



UNIVERSIDAD JOSÉ CARLOS MARIÁTEGUI

VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN

**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS EMPRESARIALES Y
PEDAGÓGICAS**

ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA COMERCIAL

TESIS

**SATISFACCIÓN DEL USUARIO Y SU RELACIÓN
CON LAS PRESTACIONES REALIZADAS POR LA
DIRECCIÓN REGIONAL DE LA PRODUCCIÓN DE
MOQUEGUA – 2023**

PRESENTADA POR

BACH. MARIA MAGDALENA FLORES CHARCA

BACH. DIANA LIZETH CHOQUE TONCONI

ASESOR

DR. JULIO CESAR LUJAN MINAYA

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE INGENIERO
COMERCIAL**

MOQUEGUA - PERÚ

2024



Universidad José Carlos Mariátegui

CERTIFICADO DE ORIGINALIDAD

El que suscribe, en calidad de Jefe de la Unidad de Investigación de la _FACULTAD DE NCIAS JURIDICAS, EMPRESARIALES Y PEDAGOGICAS (FCJEP), certifica que el trabajo de investigación () / Tesis (X) / Trabajo de suficiencia profesional () /

SATISFACCIÓN DEL USUARIO Y SU RELACIÓN CON LAS PRESTACIONES REALIZADAS POR LA DIRECCIÓN REGIONAL DE LA PRODUCCIÓN DE MOQUEGUA – 2023

Presentado por el(la):

BACH. MARÍA MAGDALENA FLORES CHARCA

BACH. DIANA LIZETH CHOQUE TONCONI

Para obtener el grado académico () o Título profesional (X) o Título de segunda especialidad () de INGENIERO COMERCIAL asesorado por el/la DR.JULIO CESAR LUJAN MINAYA, asesor con Resolución de _____ N° _____, fue sometido a revisión de similitud textual con el software TURNITIN, conforme a lo dispuesto en la normativa interna aplicable en la UJCM.

En tal sentido, se emite el presente certificado de originalidad, de acuerdo al siguiente detalle:

Programa académico	Aspirante(s)	Trabajo de investigación	Porcentaje de similitud
INGENIERIA COMERCIAL	BACH. MARÍA MAGDALENA FLORES CHARCA BACH. DIANA LIZETH CHOQUE TONCONI	SATISFACCIÓN DEL USUARIO Y SU RELACIÓN CON LAS PRESTACIONES REALIZADAS POR LA DIRECCIÓN REGIONAL DE LA PRODUCCIÓN DE MOQUEGUA – 2023	27%

El porcentaje de similitud del Trabajo de investigación es del 27%, que está por debajo del límite **PERMITIDO** por la UJCM, por lo que se considera apto para su publicación en el Repositorio Institucional de la UJCM.

Se emite el presente certificado con fines de continuar con los trámites respectivos para la obtención de grado académico o título profesional o título de segunda especialidad.

Moquegua, 9 de junio de 2024

Dr. Teófilo Lauracio Ticona

Jefe Unidad de Investigación FCJEP

ÍNDICE DE CONTENIDO

PÁGINA DE JURADOS	I
DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTOS.....	III
ÍNDICE DE CONTENIDO	IV
ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS	VI
RESUMEN.....	VII
ABSTRACT	VIII
INTRODUCCIÓN.....	IX
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	11
1.1 Descripción de la Realidad Problemática	11
1.2 Definición del problema	12
1.2.1 Problema principal.....	12
1.2.2 Problemas específicos	12
1.3 Objetivos de la Investigación.....	13
1.3.1 Objetivo general	13
1.3.2 Objetivos específicos.....	13
1.4 Justificación e importancia de la investigación	13
1.5 Variables y Operacionalización	14
1.5.1 Variable independiente	14
1.5.2 Variable dependiente	14
1.6 Hipótesis de la Investigación	17
1.6.1 Hipótesis general	17
1.6.2 Hipótesis específica.....	17
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	18
2.1 Antecedentes de la Investigación.....	18

2.2	Bases teóricas.....	23
2.2.1	Dirección Regional de la Producción de Moquegua	23
2.2.2	Satisfacción del Usuario	24
2.2.3	Calidad del servicio	26
2.2.4	Componentes de la calidad del servicio	26
2.3	Marco conceptual.....	29
CAPÍTULO III: MÉTODO.....		30
3.1	Tipo de investigación	30
3.2	Diseño de investigación	30
3.3	Población y muestra.....	31
3.4	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	31
3.5	Técnicas de procesamiento y análisis de datos.....	32
CAPÍTULO IV: PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS.....		33
4.1	Presentación de resultados	33
4.2	Contrastación de hipótesis	42
4.3	Discusión	48
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....		51
5.1	Conclusiones	51
5.2	Recomendaciones	53
BIBLIOGRAFÍA		54
ANEXOS		57
MATRIZ DE CONSISTENCIA.....		57
INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS		59

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tabla 1 Operacionalización de variables.....	15
Tabla 2 <i>Niveles de la variable prestaciones realizadas</i>	33
Tabla 3 <i>Niveles de la dimensión fiabilidad</i>	34
Tabla 4 <i>Niveles de la dimensión capacidad de respuesta</i>	35
Tabla 5 <i>Niveles de la dimensión seguridad</i>	36
Tabla 6 <i>Niveles de la dimensión empatía</i>	37
Tabla 7 <i>Niveles de la dimensión elementos tangibles</i>	38
Tabla 8 <i>Niveles de la variable satisfacción del usuario</i>	39
Tabla 9 <i>Niveles de la dimensión validez</i>	40
Tabla 10 <i>Niveles de la dimensión lealtad</i>	41
Tabla 11 <i>Correlación entre la variable prestaciones realizadas y la variable satisfacción del usuario</i>	42
Tabla 12 <i>Correlación entre la dimensión fiabilidad y la variable satisfacción del usuario</i>	43
Tabla 13 <i>Correlación entre la dimensión capacidad de respuesta y la variable satisfacción del usuario</i>	44
Tabla 14 <i>Correlación entre la dimensión seguridad y la variable satisfacción del usuario</i>	45
Tabla 15 <i>Correlación entre la dimensión empatía y la variable satisfacción del usuario</i>	46
Tabla 16 <i>Correlación entre la dimensión elementos tangibles y la variable satisfacción del usuario</i>	47
Figura 1 <i>Variable prestaciones realizadas</i>	33
Figura 2 <i>Dimensión fiabilidad</i>	34
Figura 3 <i>Dimensión capacidad de respuesta</i>	35
Figura 4 <i>Dimensión seguridad</i>	36
Figura 5 <i>Dimensión empatía</i>	37
Figura 6 <i>Dimensión elementos tangibles</i>	38
Figura 7 <i>Variable satisfacción del usuario</i>	39
Figura 8 <i>Dimensión validez</i>	40
Figura 9 <i>Dimensión lealtad</i>	41

RESUMEN

En la presente investigación el objetivo general se enfocó en determinar si existe una relación entre las prestaciones realizadas y la satisfacción del usuario en la Dirección Regional de la Producción de Moquegua; para lo cual la metodología aplicada estuvo conformada por una investigación de tipo básico, diseño no experimental, estudio cualitativo, descriptivo y la muestra se conformó por un total de 80 usuarios que realizan trámites o consultas en la unidad de investigación. Los resultados encontrados en la presente investigación permitieron visualizar que el valor de spearman es 0,901 y el sig. bilateral < 0.05 ; por lo que en la presente investigación se llegó a la conclusión que entre las variables existe una relación muy alta, positiva y significativa.

Palabras claves: prestaciones realizadas, satisfacción del usuario, fiabilidad seguridad, empatía.

ABSTRACT

In this research, the general objective focused on determining if there is a relationship between the services provided and user satisfaction in the Regional Production Directorate of Moquegua; For which the applied methodology was made up of a basic type of research, non-experimental design, qualitative, descriptive study and the sample was made up of a total of 80 users who carry out procedures or consultations in the research unit. The results found in the present investigation allowed us to see that the spearman value is 0.901 and the sig. bilateral < 0.05 ; Therefore, in the present investigation, it was concluded that there is a very high, positive and significant relationship between the variables.

Keywords: services provided, user satisfaction, reliability, safety, empathy.

INTRODUCCIÓN

Por el crecimiento acelerado de la globalización se logró generar un impulso a nivel mundial para el desarrollo de la competitividad, misma que fomenta la satisfacción de las necesidades de los usuarios logrando que las prestaciones de servicios sean más eficientes, que generen la subsanación de dudas, consultas e inquietudes; además de proporcionarle a los usuarios información transparente, precisa y confiable.

Por lo que las entidades y empresas privadas se han visto en la necesidad de implementar estrategias, políticas y procedimientos con las que logren que el servicio de atención proporcionado a los usuarios sea cada vez más adecuado y logre satisfacer todas las necesidades y expectativas de los usuarios.

Las entidades implementan nuevos sistemas de atención, procurando que los tiempos de atención sean consecuentes a los procesos de los tramites solicitados por los usuarios; de esta manera se espera que los usuarios reciban una excelente atención satisfaciendo sus necesidades. Se conoce que en toda institución los tramites llevados a cabo requieren de un considerable tiempo, por lo que si los usuarios no son atendidos de manera apropiada, para ellos los tramites serán engorrosos e insatisfactorios. La calidad de las prestaciones influencia directamente en la satisfacción de los usuarios y en su relación.

El brindar un servicio de calidad a los usuarios de las instituciones es el objetivo principal, y la razón de su existencia, debido a que ellos son creados con esa finalidad, para lo cual requieren contar con todos los recursos necesarios siendo estos los siguientes: recurso humano, financiero, materiales y equipos; con la aplicación adecuada de los recursos, las entidades prestaran sus servicios eficientemente, lograran que los tramites efectuados cumplan con los estándares y que se elimine las deficiencias de los procesos en los tramites.

Actualmente las prestaciones brindadas en el Perú tienen altos índices de disconformidad e insatisfacción por parte de los usuarios, esto es ocasionado por que el recurso humano muchas no son capacitadas de manera correcta; por lo tanto, la atención a los usuarios decae, produciendo que sea relevante la implementación de medidas correctivas hasta que se logre conseguir la satisfacción de los usuarios.

En el marco del desarrollo de la presente investigación esta se dividió en cinco capítulos, a continuación, se mencionará los capítulos:

Capítulo I: está comprendido por el problema, objetivos, hipótesis y variables

Capítulo II: está comprendido por antecedentes, bases teóricas y marco conceptual.

Capítulo III: está comprendido por el tipo de investigación, diseño, población, muestra y técnicas e instrumentos de recolección de información.

Capítulo IV: está comprendido por la presentación de resultados, contrastación y discusión.

Capítulo V: está comprendido por conclusiones y las recomendaciones.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Descripción de la Realidad Problemática

Desde la perspectiva global, los últimos años, el progreso científico y tecnológico mundial se ha vuelto cada vez más rápido, y algunas herramientas y equipos utilizados para brindar servicios de alta calidad se han vuelto obsoletos; cualquier empresa o negocio necesita mejorar continuamente la calidad que brinda, ya sea de servicios o de productos.

Por lo tanto, la Dirección Regional de Producción de Moquegua debe evaluar la satisfacción de los usuarios con sus prestaciones realizadas; estas acciones son habituales en sus instalaciones y es necesario documentar las deficiencias en el sistema de servicios que presta; la satisfacción en los usuarios es altamente importante.

En el sector de la producción es muy importante conocer los resultados de satisfacción para lograr y desempeñar un servicio adecuado como organización y modelo de negocio; logrando una innovación continua en atención al usuario y servicios; ya que en su mayoría son personas relacionadas con la industria pesquera.

La calidad en las prestaciones por entidades del Perú a los usuarios se está deteriorando o siendo cuestionada por los ciudadanos que poco a poco desconfían de las instituciones, y su mal desempeño es otro motivo de investigación; medir la satisfacción del usuario para confirmar o desmentir que la Oficina Regional de Producción de Moquegua ha reportado alguna incomodidad en la satisfacción humana.

En la Oficina Regional de Producción Moquegua, fue necesario identificar los principales puntos que inciden mucho la perspectiva generada en relación a la calidad de los servicios brindados por la institución a la población, principalmente por los servidores públicos nombrados.

En toda institución pública, un alto nivel de burocracia hace que los trámites sean más lentos y engorrosos para todos los usuarios, lo que afecta en gran medida el nivel de satisfacción de los usuarios con las prestaciones obtenidas, evitando algunos trámites necesarios para iniciar la formalidad y quedándose en la informalidad.

1.2 Definición del problema

1.2.1 Problema principal

¿Qué relación existe entre la satisfacción del usuario con respecto a las prestaciones realizadas por la Dirección Regional de la Producción de Moquegua -2023?

1.2.2 Problemas específicos

¿Qué relación existe entre la fiabilidad y satisfacción del usuario en la Dirección Regional de la Producción de Moquegua – 2023?

¿Qué relación existe entre la capacidad de respuesta y satisfacción del usuario en la Dirección Regional de la Producción de Moquegua – 2023?

¿Qué relación existe entre la seguridad y satisfacción del usuario en la Dirección Regional de la Producción de Moquegua – 2023?

¿Qué relación existe entre la empatía y satisfacción del usuario en la Dirección Regional de la Producción de Moquegua – 2023?

¿Qué relación existe entre los elementos tangibles y satisfacción del usuario en la Dirección Regional de la Producción de Moquegua – 2023?

1.3 Objetivos de la Investigación

1.3.1 Objetivo general

Determinar la relación entre la satisfacción del usuario con respecto a las prestaciones realizadas por la Dirección Regional de la Producción de Moquegua -2023.

1.3.2 Objetivos específicos

- Determinar la relación entre la fiabilidad y satisfacción del usuario en la Dirección Regional de la Producción de Moquegua – 2023.
- Determinar la relación entre la capacidad de respuesta y satisfacción del usuario en la Dirección Regional de la Producción de Moquegua – 2023.
- Determinar la relación entre la seguridad y satisfacción del usuario en la Dirección Regional de la Producción de Moquegua – 2023.
- Determinar la relación entre la empatía y satisfacción del usuario en la Dirección Regional de la Producción de Moquegua – 2023.
- Determinar la relación entre los elementos tangibles y satisfacción del usuario en la Dirección Regional de la Producción de Moquegua – 2023.

1.4 Justificación e importancia de la investigación

Este estudio permitirá conocer el grado de satisfacción con relación a las prestaciones obtenidas por cada usuario, ya que la DIREPRO (Dirección Regional de Producción) de Moquegua, genera un desarrollo a la localidad. La mala imagen que genere fomentara el desinterés por los ciudadanos relacionados con la industria pesquera de adoptar la formalidad, generando la pérdida de oportunidades que brinda la formalidad

Posibles beneficios obtenidos después de la investigación:

- **A la institución:** De esta manera buscar aplicar la calidad de servicio, logrando una buena imagen frente a la ciudadanía.
- **A los empleados:** Dar a conocer la importancia del servicio con buena calidad.

- **A la sociedad:** Generando una óptima satisfacción del servicio recibido por la DIREPRO.
- **Los estudiantes:** Resultados necesarios y útiles para investigaciones relacionadas al sector público.
- **Al investigador:** Un paso muy importante para ser Ingeniero Comercial, generando nuevo conocimiento.

1.5 Variables y Operacionalización

1.5.1 Variable independiente

Prestaciones realizadas

1.5.2 Variable dependiente

Satisfacción del usuario

Tabla 1*Operacionalización de variables*

Variable	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Técnicas e Instrumentos	ÍTEMS
Variable independiente Prestaciones realizadas	Prestaciones realizadas Según Izquierdo, (2021); es la prestación de servicio realizada por un servidor público o especialista en el área que resuelve una inquietud o problema del usuario.	Esta variable será medida por el cuestionario donde se consideró en cuenta 5 dimensiones.	Fiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Oportunidad de atención. • Tecnología actualizada. • Información precisa. 	Encuesta: Cuestionario	1
						2
						3
			Capacidad de respuesta	<ul style="list-style-type: none"> • Amabilidad • Cortesía • Tiempo de atención 		4
						5
						6
			Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> • Solución. • Confianza. • Sala de espera apropiada 		7
						8
						9
			Empatía	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de entender. • Claridad con la orientación • Paciencia y comprensión 		10
		11				
		12				
Elementos tangibles	<ul style="list-style-type: none"> • Personal uniformados. • Materiales de comunicación • Iluminación adecuada. 	13				
		14				
		15				

Satisfacción del usuario						
Variable dependiente Satisfacción del usuario	Según Marin , (2022), la satisfacción del usuario depende no solo de la calidad de los servicios sino también de sus expectativas. El usuario está satisfecho cuando los servicios cubren o exceden sus expectativas.	Esta variable será medida mediante un cuestionario en el cual hay 2 dimensiones que se ponen en consideración.	Validez	<ul style="list-style-type: none"> • Atención correcta • Eficacia 	16 17-21	Encuesta: Cuestionario
			Lealtad	<ul style="list-style-type: none"> • Seguridad • Cumplimiento. • Compromiso del usuario 	22-23 24-26 27-30	

Nota: Realizado por las autoras.

1.6 Hipótesis de la Investigación

1.6.1 Hipótesis general

Existe relación entre la satisfacción del usuario con respecto a las prestaciones realizadas por la Dirección Regional de la Producción de Moquegua -2023.

1.6.2 Hipótesis específica

- Existe relación entre la fiabilidad y satisfacción del usuario en la Dirección Regional de la Producción de Moquegua – 2023.
- Existe relación entre la capacidad de respuesta y satisfacción del usuario en la Dirección Regional de la Producción de Moquegua – 2023.
- Existe relación entre la seguridad y satisfacción del usuario en la Dirección Regional de la Producción de Moquegua – 2023.
- Existe relación entre la empatía y satisfacción del usuario en la Dirección Regional de la Producción de Moquegua – 2023.
- Existe relación entre los elementos tangibles y satisfacción del usuario en la Dirección Regional de la Producción de Moquegua – 2023.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la Investigación

Antecedentes Internacionales

- Según Cabana, Montero, & Aguilera, (2019); en su publicación **Modelación Multivariada de la Satisfacción de Usuarios de Salud Primaria como Influencia del Diseño (Design Thinking)**; mostrando su objetivo de este trabajo fue; desarrollar modelo multivariado analizando el impacto del pensamiento en la satisfacción de los usuarios del Centro Municipal de Salud Familiar (CESFAM) del municipio de La Serena, Chile. El modelo de relacionamiento se elaboró encuestando a 361 empleados. En el análisis del modelo se utilizó el método estructural basado en mínimo cuadrado parcial. Los procesos formales que determinan las actitudes de los directivos, el compromiso organizacional y la innovación, se explican directa y positivamente el 64,1% del pensamiento de diseño. La eficacia del proceso y la influencia del pensamiento de diseño, en él explicaron con éxito el 69,7% de la satisfacción en el usuario. Finalmente, CESFAM debe enfocarse en implementar un diseño a través de líderes que fomenten el compromiso organizacional mientras integran a los usuarios y se enfocan en formalizar los procesos de innovación.
- Según Nowotny, (2020); en la tesis **Diferencias de satisfacción entre mayores de 40 y menores de 40 años respectivamente, con relación a medidas de bioseguridad implementadas en el BC. de Bolivia, durante la cuarentena por el SARS-COV-2 de abril a julio del 2020;**

- la satisfacción en el trabajo necesita una construcción compleja del comportamiento humano que se ha estudiado ampliamente durante décadas en prácticamente todos los entornos laborales, es relevante para grandes poblaciones e involucra una gran cantidad en variables. Una variable se relaciona con la satisfacción interna del usuario, que no ha sido estudiada ni medida en el medio. Identificar el impacto de esta variable permitirá a entidades del siglo XX mejorar en su desempeño del esfuerzo laboral en diferentes tiempos. Con la aparición de una pandemia, el COVID-19 pone en riesgo a todos los trabajadores de la salud sin excepción, surge la necesidad de analizar las percepciones de los proveedores sobre las precauciones en bioseguridad prestadas por las instituciones y cómo interactúan con las regulaciones existentes y los patógenos emergentes, sobre los cuales el conocimiento se actualiza casi todos los días. Para ende, este estudio utiliza una investigación observacional, transversal y descriptivo y analiza información cuantitativa. Los hallazgos clave indican que los usuarios mayores de 40 años expresan una gran insatisfacción con las medidas de prevención, mitigación y control de infecciones implementadas en sus organizaciones. Dichos estudios tienen mayores implicaciones para los estudios de satisfacción del usuario interno, incluida la política de salud, que pueden conducir a medidas preventivas y de mitigación a la luz de las amenazas biológicas emergentes.
- Según Espino, (2021); en la tesis **de satisfacción con usuario en relación a la atención odontológica, Centro de Salud Chasquipampa, Red N° 5-Sur gestión 2019**; las encuestas de satisfacción, se han convertido en una instrumento importante para medir la calidad del servicio, y el propósito de este estudio fue evaluar la satisfacción en la atención del Centro de Salud Chasqui campa Red No. 5- Sur, realizada el 2019 se utilizaron encuestas de consultoría externa SERVQUAL adaptada con una escala Likert de malas, buenas y muy buenas opiniones. 22 preguntas miden 4 dimensiones en la satisfacción; la primera con relación a la infraestructura, la segunda con

su grado de confianza, la tercera respecto a cómo actúan y empatía (trato). A partir de la media aritmética, se elaboró una escala para evaluar la satisfacción, incertidumbre y la insatisfacción. También se examinaron los tiempos de espera y la atención dental. Estudios transversales y descriptivos. Se trabajó con una muestra de 327 seleccionados en base a los criterios de inclusión. El análisis por frecuencia, porcentaje y media aritmética se realizó con SPSS versión 25. Los resultados mostraron que las que en: empatía, confiabilidad y capacidad de respuesta obtuvieron la puntuación más alta y que las áreas identificadas para mejorar fueron dimensiones de elementos tangibles. Finalmente, los usuarios están satisfechos con el trato, la resolución de problemas y la competencia técnica de los profesionales, más que con la infraestructura (activos físicos) o el tiempo de espera, lo que está inversamente relacionado con la satisfacción, siendo mayores los tiempos de espera los que conducen a una menor satisfacción. Palabras clave: satisfacción, calidad, percepción y dimensión.

Antecedentes Nacionales

- Según Febres & Mercado, (2020), en su publicación **Satisfacción del usuario y calidad de atención del servicio obtenido en el Hospital Daniel Alcides Carrión. Huancayo – Perú**; su objetivo principal fue determinar el nivel de satisfacción de los usuarios de consultas externas del servicio de medicina interna del mencionado hospital por la calidad de los servicios, la muestra fue de 292 pacientes de los cuales el 57% fueron mujeres, el nivel de insatisfacción fue del 57,1% con respecto a lo tangible y el 55,5% se mostró insatisfecho con las habilidades de respuesta. Los sistemas de salud deben incorporar nuevos métodos con la finalidad de prestar servicios de garantía frente al usuario que obtenga la atención médica necesaria.
- Según Becerra, Pecho, & Gomez, (2020); en su investigación **Satisfacción del usuario externo en un establecimiento de atención primaria, durante la pandemia COVID-19**; el estudio observacional,

prospectivo y transversal realizado en julio y agosto de 2020 en entornos de atención primaria del sistema de salud peruano. La muestra consta de 120 usuarios externos. Entre los participantes, mujeres (80,7%), en el grupo de edad de 41 a 50 años (41,0%). En total, el 38,3% de la población estaba parcialmente satisfecho con los servicios de salud y el 61,7% estaba insatisfecho. Dimensión fiabilidad 69,2%, capacidad de respuesta 76,7%, confianza 58,3%, empatía 60,8% y aspectos tangibles 87,5%. El 75,8% de los usuarios se encuentran insatisfechos con el trato que reciben en el servicio médico. Los usuarios externos están, en promedio, insatisfechos con la atención que reciben en atención primaria durante la pandemia de COVID-19.

- Según Rodríguez, (2019); en la tesis **de satisfacción de la población con relación a la modernización del RENIEC, Trujillo, 2019**; el estudio examina las ideas y métodos de la modernización de la administración pública y la satisfacción del usuario. Se utilizó un método de investigación hipotético-deductivo, del tipo de investigación no experimental, no se tocaron las variables y su investigación se limitó a su descripción y análisis en un medio natural. La muestra fue conformada por 46 funcionarios de la RENIEC de Trujillo. Para la recolección de datos se utilizaron cuestionarios para cada variable y debidamente contrastados por expertos de la administración estatal, para los datos estadísticos se utilizó estadística descriptiva, con ayuda de la cual se recolectaron las variables y sus tamaños, cuadros estadísticos y figuras. Se utilizó Excel para recopilar datos estadísticos utilizando el software SPSS V25. Utilizándose Shapiro-Wilk al nivel de significación del 5 % para sacar conclusiones sobre si los datos se distribuyen normalmente. Una distribución estadística Rho de Spearman; también existe una relación altamente significativa entre la modernización de la administración pública y la satisfacción de los usuarios entre las variables estudiadas, con una correlación de 0,837 y una significación <0,01. Se aceptó la hipótesis alterna, rechazando la hipótesis nula y se concluyó que existe una muy buena correlación entre

variables “Modernización de la Administración del Estado y la satisfacción de los usuarios del RENIEC en Trujillo en el año 2019.

- Según Gutierrez et al., (2022); en el trabajo de investigación **calidad del servicio y la satisfacción del usuario en el centro de servicios de atención del MEF, Puno**; para mejorar la calidad, el gobierno peruano ha implementado un sistema de atención de calidad. En este sentido, el objetivo de este trabajo es determinar el grado de correlación entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario, en el centro de atención al cliente del MEF del Perú en Puno, según 3 atributos específicos: esforzarse, disponibilidad e integridad. Con un diseño del estudio no-experimental-transversal-correlacional; el grupo de usuarios es de 1,842 personas y la muestra es de 217 personas. Los medios de fueron la encuesta con un cuestionario mediante la observación. Según la guía observable para el comportamiento observable. Para contrastar resultados de hipótesis, se realizó estadística “chi-cuadrado”, la cual dio un $p=0,027$, mostrando relación existencial entre las variables propuestas, y según el coeficiente V-Kramer, el grado es de 68,80%. Se concluyó que la medida en que los empleados se adhieren a los atributos de calidad, el servicio prestado se plasma en la satisfacción del usuario con la empresa.

Antecedentes Locales

- Según Vargas & Ticona, (2022); en la tesis **del marketing de servicios y la calidad de atención en la Clínica del Sur S.A.C., Moquegua 2022**; su objetivo principal es determinar la existencia de relación entre marketing y calidad de servicios que se brinda en la Clínica del Sur S.A.C. Este es un tipo de estudio básico con un diseño no experimental y alcance adecuado. El número total de usuarios según las muestras es de 378. Utilizando la técnica de encuesta, que consta de 2 cuestionarios, cada uno cubriendo un total de 20 temas, teniendo en cuenta el alcance del tema. Los resultados obtenidos de los procedimientos individuales mostraron que la variable marketing de servicios tuvo un nivel normal

de 52%, lo que indicó que la gestión actual de la clínica era buena, pero el marketing de servicios clínicos necesitaba mayor aplicación y desarrollo, por otro lado, la calidad de la variable atención es del 67%, lo que demuestra que se encuentra en un nivel excelente, es decir, la clínica ha hecho un buen trabajo en este ámbito, por lo que ha mantenido una buena imagen y reputación en la comunidad. Para confirmar la hipótesis, se utilizó el estadístico R-Spearman para demostrar la correlación $r=0,883$, que se correlacionó positivamente. Por lo tanto, se concluyó que las variables de marketing de servicios están altamente correlacionadas a favor con la calidad de atención.

- Según Pacsi, (2023); en su tesis **Calidad de servicio y satisfacción del cliente del Grifo Municipal de Torata, Moquegua 2022**; este estudio está diseñado para analizar y definir el efecto entre la calidad de los servicios de grifería y la satisfacción del cliente del municipio de Torata Moquegua 2022, es un diseño no experimental y tipo de aplicación, la muestra incluye un total de 100 clientes internos como externos. clientes que suelen utilizar los servicios prestados por el personal, también se utilizaron cuestionarios como técnica de recolección de datos que fueron probados para cada variable y divididos en dimensiones, y cabe señalar que estos cuestionarios fueron revisados y aprobados; entre los resultados, la calidad del servicio es el más destacado, ya que los clientes tienen una percepción suficiente de la calidad del servicio, pero esta percepción debe fortalecerse aún más de acuerdo con la estrategia propuesta. Los resultados muestran que la calidad del servicio tiene un efecto directo y positivo en la satisfacción del cliente.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Dirección Regional de la Producción de Moquegua

Actúa como órgano rector de la industria pesquera en la región, con fundamento en la Ley General de Pesca (Ley N° 2597) y sus reglamentos y la Ley Orgánica de Gobiernos Regionales (Ley N° 27867); ha asumido nuevas funciones industriales, funciones que fueron

transferidas del Ministerio de la Producción a los gobiernos regionales en 2006, lo que ayudará a promover y monitorear efectivamente las actividades pesqueras e industriales en la Región Moquegua. (PRODUCE, 2023).

Principales labores de función.

- Formular, diseñar, ejecutar y supervisar establecidas como prioridad nacional relacionadas en el sector de la Pesca-Acuicultura, MYPES e Industrias.
- Ejercer ordenamiento en el sector pesquero; la pesquería se desarrolla en pequeña, mediana y gran escala, dependiendo el tamaño de la empresa.
- Promover el desarrollo de los ecosistemas de forma ecológica con un fin autosustentable en la productividad pesquera-acuícola; fomentando el comercio interno con las cooperativas.
- Dar valor agregado a la pesca artesanal, promoviendo el consumo humano directo y una calidad de vida adecuada para el pescador.
- Principal objetivo como institución es dar un desarrollo en el sector pesquero, fomentando siempre innovación, calidad y sostenibilidad ecológica; creando un ánimo de competitividad.

2.2.2 Satisfacción del Usuario

Según la autora Peiro, (2018); la satisfacción del cliente es medida a consecuencia del nivel de calidad obtenido de los servicios y productos que ofrece una empresa. La satisfacción de un consumidor es importante para un negocio porque continua la preferencia sobre otras marcas específicas y crear marketing de recomendación con otros potenciales clientes. Los consumidores se enfrentan a la difícil decisión de elegir entre una variada disponibilidad de marcas que ofrecen lo mismo con distinto nombre. Pero con una comprobación de compra favorable, la satisfacción que conlleva puede impulsar su negocio a la cima del mercado.

Cómo lograr la satisfacción del cliente

- Desarrollando productos o servicios basados con los estándares de necesidad del consumidor.
- Establecer comunicación directa con el cliente.
- Realizar encuestas, recogiendo las opiniones de los productos y servicios que se ofrecen para conocer los niveles de satisfacción que es vista la empresa.
- Utilizar la información para mejorar.
- Proporcionar acciones para que los propios clientes prueben los productos antes de lanzarlos al mercado y tomar en cuenta estos comentarios para mejorar el producto desarrollado.
- Mejorar continuamente la experiencia del usuario a la hora de facilitar las compras online, comunicación constante en los envíos, dando respuesta inmediata y solución a problemas que puedan surgir.
- El valor percibido de un producto nunca lo determina nunca la empresa, sino los propios consumidores.
- Mantener siempre a los empleados cordiales con los clientes.
- La palabra discusión nunca debe usarse en relación a los clientes, en cambio debería de ofrecerse opiniones para el mejoramiento de situaciones problemáticas.
- No prometer cosas que no se pueden cumplir y que luego conducirán fracaso de la sociedad empresarial.
- Evite esperar tanto como sea posible. Si se trata de una tienda online, simplifica el carrito de la compra para que las compras sean más sencillas. Si se trata de una tienda física, trate de evitar las aglomeraciones y las filas que cansan a los usuarios.
- Que se presuma la inocencia del cliente. A veces pueden estar equivocados, pero antes de juzgarlos, es mejor mostrar esa actitud para evitar discusiones.

2.2.3 Calidad del servicio

Según el portal QuestionPro, (2023); los servicios son clave para atraer usuarios a su industria. Incluso si una empresa tiene el mejor producto frente a la competencia, pero el servicio es deficiente, los clientes inevitablemente adquirirán los productos de los competidores. Mencionaremos la importancia:

¿Qué es la calidad de servicio?

Que, al examinar la discrepancia entre la experiencia del cliente de los servicios prestados y sus expectativas, la calidad del servicio sirve de modelo para la construcción de estrategias encaminadas a comprender la satisfacción del servicio al cliente a lo largo de todo el recorrido de compra.

2.2.4 Componentes de la calidad del servicio

Son 5 componentes que conforman las dimensiones más importantes. Profundicemos en estas ideas para descubrir como elevar su oferta a lo más alto del mercado:

Fiabilidad

La consistencia a lo largo del año no solo garantiza que los productos y servicios funcionen según lo previsto, sino que también garantiza entregas ininterrumpidas según lo planeado. Esto puede revelar las métricas de la experiencia del cliente y el riesgo potencial de perder clientes frente a sus competidores.

Especialmente en la industria de servicios, hay muchos factores que interrumpen o perturban la calidad de los servicios prestados. Analizar estos cuellos de botella y sus causas, y desarrollar estrategias para mitigar el riesgo y garantizar un servicio consistente a los clientes finales es un componente clave para asegurarse de que las cosas se hagan bien.

Capacidad de respuesta

Los elementos clave de la calidad del servicio incluyen aceptar a los clientes, darles la sensación de ser escuchados e indicarles el camino adecuado.

¿Utiliza un producto si tiene un problema y el equipo de servicio del producto tarda mucho tiempo en solucionarlo, o busca un producto con un tiempo de resolución largo y un servicio excepcional?

¿Cómo mejorar la capacidad de respuesta?

Reconocer al mercado objetivo ofrecer a los clientes una experiencia de asistencia coherente, ofrecer materiales de autoayuda con recursos, utilizando respuestas para agilizar los procesos y capacitando al personal. Establecer y monitorear las metas de desempeño de los empleados son algunos de los componentes claves que benefician al negocio ya sea producto o servicio.

Seguridad

Tener siempre presente que los clientes están inundados de publicidad digital dirigida. Los consumidores finales tienen un tiempo de atención limitado en las plataformas digitales, y es difícil calibrar el nivel de fiabilidad de cada uno en la vida diaria. Confiar en la marca es muy importante para los sitios web de comercio electrónico.

La capacidad de un proveedor de servicios para inspirar confianza a sus clientes depende de las medidas de seguridad. Para evitar que los clientes se pasen a la competencia y se queden con la empresa, esto es crucial.

La fidelidad a una marca puede ser la primera característica de una garantía, entre muchas otras. Normalmente, las personas tienden a confiar en las marcas conocidas. Pero para las nuevas empresas, puede resultar un poco difícil. Las empresas deben prestar especial atención a

los argumentos de ventas que muestren una dedicación a un servicio fiable a largo plazo.

Empatía

Comprender los casos de uso de los consumidores, comprender cómo su producto puede ayudarlos, guiarlos hacia sus objetivos y empatizar con sus necesidades son procesos críticos para cualquier negocio. La diferencia entre los humanos y los bots es su capacidad para empatizar con los clientes y hacerlos sentir valorados.

Empatizar con tus clientes los hace sentir valorados y anima a los usuarios a permanecer fieles a tu producto o servicio. Qué es mejor que tener clientes leales que puedan correr la voz acerca de su producto.

Elementos tangibles

Los clientes deben ser precisos al describir el nivel de servicio que han recibido. Comparar la calidad prevista con la calidad real suele ser la base de la calidad percibida global.

En general, las numerosas iniciativas de marketing, las promociones, la percepción de la marca y el boca a boca contribuyen con frecuencia a la calidad deseada.

Varios tipos de estudios muestran que la calidad experimentada se puede medir por:

- Calidad técnica: Qué
- Calidad funcional: Cómo

Mediante cuestionarios y encuestas bien diseñados, las organizaciones también pueden crear sus propias métricas para medir la experiencia real del servicio.

2.3 Marco conceptual

PRODUCE: Ministerio de la producción.

Servicio: Actividad que intentan satisfacer la demanda de un usuario. Los servicios se consideran similares a un bien, existiendo de forma tangible e intangible.

Calidad: Es una propiedad tangible que tiene un objeto, definiendo su valor, y aumentando la satisfacción frente al consumidor.

Satisfacción: Es el cumplimiento de satisfacer la necesidad de un usuario; de manera que provoque tranquilidad y saciedad a lo que venía a buscar.

Satisfacción del cliente: Un concepto que mide la satisfacción que se tiene acerca del producto ofrecido de manera tangible o intangible que brinda una empresa.

Insatisfacción: Es un sentimiento que se experimenta en el interior de cada persona cuando siente la impotencia de no cumplir con sus propias expectativas.

Usuario: Usuario es quien utiliza un producto o servicio de forma habitual.

Confianza: Es la seguridad que se siente de manera personal con algo que se quiere adquirir de manera personal o grupal, siendo tangible o intangible.

Lealtad: Es cumplir con lo que se ha prometido o comprometido, incluso cuando las circunstancias son adversas.

Expectativa: Una expectativa es una creencia que se dirige al futuro, que sea o no real. Un resultado desfavorable puede llevar a la decepción. Sin embargo, cuando ocurre algo que no se esperaba resulta una sorpresa.

CAPÍTULO III: MÉTODO

3.1 Tipo de investigación

El estudio será del tipo fundamental básico, un estudio cualitativo descriptivo no experimental en el que no se modificarán las variables, sino que se limitarán a explicar los resultados.

La recopilación de datos correlacionales es una estrategia de investigación que mide y evalúa variables en relación estadísticamente significativa entre sí sin afectarlas.

3.2 Diseño de investigación

Este estudio tiene un diseño no experimental de corte transversal. Esto se debe a que no se realizó ninguna manipulación de las variables del estudio en el momento de su desarrollo; ante esto, se creó el siguiente gráfico explicativo.



Donde:

M: Muestra estudiada

E: Encuesta

r: Relación de variables

nS: Nivel de satisfacción

3.3 Población y muestra

Población

La investigación se desarrollará a las personas que realicen algún trámite o consulta de información con la Dirección Regional de la Producción de Moquegua y pertenezcan al sector pesca de la provincia de Ilo, toda persona que realice algún trámite en las áreas o llegando a un máximo de 100 usuarios.

Muestra

La muestra será tomada durante el tiempo que se desarrolle la encuesta de satisfacción, el mismo que se encuentra integrada por 80 usuarios de la institución. Para determinarla, se utilizó la fórmula siguiente:

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{e^2(N-1) + z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 100}{0.05^2(100 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 80$$

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas

Los enfoques que se utilizan para recolectar datos en el trabajo de campo se convierten en encuestas porque se pueden aplicar directamente a través de una serie de aspectos que permiten conocer más acerca de variables y usuarios.

Instrumentos

Como herramienta recogida de datos se utilizará un cuestionario compuesto por diversos ítems, que permitirá medir y analizar las interacciones entre las variables.

3.5 Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Después de poder analizar la información recolectada de la muestra, estos son transformados por los paquetes estadísticos IBM SPSS Statistics 27 y Excel; utilizando a la vez una correlación Rho de Spearman con una significancia del 95%. Plasmados en tablas y gráficos que nos permitirán analizar los niveles de las variables y sus dimensiones correspondientes como también los resultados obtenidos

CAPÍTULO IV: PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1 Presentación de resultados

Tabla 2

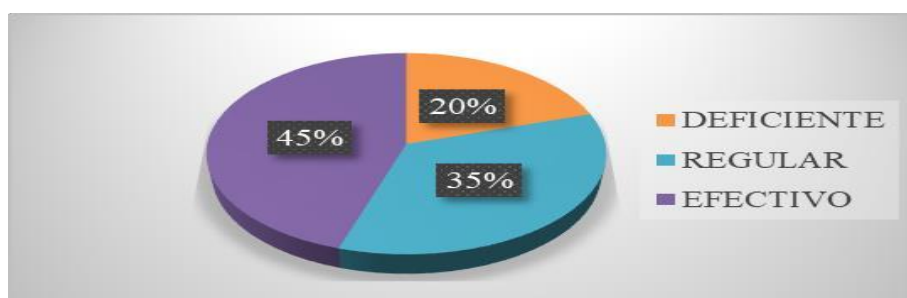
Niveles de la variable prestaciones realizadas

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
DEFICIENTE	16	20%
REGULAR	28	35%
EFFECTIVO	36	45%
Total	80	100%

Nota: elaboración propia

Figura 1

Variable prestaciones realizadas



Nota: elaboración propia

Interpretación:

Según los resultados encontrados en la tabla 02 y la figura 01 demuestran que de los tres niveles existentes de la variable prestaciones realizadas es el nivel efectivo quién presente una frecuencia de 36 y un porcentaje de 45%, este nivel resulta ser el que tiene mayor porcentaje y frecuencia.

Tabla 3

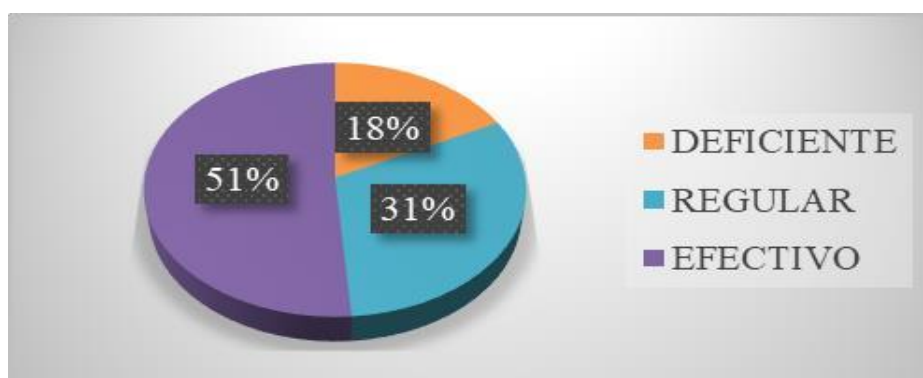
Niveles de la dimensión fiabilidad

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
DEFICIENTE	14	18%
REGULAR	25	31%
EFFECTIVO	41	51%
Total	80	100%

Nota: elaboración propia

Figura 2

Dimensión fiabilidad



Nota: elaboración propia

Interpretación:

Según los resultados encontrados en la tabla 03 y en la figura 02 de los niveles de la dimensión fiabilidad es el nivel efectivo quien presenta una frecuencia superior a los demás niveles teniendo una frecuencia de 41 y un porcentaje de 51, esto significa que la muestra está conforme con el tiempo de espera que se utiliza para la atención, además de estar conforme con la información que se le proporciona.

Tabla 4

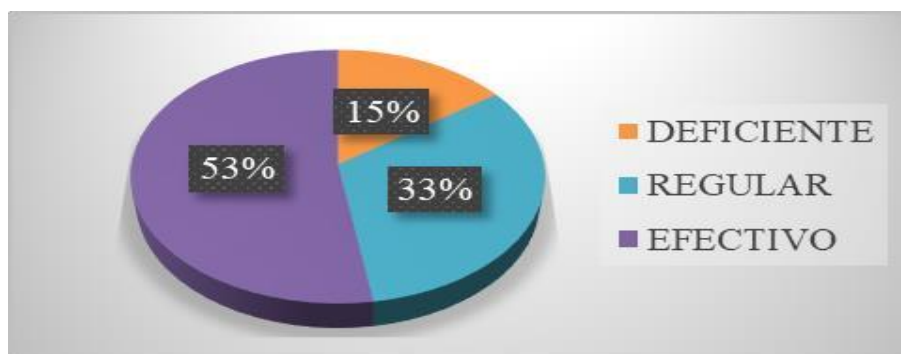
Niveles de la dimensión capacidad de respuesta

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
DEFICIENTE	12	15%
REGULAR	26	33%
EFFECTIVO	42	53%
Total	80	100%

Nota: elaboración propia

Figura 3

Dimensión capacidad de respuesta



Nota: elaboración propia

Interpretación:

Los resultados obtenidos en la tabla 04 y la figura 03 dan a conocer los siguientes: de los niveles existentes de la dimensión capacidad de respuesta, es el nivel efectivo quien presenta una frecuencia superior y un mayor porcentaje presentando valores de 42 y 53% respectivamente. Todo indicaría que dentro de la institución el trato es amable, cortés y que el tiempo de atención es el adecuado.

Tabla 5

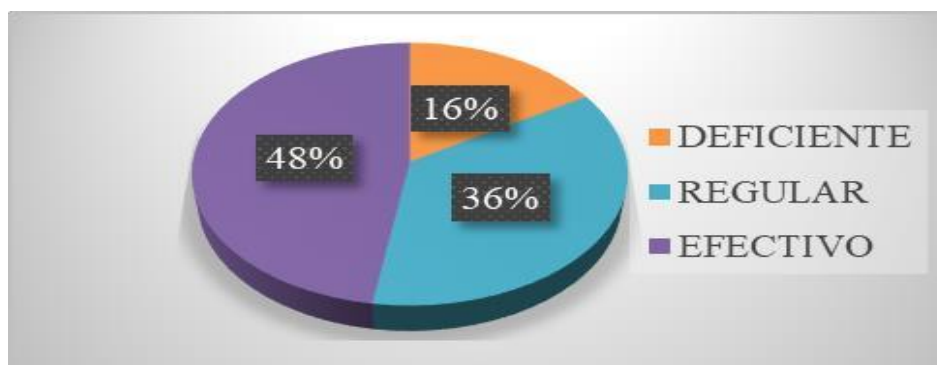
Niveles de la dimensión seguridad

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
DEFICIENTE	13	16%
REGULAR	29	36%
EFFECTIVO	38	48%
Total	80	100%

Nota: elaboración propia

Figura 4

Dimensión seguridad



Nota: elaboración propia

Interpretación:

Los resultados que se obtienen en la tabla 05 y en la figura 04 dan a conocer que dentro de la dimensión seguridad el nivel efectivo es quien representa a la muestra con una frecuencia de 38 y un porcentaje de 48%. Por lo tanto, dentro de la institución ambiente que se desarrolla es el adecuado.

Tabla 6

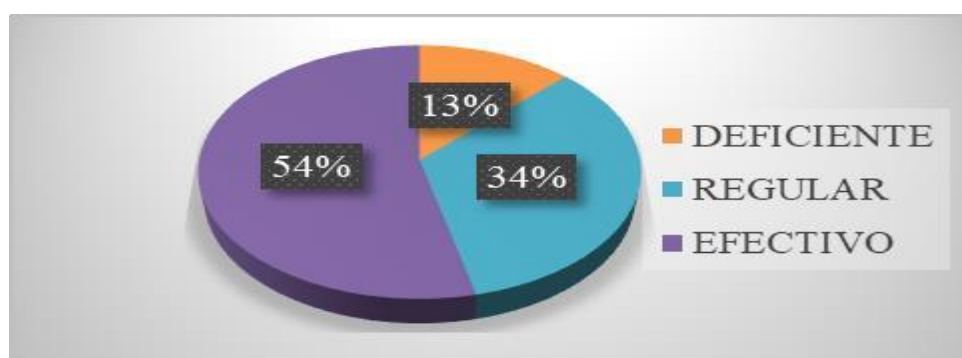
Niveles de la dimensión empatía

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
DEFICIENTE	10	13%
REGULAR	27	34%
EFFECTIVO	43	54%
Total	80	100%

Nota: elaboración propia

Figura 5

Dimensión empatía



Nota: elaboración propia

Interpretación:

En la tabla 06 como la figura 05 los resultados que se obtienen dan a conocer que el nivel efectivo de la dimensión empatía es el que llega a representar a la muestra con una frecuencia de 43 y un porcentaje de 54%. Estos resultados significarían que dentro de la institución la información es clara y precisa, además que el servicio brindado les permite solucionar los problemas de los usuarios.

Tabla 7

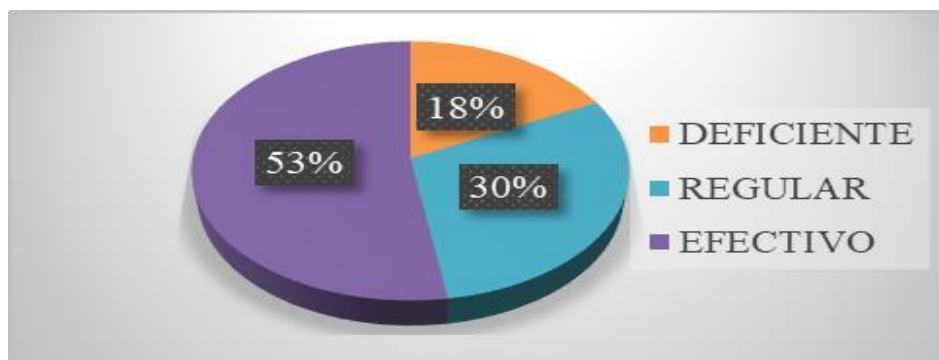
Niveles de la dimensión elementos tangibles

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
DEFICIENTE	14	18%
REGULAR	24	30%
EFFECTIVO	42	53%
Total	80	100%

Nota: elaboración propia

Figura 6

Dimensión elementos tangibles



Nota: elaboración propia

Interpretación:

En los resultados obtenidos en la tabla 07 y la figura 06 de la dimensión elementos tangibles se da a conocer que el nivel efectivo es quien llega a representar a la muestra con una frecuencia de 42 y un porcentaje de 53% . Estos resultados dan a conocer que dentro de la institución los materiales que utilizan para informar a los usuarios son los adecuados, por lo que la atención es la adecuada.

Tabla 8

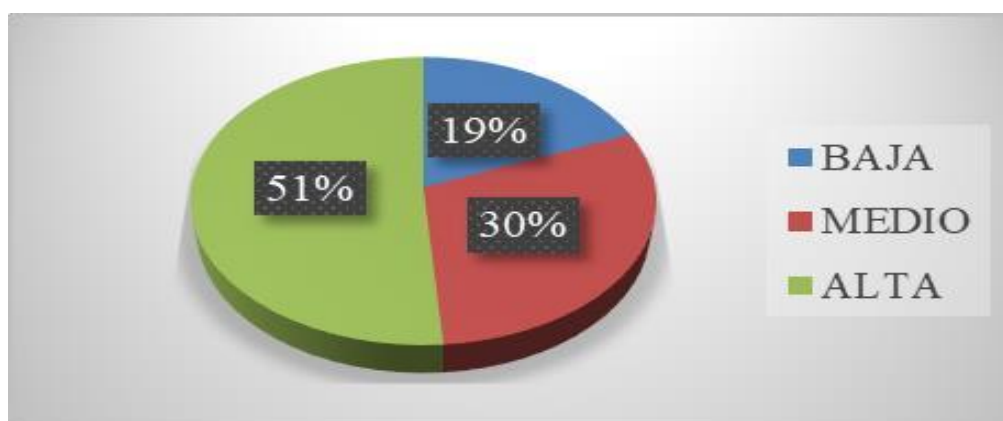
Niveles de la variable satisfacción del usuario

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
BAJA	15	19%
MEDIO	24	30%
ALTA	41	51%
Total	80	100%

Nota: elaboración propia

Figura 7

Variable satisfacción del usuario



Nota: elaboración propia

Interpretación:

Según los resultados obtenidos de los niveles de la variable satisfacción del usuario en la tabla 08 y la figura 07 es el nivel alto quien presenta una mayor frecuencia y un mayor porcentaje teniendo una frecuencia de 41 y de 51%.

Tabla 9

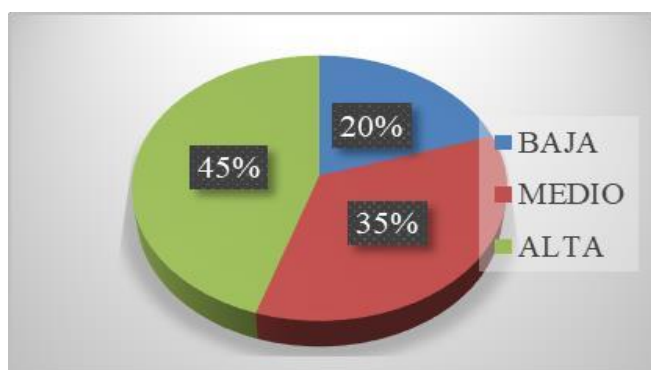
Niveles de la dimensión validez

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
BAJA	16	20%
MEDIO	28	35%
ALTA	36	45%
Total	80	100%

Nota: elaboración propia

Figura 8

Dimensión validez



Nota: elaboración propia

Interpretación:

Según los resultados obtenidos en la tabla 09 y la figura 08 de la dimensión validez de todos los niveles de la dimensión es el nivel alta quien presenta una mayor frecuencia y un porcentaje de 45%; con estos resultados se deduce que los usuarios consideran que el nivel de atención es la adecuada , que en las áreas en donde se gestiona todos los trámites correspondientes a sus problemas o inquietudes logran solucionarlas y además que dentro de la institución están dispuestos a subsanar todas las consultas de los usuarios.

Tabla 10

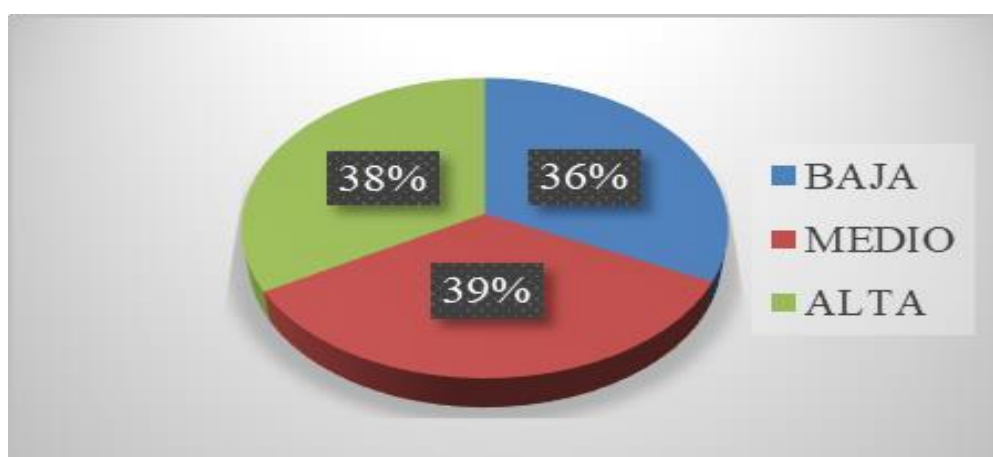
Niveles de la dimensión lealtad

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
BAJA	29	36%
MEDIO	31	39%
ALTA	30	38%
Total	90	100%

Nota: elaboración propia

Figura 9

Dimensión lealtad



Nota: elaboración propia

Interpretación:

Según los resultados obtenidos en la tabla 10 y en la figura 09 de la dimensión lealtad, el nivel que representa a la muestra es el nivel medio con una frecuencia de 31 y un porcentaje de 39%. Por lo tanto, los usuarios consideran que dentro de la institución, la transparencia se desarrolla de manera regular siendo no tan efectiva.

4.2 Contrastación de hipótesis

Hipótesis general

H1: Existe relación entre la satisfacción del usuario con respecto a las prestaciones realizadas por la Dirección Regional de la Producción de Moquegua -2023

H0: No existe relación entre la satisfacción del usuario con respecto a las prestaciones realizadas por la Dirección Regional de la Producción de Moquegua -2023

Tabla 11

Correlación entre la variable prestaciones realizadas y la variable satisfacción del usuario

		PRESTACIONES REALIZADAS	SATISFACCION DEL USUARIO
Rho de Spearman	PRESTACIONES REALIZADAS	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,901**
		N	80
	SATISFACCION DEL USUARIO	Coefficiente de correlación	,901**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	80

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

Interpretación:

En los resultados obtenidos en la tabla 11 se logra evidenciar la existencia de una correlación entre las variables, la correlación existente es muy alta, positiva y significativa, estos resultados son evidenciados por los valores de spearman 0,901 y sig bilateral 0.000. por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna.

Hipótesis específica 01:

H1: Existe relación entre la fiabilidad y satisfacción del usuario en la Dirección Regional de la Producción de Moquegua – 2023.

H0: No existe relación entre la fiabilidad y satisfacción del usuario en la Dirección Regional de la Producción de Moquegua – 2023.

Tabla 12

Correlación entre la dimensión fiabilidad y la variable satisfacción del usuario

		Fiabilidad	SATISFACCION DEL USUARIO
Rho de Spearman	Fiabilidad		
	Coeficiente de correlación	1,000	,863**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	80	80
SATISFACCION DEL USUARIO	SATISFACCION DEL USUARIO		
	Coeficiente de correlación	,863**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	80	80

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

Interpretación:

En los resultados obtenidos en la tabla 12 los valores de spearman 0,863 y sig. bilateral 0.000 demuestran que entre la dimensión fiabilidad y la variable satisfacción del usuario existe una correlación alta positiva y significativa. Por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna.

Hipótesis específica 02:

H1: Existe relación entre la capacidad de respuesta y satisfacción del usuario en la Dirección Regional de la Producción de Moquegua – 2023.

H0: No existe relación entre la capacidad de respuesta y satisfacción del usuario en la Dirección Regional de la Producción de Moquegua – 2023.

Tabla 13

Correlación entre la dimensión capacidad de respuesta y la variable satisfacción del usuario

		Capacidad de respuesta	SATISFACCION DEL USUARIO
Rho de Spearman	Capacidad de respuesta	1,000	,894**
			,000
		80	80
SATISFACCION DEL USUARIO		,894**	1,000
		,000	
		80	80

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

Interpretación:

En los resultados obtenidos en la tabla 13 se conoce que el valor de spearman 0,894 y sig. bilateral es 0.000; lo cual indicaría que entre la dimensión y la variable existe una correlación alta, positiva y significativa, por lo que se rechaza la hipótesis nula.

Hipótesis específica 03:

H1: Existe relación entre la seguridad y satisfacción del usuario en la Dirección Regional de la Producción de Moquegua – 2023.

H0: No existe relación entre la seguridad y satisfacción del usuario en la Dirección Regional de la Producción de Moquegua – 2023.

Tabla 14

Correlación entre la dimensión seguridad y la variable satisfacción del usuario

		Seguridad	SATISFACCION DEL USUARIO	
Rho de Spearman	Seguridad	Coefficiente de correlación	1,000	
		Sig. (bilateral)	,948**	
	N	80	80	
	SATISFACCION DEL USUARIO	Coefficiente de correlación	,948**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	80	80

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

Interpretación:

En los resultados encontrados en la tabla 14 se visualiza que los valores de spearman de 0,948 y sig. bilateral 0,000 demuestran que entre la dimensión seguridad y variable satisfacción del usuario existe una correlación positiva, significativa y muy alta; por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna.

Hipótesis específica 04:

H1: Existe relación entre la empatía y satisfacción del usuario en la Dirección Regional de la Producción de Moquegua – 2023.

H0: No existe relación entre la empatía y satisfacción del usuario en la Dirección Regional de la Producción de Moquegua – 2023.

Tabla 15

Correlación entre la dimensión empatía y la variable satisfacción del usuario

		Empatía	SATISFACCION DEL USUARIO
Empatía	Coefficiente de correlación	1,000	,908**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	0	0
Satisfacción del usuario	Coefficiente de correlación	,908**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	0	0

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

Interpretación:

En los resultados hallados en la tabla 15 se visualiza que los valores de rho 0,908 y el sig bilateral 0.000; por lo que se deduce que existe una correlación entre la dimensión empatía y la variable satisfacción del usuario, la correlación existente es muy alta, positiva y significativa; así mismo, se acepta la hipótesis alterna.

Hipótesis específica 05:

H1: Existe relación entre los elementos tangibles y satisfacción del usuario en la Dirección Regional de la Producción de Moquegua – 2023.

H0: No existe relación entre los elementos tangibles y satisfacción del usuario en la Dirección Regional de la Producción de Moquegua – 2023.

Tabla 16

Correlación entre la dimensión elementos tangibles y la variable satisfacción del usuario

		Elementos tangibles	SATISFACCION DEL USUARIO
Rho de Spearman	Elementos tangibles	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,814**
		N	80
	SATISFACCION DEL USUARIO	Coeficiente de correlación	,814**
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	80	

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

Interpretación:

En la tabla 16 se observa que los resultados de correlación spearman es 0,814 y que el valor de sig. bilateral es menor a 0.05; por lo tanto, con los resultados obtenidos se concluye que entre la dimensión elementos tangibles y la variable satisfacción del usuario existe una relación alta, positiva y significativa.

4.3 Discusión

La presente investigación se desarrolla con el objetivo general de determinar si entre las variables prestaciones realizadas y la satisfacción del usuario existe una relación, en base a los resultados obtenidos por la información proveniente por la muestra, los valores de spearman es 0,901 y el valor de sig. bilateral es 0.00, indicarían claramente que entre las variables existe una relación positiva, significativa y muy alta. Los resultados obtenidos coinciden con otros resultados, obtenidos en otras investigaciones; en donde se encontró los siguientes valores:

Según Rodriguez, (2019); en la tesis de satisfaccion de la poblacion con relacion a la modernización del RENIEC, Trujillo, 2019; el valor de Rho de Spearman es de 0,837 y una significación <0,01.

Según Gutierrez et al., (2022) en su trabajo de investigacion realizado en el centro de servicios de atención del MEF, Puno el valor de “chi-cuadrado”, la cual dio un $p=0,027$, mostrando relacion existencial entre las variables propuestas, y según el coeficiente V-Kramer, el grado es de 68,80%.

Según Vargas & Ticona, (2022); en la tesis del marketing de servicios y la calidad de atención en la Clínica del Sur S.A.C., Moquegua 2022, el valor de R-Spearman para demostrar la correlación $r=0,883$

En los resultados obtenidos en la Hipótesis especifica 01 se demuestran que la dimensión fiabilidad y satisfacción del usuario en la Dirección Regional de la Producción de Moquegua tienen una relación alta, positiva y significativa esto se debe por los resultados obtenidos de spearman 0,863 y el sig. bilateral. 0.00; los resultados obtenidos en la presente investigación coinciden con los resultados de las siguientes investigaciones en donde se demuestra la existencia de una correlación, a continuación, se mencionarán las investigaciones:

Gamarra (2023) realizo un estudio en la Clínica San Juan de Dios Chiclayo en donde la Prueba de correlación de Spearman $\rho=,667$; p 0.000.

Flores (2022) efectuo la investigacion sobre la fiabilidad y la satisfacción del usuario de la Oficina Registral de RENIEC–Abancay es Spearman $\rho= 0.659$, p 0.000

En los resultados obtenidos en la Hipótesis específica 02 se demuestran que la dimensión capacidad de respuesta y satisfacción del usuario en la Dirección Regional de la Producción de Moquegua tienen una relación alta, positiva y significativa esto se debe por los resultados obtenidos de spearman 0,894 y el sig. bilateral. 0.00; los resultados obtenidos en la presente investigación con los resultados de las siguientes investigaciones en donde se demuestra la existencia de una correlación, a continuación, se mencionarán las investigaciones:

Gamarra (2023) realizó un estudio en la Clínica San Juan de Dios Chiclayo en donde la Prueba de correlación de Spearman $\rho=0,641$ y $p=0.000$

Flores (2022) capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario de la Oficina Registral de RENIEC–Abancay es Spearman $\rho=0.444$ y $p=0.000$

En los resultados obtenidos en la Hipótesis específica 03 se demuestran que la dimensión seguridad y satisfacción del usuario en la Dirección Regional de la Producción de Moquegua tienen una relación alta, positiva y significativa esto se debe por los resultados obtenidos de spearman 0,948 y el sig. bilateral. 0.00; los resultados obtenidos en la presente investigación coinciden con los resultados de las siguientes investigaciones en donde se demuestra la existencia de una correlación, a continuación, se mencionarán las investigaciones:

Gamarra (2023) realizó un estudio en la Clínica San Juan de Dios Chiclayo en donde la Prueba de correlación de Spearman $\rho=0,633$ y $p=0.000$

Flores (2022) seguridad y la satisfacción del usuario de la Oficina Registral de RENIEC–Abancay es Spearman $\rho=0.702$ y $p=0.000$

En los resultados obtenidos en la Hipótesis específica 04 se demuestran que la dimensión empatía y satisfacción del usuario en la Dirección Regional de la Producción de Moquegua tienen una relación alta, positiva y significativa esto se debe por los resultados obtenidos de spearman 0,908 y el sig. bilateral. 0.00; los resultados obtenidos en la presente investigación coinciden con los resultados de las siguientes investigaciones en donde se demuestra la existencia de una correlación, a continuación, se mencionarán las investigaciones:

Gamarra (2023) realizo un estudio en la Clínica San Juan de Dios Chiclayo en donde la Prueba de correlación de Spearman $\rho=,579$ y $p 0.000$

Flores (2022) empatía y la satisfacción del usuario de la Oficina Registral de RENIEC–Abancay es Spearman $\rho= Spearman$ es 0.437 y $p 0.000$

En los resultados obtenidos en la Hipótesis específica 05 se demuestran que la dimensión elementos tangibles y satisfacción del usuario en la Dirección Regional de la Producción de Moquegua tienen una relación alta, positiva y significativa esto se debe por los resultados obtenidos de spearman $0,814$ y el sig. bilateral. 0.00 ; los resultados obtenidos en la presente investigación coinciden con los resultados de las siguientes investigaciones en donde se demuestra la existencia de una correlación, a continuación, se mencionarán las investigaciones:

Gamarra (2023) realizo un estudio en la Clínica San Juan de Dios Chiclayo en donde la Prueba de correlación de Spearman $\rho=,653$ y $p 0.000$

Flores (2022) elementos tangibles y la satisfacción del usuario de la Oficina Registral de RENIEC–Abancay es Spearman $\rho= Spearman$ es $0,507$ y $p 0.000$

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

Primera: Con los resultados obtenidos en la hipótesis general se evidencian los valores de spearman 0,901 y el valor de sig. bilateral es 0.00; con los resultados se concluye que entre las variables prestaciones realizadas y satisfacción del usuario existe una relación muy alta, positiva y significativa.

Segunda: Con los resultados obtenidos en la hipótesis específica 01 se evidencian los valores de spearman 0,863 y el valor de sig. bilateral es 0.00; con los resultados se concluye que entre la dimensión fiabilidad y la satisfacción del usuario existe una relación alta, positiva y significativa.

Tercera: Con los resultados obtenidos en la hipótesis específica 02 se evidencian los valores de spearman 0,894 y el valor de sig. bilateral es 0.00; con los resultados se concluye que entre la dimensión capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario existe una relación alta, positiva y significativa.

Cuarta: Con los resultados obtenidos en la hipótesis específica 03 se evidencian los valores de spearman 0,948 y el valor de sig. bilateral es 0.00; con los resultados se concluye que entre la dimensión seguridad y la satisfacción del usuario existe una relación muy alta, positiva y significativa.

Quinta: Con los resultados obtenidos en la hipótesis específica 04 se evidencian los valores de spearman 0,908 y el valor de sig. bilateral es 0.00; con los resultados se concluye que entre la dimensión empatía y la satisfacción del usuario existe una relación muy alta, positiva y significativa.

Sexta: Con los resultados obtenidos en la hipótesis específica 05 se evidencian los valores de spearman 0,814 y el valor de sig. bilateral es 0.00; con los resultados se concluye que entre la dimensión elementos tangibles y la satisfacción del usuario existe una relación alta, positiva y significativa.

5.2 Recomendaciones

Primera: Al responsable de la Dirección Regional de la Producción de Moquegua de acuerdo a sus funciones debe proponer mejorar los estándares de calidad con respecto a la información para cubrir las necesidades del usuario.

Segunda: Al responsable de la Dirección Regional de la Producción de Moquegua de acuerdo a sus funciones debe gestionar para contar con un mejor recurso humano por medio de la capacitación al personal en temas de atención al usuario, que permita al usuario poder satisfacer sus necesidades en su totalidad.

Tercera: Al responsable de la Dirección Regional de la Producción de Moquegua de acuerdo a sus funciones debe brindar al usuario información precisa para promover la transparencia y hacer que las dudas e inquietudes y consultas sean subsanadas en su totalidad.

BIBLIOGRAFÍA

- Becerra, C. B., Pecho, C. L., & Gomez, L. M. (2020). SATISFACCIÓN DEL USUARIO EXTERNO EN UN ESTABLECIMIENTO DE ATENCIÓN PRIMARIA, DURANTE LA PANDEMIA COVID-19. *Revista medica Panacea*. Obtenido de <https://revistas.unica.edu.pe/index.php/panacea/article/view/369>
- Cabana, S. R., Montero, J. J., & Aguilera, M. I. (2019). Modelación Multivariada de la Satisfacción de Usuarios de Salud Primaria como Influencia del Pensamiento de Diseño (Design Thinking). *Scielo*, 12. Obtenido de https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-07642019000600211&script=sci_arttext
- Espino, M. R. (2021). *Nivel de satisfacción del usuario con relación a la calidad de atención odontológica, Centro de Salud Chasquipampa, Red N° 5-Sur gestión 2019*. Chasquipampa: Repositorio Institucional Universidad Mayor de San Andres. Obtenido de <https://repositorio.umsa.bo/handle/123456789/27200>
- Febres, R. R., & Mercado, R. M. (2020). Satisfacción del usuario y calidad de atención del servicio de medicina interna del Hospital Daniel Alcides Carrión. Huancayo - Perú. *Scielo Peru*, 6. Obtenido de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&%20pid=S2308-05312020000300397
- Flores Flores, N. S. (2022). La calidad del servicio y la satisfacción del usuario de la Oficina Registral de RENIEC–Abancay, 2020. <http://repositorio.unamba.edu.pe/handle/UNAMBA/1158>
- Gordillo, R. M., & Arista, G. L. (2022). *Marketing estratégico y satisfacción del cliente de la licorería La Cabaña, Moquegua, 2022*. Moquegua: Repositorio Universidad Jose Carlos Mariategui. Obtenido de https://repositorio.ujcm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12819/1812/Leidi-Maria_tesis_titulo_2023.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Gutierrez, C. R., Gutierrez, C. S., Ramos, R. A., & Gutierrez, G. F. (2022). LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN EL CENTRO DE SERVICIOS DE ATENCIÓN DEL MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS, PUNO. *Revista de ciencias sociales aplicadas*, 2(4). Obtenido de <https://unaj.edu.pe/revistacientificawaynarroque/index.php/rcsaw/article/view/44>
- Gamarra Muñoz, S. E. (2023). Calidad de servicio y satisfacción del usuario atendido en consulta externa Clínica San Juan de Dios Chiclayo.
- Izquierdo, E. J. (2021). Revista científica Horizonte Empresarial. *Universidad Señor de Sipan*, 8(1). Obtenido de Universidad Señor de Sipan: <https://revistas.uss.edu.pe/index.php/EMP/article/view/1648>
- Marin , A. J. (2022). Calidad de atención y satisfacción del usuario. *Repositorio Universidad Cesar Vallejo*, 89.
- Ortega, C. (16 de 9 de 2022). *Question Pro Archivos*. Obtenido de Reputacion corporativa: <https://www.questionpro.com/blog/es/author/cristinaortega/>
- Pacsi, G. M. (2023). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente del Grifo Municipal de Torata, Moquegua 2022*. Torata: Repositorio Universidad Jose Carlos Mariategui. Obtenido de https://repositorio.ujcm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12819/1813/Mylena_tesis_titulo_2023.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Peiro, R. (28 de 11 de 2018). *Economia y Finanzas*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/satisfaccion-del-cliente.html>
- PRODUCE. (31 de 3 de 2023). *Ministerio de la Produccion del Perú*. Obtenido de <https://www.gob.pe/institucion/produce/institucional>:
<https://www.bing.com/search?q=PRODUCE+peru+significado&qsn&form=QBRE&sp=-1&lq=0&pq=produce+perusignificado&sc=0-23&sk=&cvid=196A8AF085964DCCBF45B39E29FB10E7&ghsh=0&ghacc=0&ghpl=>

QuestionPro. (24 de 2 de 2023). ? *Question Pro*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/calidad-del-servicio/>

Rodriguez, Z. D. (2019). Modernización de la gestión pública y gestión de la satisfacción del usuario del Registro Nacional de Identificación y Estado Civil, Trujillo, 2019. *Repositorio Universidad Cesar Vallejo*, 134. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/45664/Rodr%c3%adguez_ZDM-%20SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Vargas, C. B., & Ticona, M. C. (2022). *El marketing de servicios y la calidad de atención del usuario externo de Clínica del Sur S.A.C., Moquegua 2022*. Moquegua: Repositorio Universidad Jose Carlos Mariategui. Obtenido de https://repositorio.ujcm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12819/1824/Brenda-Carmen_tesis_titulo_2023.pdf?sequence=1&isAllowed=y