






# Calidad de servicio y satisfacción del usuario en la Dirección de Bienestar Universitario de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas

## Quality of service and user satisfaction in the Directorate of University Well-being of the Toribio Rodríguez de Mendoza National University of Amazonas

Elizabeth Cubas Medina<sup>1</sup>, Robert Merardo De La Cruz Alvarado<sup>1</sup><sup>\*</sup>, Leonardo Napoleón Mendoza Zumaeta<sup>1</sup>, Luis Felipe Gonzales Llontop<sup>1</sup>, Nelida Cubas Medina<sup>1</sup>, Martin Diaz Torres<sup>2</sup>

DOI: <https://doi.org/10.55996/dekape.v1i2.216>

### RESUMEN

El propósito de esta investigación fue percibir la relación que existe entre Calidad de Servicio y Satisfacción del Usuario en la Dirección de Bienestar Universitario de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas, el cual permitió entender la importancia de la calidad de servicio, como un factor significativo que aportan ventajas competitivas. El estudio fue descriptivo, corte transversal y correlacional, se utilizó como instrumento el cuestionario de escala Likert, con validez a través del juicio de 3 expertos y confiabilidad de 0.977 de alfa de Cronbach, la muestra estuvo constituida por 354 usuarios de la Dirección de Bienestar Universitario. Los resultados mostraron un chi-cuadrado 384,814 con 4 grados de libertad y p-valor < 0.05 y el Rho de Spearman de 86.4%, considerada como (correlación positiva alta), concluyendo, que existe una relación directa entre las variables Calidad de Servicio y Satisfacción del Usuario. Los hallazgos de la investigación permiten contribuir como marco de referencia para una capacidad crítica y reflexiva, teniendo como punto de inicio para elaborar estrategias que fortalezcan las diferentes áreas de Bienestar Universitario. Por ende, es de suma importancia haber trazado y realizado un estudio de esta envergadura.

**Palabras clave:** Calidad, servicio y satisfacción.

### ABSTRACT

The purpose of this research was to perceive the relationship between Service Quality and User Satisfaction in the University Welfare Department of the Toribio Rodríguez de Mendoza National University of Amazonas, which allowed us to understand the importance of service quality, as a significant factor that provide competitive advantages. The study was descriptive, cross-sectional and correlational, the Likert scale questionnaire was used as an instrument, the sample consisted of 354 users of the University Welfare Department. The results showed a chi-square 384,814 with 4 degrees of freedom and p-value < 0.05 and Spearman's Rho of 86.4%, (high positive correlation), concluding that there is a direct relationship between the variables Quality of Service and User Satisfaction. The research findings allow us to contribute as a reference framework for a critical and reflective capacity, having as a starting point to develop strategies that strengthen the different areas of University Welfare. Therefore, it is of the utmost importance to have traced and carried out a study of this magnitude.

**Keywords:** Quality, service and satisfaction.

---

<sup>1</sup> Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas, Perú; [elizabeth.Cubas@untrm.edu.pe](mailto:elizabeth.Cubas@untrm.edu.pe), [robertdlcadoc@gmail.com](mailto:robertdlcadoc@gmail.com), [napoleon.mendoza@untrm.edu.pe](mailto:napoleon.mendoza@untrm.edu.pe), [luis.gonzales@untrm.edu.pe](mailto:luis.gonzales@untrm.edu.pe), [nelida.Cubas@untrm.edu.pe](mailto:nelida.Cubas@untrm.edu.pe)

<sup>2</sup> Universidad Nacional Autónoma de Chota, Perú; [mdiaz@unach.edu.pe](mailto:mdiaz@unach.edu.pe)

## INTRODUCCIÓN

La calidad del servicio juega un papel fundamental en las organizaciones que pretenden establecer una visión y ganar un estatus reconocido y sostenido en el tiempo. En la actualidad sé que, a largo plazo, el atributo que contribuye al posicionamiento es la percepción que tiene el cliente o usuario del servicio que recibe (Mateos, 2019).

Así mismo, Arenal (2019) afirma que es importante analizar la satisfacción del usuario con la finalidad de comprender e identificar sus necesidades y deseos, comportamientos de compra y preferencias, las cuales permitirán desarrollar productos o servicios más adecuadas y a medida para incrementar su satisfacción y fidelización de los clientes.

La norma ISO 9001: 2000 determina en su apartado 8.2.1 que la satisfacción del cliente o usuario debe ser evaluado y monitoreado para asegurar que las necesidades y expectativas sean satisfechas. Para ello, es importante que la empresa determine periódicamente su nivel de calidad general, especialmente la calidad de su servicio al cliente, considerando que los principales factores que constituyen la satisfacción del cliente son: niveles de satisfacción, expectativas y rendimiento percibido (Mateos, 2019).

La investigación realizada por Zambrano (2019) utilizó métodos cuantitativos y cualitativos en el que, considerando los determinantes de la calidad del servicio, el análisis, registro y percepción. Así mismo, Veliz (2019) afirma que el nivel de correspondencia entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario es fundamental para la fidelización del cliente y éxito de una organización.

Mejías et al. (2018), en su investigación determinaron cuatro dimensiones mediante análisis factorial: receptividad, seguridad, confiabilidad y empatía, y aspectos generales y en la investigación de Guillermo (2018) y Cama (2018) en los servicios prestados concluyeron que existe relación altamente significativa entre satisfacción del usuario y calidad de atención. En el estudio de Bozzeta y Rojas (2018) evidenciaron que la calidad del servicio y la satisfacción de los estudiantes está estrechamente relacionada con la calidad de atención de los profesores y personal administrativo de la entidad.

En su investigación, Navarro (2018) concluyó que la calidad de servicio de la organización es relativamente alta, por lo que es importante ofrecer un servicio de calidad al usuario para obtener la satisfacción de estos, Sarmiento (2017) afirma que las dimensiones de comunicación e información, juegan un papel decisivo en la satisfacción de los usuarios, por otro lado, Lora et al. (2016) establecen que el recurso humano es primordial para el cumplimiento de la satisfacción de la calidad de los servicios, por ende, la entidad debe monitorear y evaluar la satisfacción del usuario periódicamente.

Actualmente, la Dirección de Bienestar Universitario (DBU) es una parte fundamental de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas (UNTRM). Esta dirección presta servicios esenciales a una comunidad académica que incluye un promedio de 4195 estudiantes y 225 trabajadores, entre personal

docente y administrativo. Su misión es garantizar el bienestar integral de todos los miembros de la universidad, contribuyendo al desarrollo académico y personal de los estudiantes y al ambiente laboral adecuado para los empleados.

En ese sentido, se formuló la interrogante: ¿Cuál es la relación entre calidad de servicio y satisfacción del usuario en los servicios que brinda la Dirección de Bienestar Universitario de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas, 2021?, con el objetivo de determinar si existe relación entre las ambas variables de estudio, conllevó a explorar los niveles de satisfacción de los usuarios y ayudar a que los trabajadores puedan ofrecer un servicio de calidad. Estos resultados son útiles no solamente para esta área; sino que también para otras entidades.

## MATERIALES Y MÉTODOS

La investigación fue cuantitativa, diseño no experimental, transeccional y correlacional.

### Población, muestra y muestreo

La población estuvo compuesta por 4420 usuarios de los servicios sociales universitarios de la DBU, distribuidos de acuerdo a lo detallado en la Tabla 1.

**Tabla 1.** Distribución Poblacional

Usuarios	N°	%
Estudiantes	4195	95
Docentes	138	3
Administrativos	87	2
<b>Total</b>	<b>4420</b>	<b>100.0</b>

Fuente: DBU-UNTRM

Se empleó el muestreo aleatorio o probabilístico, del tipo estratificado, con afijación proporcional al tamaño de la población, tal como se muestra en la Tabla 2.

**Tabla 2.** Distribución de la muestra estratificada

Extractos	Población	Proporcionalidad	Distribución	Muestra
Alumnos	4195	0.9491	335.9814	336
Docentes	138	0.0312	11.044	11
Administrativos	87	0.0197	6.9738	7
<b>Total</b>	<b>4420</b>	<b>1</b>	<b>354</b>	<b>354</b>

La muestra estuvo representada por 354 personas distribuidas en 336 estudiantes, 11 docentes y 7 administrativos de la muestra empleando la fórmula para el parámetro proporción poblacional.

La validez del instrumento de recolección de información se hizo mediante el juicio de tres expertos, quienes son especialistas con grado de Doctor. El juicio de expertos determinó que el instrumento es apto para la recolección de datos. Asimismo, la confiabilidad del instrumento se analizó con el alfa de Cronbach, en una muestra piloto de 20 usuarios, cuyo valor fue 0.977, considerando altamente confiable.

## RESULTADOS

En la Tabla 3, la dimensión de fiabilidad de la calidad de servicio se observó que el 65.5% de las personas alcanzó un nivel alto y 1.4% nivel bajo. Además, en la dimensión de seguridad, obtuvo un 74.6% y 0.8% de nivel alto y bajo respectivamente. En lo que respecta a la dimensión de elementos tangibles alcanzó el más bajo puntaje de las dimensiones con el 54.8% de las personas que manifestaron un nivel alto. Finalmente, en las dimensiones de empatía y capacidad de respuesta se alcanzó un nivel alto de 63.8% y 62.1% respectivamente. Así mismo se mostraron un nivel bajo de 2% y 1.1% respectivamente. Cabe mencionar que la dimensión de seguridad dio el porcentaje más alto en esta encuesta, lo que mostró el escaso riesgo percibido por los usuarios destacando el papel importante que juega el profesionalismo del personal de dicha área.

**Tabla 3.** Niveles de las dimensiones de la calidad de servicio brindado por la DBU

Niveles	Dimensiones de la calidad de servicio									
	Fiabilidad		Seguridad		Elementos Tangibles		Empatía		Capacidad de respuesta	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
<b>Bajo</b>	5	1.4	3	0.8	2	0.6	7	2	4	1.1
<b>Medio</b>	117	33.1	87	24.6	158	44.6	121	34.2	130	36.7
<b>Alto</b>	232	65.5	264	74.6	194	54.8	226	63.8	220	62.1
<b>Total</b>	354	100	354	100	354	100	354	100	354	100

En la Tabla 4, los niveles de satisfacción alto y bajo alcanzaron el 71.8% y 0.3% respectivamente. Por otro lado, la dimensión de expectativas de los usuarios fue el puntaje más bajo en las dimensiones con un 66.1% nivel alto. Finalmente, la dimensión de rendimiento percibido por las personas obtuvo el 73.2% un nivel alto y 0.8% nivel bajo.

**Tabla 4.** Niveles de las dimensiones de satisfacción del usuario

Niveles	Dimensiones de satisfacción del usuario					
	Niveles de satisfacción		Expectativas		Rendimiento percibido	
	N	%	N	%	N	%
<b>Bajo</b>	1	0.2	3	0.8	3	0.8
<b>Medio</b>	99	28.0	117	33.1	92	26.0
<b>Alto</b>	254	71.8	234	66.1	259	73.2
<b>Total</b>	354	100	354	100	354	100

En base a la Tabla 5, se afirma que existe una relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario, respaldada por los tres estadísticos de prueba (Chi-cuadrado de Pearson, razón de verosimilitud y asociación lineal por lineal), todos con p-valores muy bajos (0.000), indicando una alta significancia estadística.

**Tabla 5.** Determinación de relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario de la DBU

	<b>Valor</b>	<b>df</b>	<b>Significación asintótica</b>
<b>Chi-cuadrado de Pearson</b>	384, 814a	4	0.000
<b>Razón de verosimilitud</b>	159.749	4	0.000
<b>Asociación lineal por lineal</b>	164.533	1	0.000
<b>N de casos válidos</b>	354		

## DISCUSIÓN

Teniendo en cuenta los resultados de esta investigación, se afirma que los usuarios atendidos en la Dirección de Bienestar Universitario de la UNTRM reportan satisfacción con respecto al servicio recibido, desde las cinco dimensiones de fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles (Jiménez, 2020). Además, establece que tiene una correlación positiva alta.

Dentro de las dimensiones de calidad de servicios, los elementos tangibles, tienen el menor porcentaje, pero sigue siendo mayoritaria con un 54.8%, ello se enfoca en las características físicas del equipamiento asociado con el servicio, por lo que es necesario tener prioridad para fortalecer y entrelazar con la red del sistema de la entidad. Esto es concordante con la investigación realizada por Campuzano y Collins (2018) y Vanessa y Duarte (2018) quienes mencionan que los elementos utilizados son fundamentales en la hora de brindar un servicio.

Asimismo, la seguridad es la dimensión mejor valorada, con el 74.6% de los encuestados otorgándole una calificación alta. La fiabilidad sigue en segundo lugar con un 65.5% de valoraciones altas. Empatía y capacidad también tienen altas valoraciones, con un 63.8% y 62.1% respectivamente. Los niveles bajos son minoritarios en todas las dimensiones, lo que sugiere una percepción generalmente positiva de la calidad del servicio brindado por la DBU. Estos resultados indican que, en general, la calidad del servicio de la DBU es bien valorada por los usuarios en todas las dimensiones evaluadas. Esto está en relación con lo señalado por Cobo et al. (2018) y Cama (2018), quienes indicaron que es fundamental brindar un servicio de calidad por lo que se debe garantizar el cumplimiento de aspectos fundamentales como la seguridad y calidad de atención.

Es importante resaltar y analizar la dimensión empatía debido a que juega un rol importante en la satisfacción del usuario por el hecho que se encuentra centrado en entender las necesidades e intentar ver la situación desde su punto de vista del usuario para ofrecerle una atención adecuada (Márquez 2015). Ello trae como resultado buenas relaciones con el usuario al generar su confianza, enfocándose en el servicio personalizado y de calidad (Mateos 2019).

La relación entre la satisfacción del usuario y la calidad del servicio es un área ampliamente estudiada y confirmada por diversas investigaciones. En este estudio, se encontró que dimensiones clave de la calidad del servicio, como fiabilidad, seguridad, empatía, capacidad y elementos tangibles, tienen una fuerte correlación con la satisfacción del usuario. Esto es consistente con los hallazgos de Boada-Niño et al. (2018), quienes aplicaron el modelo SERVQUAL, demostrando que la percepción positiva de estas dimensiones conduce a una mayor satisfacción del cliente. Además, estudios recientes como el de Arenal, (2019) ha señalado la necesidad de desarrollar estrategias organizacionales para mejorar estas dimensiones, con un coeficiente de correlación de Spearman (Rho) de 0.864, lo que refuerza la importancia de una gestión de calidad integral para lograr altos niveles de satisfacción del usuario. En este contexto, nuestra investigación demuestra que existe una relación significativa entre la satisfacción del usuario y la calidad del servicio, asimismo respalda la premisa de que una mejora continua en la calidad del servicio no solo cumple con las expectativas de los usuarios, sino que también fomenta una lealtad duradera y una percepción positiva de la organización, aspectos críticos para el éxito a largo plazo (Merino-Plaza et al., 2018).

## CONCLUSIONES

Existe relación significativa entre calidad de servicio y satisfacción del usuario en la Dirección de Bienestar Universitario de la UNTRM, con un valor del chi-cuadrado 384,814 con 4 grados de libertad y p-valor  $< 0,05$  y el Rho de Spearman de 86.4%, indicando una correlación positiva alta.

La dimensión de fiabilidad tiene relación con la satisfacción del usuario en la DBU con un Rho de Spearman de 0.658, correlación positiva moderada, siendo la menor correlación. Además, el 65.5% de los usuarios obtuvo un nivel alto y el 1.4% alcanzó un nivel bajo de fiabilidad.

Existe una correlación positiva alta entre seguridad y satisfacción del usuario demostrado por el Rho de Spearman de 0.709. Por otro lado, el 74.6% de las personas alcanzó un nivel alto en la dimensión de seguridad.

La dimensión de elementos tangibles tiene una correlación positiva alta con la satisfacción del usuario en la DBU, con un Rho de Spearman de 0.724. Así mismo, el 54.8% de las personas solo alcanzó un nivel alto en esta dimensión.

La empatía y satisfacción del usuario en la DBU tienen un Rho de Spearman de 0.798 siendo una correlación positiva alta. Igualmente, el 62.1% de las personas alcanzó un nivel alto.

Existe relación entre la capacidad de respuesta y satisfacción del usuario en la DBU, correlación positiva alta, situación de acuerdo al Rho de Spearman de 0.822. También se estableció 62.1% de las personas alcanzó un nivel alto en esta dimensión.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arenal, C. (2019). Atención básica al cliente. MF1329. Madrid, Editorial Tutor Formación.
- Arenal, C. (2019). Técnicas de información y atención al cliente / consumidor / usuario. UF0037. Logroño, Editorial Tutor Formación.
- Barbosa, H., Loureiro, V., & Alves, A. (2019). Calidad y Satisfacción en Gimnasios y Health Clubs. / Quality and Satisfaction in Gymnasiums & Health Clubs. *Materiales para la Historia del deporte*, 18, 115–121. <https://bit.ly/3rFtWUw>
- Boada-Niño, A., Barbosa-López, A. & Cobo-Mejía, E. (2018). Percepción de los usuarios frente a la calidad de atención en salud del servicio de consulta externa según el modelo SERVQUAL. (*ISUB*). Universidad de Boyacá. Colombia. <https://doi.org/10.24267/23897325.408>
- Bozzeta, L. & Rojas, M. (2018). Calidad del servicio y satisfacción del estudiante del centro de idiomas de la Universidad Nacional del Callao. (Tesis de maestría). U.N.C. <https://bit.ly/3f7P9Ib>
- Cama, D. (2018). Calidad de servicio y satisfacción del usuario externo, Servicio de odontología. Centro de salud Los Molinos, junio 2018. (Tesis de maestría). Universidad Cesar Vallejo. <https://bit.ly/3i7AFnc>
- Cobo-Mejía, E., Estepa-Rodríguez, K., Herrera-Triana, C. & Linares-Reyes, P. (2018). Percepción de los usuarios frente a la calidad del servicio de salud en consulta externa en una Institución Prestadora de Servicios de Salud. (*ISUB*). Universidad de Boyacá. Colombia. doi: <https://doi.org/10.24267/23897325.321>.
- El País. (2018, May 04). Hospitales del norte, los peor puntuados. Retrieved from <https://bit.ly/37dTnmB>
- Fernández, C. (2017, Jul 03). Romper con la inercia. *Correo Farmacéutico*. Retrieved from <https://bit.ly/3l8jkmQ>
- Guillermo, F (2018). Calidad de servicio percibido y satisfacción del usuario en la subgerencia de Bienestar social y participación vecinal de la Municipalidad Distrital de Supe, 2018. (Tesis de maestría). Universidad José Faustino Sánchez Carrión <https://bit.ly/3i8NzB9>
- Hernández S., Fernández C. y Baptista L (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw. Hill Interamericana Editores S.A.
- Jiménez, K. (2020). Calidad de servicio y nivel de satisfacción del usuario, en la empresa Epssmu S.A. Bagua Grande Amazonas. (Tesis de maestría). Universidad Cesar Vallejo. <https://bit.ly/2VbTbBL>

- Lora, S., Tirado, A., Montoya, M., & Simancas-Pallares, M. (2016). Percepción de Satisfacción y Calidad de Servicios Odontológicos en una Clínica Universitaria de Cartagena, Colombia. *Revista Nacional de Odontología*, 12(23), 1–21. <https://doi.org/10.16925/od.v12i23.1378>
- Mateos, M. (2019). Atención al cliente y calidad en el servicio. COMM002PO. IC Editorial.
- Márquez, A. (2015). Empatía y satisfacción de la “Relación médico-paciente” en la UMF No. 66 de Xalapa, Veracruz. (Para obtener el grado de Especialista en Medicina Familiar). Universidad Veracruzana. México. <https://acortar.link/ERtOsC>
- Mejías, A., Godoy Durán, E., & Piña Padilla, R. (2018). Impacto de la calidad de los servicios sobre la satisfacción de los clientes en una empresa de mantenimiento. *Compendium*, 21(40), 1–17. <https://bit.ly/3iXOWlu>
- Merino-Plaza, M., Carrera-Huesoc, F., Roca-Castellód, M., Morro-Martíne, M., Amparo Martínez-Asensie, A., & Fikri-Benbrahimf, N. (2018). *Gac Sanit.* 32(4):352–361
- Morales, A. (2019). El servicio al cliente como estrategia competitiva. *Revista Colombiana de Ciencias Administrativas*, 1 (1), 8-20. <https://doi.org/10.52948/rcca.v1i1.39>
- Navarro, L. (2018). Evaluación de la calidad del servicio y su incidencia en la satisfacción de los clientes de la empresa claro en la ciudad de chachapoyas – 2016. UNTRM. <http://repositorio.untrm.edu.pe/handle/UNTRM/1461>
- Saavedra, A. (2018). Influencia de la calidad de servicio sobre la satisfacción del cliente de la empresa MACGA SAC. (Tesis de maestría). Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. <https://acortar.link/vLDyDY>
- Sarmiento, J. (2017). La experiencia de la calidad de servicio online como antecedente de la satisfacción online: estudio empírico en los sitios web de viajes. *Investigaciones Turísticas*, 13, 30–53. <https://doi.org/10.14198/INTURI2017.13.02>.
- Valderrama S. (2013). Pasos para elaborar proyectos de investigación científica. Lima: Editorial San Marcos de Aníbal Paredes Galván. Repositorio.escuelafolklore.edu.pe, repositorio.upeu.edu.pe, repositorio.upao.edu.pe.
- Vanessa, D. & Duarte, L. (2018). Diferenciación en servicio al cliente: estrategia de posventa 1. Repositorio Universidad Militar Nueva Granada, 1, 1–32. Retrieved from <https://bit.ly/3yffnte>
- Veliz, S. (2019). Calidad del servicio y satisfacción de los usuarios en la municipalidad de Pomahuaca, Jaén. (Tesis de maestría). Universidad Cesar Vallejo. <https://bit.ly/3rFSJrC>



Vera, N. & Collins, N. (2018). El servicio al cliente como filosofía y factor de posicionamiento de las cooperativas de taxis. *INNOVA Research Journal*, 3(2), 71–82. <https://doi.org/10.33890/innova.v3.n2.2018.413>

Zambrano, J. (2019). Factores determinantes que influyen en la calidad de los servicios de salud a estudiantes del quinto semestre. Facultad de ciencias de la salud. Departamento de bienestar universitario. Universidad Técnica de Babahoyo. 2018. (Tesis de maestría). Universidad Estatal de Milagro. Ecuador. <http://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/4620>