

Calidad de servicio y satisfacción de los estudiantes de una universidad nacional en Lima

Reylis Michel Estela-Yomona

rmestelay@unac.edu.pe

<https://orcid.org/0000-0002-4473-0158>

Universidad Nacional del Callao
Callao, Perú.

Juan Pablo Gómez-Mejía

jpgomez@unac.edu.pe

<https://orcid.org/0000-0002-8822-3510>

Universidad Nacional del Callao
Callao, Perú.

Adolfo Orlando Blas-Zarzosa

aoblas@unac.edu.pe

<https://orcid.org/0000-0003-3034-2354>

Universidad Nacional del Callao
Callao, Perú.

Erich Donato Cano-Seminario

edcanos@unac.edu.pe

<https://orcid.org/0000-0002-0771-9689>

Universidad Nacional del Callao
Callao, Perú.

Frank Camborda-Falcón

fcambordaf@unac.edu.pe

<https://orcid.org/0000-0003-2098-8637>

Universidad Nacional del Callao
Callao, Perú.

Correspondencia: ciro. rmestelay@unac.edu.pe

Artículo recibido 26 diciembre 2022 Aceptado para publicación: 26 enero 2023

Conflictos de Interés: Ninguna que declarar

Todo el contenido de **Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar**, publicados en este sitio están disponibles bajo

Licencia [Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) 

Cómo citar: Estela-Yomona, R. M., Gómez-Mejía, J. P., Blas-Zarzosa, A. O., Cano-Seminario, E. D., & Camborda-Falcón, F. (2023). Calidad de servicio y satisfacción de los estudiantes de una universidad nacional en Lima. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(1), 1877-1886. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i1.4530

RESUMEN

En las Universidades Nacionales de la ciudad de Lima la calidad de servicio ha reflejado cierta conducta de satisfacción y fiabilidad en los estudiantes. La presente investigación tuvo el propósito determinar si existe relación entre la calidad de servicio y satisfacción de los estudiantes de una Universidad Nacional en Lima, 2022. La metodología fue de tipo básica, cuantitativa correlacional, no experimental de corte transversal, de método hipotético deductivo. La población fue de 68 estudiantes con una muestra calculada de 65 estudiantes. Se empleó la técnica de encuesta y como instrumento el cuestionario, el mismo que fue validado a través de juicio de expertos. El resultado encontrado fue un valor de coeficiente Rho de Spearman = 0,751, en la que se da una correlación significativa, directa y alta entre la calidad de servicio y la satisfacción de los estudiantes de una Universidad Nacional en Lima, durante el período 2022. Esta investigación llegó a la conclusión que la calidad de servicio se relaciona significativamente con la satisfacción de los estudiantes de una Universidad Nacional en Lima.

Palabras clave: *calidad de servicio; satisfacción de los estudiantes; fiabilidad.*

Quality of service and satisfaction of the students at a national university in Lima

ABSTRACT

In the National Universities of the city of Lima, the quality of service has reflected a certain behavior of satisfaction and reliability in the students. The present investigation had the purpose of determining if there is a relationship between the quality of service and the satisfaction of the students at a National University in Lima, 2022. The methodology was basic, quantitative correlational, non-experimental, cross-sectional, hypothetical deductive method. The population was 68 students with a calculated sample of 65 students. The survey technique was used and the questionnaire as an instrument, which was validated through expert judgment. The result found was a value of Spearman's Rho coefficient = 0.751, in which there is a significant, direct, and high correlation between the quality of service and the satisfaction of the students at a National University in Lima, during the period 2022. This The investigation concluded that the quality of service is significantly related to the satisfaction of the students at a National University in Lima.

Keywords: *quality of service; student satisfaction; reliability.*

INTRODUCCIÓN

El mercado competitivo en universidades privadas y estatales por el Covid-19 obligó a que estas brinden servicios con calidad en sus diferentes servicios brindados a los estudiantes, puesto que los estudiantes insatisfechos divulgarán su mala experiencia ante los demás estudiantes y postulantes a la misma. El presente problema fue estudiado en diferentes ámbitos, dejando en evidencia que varias universidades públicas recientemente han acontecido ciertas deficiencias concernientes a la clase de prestación académica y administrativa lo que originan cierta insatisfacción en los estudiantes universitarios.

Jin y Lim (2021) refieren al servicio de calidad como la confianza de los consumidores sobre la confirmación del afecto significativo de satisfacción del comprador. Mientras que Supriyanto et al. (2021) argumentaron que la satisfacción causa influencia en la fidelización de los consumidores ante los servicios prestados, ambos son necesarios para ser cumplidos con el propósito de conseguir la lealtad del consumidor, lo que a su vez mantiene la supervivencia de la organización a largo plazo.

La investigación se desarrolló en una Universidad Pública de Lima, 2022, porque en dicha universidad es donde mayormente se aprecia la falta de calidad de servicio a los estudiantes en el aspecto académico y administrativo, esta problemática se presenta debido a la falta de capacitación permanente a los colaboradores de la mencionada institución en temas respecto al servicio de calidad.

Ante la realidad problemática de ineficiencia en la calidad de servicio y complacencia de los estudiantes de una Universidad Nacional en Lima, esta investigación planteó el siguiente problema ¿Qué relación existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los estudiantes de una Universidad Nacional en Lima, 2022? Mientras que el objetivo de este estudio fue determinar la relación existente entre la calidad de servicio y satisfacción de los estudiantes de una Universidad Nacional en Lima, 2022. La hipótesis general que se planteó en esta investigación es que sí existe una relación entre ambas variables de estudio.

Teniendo en cuenta lo comentado anteriormente esta investigación es importante porque permite validar la correlación existente que se da entre las variables investigativas, ya que así se podrá plantear nuevas y mejores estrategias en la calidad del servicio estudiantil.

Thaithakul et al. (2021) indicó en su pesquisa referente a la determinación del servicio de calidad, lealtad y satisfacción de pasajeros, tuvieron como objetivo investigar los principales factores que originan la lealtad y complacencia de los beneficiarios de la aplicación de traslado compartido, empleando el prototipo de servicio de calidad. La recopilación de datos fue a través de encuestas en línea a una muestra de 310 encuestados. Tuvieron como resultado que solo la seguridad estructural y la empatía afectan la lealtad del cliente.

Khan y Hemsley (2021) en su pesquisa concerniente a la complacencia de los alumnos, plantearon como objetivo de investigación la incidencia directa de los alumnos universitarios y los factores de alternativa en las expectativas de los alumnos. La muestra estuvo conformada por 11,8822 alumnos encuestados. Obtuvieron como resultado que las expectativas de los alumnos sobre los criterios de alternativa median la correlación del costo de estudio con la complacencia, mientras que las percepciones de los estudiantes respecto a los empleos luego de graduarse median la correlación que existe entre la posibilidad de recomendar a sus amigos y el costo de estudio.

Ávila (2017) refiere en su pesquisa referente al servicio de calidad y complacencia de estudiantes en la escuela de posgrado, tuvo el objetivo de establecer la influencia del servicio de calidad en la complacencia de alumnos de la escuela de postgrado de la Universidad San Pedro, en el año 2015. Emplearon la metodología no experimental, de tipo descriptiva, aplicando una encuesta como técnica de recolección de datos y una guía de observación, la muestra estuvo conformada por 65 estudiantes de posgrado. Este estudio tuvo como conclusión que el servicio de calidad influye significativamente en los estudiantes de posgrado.

Shava (2021) en su pesquisa referente al servicio de calidad y complacencia de los consumidores, tuvo el propósito de determinar la correlación entre las variables investigativas. Emplearon la metodología de tipo cuantitativa, no experimental, correlacional y de corte transversal. Recolectaron datos a través de 2 cuestionarios, teniendo como resultado que existe correlación entre las variables antes detalladas.

Según sostienen Halpern y Mwesiumo (2021) que el servicio de calidad es un reto para la organización porque siempre estará enfocado en mejorar y mantener los principios de servicio de calidad. Por su parte Tontini et al. (2021) manifestaron que el servicio de calidad busca mantener la complacencia y lealtad de los consumidores. Wilson y Millar

(2021) definen la calidad de servicio como la impresión general sobre el desempeño del servicio y prestación de servicios en general, experiencias de consumo. Schijns (2021) indica que la calidad de servicio ayuda a tomar mejores decisiones de rendimiento empresarial.

Dewi et al. (2021) refieren que la fiabilidad viene a ser la confianza que genera un determinado servicio ofertado, además de brindar una cierta seguridad del acceso a este servicio. Por su parte Goeltom et al. (2020) indicaron que la fiabilidad es una habilidad con la que contamos ciertas personas para ofrecer un servicio de manera confiable, cuidadosa y segura. En ese contexto se puede decir que la fiabilidad es la manera correcta y confiable en la que se oferta un determinado producto cumpliendo con las promesas ofrecidas y expectativas de los clientes.

Mittal et al. (2021) argumentaron que la seguridad es la protección que se brinda a un determinado cliente para alejarlo de cualquier peligro o riesgo ante cualquier amenaza que afecte su integridad física o psicológica en el momento de recibir una atención del servicio brindado. Mosimanegape et al. (2020) afirmaron que la seguridad proyecta comodidad a los clientes en el momento de recibir una atención de un servicio, para ello la seguridad se encuentra ligada a la amabilidad con trato cordial en la expresión hacia los clientes.

Samudro et al. (2020) señalaron que la empatía viene a ser un estado de ánimo en la que una persona demuestra una actitud efectiva de identificación con la persona que se comunica. Rahman et al. (2020) sostuvieron que la empatía es la disposición de dedicar interés y cuidado personalizado con el compromiso e implicancia que se le debe brindar a un determinado cliente, para ello se debe emplear una buena comunicación en la que se explique detalladamente el tipo de servicio a ofrecer, tratando de comprender los requerimientos de los clientes.

Según Lee et al. (2020) refieren que la satisfacción son características primordiales que encaminan al rechazo o aceptación de un determinado servicio o producto. Por su parte Gurmu et al. (2021) aludieron que la satisfacción de los compradores es relevante para asegurar la economía, calidad, prosperidad y supervivencia de la organización. Mientras que Phan et al. (2021) indicaron que la satisfacción de los usuarios es considerada de manera inicial como una estimación de los clientes respecto a una transacción o compra que realizan.

Nguyen et al. (2020) afirmaron que la satisfacción académica es la experiencia con la que cuentan los estudiantes referentes al desempeño de las labores de los docentes o colaboradores de una determinada casa de estudios en sus sesiones académicas o atenciones administrativas. Restuputri et al. (2021) señalaron que la complacencia académica es la reacción de los alumnos ante el servicio de calidad educativa brindado por una determinada institución y que esto se encuentra relacionado con el desempeño de los docentes, de la plana administrativa y de los directivos de una institución.

Mulyono et al. (2020) argumentaron que la complacencia física de los alumnos hace mención a las medidas que aplica la universidad para lograr el bienestar estudiantil. Nunkoo et al. (2020) afirmaron también que satisfacción física de los estudiantes se encuentra ligada a la garantía que brinda una institución a sus estudiantes para brindar una calidad educativa, esto se encuentra relacionado a las comodidades de las aulas, laboratorios, espacios recreativos, comedores, tópicos, entre otros que garanticen la satisfacción física de los estudiantes.

Saricam (2021) aludió que la satisfacción social hace mención a la red de amistades que se forman durante el tiempo de estudios en una institución, además de las influencias de los mismos en su formación profesional. Pradeep et al. (2020) manifestaron que la complacencia social es la conmoción encontrada de aceptación o rechazo por parte de los integrantes de una determinada institución. Tran et al. (2020) indicaron que la satisfacción social hace referencia a las actividades culturales y misioneras que ofrece una determinada institución.

METODOLOGÍA

Se aplicó un estudio de tipo básica, cuantitativo y nivel correlacional, por lo que esta investigación ha intentado probar la relación existente entre la calidad de servicio y satisfacción de los estudiantes de una Universidad Nacional en Lima, 2022. El estudio fue de diseño no experimental, de corte transversal, porque se realizó en un solo período en el año 2022. Se aplicó el método hipotético deductivo.

La población considerada fue de 68 estudiantes de una Universidad Nacional en Lima, durante el año 2022. La muestra de la presente investigación después de aplicar el método probabilístico dio como tamaño muestral a 65 estudiantes de una Universidad Nacional en Lima, en el año 2022; aplicando un 3% de margen de error y 97% de nivel de confianza.

Se empleó la encuesta a través del instrumento cuestionario. La validez del cuestionario fue a través de juicio de expertos y la V de Aiken, en el que se consideró la pertinencia, claridad y relevancia.

Se realizó la fiabilidad del instrumento en una prueba piloto aplicada a 30 estudiantes de una Universidad Nacional en Lima, 2022.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Se obtuvo como resultados en las variables de estudio la determinación del valor encontrado según el coeficiente de correlación Rho de Spearman; las mismas que fueron analizados en el software estadístico SPSS.

Tabla 1.

Correlación de las variables calidad de servicio y satisfacción de los estudiantes.

		Satisfacción de los estudiantes
Rho de Spearman	de Calidad de servicio	
	Coeficiente de correlación	,751
	Sig. (bilateral)	,000
	N	65

Fuente: elaborado por los autores.

La tabla 1 muestra un coeficiente Rho de Spearman = 0,751, concluyendo que existe una correlación significativa, directa y alta entre la calidad de servicio y la satisfacción de los estudiantes de una Universidad Nacional en Lima.

Estos resultados se corroboran con otros encontrados en el estudio de Shoukat et al. (2020) quienes en su estudio determinaron que la calidad del servicio influye en la satisfacción y lealtad de los consumidores. Por su parte Juwitasary et al. (2021) en su pesquisa tuvieron como resultados que las perspectivas de los estudiantes referente a los criterios de opciones se relacionan con el costo del estudio y la satisfacción. Uvet (2020) en su investigación concluyó que la calidad del servicio influye significativamente en los estudiantes. Mientras que Palacios (2018) en su pesquisa tuvo como resultado que existe una relación entre las variables de investigación.

Asimismo, los resultados se relacionan con las teorías de Shyju et al. (2021) quienes argumentan que la calidad de servicio busca mantener la complacencia y lealtad de los consumidores. Mientras que Harazneh et al. (2020) sostiene que la satisfacción son las

características principales que encaminan al rechazo o aceptación de un servicio o producto.

CONCLUSIONES

La presente investigación llegó a la conclusión que las variables de estudio se relacionan significativamente, en concordancia con la determinación del valor de coeficiente Rho de Spearman = 0,751, en la que se da una correlación significativa, directa y alta entre la calidad de servicio y la satisfacción de los estudiantes de una Universidad Nacional en Lima, durante el período 2022.

LISTA DE REFERENCIAS

- Ávila, Y. M. (2017). Calidad del servicio y satisfacción, estudiantes Posgrado - Ciencias Económicas y Administrativas Universidad San Pedro Chimbote - 2015. [Tesis doctoral]. Repositorio de la Universidad San Pedro Chimbote.
- Dewi, Hajadi, F., Handranata, Y. W. y Herlina, M. G. (2021). The effect of service quality and customer satisfaction toward customer loyalty in service industry. *Uncertain Supply Chain Management*, 9(3), 631-636. <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2021.5.007>
- Goeltom, V. A. H., Kristiana, Y., Juliana, J., Bernato, I. y Pramono, R. (2020). The effect of service quality and value of five-star hotel services on behavioral intentions with the role of consumer satisfaction as mediator. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(11), 967-976. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no11.967>
- Gurmu, A., Galluzzo, A. y Kite, J. (2021). Modelling customers' perception of the quality of services provided by builders: A case of victoria, australia. *Construction Economics and Building*, 21(1), 100-124. <https://doi.org/10.5130/AJCEB.v21i1.7501>
- Halpern, N. y Mwesiumo, D. (2021). Airport service quality and passenger satisfaction: The impact of service failure on the likelihood of promoting an airport online. *Research in Transportation Business & Management*, 41, 1-15. <https://doi.org/10.1016/j.rtbm.2021.100667>
- Harazneh, I., Adaileh, M. J., Thbeitat, A., Afaneh, S., Khanfar, S., Harasis, A. A. y Elrehail, H. (2020). The impact of quality of services and satisfaction on customer loyalty: The moderate role of switching costs. *Management Science Letters*, 10(8), 1843-1856. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.12.034>

- Jin, Z. y Lim, C. (2021). Structural relationships among service quality, systemic characteristics, customer trust, perceived risk, customer satisfaction and intention of continuous use in mobile payment service. *Journal of System and Management Sciences*, 11(2), 48-64. <https://doi.org/10.33168/JSMS.2021.0204>
- Juwitasary, H., Christian, C., Putra, E. P., Baskara, H. y Firdaus, M. W. (2020). The effect of E-service quality on customer satisfaction and loyalty (case study at E-marketplace XYZ in Indonesia). *Advances in Science, Technology and Engineering Systems*, 5(6), 206-210. <https://doi.org/10.25046/aj050624>
- Khan, J. y Hemsley, J. (2021). Student satisfaction: The role of expectations in mitigating the pain of paying fees. *Journal of Marketing for Higher Education*, 1-23. <https://doi.org/10.1080/08841241.2021.1973646>
- Lee, H. J. y Seong, M. H. (2020). A study on the effects of business service quality on satisfaction, commitment, performance, and loyalty at a private university. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(9), 439-453. <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO9.439>
- Lee, Y., Choi, S. y Field, J. M. (2020). Development and validation of the pick-up service quality scale of the buy-online-pick-up-in-store service. *Operations Management Research*, 13(3), 218-232. <https://doi.org/10.1007/s12063-020-00161-0>
- Mittal, V., Han, K., Lee, J. y Sridhar, S. (2021). Improving business-to-business customer satisfaction programs: Assessment of asymmetry, heterogeneity, and financial impact. *Journal of Marketing Research*, 58(4), 615-643. <https://doi.org/10.1177/00222437211013781>
- Mosimanegape, P., Jaiyeoba, O., Iwu, C. G. y Chekula, C. (2020). Examining the relationship between service quality and customer satisfaction in the public service. The case of Botswana. *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 17, 579-593. <https://doi.org/10.37394/23207.2020.17.57>
- Mulyono, H., Hadian, A., Purba, N. y Pramono, R. (2020). Effect of service quality toward student satisfaction and loyalty in higher education. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(10), 929-938. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no10.929>
- Nguyen, D. T., Pham, V. T., Tran, D. M. y Pham, D. B. T. (2020). Impact of service quality, customer satisfaction and switching costs on customer loyalty. *Journal of Asian*

- Finance, Economics and Business, 7(8), 395-405.
<https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO8.395>
- Nunkoo, R., Teeroovengadum, V., Ringle, C. M. y Sunnassee, V. (2020). Service quality and customer satisfaction: The moderating effects of hotel star rating. *International Journal of Hospitality Management*, 91, 1-15.
<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.102414>
- Phan, A. C., Nguyen, H. T. y Pham, T. X. T. (2021). Relationship between service recovery, customer satisfaction and customer loyalty: Empirical evidence from e-retailing. *Uncertain Supply Chain Management*, 9(1), 1-10.
<https://doi.org/10.5267/j.uscm.2020.12.007>
- Pradeep, S., Vadakepat, V. y Rajasenan, D. (2020). The effect of service quality on customer satisfaction in fitness firms. *Management Science Letters*, 10(9), 2011-2020. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.2.011>
- Rahman, S. M. M., Mia, M. S., Ahmed, F., Thongrak, S. y Kiatpathomchai, S. (2020). Assessing students' satisfaction in public universities in bangladesh: An empirical study. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(8), 323-332.
<https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO8.323>
- Restuputri, D. P., Indriani, T. R., y Masudin, I. (2021). The effect of logistic service quality on customer satisfaction and loyalty using kansei engineering during the COVID-19 pandemic. *Cogent Business and Management*, 8(1), 1-35
<https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1906492>
- Samudro, A., Sumarwan, U., Simanjuntak, M. y Yusuf, E. Z. (2020). Assessing the effects of perceived quality and perceived value on customer satisfaction. *Management Science Letters*, 10(5), 1077-1084. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.11.001>
- Saricam, C. (2021). Analysing service quality and its relation to customer satisfaction and loyalty in sportswear retail market. *Autex Research Journal*, 1-10.
<https://doi.org/10.2478/aut-2021-0014>
- Schijns, J. M. C. (2021). Measuring service quality at an online university: Using PLS-SEM with archival data. *Tertiary Education and Management*, 27(2), 161-185.
<https://doi.org/10.1007/s11233-021-09071-7>
- Shava, H. (2021). The relationship between service quality and customer satisfaction in the south african mobile network telecommunications industry. *Journal of*

- International Studies, 14(2), 70-83. <https://doi.org/10.14254/2071-8330.2021/14-2/5>
- Shoukat, A., Rizwan, M. y Iqbal, M. Z. (2020). Service quality and brand loyalty in the schooling industry of pakistan. *Humanities and Social Sciences Letters*, 8(2), 240-251. <https://doi.org/10.18488/JOURNAL.73.2020.82.240.251>
- Shyju, P.J., Singh, K., Kokkranikal, J., Bharadwaj, R., Rai, S. y Antony, J. (2021). Service quality and customer satisfaction in hospitality, leisure, sport and tourism: An assessment of research in web of science. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 1-27. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2021.2012735>
- Supriyanto, A., Wiyono, B. B. y Burhanuddin, B. (2021). Effects of service quality and customer satisfaction on loyalty of bank customers. *Cogent Business and Management*, 8(1), 1-17. <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1937847>
- Thaithatkul, P., Anuchitchanchai, O., Srisurin, P., Sanghatawatana, P. y Chalermpong, S. (2021). Ride-hailing applications in bangkok: Determining service quality, passenger satisfaction, and loyalty. *International Journal of Technology*, 12(5), 903-913. <https://doi.org/10.14716/ijtech.v12i5.5247>
- Tontini, G., Silveira, A. y Pozza, D. L. (2021). Influence of failure recovery on the perception of quality, satisfaction and loyalty of banking customers. *Brazilian Journal of Marketing*, 20(4), 216-240. <https://doi.org/10.5585/remark.v20i4.16986>
- Uvet, H. (2020). Importance of logistics service quality in customer satisfaction: An empirical study. *Operations and Supply Chain Management*, 13(1), 1-10. <https://doi.org/10.31387/OSCM0400248>
- Wilson, K. E. S. y Millar, P. (2021). Intramural sport participation: An examination of participant benefits, service quality, program satisfaction, and student retention. *Recreational Sports Journal*, 45(2), 149-160. <https://doi.org/10.1177/155886612111036906>