conocer la familiaridad que tienen con la banca digital con el pasar del tiempo.

La sexta dimensión corresponde a la “Seguridad”, se conoce la percepción en cuanto a la confianza que tienen los clientes en las entidades bancarias para la protección de información.

La séptima dimensión corresponde a la “Información y contenido”, conocimiento de la información que generan las entidades bancarias al dar a conocer esta plataforma digital.

La octava dimensión corresponde a la “Personalización”, en este punto se califica la autoconfiguración que tiene la banca digital según el perfil del usuario.

Estas dimensiones se desarrollarán mediante indicadores que ayudarán a la medición de su escala, permitiendo el estudio profundo del problema propuesto en la presente investigación.

Cruz et al. (2010), en alusión a la segunda variable sobre la Satisfacción del cliente, nos dice que este tema es un punto esencial en el comportamiento del consumidor, donde se trata de explicar las percepciones centrales del cliente como su disconformidad y evaluación del servicio que se le brindó. En este punto se utilizarán las emociones como un constructo emocional para conocer las sensaciones de los clientes.

Para esta variable el autor propone un modelo teórico donde se utilizará una dimensión que ayudarán con la explicación.

La primera dimensión corresponde a la “Evaluación del servicio”, mediante este punto se refleja la puntuación que brinda el cliente en cuanto al servicio que se le brindó, esto permitirá conocer la percepción del cliente y también a mejor en puntos deficientes que no fueron de su agrado.

Esta dimensión tiene como consiguiente la evaluación mediante indicadores que permitirán conocer la percepción del cliente en sentido favorable como no favorable, según su escala.

1.2 Formulación del problema

¿Cuál es la relación entre la experiencia del usuario y la satisfacción del cliente en el sector banca digital, del distrito de Pueblo Libre 2022?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Determinar la relación entre la experiencia del usuario y la satisfacción del cliente en el sector banca digital, del distrito de Pueblo Libre 2022.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Identificar la relación entre el Contenido de la banca digital y la Satisfacción del cliente en el distrito de Pueblo Libre.
- Establecer relación entre la Seguridad de la información y la Satisfacción del Cliente en el sector banca digital del distrito de Pueblo Libre.
- Evaluar la conexión entre la Calificación del Servicio y la Satisfacción del Cliente en el sector banca digital del distrito de Pueblo Libre.

1.4 Hipótesis

1.4.1 Hipótesis General

H: Existe relación coherente entre la experiencia del usuario y la satisfacción del cliente en el sector banca digital, del distrito de Pueblo Libre 2022.

1.4.2 Hipótesis Específicas

H₁: Existe relación coherente entre el Contenido de la banca digital y la Satisfacción del Cliente.

H₂: Existe relación coherente entre la Seguridad de la información y la Satisfacción del Cliente.

H₃: Existe relación coherente entre la Calificación del Servicio y la Satisfacción del Cliente.

1.5 Justificación

La presente investigación representa un aporte en el estudio de las tecnologías emergentes, presentando a la banca digital como una herramienta innovadora que es producto de la banca tradicional y el internet. A partir de ese punto, se desarrollaron las variables propuestas.

Esta tesis se realizó mediante un enfoque cuantitativo, ya que se busca conocer en términos porcentuales la percepción de los clientes en cuanto al nivel ofrecido a través de las nuevas plataformas virtuales. Por tal motivo, en esta investigación se quiere dar a conocer información necesaria y accesible a los clientes del sector financiero para el uso de la banca digital. Asimismo, se busca ahondar en el aporte de la evolución de uso de esta herramienta, con el fin de que se realicen operaciones bancarias con mayor facilidad, esto también servirá como aporte al sector bancario y la economía.

Finalmente, la presente investigación servirá como estudio en las futuras investigaciones académicas donde se busque adentrarse al estudio de la experiencia y satisfacción del cliente.

CAPÍTULO II. Metodología

2.1 Tipo de Investigación

El estudio se desarrollará mediante la investigación básica orientándose a la resolución de la pregunta de investigación en cuestionamiento con las hipótesis. Según Nicomedes (2018), nos dice que la investigación básica está orientada en la observación y el razonamiento por la recolección de datos en la literatura bibliográfica para una investigación más completa. Además de que posee el propósito de determinar problemas e hipótesis, haciendo más profunda la investigación.

Así mismo, el nivel de la investigación será correlacional y de enfoque cuantitativo, en donde se definirá si hay relación entre ambas variables propuestas en el estudio. En la ruta cuantitativa se busca la validez y confiabilidad de los datos, esto ayudará para estimar la veracidad de la hipótesis mediante el estudio estadístico que pretende describir, explicar y predecir las variables investigadas buscando relaciones entre estas (Hernandez y Mendoza, 2018).

El diseño de la investigación está basado en un estudio no experimental de tipo transversal. Según Alvarez (2020), esta investigación se relaciona con el tipo de investigación donde solo se realiza una vez la medida de las variables y con dicha información se desarrolla el respectivo análisis del tema propuesto. Es así cómo se llevará a cabo el desarrollo del estudio con la medición de la variable.

2.2 Población y Muestra

Según Robles (2019), hace referencia a que la población es el objeto del estudio investigado, según la herramienta de utilidad es el subconjunto de estudio de la población.

La población identificada para esta investigación está compuesta por clientes que utilizan la banca digital del sector financiero del distrito de Pueblo Libre en el periodo del año 2022, se estableció que no existe un registro concreto de la población ya que existe un gran número de población quienes utilizan esta herramienta digital, es decir, se tiene población infinita. Para obtener la muestra se utilizó la fórmula de cálculo de muestra infinita, que utiliza los siguientes parámetros:

z= Nivel de confianza

p= Porcentaje de la población que tiene el atributo deseado

q= Porcentaje de la población que no tiene el atributo deseado= 1-p

e= Error de estimación máximo aceptado

n= Tamaño de la muestra

Fórmula:

$$n = \frac{z^2 * p * q}{e^2}$$
$$n = \frac{1.65^2 * 0.5 * 0.5}{0.7^2}$$

n= 138.9

2.3 Técnicas e Instrumentos de recolección y análisis de datos

Se aplicó la técnica de la encuesta, esta permitirá conocer las percepciones de los usuarios para conocer las relaciones que existen entre las dos variables planteadas. Como instrumento se utilizará el cuestionario que será adaptado al estudio de Cruz, Salo, y Laukkanen (2010) que constituye de 17 ítems para las dimensiones que contiene el modelo de las variables, estos se medirán mediante una escala ordinal con niveles que van desde (1) totalmente en desacuerdo hasta (9) totalmente de acuerdo.

2.4 Procedimiento de recolección de datos

Esta encuesta se llevó a cabo en usuarios quienes usan la banca digital en sus procesos bancarios esto con el apoyo de datos que se han ido recolectando a lo largo del estudio.

Como primer paso se buscaron fuentes confiables de investigación para posteriormente realizar la exclusión e inclusión de estas para un mejor análisis frente al conocimiento del tema planteado.

2.5 Aspectos éticos

La investigación se da mediante el seguimiento de lineamientos propuestos para su desarrollo. Así mismo, se utilizan fuentes de investigación desarrolladas en el formato APA respetando el derecho de autor. En cuanto al desarrollo del análisis de investigación, se realizarán encuestas con el consentimiento de los usuarios seleccionados para el conocimiento y uso con fines académicos.

CAPÍTULO III. Resultados

3.1 Presentación de resultados

Para el progreso de la investigación se consideraron los siguientes criterios basados en el análisis de la información, los cuales permitirán desarrollar la evaluación de los resultados. Esto se dio mediante una base de datos que se recolectó de Google Forms, <https://forms.gle/fUZP4prkqSCRXtvP9>

Tabla 1:

Criterios que considerar durante la investigación

Criterio	Descripción
Título	La experiencia del usuario y la satisfacción del cliente en el sector banca digital, del distrito de Pueblo Libre 2022
Problema General	¿Cuál es la relación entre la experiencia del usuario y la satisfacción del cliente en el sector banca digital, del distrito de Pueblo Libre 2022?
Objetivo General	Determinar la relación entre la experiencia del usuario y la satisfacción del cliente en el sector banca digital, del distrito de Pueblo Libre 2022.
Actor	Población que utilice la banca digital

Nota: La tabla muestra los criterios a considerar durante el estudio.

Fuente: Elaboración propia

3.2 Análisis de la prueba piloto

Se aplicó la técnica de la encuesta y como instrumento se utilizó el cuestionario, esto con el fin de recolectar datos que ayuden a sustentar la pregunta de investigación. La población encuestada fueron usuarios quienes usan la banca digital para sus transacciones bancarias recurrentes.

El instrumento está compuesto por la primera variable “x” que es la experiencia del usuario que contiene 3 dimensiones con 24 indicadores y la segunda variable “y” que es la satisfacción del cliente con 1 dimensión y 1 indicador.

Para la elaboración del análisis piloto se recolectaron 30 encuestas que permiten la verificación de la fiabilidad del instrumento. Se utilizó el SPSS para la validación de las primeras encuestas recopiladas. En primera instancia se empleó una base de datos donde se ordenaron las 25 preguntas del instrumento con sus respectivos resultados. Por consiguiente, se procedió a trasladar la información al editor de datos estadísticos SPSS, en donde se obtuvo el siguiente resultado de fiabilidad del instrumento.

Tabla 2:

Resumen del procesamiento de los casos

		Nº	%
Casos	Válidos	30	100,0
	Excluidos	0	,0
	Total	30	100.0

Nota: La tabla muestra el número de casos procesados del instrumento.

Fuente: SPSS

Tabla 3:

Intervalos de Validez

Intervalos	Resultado
0,00 - 0,49	Validez nula
0,50 - 0,59	Validez muy baja
0,60 - 0,69	Validez baja
0,70 - 0,79	Validez aceptable
0,80 - 0,89	Validez buena
0,90 - 1,00	Validez muy buena

Nota: La tabla evidencia la escala de los intervalos de validez.

Fuente: Elaboración basada en estudios analizados

Tabla 4:

Estadístico de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Nº de elementos
,888	25

Nota: La tabla muestra la fiabilidad del instrumento según el número de elementos de las variables.

Fuente: SPSS

El Alfa de Cronbach permite evaluar la fiabilidad de un instrumento, así se puede hallar una escala con respuesta de tipo Likert. Además, expresa que a mayor covariación mejor es la puntuación alfa (Rodríguez y Reguant, 2020). Según los resultados obtenidos por parte del estadístico de fiabilidad en base al análisis de la prueba piloto se obtuvo el indicador del 0.888 del Alfa de Cronbach.

Por ende, de acuerdo con los intervalos de validez se determina que tiene “validez buena”, es decir, se aprueban las primeras 30 encuestas que permitieran el desarrollo del análisis del instrumento para la evaluación del total de los resultados.

3.3 Análisis correlacional de los resultados

El instrumento está compuesto por 139 encuestas realizadas mediante un formulario, estas fueron distribuidas entre usuarios quienes utilizan la banca digital para sus transacciones bancarias recurrentes. La investigación cuenta con dos variables que permiten la indagación de la evaluación a realizar buscando resolver el problema general, “¿Cuál es la relación entre la experiencia del usuario y la satisfacción del cliente en el sector banca digital, del distrito de Pueblo Libre 2022?”, esto trata de buscar la correlación entre las dos variables, a continuación, se mostrará el análisis realizado en SPSS que permitirá conocer la afirmación o negación de la pregunta en cuestión.

Tabla 5:

Grado de relación según coeficiente de correlación

RANGO	RELACIÓN
-0.91 a -1.00	Correlación negativa perfecta
-0.76 a -0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.51 a -0.75	Correlación negativa considerable
-0.11 a -0.50	Correlación negativa media
-0.01 a -0.10	Correlación negativa débil
0	No existe correlación
0,01 a 0,10	Correlación positiva débil
0,11 a 0,50	Correlación positiva media
0,51 a 0,75	Correlación positiva considerable
0,76 a 0,90	Correlación positiva muy fuerte
0,91 a 1,00	Correlación positiva perfecta

Nota: La tabla evidencia los coeficientes de correlación según su rango de validez.

Fuente: Elaboración basada en estudios de Pearson

Tabla 6:

Correlaciones

		EXPERIENCIA	SATISFACCIÓN
EXPERIENCIA	Coefficiente de Pearson	1	,688**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	139	139
SATISFACCIÓN	Coefficiente de Pearson	,688**	1
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	139	139

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

Nota: La tabla muestra el análisis según Pearson para conocer el grado de relación según los coeficientes de correlación.

Fuente: SPSS

Contraste de la Hipótesis General

H: Existe relación coherente entre la experiencia del usuario y la satisfacción del cliente en el sector banca digital, del distrito de Pueblo Libre 2022.

Según el análisis realizado en el SPSS, verificamos que hay una correlación entre la variable x “Experiencia del usuario” y la variable y “Satisfacción del cliente” con un grado de correlación según Pearson de 0.688, según Cabrera, 2009 nos dice que la interpretación del coeficiente muestra que los valores cercanos a 1 tienen correlación fuerte y positiva, mientras que los próximos a -1 tienen una correlación fuerte y negativa. Por ello, el análisis se interpreta como un coeficiente de correlación positiva considerable”, la correlación es significativa en el nivel de 0.01 bilateral, dando entender que existe relación entre ambas variables.

3.4 Análisis correlacional entre variables

Para ahondar más en la investigación se estudió la variable x con la variable y, esto con la finalidad de buscar correlación entre ellas. Se analizarán de la siguiente manera:

H₁: Existe relación coherente entre el Contenido de la banca digital y la Satisfacción del Cliente.

H₂: Existe relación coherente entre la Seguridad de la información y la Satisfacción del Cliente.

H₃: Existe relación coherente entre la Calificación del Servicio y la Satisfacción del Cliente.

Tabla 7:

Correlación entre Contenido de la banca digital y Satisfacción al cliente

		CONTENIDO DE LA BANCA DIGITAL	SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
CONTENIDO DE LA BANCA DIGITAL	Coefficiente de Pearson	1	,645**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	139	139
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Coefficiente de correlación	,645**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	139	139

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

Nota: La tabla indica el análisis según Pearson para conocer el grado de relación según los coeficientes de correlación entre Contenido de la banca digital y Satisfacción al cliente.

Fuente: SPSS

Análisis de la Hipótesis 1

H₁: Existe relación entre el Contenido de la banca digital y la Satisfacción del Cliente.

Según Pearson, se obtiene como resultado en la tabla N ° 7, que existe relación de la Dimensión 1 – Contenido de la banca digital en consideración con la variable “y” Satisfacción del cliente. Con una correlación positiva considerable. Además, se considera el valor del Sig, (bilateral) de ,000 (<0.05 rechazo de hipótesis nula) que permite el rechazo de la hipótesis nula y la aceptación de la hipótesis 1.

Mediante el análisis realizado se determina que existe relación entre la dimensión 1 y la variable presentada, ya que el contenido que proporciona la banca digital hace que la experiencia del usuario sea provechosa, accesible y de fácil uso, proporcionando información necesaria y satisfaciendo las necesidades del cliente bancario.

Este estudio muestra que el cliente que utiliza la banca digital para sus operaciones bancarias está satisfecho con la personalización que la banca digital le brinda, sea por el accesible manejo que tiene para desarrollarse, el flujo de rápido ingreso y la configuración que ofrece para ordenar su perfil como las opciones de acomodar a sus propias necesidades para sus operaciones financieras recurrentes, esto permite realizar operaciones tal como pago de servicios, pagos de productos financieros, verificar saldos, validar historial financiero, entre otras opciones que la banca digital ofrece sin la necesidad de acudir a una tienda presencialmente.

Cabe resaltar que, según el análisis realizado mediante un formulario, según las respuestas obtenidas por usuarios que utilizan la banca digital en un determinado distrito, permite que se pueda estudiar y correlacionar los datos expuestos. Esto para conocer a detalle la opinión por el uso de este sistema digital.

Tabla 8:

Correlación entre Seguridad de la información y Satisfacción al cliente

		SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN	SATISFACCIÓN
SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN	Coeficiente de Pearson	1	,667**
	Sig. (bilateral)	.	,001
	N	139	139
SATISFACCIÓN	Coeficiente de Pearson	,667**	1
	Sig. (bilateral)	,001	.
	N	139	139

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

Nota: La tabla muestra el análisis según Pearson para conocer el grado de relación según los coeficientes de correlación entre Seguridad de la Información y Satisfacción al cliente.

Fuente: SPSS

Análisis de la Hipótesis 2

H₂: Existe relación entre el Seguridad de la Información y la Satisfacción del Cliente.

Según Pearson, se obtiene como resultado en la tabla N ° 8, que existe relación de la Dimensión 2 – Seguridad de la información en consideración con la variable “y” Satisfacción del cliente. Con una correlación positiva considerable. Además, se considera el valor del Sig, (bilateral) de ,000 (<0.05 rechazo de hipótesis nula) que permite el rechazo de la hipótesis nula y la aceptación de la hipótesis 2.

En este caso, el cliente busca que su información esté siempre protegida, más aún cuando se trata de prevenir cualquier tipo de fraude bancario, ya que afectaría a su estabilidad económica. La banca digital ofrece diferentes herramientas para prevenir el fraude cibernético, una de estas sería la clave de acceso para la banca digital que tiene que estar compuesta por caracteres seguros, este es un código de seguridad necesario para registrarse y realizar operaciones o transacciones por los canales digitales.

Así mismo, tenemos la herramienta del token físico que es un dispositivo de seguridad digital, único e intransferible que cada 30 segundos aproximadamente genera un código de seguridad que no se vuelve a repetir, esto para brindar protección a las transacciones que se realice y contra accesos no autorizados a las cuentas bancarias, a su vez tenemos el token digital que es una herramienta digital que genera una clave irremplazable de 6 dígitos de forma aleatoria que es enviada mediante un mensaje SMS, esto para la autenticación del usuario cuando se solicite la validación de identificación para operaciones financieras.

De igual manera, se vienen implementando diferentes herramientas más actuales como el reconocimiento facial y la huella dactilar para el ingreso a los canales digitales, con el fin de que se encuentre más protegida y de difícil acceso para personas externas.

De acuerdo con el análisis realizado se verifica que el cliente está satisfecho con la seguridad que brindan las plataformas al hacer uso de esta para sus transacciones bancarias.

Tabla 9:

Correlación entre Calificación del Servicio y Satisfacción al cliente

		CALIFICACIÓN DEL SERVICIO	SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
CALIFICACIÓN DEL SERVICIO	Coefficiente de Pearson	1	,523**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	139	139
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Coefficiente de Pearson	,523**	1
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	139	139

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

Nota: La tabla muestra el análisis según Pearson para conocer el grado de relación según los coeficientes de correlación entre Calificación del Servicio y Satisfacción al cliente.

Fuente: SPSS

Análisis de la Hipótesis 3

H₃: Existe relación entre la Calificación del Servicio y la Satisfacción del Cliente.

Según Pearson, se obtiene como resultado en la tabla N ° 9, que existe relación de la Dimensión 3 – Calificación del servicio en consideración con la variable “y” Satisfacción del cliente. Con una correlación positiva considerable. En este caso se decide aceptar la hipótesis. Además, se considera el valor del Sig, (bilateral) de ,000 (<0.05 rechazo de hipótesis nula) que permite el rechazo de la hipótesis nula y la aceptación de la hipótesis 3.

El estudio permite entender que el cliente califica de manera positiva el servicio que otorga la banca digital satisfaciéndolo a la hora de darle uso para realizar sus operaciones bancarias de manera proactiva. De tal manera, se entiende que, el usuario que habitualmente utiliza el servicio de la banca digital constantemente va aprendiendo de esta. A lo largo de los años, el servicio digital ha ido mejorando, ofreciendo canales amigables, de fácil acceso y aprendizaje, a través de estos se pueden realizar operaciones bancarias de manera inmediata. Teniendo mayor flexibilidad al poder hacer operaciones bancarias al momento que se necesite, motivando a los usuarios a constantemente elegir esta red como su principal herramienta para el control de sus finanzas desde un ordenador, móvil o tableta. Todas las herramientas beneficiosas que brinda la banca digital permiten que los consumidores den una puntuación dentro de un grado de una escala establecida. Según el análisis realizado, los consumidores califican satisfactoriamente a las condiciones que tiene la banca digital.

CAPÍTULO IV. Discusión y Conclusiones

En el estudio de la presente investigación, luego de haber obtenido los resultados, se genera la siguiente discusión con el propósito de comprobar los objetivos planteados. En tal sentido, en correspondencia con el objetivo general que buscaba establecer una relación entre la experiencia del usuario y la satisfacción del cliente en el sector banca digital, del distrito de Pueblo Libre 2022. En base a la información generada, se determina que, según el coeficiente de Pearson por el valor del 0,688 en cuanto al grado de relación según el coeficiente de correlación, se encuentra una correlación positiva considerable entre los dos factores. Esto quiere decir que la experiencia que obtiene el usuario por el uso de la banca digital tanto por los productos, beneficios como el ahorro de tiempo y el hecho de no tener que ir a una agencia física para realizar las diferentes transacciones bancarias, así como la seguridad que brinda por su información, va relacionado por la satisfacción del cliente que habitualmente disfruta de dichos productos. Frente a lo expuesto, se da a relucir la aprobación de la hipótesis general, donde refiere que existe relación entre la experiencia del usuario y la satisfacción del cliente en el sector banca digital, del distrito de Pueblo Libre 2022. Estos resultados son corroborados por Mendoza y Sanchez (2020), que afirman que hay relación entre la experiencia del usuario y la satisfacción del cliente con una serie de componentes que influyen al uso de la banca digital para el agrado del usuario. Si bien la bancarización digital de la población peruana ha sido todo un reto, hoy en día son más las personas que la utilizan y aprenden cada vez más rápido a manejarla, aprovechando así los beneficios ofrecidos. Por tal motivo y bajo lo referido anteriormente, al corroborar los resultados se encontró una relación entre ambas variables afirmando lo propuesto por el autor mencionado. A su vez, es recomendable siempre innovar en cuanto al servicio ofrecido y educar al usuario para el correcto uso de la banca digital.

En cuanto al estudio de la dimensión 1 con la variable “y”, como correspondencia de la búsqueda del objetivo específico de identificar la relación entre el Contenido de la banca digital y la Satisfacción del cliente. Con base al análisis obtenido, según el coeficiente de Pearson, por el valor de 0,645 en cuanto al grado del coeficiente de correlación, existe una correlación positiva considerable entre ambos factores analizados. Es decir, el contenido que tiene la banca digital en tanto al flujo que brinda al usuario a través de la experiencia brindada por parte de la banca digital ya sea por parte de los productos que ofrece como por la manera tan fácil de poder realizar operaciones bancarias, es considerable y se desarrolla positivamente generando valor y dando gran satisfacción al usuario al momento de utilizarla. Además, la banca digital ofrece a sus usuarios la personalización de operaciones bancarias, acomodándose a las transacciones más frecuentes que realiza el cliente, brindándoles accesos más rápidos y eficientes, como colocar el pago de sus servicios más habituales en favoritos para que sea más fácil a la hora de realizar algún pago, esto se da con una sola confirmación. Así mismo, permite ordenar sus finanzas conociendo sus movimientos más usuales, cada vez se vienen implementando ideas innovadoras que permiten a los clientes satisfacer sus principales necesidades bancarias. Frente a ello, se aprueba la hipótesis 1, donde afirma que existe relación entre el Contenido de la banca digital y la Satisfacción del cliente.

Este análisis es sustentado por León y Ovalle (2018), el autor toma a la banca digital como un multipropósito que ayuda y facilita al usuario a satisfacer sus necesidades de tiempo y eficiencia. Cada vez se viene desarrollando mejor el contenido y la información que brinda la banca digital, esto con el fin de que el usuario tenga a su alcance todo lo requerido para que realice una buena transacción bancaria.

Los productos y servicios que brindan las entidades financieras han redefinido el concepto de accesibilidad, a los servicios bancarios ofrecidos, esto para mejorar del uso de la tecnología.

Así mismo, el análisis es verificado por Vargas A. (2021), que dice que el impacto que ha obtenido la innovación digital ha motivado a nuevos avances tecnológicos, haciendo de este la suma de entidades bancarias y el internet, con ello buscar jugar un papel importante desarrollando herramientas que se adapten mejor a los consumidores, personalizando sus gustos y preferencias.

En tal sentido, se afirma la investigación de los autores, ya que el análisis realizado lleva por el mismo camino para el desarrollo de la hipótesis, sustentando la importancia de ambos factores.

En la interpretación del segundo objetivo específico por parte de la dimensión 2 y la variable “y”, corresponde a establecer relación entre la Seguridad de la información y la Satisfacción del Cliente, se pudo encontrar que existe una relación positiva considerable para ambos factores analizados, con un valor de 0,667, según el coeficiente de correlación de Pearson. Esto quiere decir que los clientes proporcionan al sector banca digital información personal valiosa, que ayudará al desarrollo de las diferentes transacciones bancarias que se desee realizar. Así mismo, buscan que la información dada sea confidencial y tenga el secreto bancario. En la presente investigación compartida a los encuestados se evidencia que sienten seguridad frente a su experiencia en las plataformas digitales esto va de la mano con la satisfacción que obtienen al utilizarla.

Por tal motivo, se aprueba la hipótesis 2, donde afirma que existe relación entre la Seguridad de la Información y la Satisfacción del Cliente. Este análisis es sustentado por Levy y otros (2017), donde nos dice que la satisfacción está basada en la seguridad que tiene el cliente por la seguridad de su información. Según su análisis, esto es favorecido por la facilidad de navegación y la seguridad del portal. Si bien es cierto aún existe el temor del uso de proporcionar información a los medios digitales, esto no es impedimento para que los usuarios hagan uso de estos y se encuentren satisfechos. En respecto a ello, se afirma el análisis del autor con el presente estudio realizado, quienes también consideran que la banca digital tiene herramientas seguras para la protección de la información.

Para lo propuesto, en el tercer objetivo específico en cuanto a la dimensión 3 y la variable “y”, corresponde a evaluar la conexión entre la Calificación del Servicio y la Satisfacción del cliente, se encontró que hay una correlación positiva considerable para ambos factores analizados con un valor de 0,523. Esto quiere decir que la calificación del servicio que da el usuario por la experiencia que recibe al utilizar las plataformas digitales, es considerable y se relaciona positivamente para su satisfacción. Esto se da por diferentes factores que la banca digital les proporciona a sus usuarios como por ejemplo el ahorro de tiempo, es eficiente para que el cliente realice sus transacciones eventualmente de forma más eficaz en cualquier momento del día, esto es conveniente para los usuarios y por tal motivo provecho y satisfactorio con los mismos. Además, esto comprueba el comportamiento exploratorio que tienen los usuarios al asumir riesgos y variedades en la banca digital probándola y relacionándola con esta.

Frente a ello, se aprueba la hipótesis 3, donde afirma que existe relación entre la Calificación del servicio y la satisfacción del cliente. Estos resultados son corroborados por Morillo (2009) que dice que la calificación que obtiene el servicio es un elemento fundamental para el desarrollo del producto, este es producido por la calidad que tiene desempeñándose para generar satisfacción en sus clientes. De igual manera este análisis es sustentado por Muñoz (2009), el autor indica que los bancos ofrecen nuevas herramientas para el uso de la banca digital, esto con la finalidad de motivar y estimular el uso de esta a los clientes, el comportamiento del consumidor frente a ello es favorable. Lo que asume que a más motivado se encuentre el cliente por probar nuevas tendencias se va a encontrar relación con el uso de la banca digital de manera proactiva, ya que esta le ayuda a satisfacer sus necesidades ágilmente.

En tal sentido, mediante la sustentación de los autores, se afirma la variable comprobando que a mejor calidad de servicio se obtiene una mejor calificación por parte del usuario para su satisfacción como cliente digital.

En concordancia con lo investigado, luego de la interpretación de los resultados y con el propósito de justificar los objetivos planteados en el estudio, se precisan las siguientes conclusiones.

En base al objetivo general que busca determinar la relación entre la experiencia del usuario y la satisfacción del cliente en el sector banca digital, del distrito de Pueblo Libre 2022, según los resultados obtenidos, se concluye que existe una relación entre las variables planteadas, cabe mencionar que cliente es la persona quien ya es parte de la entidad bancaria seleccionada para la realización de sus actividades financieras y por usuario la persona quien ya goza de los productos ofrecidos por las entidades.

Por ello, la experiencia que gana el usuario de las entidades bancarias es congruente con la satisfacción que obtiene el cliente por la usabilidad de sus productos digitales. Según las personas encuestadas este objetivo se comprueba como probable ya que se existe relación de las variables mencionadas.

Conclusiones de objetivos específicos.

Finalmente se concluye que hay relación entre el Contenido de la banca Digital y la Satisfacción del Cliente, porque los clientes encuentran conexión mediante el flujo que genera el canal digital estableciendo satisfacción al momento de utilizarlo, esto pasa porque al usarla los usuarios pierden la noción del tiempo por lo atractivo de sus servicios. Así mismo, la variedad de herramientas que brinda la banca digital hace que cada vez más personas quieran utilizarla, ya que valoran que su operación esté al alcance de un “click” para confirmarlas. Las entidades bancarias constantemente están más comprometidas a la innovación de la banca digital, ofreciéndoles a sus clientes nuevas actualizaciones que se acomodan a sus preferencias, tales como crear una carpeta de operaciones frecuentes para sus transacciones habituales.

Así mismo, estos factores hacen que las personas que la utilizan se sientan más satisfechas, ya que se les facilita ahorrándoles tiempo y dinero, esto hace que los usuarios se sienten satisfechos con las transacciones que realizan a frecuencia de forma más rápida y eficaz.

Así también, se establece relación entre la Seguridad de la información y la Satisfacción del Cliente ya que los encuestados respondieron con conformidad el servicio que se les brinda para sus operaciones. Esto debido a que la solidez que brinda la banca digital es trascendental para el usuario ya que al brindar un servicio que ofrezca la protección de su información mediante un secreto bancario al realizar sus operaciones financieras usando el internet, genera confianza al cliente dado a que se siente respaldado por la entidad bancaria.

Por último, se concluye que la importancia de establecer relación entre la Calificación del Servicio y la Satisfacción del Cliente es aprobada conforme a la base de datos obtenida mediante la investigación, esto a raíz de que las personas quienes usan la banca digital califican el servicio mediante la satisfacción que obtienen de sus productos ofrecidos en la banca digital, cumpliendo sus expectativas dado que tienen servicios que proporcionan operaciones adecuadamente de manera eficiente y rápida, ahorrando tiempo sin la necesidad de asistir a una tienda física.

REFERENCIAS

- Alvarez, A. (2020). *Clasificación de las Investigaciones*. Universidad de Lima, Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas. Obtenido de <https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/10818/Nota%20Acad%20a9mica%2020202818.04.2021%29%20-%20Clasificaci%20de%20Investigaciones.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Avedaño, O. (2018). Los retos de la banca digital en México. *Revista IUS*, 12. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/2932/293258387006/293258387006.pdf>
- Balmaceda, I., Salgado, C., Peralta, M., Alberto, S., Fernandez, M., Magaquian, J., & Fuentes, N. (2019). *Experiencia de Usuario en Plataforma virtual de Aprendizaje*. Universidad Nacional de San Luis, Académico de Ciencias Exactas, Físicas y Naturales, Argentina. Obtenido de http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/77104/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Barroso, Y., Trujillo, Y., & Millet, Y. (2021). Buenas prácticas de experiencia de usuario ante los factores críticos: tiempo,. *Revista Cubana de Ciencias Informáticas*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=378370462018>
- Cabrera, E. (2009). *EL COEFICIENTE DE CORRELACION DE LOS RANGOS DE SPEARMAN*. Facultad de ciencias medicas, CUBA. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1729-519X2009000200017

Cruz, P., Salo, J., & Laukkanen, T. (2010). Heavy users of e-banking and Customer Experience Management: evidences on intrinsic motivation. *International Journal of Electronic Business* , 8, 187-209. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/220300308_Heavy_users_of_e-banking_and_Customer_Experience_Management_evidences_on_intrinsic_motivation

Culqui, J. (2020). *Incidencia de la implementación de la banca electrónica en el comportamiento del consumidor bancario en el Distrito Metropolitano de Quito*. Trabajo de titulación, Universidad de las fuerzas Armadas, Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio, Quito. Obtenido de <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/22641/1/T-ESPE-043962.pdf>

GESTIÓN. (31 de 08 de 2020). Cuatros aspectos clave para mejorar la experiencia de usuario en los negocios digitales. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/experiencia-de-usuario-empresarios-cuatro-aspectos-clave-para-mejorar-la-experiencia-de-usuario-en-los-negocios-digitales-nndc-noticia/>

Gonzales, A. (2017). *EL DESARROLLO DE LA BANCA ELECTRÓNICA Y LA ACEPTACIÓN DE LOS CLIENTES DE LIMA METROPOLITANA DE LOS 4 PRINCIPALES BANCOS DEL PERÚ*. Tesis de Licenciatura, San Ignacio de Loyola, FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES, Perú. Obtenido de <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/4fd65873-da81-45ab-8884-76e143434d01/content>

- Hernandez, R., & Mendoza, P. (2018). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN: LAS RUTAS CUANTITATIVA, CUALITATIVA Y MIXTA*. México: Universidad de Celaya. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/65000949/METODOLOGIA_DE_LA_INVESTIGACION_LAS_RUTA-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1656549321&Signature=bJitTBTmJbRN1wxmhYFTf4-sm5bdKH0o~1Z3aA1EBYF3ty9fIUjhVgKvLD54-osPLZLreh4ILBoN3p--XqPdK5iH20FFmoW4fgwx~It-nIThz5i9ni9
- León, J., & Ovalle, K. (2018). *Análisis de la Implementación de la Banca Electrónica en el Ecuador*. Tesis de Titulación, Universidad de Guayaquil, FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/30163/1/An%C3%A1lisis%20de%20la%20implementaci%C3%B3n%20de%20la%20Banca%20Electr%C3%B3nica%20en%20el%20Ecuador.pdf>
- Levy, J., Bourgault, N., Calvo, C., & Trudel, M. (2017). *La influencia de la confianza y satisfacción del cliente en la intención de uso de los servicios bancarios por internet: un modelo estructural*. Mexico: CIENCIA ergo-sum. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/104/10462656003/html/>
- Matamoras, R. (s.f.). *Nivel de satisfacción de clientes de la banca privada de Guayaquil, respecto a los canales de atención de reclamos*. Ecuador: Universidad Politecnica Salesiana de Ecuador. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/14885/1/UPS-GT002014.pdf>

- Mendoza, R., & Sanchez, S. (2020). *Experiencia del Usuario: Factores que influyen en la satisfacción hacia los servicios de la banca digital en el Perú*. Tesis de Bachiller, PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ, FACULTAD DE GESTIÓN Y ALTA DIRECCIÓN, Perú. Obtenido de [https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/18777/MENDOZA_VIDAL_SANCHEZ_RODRIGUEZ%20\(1\).pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/18777/MENDOZA_VIDAL_SANCHEZ_RODRIGUEZ%20(1).pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Morillo, M. (2009). *La calidad del servicio personal en las instituciones financieras del municipio Libertador*. Venezuela: Visión Gerencial. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=465545882004>
- Muñoz, F. (2009). *CARACTERIZACIÓN DE LOS CLIENTES DE BANCA ELECTRÓNICA*. Universidad de Granada, España. Revista de Estudios Empresariales.
- Nicomedes, E. (2018). *Tipos de Investigación*. Universidad Santo Domingo de Guzmán, Perú. Obtenido de <http://repositorio.usdg.edu.pe/handle/USDG/34>
- Palomino, F. (2021). *MEJORA DE LA EVALUACIÓN DE LA EXPERIENCIA DE USUARIO EN SITIOS WEB APLICANDO ANALÍTICA WEB*. Tesis de Licenciatura, PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ, FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA, Lima. Obtenido de https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/20329/PALOMINO_DIAZ_FRYDA_MEJORA_EVALUACION_EXPERIENCIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Robles, B. (2019). Población y Muestra. *Pueblo Continente*, 30. Obtenido de <http://200.62.226.189/PuebloContinente/article/view/1269/1099>
- Rodriguez , J., & Reguant, M. (2020). *Calcular la fiabilidad de un cuestionario o escala mediante el SPSS: el coeficiente alfa de Cronbach*. UNIVERSITAT DE BARCELONA. ESPAÑA: REIRE. Obtenido de <https://revistes.ub.edu/index.php/REIRE/article/view/reire2020.13.230048/31484>
- Saravia, E. (2018). Technology Adoption in Electronic Banking Services. *Revista Internacional de Gestión del Conocimiento y la Tecnología*, 6. Obtenido de <https://upo.es/revistas/index.php/gecontec/article/view/3167/pdf>
- Vallejo, A., Cavazos, J., Lagunez, M., & Vásquez, S. (2021). Experiencia del cliente, confianza y lealtad de los millennials en el sector bancario de la ciudad de Cuenca-Ecuador. *Retos*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5045/504568573006/html/>
- Vargas, A. (2021). La banca digital: Innovación tecnológica en la inclusión financiera en el Perú. *Industrial Data*, 24. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/816/81669876005/html/>
- Vargas, A. (2021). *La banca digital: Innovación tecnológica en la inclusión financiera en el Perú*. Perú: Industrial Data. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/816/81669876005/html/>
- Vargas, B., Inga, L., & Maldonado, M. (2021). Design Thinking aplicado al Diseño de Experiencia de Usuario. *Revista Innovación y Software*, 2. Obtenido de <https://revistas.ulasalle.edu.pe/innosoft/article/view/35/29>

Yancapallo, M. A. (2018). *Satisfacción del cliente millennial de la banca electrónica Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Arequipa 2018*. Tesis de Bachiller, Universidad Tecnológica del Perú, Facultad de Administración y Negocios, Arequipa. Obtenido de https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/4965/M.Yancapallo_Trabajo_de_Investigacion_Bachiller_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Tabla 10:
Matriz de Consistencia

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables			
<p>Problema general</p> <p>¿Cuál es la relación entre la experiencia del usuario y la satisfacción en el sector banca digital, en el distrito de Pueblo Libre 2022?</p>	<p>Objetivo general</p> <p>Determinar la relación entre la experiencia del cliente y la satisfacción en el sector banca digital, Lima 2022.</p> <p>Objetivos específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identificar la relación entre el Contenido de la banca digital y la Satisfacción del cliente en el distrito de Pueblo Libre. - Establecer relación entre la Seguridad de la información y la Satisfacción del Cliente en el sector banca digital del distrito de Pueblo Libre. - Evaluar la conexión entre la Calificación del Servicio y la Satisfacción del Cliente en el sector banca digital del distrito de Pueblo Libre. 	<p>Hipótesis general</p> <p>H: Existe relación coherente entre la experiencia del usuario y la satisfacción del cliente en el sector banca digital, en el distrito de Pueblo Libre 2022.</p> <p>Hipótesis específicas</p> <p>H1: Existe relación coherente entre el Contenido de la banca digital y la Satisfacción del Cliente.</p> <p>H2: Existe relación coherente entre la Seguridad de la información y la Satisfacción del Cliente.</p> <p>H3: Existe relación coherente entre la Calificación del Servicio y la Satisfacción del Cliente.</p>	<p>Variable X (Independiente): Experiencia del Usuario</p>			
			<p>Dimensiones</p> <p>Contenido de la banca digital</p>	<p>Indicadores</p> <p>B1. Mi percepción del tiempo se vuelve imprecisa usando servicios de banca por Internet. B2. El tiempo vuela cuando uso la banca por Internet. B3. Suelo olvidar mi entorno inmediato al usar los servicios de banca por Internet. B4. El uso de los servicios de banca por Internet presenta un desafío a mis habilidades en Internet. B5. La variedad de productos y servicios ofrecidos es muy importante para mí. B6. Las operaciones pasadas fueron procesadas de acuerdo con mis expectativas. B7. Valorarías positivamente el sitio web utilizado. B8. El banco que utilizaste para la transacción, ¿tiene una buena reputación? B9. El sitio web del banco ofrece toda la información relevante sobre todos los productos y servicios. B10. Creo en la información que ofrece el sitio web del banco. B11. ¿Cómo valoras el sitio web? autoconfiguración según tu perfil? B12. ¿Cómo valoras la posibilidad de autoconfigurar la web del banco según tus preferencias?</p>	<p>Ítems</p> <p>12</p>	<p>Niveles/Escala</p> <p>(1)Totalmente desacuerdo (9) Totalmente de acuerdo</p>
			<p>Seguridad de la información</p>	<p>S1. Los bancos implementan medidas de seguridad en internet para proteger a sus clientes S2. Los bancos aseguran que una información la transacción está protegida durante una conexión a Internet</p>	<p>2</p>	
			<p>Calificación del servicio</p>	<p>C1. Los servicios de banca por Internet han cumplido mis expectativas C2. Los servicios de banca por Internet proporcionan las operaciones adecuadamente C3. Usar la banca por Internet es: monótono C4. Usar la banca por Internet es: agradable C5. Usar la banca por Internet es: poco interesante C6. Usar la banca por Internet es: aburrido C7. Usualmente uso los servicios de banca por Internet incluso sin un propósito planificado C8. Me gusta usar los servicios bancarios por Internet incluso si no tengo ninguna acción planeada C9. El uso de los servicios de banca por Internet es ahorra tiempo C10. Las operaciones de banca por Internet son rápidas.</p>	<p>10</p>	
			<p>FUENTE: (Cruz y otros, 2010)</p>			
			<p>Variable Y (Dependiente): Satisfacción del cliente</p>			
			<p>Dimensiones</p> <p>Evaluación del servicio</p>	<p>Indicadores</p> <p>E1: ¿Cómo calificaría el servicio?</p>	<p>Ítems</p> <p>1</p>	<p>Nivel/Escala</p> <p>Niveles: Totalmente insatisfecho - Totalmente satisfecho Escala: (1) al (9)</p>
			<p>FUENTE: (Cruz y otros, 2010)</p>			

ANEXOS 2

Tabla 11:
Operacionalización de variables

Objetivo General: Determinar la relación entre la experiencia del cliente y la satisfacción en el sector banca digital, Lima 2022.				
VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM
Experiencia del Usuario	Conjunto de factores de interacción del usuario que permite conocer emociones y percepciones positivas y negativas	Contenido de la banca digital	B1. Mi percepción del tiempo se vuelve imprecisa usando servicios de banca por Internet. B2. El tiempo vuela cuando uso la banca por Internet. B3. Suelo olvidar mi entorno inmediato al usar los servicios de banca por Internet. B4. El uso de los servicios de banca por Internet presenta un desafío a mis habilidades en Internet. B5. La variedad de productos y servicios ofrecidos es muy importante para mí. B6. Las operaciones pasadas fueron procesadas de acuerdo con mis expectativas. B7. Valorarías positivamente el sitio web utilizado. B8. El banco que utilizaste para la transacción, ¿tiene una buena reputación? B9. El sitio web del banco ofrece toda la información relevante sobre todos los productos y servicios. B10. Creo en la información que ofrece el sitio web del banco. B11. ¿Cómo valoras el sitio web? autoconfiguración según tu perfil? B12. ¿Cómo valoras la posibilidad de autoconfigurar la web del banco según tus preferencias?	12
		Seguridad de la información	S1. Los bancos implementan medidas de seguridad en internet para proteger a sus clientes S2. Los bancos aseguran que una información la transacción está protegida durante una conexión a Internet	2
		Calificación del servicio	C1. Los servicios de banca por Internet han cumplido mis expectativas C2. Los servicios de banca por Internet proporcionan las operaciones adecuadamente C3. Usar la banca por Internet es: monótono C4. Usar la banca por Internet es: agradable C5. Usar la banca por Internet es: poco interesante C6. Usar la banca por Internet es: aburrido C7. Usualmente uso los servicios de banca por Internet incluso sin un propósito planificado C8. Me gusta usar los servicios bancarios por Internet incluso si no tengo ninguna acción planeada C9. El uso de los servicios de banca por Internet es ahorra tiempo C10. Las operaciones de banca por Internet son rápidas.	10
Satisfacción del cliente	Medición de las expectativas que generan valor al cliente según el servicio ofrecido.	Evaluación del servicio	E1: ¿Cómo calificaría el servicio?	1

ANEXO 3

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

PERFIL DEL VALIDADOR	
Nombre y apellidos:	RAFAEL MARTEL ACOSTA
Cargo:	DOCENTE TP
Institución /Empresa:	UPN

ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Revisar cada uno de los Ítems del instrumento y marcar con una “X” dentro del recuadro, según la calificación que asigne a cada indicador:

1. Deficiente (Menos del 30% del total de ítems cumple con el indicador)
2. Regular (Entre el 31% y 70% del total de ítems cumple con el indicador)
3. Buena (Más del 70% del total de ítems cumple con el indicador)

Aspectos de validación del instrumento		1	2	3	Sugerencias
Criterio	Indicador	D	R	B	
Pertinencia	Los ítems miden lo previsto en los objetivos de investigación.			x	
Coherencia	Los ítems responden a lo que se debe medir en la variable y sus dimensiones.			x	
Congruencia	Los ítems son congruentes entre sí y con el concepto que miden.			x	
Suficiencia	Los ítems son suficientes en cantidad para medir las variables.			x	
Objetividad	Los ítems miden comportamientos y acciones observables.			x	
Consistencia	Los ítems se han formulado en concordancia a los fundamentos teóricos de las variables.			x	
Organización	Los ítems están secuenciados y distribuidos de acuerdo con dimensiones e indicadores.			x	
Claridad	Los ítems están redactados en un lenguaje entendible para los sujetos a evaluar.			x	
Formato	Los ítems están escritos respetando aspectos técnicos (tamaño de letra, espaciado, nitidez)			x	
Estructura	El instrumento cuenta con instrucciones, consignas y opciones de respuesta bien definidas.			x	
CONTEO TOTAL				30	
Realizar el conteo de acuerdo con puntuaciones asignadas a cada indicador		C	B	A	TOTAL

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO

Coefficiente de validez:

$$\frac{A+B+C}{30}$$

$$1$$


=

Intervalos	Resultado
0,00 - 0,49	Validez nula
0,50 - 0,59	Validez muy baja
0,60 - 0,69	Validez baja
0,70 - 0,79	Validez aceptable
0,80 - 0,89	Validez buena
0,90 - 1,00	Validez muy buena

CALIFICACIÓN GLOBAL

Ubicar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo respectivo y escriba sobre el espacio el resultado.

Validez muy buena



Firma del validador

ANEXO 4

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

PERFIL DEL VALIDADOR	
Nombre y apellidos:	CARLOS GABRIEL BÁLCAZAR
Cargo:	DIRECTOR / GERENTE GENERAL
Institución /Empresa:	ECO A PERÚ / CANVAS CONSULTORA

ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Revisar cada uno de los Ítems del instrumento y marcar con una “X” dentro del recuadro, según la calificación que asigne a cada indicador:

1. Deficiente (Menos del 30% del total de ítems cumple con el indicador)
2. Regular (Entre el 31% y 70% del total de ítems cumple con el indicador)
3. Buena (Más del 70% del total de ítems cumple con el indicador)

Aspectos de validación del instrumento		1	2	3	Sugerencias
Criterio	Indicador	D	R	B	
Pertinencia	Los ítems miden lo previsto en los objetivos de investigación.			x	
Coherencia	Los ítems responden a lo que se debe medir en la variable y sus dimensiones.			x	
Congruencia	Los ítems son congruentes entre sí y con el concepto que miden.			x	
Suficiencia	Los ítems son suficientes en cantidad para medir las variables.			x	
Objetividad	Los ítems miden comportamientos y acciones observables.			x	
Consistencia	Los ítems se han formulado en concordancia a los fundamentos teóricos de las variables.			x	
Organización	Los ítems están secuenciados y distribuidos de acuerdo con dimensiones e indicadores.			x	
Claridad	Los ítems están redactados en un lenguaje entendible para los sujetos a evaluar.			x	
Formato	Los ítems están escritos respetando aspectos técnicos (tamaño de letra, espaciado, nitidez)			x	
Estructura	El instrumento cuenta con instrucciones, consignas y opciones de respuesta bien definidas.			x	
CONTEO TOTAL				30	
Realizar el conteo de acuerdo con puntuaciones asignadas a cada indicador		C	B	A	TOTAL

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO

Coefficiente de validez:

$$\frac{A+B+C}{30}$$

$$1$$

=

Intervalos	Resultado
0,00 - 0,49	Validez nula
0,50 - 0,59	Validez muy baja
0,60 - 0,69	Validez baja
0,70 - 0,79	Validez aceptable
0,80 - 0,89	Validez buena
0,90 - 1,00	Validez muy buena

CALIFICACIÓN GLOBAL

Ubicar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo respectivo y escriba sobre el espacio el resultado.

Validez muy buena



Firma del validador

ANEXO 5

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

PERFIL DEL VALIDADOR	
Nombre y apellidos:	GUSTAVO ISAAC BARRANTES MORALES
Cargo:	DTOR DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
Institución /Empresa:	UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE

ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Revisar cada uno de los Ítems del instrumento y marcar con una “X” dentro del recuadro, según la calificación que asigne a cada indicador:

1. Deficiente (Menos del 30% del total de ítems cumple con el indicador)
2. Regular (Entre el 31% y 70% del total de ítems cumple con el indicador)
3. Buena (Más del 70% del total de ítems cumple con el indicador)

Aspectos de validación del instrumento		1	2	3	Sugerencias
Criterio	Indicador	D	R	B	
Pertinencia	Los ítems miden lo previsto en los objetivos de investigación.			x	
Coherencia	Los ítems responden a lo que se debe medir en la variable y sus dimensiones.			x	
Congruencia	Los ítems son congruentes entre sí y con el concepto que miden.			x	
Suficiencia	Los ítems son suficientes en cantidad para medir las variables.		x		
Objetividad	Los ítems miden comportamientos y acciones observables.		x		
Consistencia	Los ítems se han formulado en concordancia a los fundamentos teóricos de las variables.			x	
Organización	Los ítems están secuenciados y distribuidos de acuerdo con dimensiones e indicadores.			x	
Claridad	Los ítems están redactados en un lenguaje entendible para los sujetos a evaluar.			x	
Formato	Los ítems están escritos respetando aspectos técnicos (tamaño de letra, espaciado, nitidez)		x		
Estructura	El instrumento cuenta con instrucciones, consignas y opciones de respuesta bien definidas.		x		
CONTEO TOTAL			8	18	
Realizar el conteo de acuerdo con puntuaciones asignadas a cada indicador		C	B	A	TOTAL

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO

Coefficiente de validez:

$$\frac{A+B+C}{30}$$

0,87

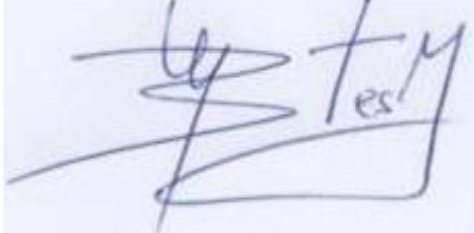
=

Intervalos	Resultado
0,00 - 0,49	Validez nula
0,50 - 0,59	Validez muy baja
0,60 - 0,69	Validez baja
0,70 - 0,79	Validez aceptable
0,80 - 0,89	Validez buena
0,90 - 1,00	Validez muy buena

CALIFICACIÓN GLOBAL

Ubicar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo respectivo y escriba sobre el espacio el resultado.

Validez buena



Firma del validador