

Kelly Paola Armas-Zavaleta; Elizabeth Madeleine Arroyo-Rosales; María Isabel Armas-Zavaleta; Rufino Rodríguez-Román

<https://doi.org/10.35381/r.k.v9i1.3686>

## Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del usuario - área de finanzas

### Quality of service and its relation to user satisfaction - finance area

Kelly Paola Armas-Zavaleta

[karmasz@ucvvirtual.edu.pe](mailto:karmasz@ucvvirtual.edu.pe)

Universidad César Vallejo, Chimbote, Áncash  
Perú

<https://orcid.org/0000-0001-7465-4937>

Elizabeth Madeleine Arroyo-Rosales

[arosalese@ucvvirtual.edu.pe](mailto:arosalese@ucvvirtual.edu.pe)

Universidad César Vallejo, Chimbote, Áncash  
Perú

<https://orcid.org/0000-0002-0586-8429>

María Isabel Armas-Zavaleta

[marmasz@ucv.edu.pe](mailto:marmasz@ucv.edu.pe)

Universidad César Vallejo, Chimbote, Áncash  
Perú

<https://orcid.org/0000-0002-7891-9848>

Rufino Rodríguez-Román

[rrodriguezr72@ucvvirtual.edu.pe](mailto:rrodriguezr72@ucvvirtual.edu.pe)

Universidad César Vallejo, Chimbote, Áncash  
Perú

<https://orcid.org/0000-0002-5470-9918>

Recibido: 20 de agosto 2023  
Revisado: 25 de septiembre 2023  
Aprobado: 15 de diciembre 2023  
Publicado: 15 de enero 2024

Juan Enrique Guido-Jara; Zabely Marly Carbonell-García; Nelly María Pérez-De La Cruz; Manuel Antonio Alva-Olivos

## **RESUMEN**

Se estableció como objetivo determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en el área de finanzas del alumno en una universidad de Nuevo Chimbote, Ancash – Perú. El tipo fue descriptivo con diseño no experimental, la población fue de 350 estudiantes. Existe una relación significativa entre la calidad de servicio y satisfacción del usuario en el área de finanzas del alumno en una universidad de Nuevo Chimbote en Ancash cuyo coeficiente Rho fue igual a 0.945, demostrándose la hipótesis planteada y rechazando a la hipótesis nula, además se determinó la importancia que presentan los servicios educativos y el trato que se brinda a los estudiantes para que se encuentren satisfecho con el servicio que reciben.

**Descriptores:** Calidad de la vida laboral; organización del trabajo; satisfacción en el trabajo. (Tesauro UNESCO).

## **ABSTRACT**

The objective was to determine the relationship between service quality and user satisfaction in the area of student finance at a university in Nuevo Chimbote, Ancash, Peru. The type was descriptive with non-experimental design, the population was 350 students. There is a significant relationship between the quality of service and user satisfaction in the area of student finance in a university of Nuevo Chimbote in Ancash whose Rho coefficient was equal to 0.945, demonstrating the hypothesis and rejecting the null hypothesis, also determined the importance of educational services and the treatment given to students so that they are satisfied with the service they receive.

**Descriptors:** Quality of working life; work organization; job satisfaction. (UNESCO Thesaurus).

Juan Enrique Guido-Jara; Zabely Marly Carbonell-García; Nelly María Pérez-De La Cruz; Manuel Antonio Alva-Olivos

## **INTRODUCCIÓN**

En la actualidad las universidades han incorporado estrategias que facilitan el cuidado de los estudiantes, tal cual las organizaciones cuidan a sus clientes procurando el cumplimiento de la calidad del servicio, alineado con la satisfacción y lealtad que repercute favorablemente en la percepción de los estudiantes (Pham *et al.*, 2019), de igual manera, éstas reflejan escenarios dinámicos y complejos que requieren mayores desafíos de los participantes para lograr óptimos niveles de calidad del servicio ofrecido y obtener la satisfacción que perciben los usuarios (Jiménez *et al.*, 2020; Aldana Zavala *et al.*, 2019).

En Chile se realizó un análisis factorial en una institución llegando a determinar que existen siete factores que son calidad de servicio docente, además de la calidad de servicios administrativos, también la calidad de condiciones de infraestructura y el equipamiento, luego, el factor de involucramiento del usuario; el factor de resultados del servicio, el factor de reputación de la universidad y la satisfacción general que percibe el usuario (Palominos *et al.*, 2021). La satisfacción laboral representa una actitud muy abordada en las organizaciones, pues permite a los miembros de la comunidad institucional conocer los resultados obtenidos y determinar si la gestión de la empresa está siendo eficaz, eficiente y efectiva, por lo tanto, su medición debe sostenerse en teorías, modelos, enfoques o paradigmas que expliquen el logro de la satisfacción laboral en los colaboradores (Judge *et al.*, 2020).

De igual manera, en las universidades peruanas, se realizó un estudio donde se identificó que la categoría laboral, formación académica, sexo y grupo etario no inciden directamente en los niveles de satisfacción laboral sin embargo, factores como las condiciones de trabajo, compensación, reconocimiento, oportunidades de promoción y logros tienen incidencia en el nivel de satisfacción laboral, es decir, tanto las condiciones materiales de la universidad como los equipos, luz artificial, condiciones organizativas, ventilación, condiciones del entorno ambiental, limpieza y horario laboral se encuentran

Juan Enrique Guido-Jara; Zabely Marly Carbonell-García; Nelly María Pérez-De La Cruz; Manuel Antonio Alva-Olivos

estrechamente vinculados en los estudiantes o miembros de la comunidad universitaria estén o no satisfechos (Limaymanta y Turpo, 2021).

A nivel institucional, en la provincia de Santa, se seleccionó una universidad privada que fue objeto de investigación, mencionada institución cuenta con el área de finanzas del alumno donde se percibió que los estudiantes no efectúan sus pagos a tiempo, asimismo, se observaron inconformidades con la atención ofrecida por el área, adicional a ello, la universidad registró reducción de estudiantes en la emergencia sanitaria a causa del coronavirus Covid-19, provocando incertidumbre en cuanto a la calidad del servicio ofrecida; por otra parte, los ingresos registrados fueron inferiores, ocasionando recorte de personal administrativo, lo que acrecentó el malestar de los estudiantes al momento de efectuar sus operaciones en el área de finanzas del alumno; por consiguiente, gran parte de los estudiantes no dominan las plataformas online con las que cuenta la universidad, por lo tanto, desconocen el procedimientos de pagos de matrículas, pensiones y otros a través de esas plataformas y conlleva a que se acerquen a oficinas de la universidad para efectuar sus operaciones; todo lo mencionado anteriormente dio origen al emprendimiento de la presente investigación.

Se formuló como problema principal, ¿Cuál es la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en el área de finanzas del alumno en una universidad de Nuevo Chimbote, Ancash, año 2023?

Se estableció como objetivo determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en el área de finanzas del alumno en una universidad de Nuevo Chimbote, Ancash – Perú.

## **MÉTODO**

El enfoque fue cuantitativo debido a que a través de la evaluación numérica e incorporación de estadística se comprueba la hipótesis de investigación, así como se rigen los comportamientos en base a las teorías consideradas (Gallardo, 2017).

Juan Enrique Guido-Jara; Zabely Marly Carbonell-García; Nelly María Pérez-De La Cruz; Manuel Antonio Alva-Olivos

El tipo fue descriptivo con diseño no experimental, dado que no existen condiciones experimentales para el sometimiento de las variables de investigación, bajo la modalidad transversal correlacional dado que la recopilación de información corresponde a un periodo de tiempo a fin de relacionar las variables (Arias y Covinos, 2021).

La población fue de 350 estudiantes. Se aplicó encuesta y cuestionario de 17 ítems con cinco alternativas de respuesta en escala Likert, siendo validado por juicio de expertos y calculo de coeficiente Alfa de Cronbach de 0,89 siendo considerado confiable para su aplicación.

Los datos recopilados fueron procesados en una base de datos y calculados mediante coeficiente de correlación Rho de Spearman, siendo presentado en la sección de resultados.

## RESULTADOS

Se presentan los resultados de la investigación:

### Tabla 1.

Correlación de la calidad de servicio y satisfacción del usuario.

			Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Calidad de servicio	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,945**
		N	350

**Elaboración:** Los autores.

Teniendo en cuenta la tabla 1, la relación existente entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en el área de finanzas del alumno en una universidad de Nuevo Chimbote en Ancash fue igual a 0.945 determinando que la relación es significativa.

Para el análisis del cumplimiento de la hipótesis se evalúa el valor reflejado de la significancia, para ello se ha obtenido un valor de 0.000, que al ser comparado con el

Juan Enrique Guido-Jara; Zabely Marly Carbonell-García; Nelly María Pérez-De La Cruz; Manuel Antonio Alva-Olivos

valor margen, se puede ubicar por debajo del 0.05, de esta manera cae en la región de significancia, permitiendo confirmar la hipótesis establecida y rechazar a la hipótesis nula. Se tuvo como resultados que existe una relación significativa entre las variables calidad de servicio y satisfacción del usuario en el área de finanzas del alumno en una universidad de Nuevo Chimbote en Ancash fue igual a 0.95; esto concuerda con el estudio de Sotomayor (2019) quien concluyó que existe una relación positiva y significativa entre la satisfacción laboral y la calidad de servicio; y esto se basa, en el aporte teórico de Flores (2019) que definió la calidad de servicio como la agrupación de atributos que posee un servicio y que garantizan que el cliente o usuario quede satisfecho.

Luego, la calidad de servicio se relacionó con la identificación del tiempo de atención cuyo valor fue igual a 0.992 señalando una relación significativa, cuyos hallazgos fueron semejantes en el estudio de Maza (2021) quien concluyó que el 55.6% calificó en un nivel regular a la calidad de atención; seguido, el 78.6% ostentó sentirse altamente satisfecho con la atención que recibió en el establecimiento. Además, basándose en el aporte de Lee y Lee (2020) quienes refirieron que las organización con la finalidad de mejorar el tiempo de atención a los clientes han insertado la tecnologías de información como aliado en el desarrollo de sus actividades, tales como el Untact que constituye una nueva estrategia de atención en la era digital; y esto se basó en el aporte teórico de Adam *et al.* (2021) quienes hicieron mención al tiempo promedio que debe abarcar la entrega de información a los clientes, la realización de operaciones a los usuarios con el levantamiento de inquietudes sobre el servicio; las organizaciones pretenden brindar un servicio de calidad y ello implica la optimización del tiempo, no exceder en la demora con la finalidad de evitar malestar en los usuarios, así como también preocuparse por cumplir con las solicitudes del cliente.

El 60,86% del total de usuarios encuestados sostuvieron un nivel medio de calidad de servicio, seguido, el 24,29% destacó un nivel alto de calidad en el servicio y el 14,86% puntualizó un nivel bajo de la calidad de servicio en el área de finanzas del alumno en

Juan Enrique Guido-Jara; Zabely Marly Carbonell-García; Nelly María Pérez-De La Cruz; Manuel Antonio Alva-Olivos

una Universidad de Nuevo Chimbote en Ancash; estos resultados fueron similares al estudio de Ccoñislla (2022), quien concluyó que el 46.7% indicaron un nivel regular de la calidad de servicio y esto se basó en el aporte teórico Pakurár *et al.* (2019) que sostuvieron que la calidad del servicio engloba aquella evaluación integral que realiza un usuario o cliente sobre el servicio que está recibiendo, teniendo en cuenta las expectativas que tenía sobre el mismo y la satisfacción que le ha proporcionado.

La teoría tradicional de satisfacción del usuario hace énfasis en que cualquier situación que se registre puede provocar la satisfacción o insatisfacción de los clientes, no obstante, esto se encuentra condicionado al grado de importancia o relevancia que represente para el usuario, en base a ello, se generan dos grandes grupos que son la satisfacción y la insatisfacción que bajo la óptica de la teoría tradicional se encuentran ubicados en los extremos y no conlleva una existencia doble continua, donde por ejemplo, la insatisfacción no quiere decir que es lo contrario a la satisfacción sino más bien consiste en la ausencia de insatisfacción y por otro lado, lo contrario de la satisfacción no es la insatisfacción sino más bien la carencia de satisfacción; frente a este escenario se establecen los dos factores de Herzberg a la satisfacción del usuario o cliente que son factores higiénicos y factores motivacionales donde los factores higiénicos provocan insatisfacción cuando su nivel dentro de la institución es demasiado bajo, sin embargo, no ocasionan satisfacción si el nivel de registro es adecuado, por otro lado, los factores motivacionales también conocidos como factores de crecimiento que generan satisfacción en los colaboradores si el nivel es suficiente pero no ocasionan insatisfacción cuando tienen un nivel insuficiente (Hernández *et al.*, 2022).

## **CONCLUSIÓN**

Existe una relación significativa entre la calidad de servicio y satisfacción del usuario en el área de finanzas, en una universidad de Nuevo Chimbote en Ancash, cuyo coeficiente Rho fue igual a 0.945, demostrándose la hipótesis planteada y rechazando a la hipótesis

Juan Enrique Guido-Jara; Zabely Marly Carbonell-García; Nelly María Pérez-De La Cruz; Manuel Antonio Alva-Olivos

nula, además se determinó la importancia que presentan los servicios educativos y el trato que se brinda a los estudiantes para que se encuentren satisfechos con el servicio que reciben.

## FINANCIAMIENTO

No monetario.

## AGRADECIMIENTO

A los actores que estuvieron involucrados en este estudio.

## REFERENCIAS CONSULTADAS

- Adam, M., Wessel, M., y Benlian, A. (2021). AI-based chatbots in customer service and their effects on user compliance. *Electronic Markets*, 31, 427–445. <https://doi.org/10.1007/s12525-020-00414-7>
- Aldana Zavala, J. J., Isea Argüelles, J., e Ianni, C. (2019). Relación entre el desempeño laboral y la calidad de servicio de la Industria Venezolana de Cemento (Invecem). *Emprende y Transforma*, 1(1), 63-69. <http://dx.doi.org/10.33829/emprendeytransforma-0101-2019-63-69>
- Arias, J., y Covinos, M. (2021). *Diseño y metodología de la investigación [Research design and methodology]*. Arequipa, Perú: Enfoques Consulting EIRL. <https://n9.cl/blxng>
- Ccoñislla, M. (2022). *Calidad de servicio y satisfacción de los estudiantes de la UNAMBA en tiempos de Covid-19, periodo 2021 [Quality of service and satisfaction of UNAMBA students in times of Covid-19, period 2021]*. (Tesis de Maestría). Universidad César Vallejo. <https://n9.cl/du4zn>
- Flores, S. (2019). *Calidad de servicio y nivel de satisfacción de los usuarios del Banco de la Nación sucursal Iquitos Abril a Junio 2018 [Quality of service and level of satisfaction of users of Banco de la Nacion Iquitos branch April to June 2018]*. (Tesis Doctoral). Universidad Nacional de la Amazonía Peruana. <https://n9.cl/ubcbf1>

Juan Enrique Guido-Jara; Zabely Marly Carbonell-García; Nelly María Pérez-De La Cruz; Manuel Antonio Alva-Olivos

- Hernández, P., Lugo, J., y Ordoñez, H. (2022). Calidad del servicio, expectativas del usuario y comunicación efectiva fuentes de satisfacción del usuario [Quality of service, user expectations and effective communication sources of user satisfaction]. *Ciencia Digital*, 6(4), 48–75. <https://doi.org/10.33262/cienciadigital.v6i4.2289>
- Jiménez, C., Araya, L., y Rojas, J. (2020). Calidad de servicio como área de investigación en educación superior [Quality of service as an area of research in higher education]. *Interciencia*, 45(7), 329–337. <https://n9.cl/5ilnj>
- Judge, T., Zhang, S. y Glerum, D. (2020). Job Satisfaction. In: Essentials of Job Attitudes and Other Workplace Psychological Constructs (pp. 207-241). Taylor & Francis. <http://dx.doi.org/10.4324/9780429325755-11>
- Lee, S. y Lee, D. (2020). “Untact”: a new customer service strategy in the digital age. *Service Business*, 14, 1-22. <https://doi.org/10.1007/s11628-019-00408-2>
- Limaymanta, C. y Turpo, O. (2021). Factores asociados a la satisfacción laboral del profesorado universitario. *Actualidades Investigativas en Educación*, 21(1), 116-140. <https://doi.org/10.15517/aie.v21i1.42494>
- Maza, A. (2021). *Calidad de atención y satisfacción del usuario externo en el hospital regional Eleazar Guzmán Barrón - Nuevo Chimbote, 2019* [Quality of care and external user satisfaction at the Eleazar Guzmán Barrón regional hospital - Nuevo Chimbote, 2019]. (Tesis doctoral). Universidad Católica Los Ángeles. <https://n9.cl/aeoepf>
- Pakurár, M., Haddad, H., Nagy, J., Popp, J., y Oláh, J. (2019). The Service Quality Dimensions that Affect Customer Satisfaction in the Jordanian Banking Sector. *Sustainability*, 11(4). <https://doi.org/10.3390/su11041113>
- Palominos, P., Quezada, L., Osorio, C., Torres, J., y Lippi, L. (2021). Calidad de los servicios educativos según los estudiantes de una universidad pública en Chile [Quality of educational services according to students at a public university in Chile]. *Revista Iberoamericana de Educación Superior*, 7(18). <https://doi.org/10.22201/iisue.20072872e.2016.18.180>
- Pham, L., Limbu, Y., Bui, T., Nguyen, H., y Pham, H. (2019). Does e-learning service quality influence e-learning student satisfaction and loyalty? Evidence from Vietnam. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 16(7). <https://doi.org/10.1186/s41239-019-0136-3>

Juan Enrique Guido-Jara; Zabely Marly Carbonell-García; Nelly María Pérez-De La Cruz; Manuel Antonio Alva-Olivos

Sotomayor, L. (2019). Acompañamiento pedagógico y satisfacción laboral en instituciones educativas públicas de la Red N° 16 de Villa El Salvador, 2019 [Pedagogical accompaniment and job satisfaction in public educational institutions of the Network N° 16 of Villa El Salvador, 2019]. (Tesis de maestría). Universidad César Vallejo. <https://n9.cl/psjhm>

©2024 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>)