

Artículo Científico

Cultura de servicio como factor clave en la satisfacción del usuario: Estudio de caso centro de salud del cantón Jipijapa

Service culture as a key factor in user satisfaction: Case study of the Jipijapa canton health center

Yomira Lilibeth Solis Barreto¹ , Carlos Yosv Vergara Mantilla² 

¹ Universidad Estatal del Sur de Manabí, yomira.solis@unesum.edu.ec, Jipijapa - Ecuador

² Universidad Estatal del Sur de Manabí, vergara-carlos3075@unesum.edu.ec, Jipijapa - Ecuador

Autor para correspondencia: vergara-carlos3075@unesum.edu.ec

RESUMEN

El estudio analizó la predominación de la cultura como factor de servicio en la satisfacción de los usuarios del Centro de Salud del Cantón Jipijapa, con el propósito de detectar oportunidades en áreas de mejora en la atención. La investigación en enfoque mixto y diseño exploratorio y descriptivo, se llevó a cabo un levantamiento de datos mediante una encuesta a una muestra de 384 usuarios, se aplicó los modelos SERVQUAL y SERVPERF para evaluar dimensiones clave como actitud del personal, fiabilidad, expectativas, capacidad de respuesta, seguridad y fidelización. Los principales resultados obtenidos revelaron que los usuarios perciben de manera positiva la claridad en la comunicación, el interés en la orientación y el cumplimiento de los horarios programados. No obstante, se identificaron brechas significativas en la capacidad de respuesta para resolver inconvenientes con prontitud y, de manera crítica, en la comunicación del personal médico, donde se observó una falta de claridad y empatía al explicar diagnósticos, tratamientos y posibles reacciones adversas. Esta deficiencia índice directamente en la percepción de seguridad y, en consecuencia, en la intención de los usuarios de ser fieles al centro de salud. Se concluye que, si bien la cultura de servicio actual genera aspectos de satisfacción, es fundamental implementar estrategias que refuercen la comunicación clínica efectiva y la gestión ágil de problemas para elevar la calidad percibida y consolidar la lealtad de la comunidad usuaria. **Palabras clave:** Atención; Calidad; Comunicación; Expectativas; Servicio.

ABSTRACT

The study analyzed the predominance of culture as a service factor in user satisfaction at the Jipijapa Canton Health Center, with the aim of identifying opportunities for improvement in care. The research, which used a mixed approach and exploratory and descriptive design, collected data through a survey of a sample of 384 users. The SERVQUAL and SERVPERF models were applied to evaluate key dimensions such as staff attitude, reliability, expectations, responsiveness, safety, and loyalty. The main results revealed that users perceive clarity in communication, interest in guidance, and adherence to scheduled appointments positively. However, significant gaps were identified in responsiveness to resolve issues promptly and, critically, in communication by medical staff, where a lack of clarity and empathy was observed when explaining diagnoses, treatments, and possible adverse reactions. This deficiency directly affects the perception of safety and, consequently, users' intention to remain loyal to the health center. It is concluded that, although the current service culture generates aspects of satisfaction, it is essential to implement strategies that reinforce effective clinical communication and agile problem management in order to raise perceived quality and consolidate the loyalty of the user community. **Keywords:** Attention; Quality; Communication; Expectations; Service.

Derechos de Autor

Los originales publicados en las ediciones electrónicas bajo derechos de primera publicación de la revista son del Instituto Tecnológico Superior Universitario Rumiñahui, por ello, es necesario citar la procedencia en cualquier reproducción parcial o total. Todos los contenidos de la revista electrónica se distribuyen bajo una [licencia de Creative Commons Reconocimiento- NoComercial-4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).



Citas

Solis Barreto, Y. L., & Vergara Mantilla, C. Y. (2026). Cultura de servicio como Factor clave en la satisfacción del usuario: Estudio de caso centro de salud del cantón Jipijapa. *CONECTIVIDAD*, 7(1), 875–893. <https://doi.org/10.37431/conectividad.v7i1.400>

1. INTRODUCCIÓN

La Organización Panamericana de la Salud (OPS), sostiene que, los países del primer mundo y los que aún están en vías de desarrollo, cuentan con políticas de gestión sanitaria para impulsar un sistema de gestión de información que permita obtener opiniones, procesamiento y generación de información de los usuarios sobre los servicios de salud de manera periódica, cuya finalidad es la mejora continua, dado que, la forma en que los pacientes son tratados y atendidos no solo influye en su percepción individual de la calidad de la atención médica, sino que también impacta en su bienestar físico y emocional (Gutierrez, 2021).

El vínculo estratégico entre la cultura de servicio y la satisfacción de los usuarios es bidireccional y compleja. Una cultura organizacional orientada al servicio crea un entorno favorable para brindar una atención de calidad y fomenta una relación empática y colaborativa entre el personal y los pacientes. A su vez, una mayor satisfacción de los usuarios refuerza una cultura de servicio positiva al impulsar la lealtad del paciente, aumentar la reputación y motivar al personal a mantener altos estándares de atención (Alva, 2022).

El campo de estudio de esta investigación son las Organizaciones productivas, empresas y desarrollo local. La relación entre el objeto y el área de investigación es que el servicio al usuario es una variable de alta incidencia en la Cultura de Servicio porque este afectará directamente la satisfacción del usuario, lo que a su vez afectará al comportamiento y al trato hacia la entidad como a sus trabajadores.

Tomando como ejemplo al “Centro de Salud Tipo B Jipijapa” una mejora en su cultura de servicio favorecerá a los trabajadores como a usuarios, ya que esta cultura se centra en atender y satisfacer al cliente por ello es interesante investigar este caso, ya que una comunicación y relación entre la entidad y los usuarios favorecerá al trabajo, la confianza y lo más importante la salud.

El proyecto de investigación actual tuvo como objetivo general analizar la cultura de servicio y su aporte en la satisfacción de los usuarios del Centro de Salud del Cantón Jipijapa y objetivos específicos identificar la actitud y valores de la cultura de servicio en relación con la fiabilidad de satisfacción de los usuarios del Centro de Salud del Cantón Jipijapa; determinar el vínculo entre las expectativas con la capacidad de respuesta hacia la satisfacción de los usuarios del Centro de

Salud del Cantón Jipijapa e identificar la conexión entre la fidelización con la seguridad hacia los usuarios del Centro de Salud del Cantón Jipijapa.

Se planteó como problema principal ¿Cómo influyen las dimensiones de la cultura de servicio en el nivel de satisfacción de los usuarios del Centro de Salud del Cantón Jipijapa?, con las respectivas preguntas derivadas: ¿Cuál es la relación entre la actitud del personal y la percepción de fiabilidad del servicio por parte de los usuarios del Centro de Salud del Cantón Jipijapa?, ¿Cuál es la brecha entre las expectativas de los usuarios y su percepción sobre la capacidad de respuesta del Centro de Salud del Cantón Jipijapa?, ¿Cómo influye la percepción de seguridad en la intención de los usuarios de seguir utilizando y recomendar el Centro de Salud del Cantón Jipijapa?.

Además, se justifica en la contribución para mejorar la calidad de atención, en aspectos como amabilidad del personal, la eficiencia en la atención, la limpieza de las instalaciones, entre otros. Así mismo, incrementa la satisfacción del paciente mediante la información que se obtiene sobre las expectativas y necesidades de los usuarios, al Centro de Salud del Cantón Jipijapa se deben adaptar los servicios para satisfacer de manera más efectiva la fidelización de pacientes y que regresen a utilizar el servicio, además de recomendarlo a sus familiares o conocidos, con ello, se genera un impacto positivo en la imagen del mismo.

1.1. Teoría de cultura de servicio

La cultura de servicio al cliente se refiere a la forma en que una empresa estructura sus valores, su comunicación interna y sus prácticas para centrarse en las necesidades y expectativas de sus consumidores. Esta teoría resalta la importancia de que los valores de la empresa constituyan el fundamento de su cultura de servicio, y de que la comunicación institucional desempeñe un papel decisivo en la difusión de dichos valores entre todos los empleados (Santamaria Cruz, 2021).

Acosta-Prado et al., (2020), afirman que esta teoría destaca la importancia de involucrar a los clientes en la toma de decisiones, como el desarrollo de nuevos productos, para garantizar que los servicios satisfagan sus necesidades. Así mismo, se resalta la necesidad de invertir en tecnología y encontrar nuevas soluciones para deleitar a los clientes, lo que puede reducir los tiempos de espera y aumentar la productividad del personal de atención al cliente.

1.2. Teorías de la satisfacción de los usuarios

La importancia de comprender la satisfacción de las necesidades y expectativas de los usuarios han sido abordada por diversas teorías, cuyo resumen se presenta en la siguiente Tabla 1:

Tabla 1. Teorías de satisfacción de usuario

Autor	Año	Teoría
Brown	(1992)	La atención al cliente, es una forma de gestión que debe aplicar filosofía y cultura de atención, es la manera que se trata al cliente.
Lovelock, Reynoso, D'Andrea, & Huete.	(2004)	Afirman que, en la prestación del servicio se deben incluir intangibles como conocimiento y amabilidad, para asegurar una relación saludable y rentable.
Hofstadt Román	(2005)	Sostiene que se debe: <ul style="list-style-type: none"> • Comprender la necesidad del cliente • Escuchar con atención • Ser amable y empático • Mostrar interés y eficacia
Summers	(2006)	El propósito de atender es: <ul style="list-style-type: none"> • Determinar quiénes son los clientes • Responder los requerimientos • Establecer procesos efectivos • Compromiso y participación

Fuente: Adaptado de *Teorías de satisfacción de usuario por (Muñoz, 2021)*.

1.3. Definición de Cultura de servicio

La cultura de servicio al cliente representa gran relevancia dentro de una organización, se debe que la experiencia del cliente se encuentra totalmente ligada al éxito o fracaso de una empresa, se trata de superar las expectativas con acciones por parte de los empleados, expresadas desde que ingresa el usuario mediante el saludo de bienvenida, una sonrisa, habilidades de comunicación, en general, el trato recibido que permite la personalización de la atención dando calidad al servicio (Otalora, 2021).

Dichos comportamientos son los que guían todas las acciones y decisiones relacionadas con la atención y servicio al cliente, con un enfoque en mejorar la experiencia del cliente, tanto interno como externo, a través de la estandarización de procesos, el seguimiento y la identificación de oportunidades de mejora, con el compromiso de brindar una atención excelente que garantice la satisfacción con todos los servicios proporcionados (Pincay-Morales & Parra-Ferié, 2020).

1.4. Definición de Satisfacción del usuario

La satisfacción del usuario es la percepción que tiene el cliente o usuario sobre la calidad del servicio recibido, representa un indicador fundamental de la calidad de atención. Se ha

demostrado que la satisfacción del usuario es alta en muchos casos, reflejo de la mejora en el proceso asistencial y la calidad de atención, es decir, cuando las expectativas son alcanzadas o superadas por los servicios brindados (Veliz, 2020).

La dimensión de satisfacción del usuario permite acceder al nivel de fidelidad del cliente, es decir, se evalúa el servicio recibido sobre lo que espera recibir para conocer si se alcanzan o sobrepasan las expectativas. Este elemento intangible está clasificado como prioritario y estratégico cuyo objetivo del personal es generar satisfacción en el usuario y para ello, debe tener conocimiento sobre los requerimientos del cliente y tener capacidad de respuesta (Silva Juárez et al., 2021).

2. MATERIALES Y MÉTODOS

La presente investigación tuvo un enfoque mixto que combina e integra los métodos cuantitativos y cualitativos para analizar e interpretar desde múltiples ángulos (Hernández-Sampieri, 2018). Se midieron las percepciones, opiniones y formas en que los usuarios externos (como pacientes y sus familiares o cuidadores) e internos (profesionales, técnicos y personal de apoyo) experimentan y actúan en relación con los servicios de salud.

El alcance fue de tipo exploratorio y descriptivo encargado de describir las cualidades de la cultura de servicio que aplica el personal del Centro de Salud del Cantón Jipijapa durante la atención a los usuarios. El diseño fue no experimental mediante la recolección de datos de una muestra representativa de la población en un momento específico, con ello se pudieron capturar las características o variables que se están estudiando.

Una encuesta es un método empleado para obtener información acerca de la opinión sobre un tema específico, el proceso implica formular una serie de preguntas a una muestra representativa de la población lo que permite extrapolar los resultados al conjunto de la población. Como herramienta para medir la opinión pública, las encuestas se pueden clasificar según el método de recolección de datos que esta puede ser: cara a cara, por teléfono o en línea (Herrero-Corona, 2021).

Las encuestas se encuentran dirigidas específicamente a todos los usuarios del Centro de Salud del Cantón Jipijapa. El propósito de esta entrevista dentro del enfoque cualitativo es entender los fenómenos del entorno desde la perspectiva de los entrevistados desde un punto de vista

fenomenológico, siendo esta una técnica de gran utilidad en la investigación para recabar datos, supone enfocarse en las experiencias vividas por los participantes y otorgarles un significado basado en su realidad cotidiana (González-Vega et al., 2022). La entrevista se encontrará dirigida específicamente a la persona encargada del Atención al Cliente (admisión).

En mi investigación “Cultura de Servicio y Satisfacción de los Usuarios del Centro de Salud del Cantón Jipijapa”, utilicé el modelo SERVQUAL porque este es un instrumento de mejora y comparación con otras organizaciones, y ha sido probado y validado empíricamente (Boada-Niño et al., 2019) para medir la calidad del servicio desde la perspectiva de los usuarios. Este modelo me permitió comparar lo que los participantes del estudio esperaban del servicio con lo que realmente experimentaron, enfocándome en cinco dimensiones clave: confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, aspectos tangibles y empatía. A través de las encuestas y entrevistas, pude identificar las brechas entre expectativas y percepciones, lo que me permitió señalar las áreas donde se requieren mejoras para optimizar la calidad de los servicios y aumentar la satisfacción de los usuarios.

El marco de esta investigación, también apliqué el método SERVPERF, fue propuesto por Cronin y Taylor, se compone de los mismos ítems y dimensiones que el SERVQUAL (Campoverde et al., 2020), como herramienta complementaria para evaluar la calidad del servicio desde la percepción exclusiva de los usuarios. A diferencia de otros modelos, SERVPERF se centra únicamente en medir el desempeño del servicio, sin considerar las expectativas previas del usuario, lo que permite obtener una valoración directa y objetiva sobre la experiencia vivida.

A través de las encuestas aplicadas en el Centro de Salud del Cantón Jipijapa, recopilé datos relacionados con dimensiones clave como confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, aspectos tangibles y la empatía, evaluando únicamente lo que el usuario realmente percibió. Esta metodología me permitió identificar con mayor precisión los puntos fuertes y débiles del servicio prestado, sirviendo como base para la formulación de propuestas que contribuyan a fortalecer la cultura de servicio y la satisfacción de los usuarios.

2.1. Población

Según los siguientes datos proporcionados por el Centro de Salud del Cantón Jipijapa, la población estuvo conformada por los usuarios que asistieron en un lapso de 7 años. El desglose

de esta población se presenta en la Tabla 2:

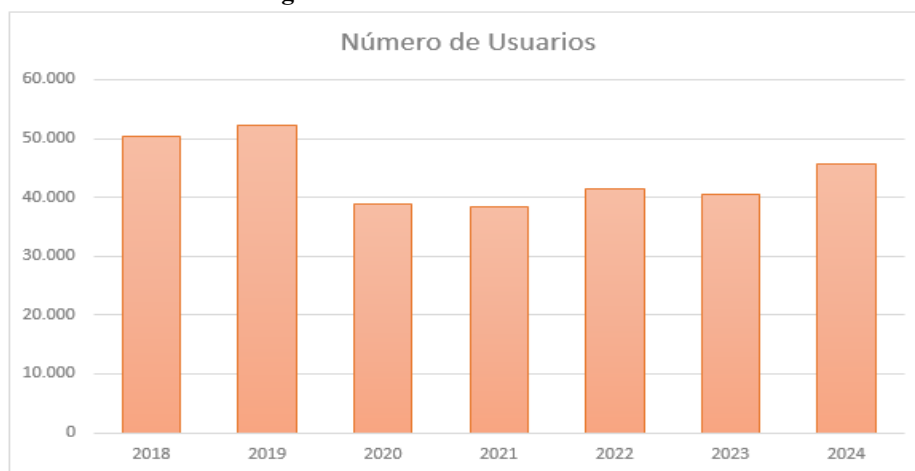
Tabla 2. Usuarios del Centro de Salud

Año	Número de usuarios
2018	50.461
2019	52.228
2020	38.820
2021	38.404
2022	41.537
2023	40.433
2024	45.565
Total de usuarios	307.448

Fuente: Centro de Salud del Cantón Jipijapa

La población del estudio, constituida por los usuarios que asistieron al Centro de Salud del Cantón Jipijapa en un lapso de 7 años, se representa gráficamente en la Figura 1.

Figura 1. Usuarios del Centro de Salud



Fuente: Centro de Salud del Cantón Jipijapa

Nuestro muestreo será probabilístico donde cada elemento de la población tiene una probabilidad equitativa de ser seleccionado, estas muestras se obtienen mediante la determinación previa de las características de población y el tamaño adecuado de la muestra. Posteriormente, se utiliza un proceso de selección aleatoria o un método mecánico para escoger las unidades de muestreo o análisis.

Este tipo de muestreo garantiza la representatividad de la población, minimizando el sesgo y proporcionando resultados más fiables y generalizables en los estudios estadísticos.

$$n = \frac{Z^2 (P * Q) (N)}{(e^2)(N) + (Z^2)(P * Q)}$$

n = Tamaño de la muestra

$$P*Q = 0,25$$

Z_2 = Margen de confiabilidad. (1,96) para un nivel de confianza de 95%

e = Error admisible (0,05)

N = Tamaño de la población (307.448)

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,25) (307.448)}{(0,05^2)(307.448) + (1,96^2)(0,25)} = \frac{(3,84)(0,25) (307.448)}{(0,0025)(307.448) + (3,84)(0,25)}$$

$$n = \frac{295.273}{768,62 + 0,96} = \frac{295.273}{769,58} = 384$$

3. RESULTADOS

Los hallazgos del estudio obtenidos de las encuestas con los datos de los usuarios muestran que la mayoría de las personas que ingresaron al Centro de Salud del Cantón Jipijapa fueron en condición de acompañantes, mientras que el menor porcentaje acudieron como usuarios de los servicios médicos, en su mayoría fueron del sexo masculino, los cuales fluctúan en rangos de edad entre 38 a 47 años, seguidos por los de 48 a 57 años y de 28 a 37 años, con una formación académica de nivel secundario, seguido de un grupo que cuenta con un título Superior técnico, sin embargo, el menor porcentaje estuvo representado por usuarios que no tuvieron acceso a ningún tipo de educación.

Para evaluar la calidad en el trato al usuario, a continuación, se muestra la Tabla 3. En ella se recogen las opiniones de los usuarios respecto a las actitudes y valores mostrados por el personal del centro de salud.

Tabla 3. Actitudes y valores hacia el servicio

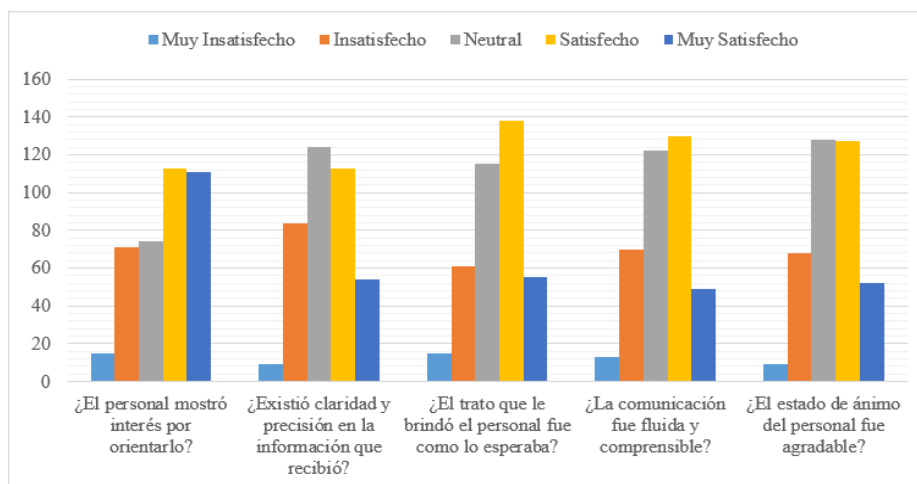
Preguntas	Muy Insatisfecho	%	Insatisfecho	%	Neutral	%	Satisfecho	%	Muy Satisfecho	%
¿El personal mostró interés por orientarlo?	15	4%	71	18%	74	19%	113	30%	111	29%
¿Existió claridad y precisión en la información que recibió?	9	2%	84	22%	124	32%	113	30%	54	14%
¿El trato que le brindó el personal fue como lo esperaba?	15	4%	61	16%	115	30%	138	36%	55	14%
¿La comunicación fue fluida y comprensible?	13	3%	70	18%	122	32%	130	34%	49	13%
¿El estado de ánimo del personal fue agradable?	9	2%	68	17%	128	33%	127	33%	52	14%

Fuente: Encuesta realizada a los usuarios de Centro de Salud tipo "B" del cantón

A continuación, la Figura 2, se presenta una evaluación gráfica de las actitudes y valores del

personal hacia el servicio, según la percepción de los usuarios del centro de salud.

Figura 2. Actitudes y valores hacia el servicio



Fuente: Usuarios del Centro de Salud del Cantón Jipijapa
 Elaborado por: Carlos Yosv Vergara Mantilla

En la dimensión de actitudes y valor hacía el servicio, los resultados indicaron que los usuarios sintieron satisfacción por el interés que mostró el personal en orientarlos, los mismos que fueron claros y precisos en brindar información, además, se valoró el trato que brindó el personal y el 36% quedaron Satisfechos, mientras que, el 30% prefieren mantenerse Neutral. En cuanto a la fluidez y comprensión de la comunicación, también fue del agrado de los individuos y, por último, un porcentaje considerable sintió satisfacción con el estado de ánimo del personal, sin embargo, otros indicaron estar Insatisfechos, estos datos evidencian que existen criterios divididos entre satisfacción e insatisfacción.

La Tabla 4, recoge los indicadores de fiabilidad del servicio, permitiendo analizar el Nivel de satisfacción del usuario en dimensiones clave como: precisión de la información, puntualidad en la atención médica y gestión eficiente de las citas.

Tabla 4. Fiabilidad

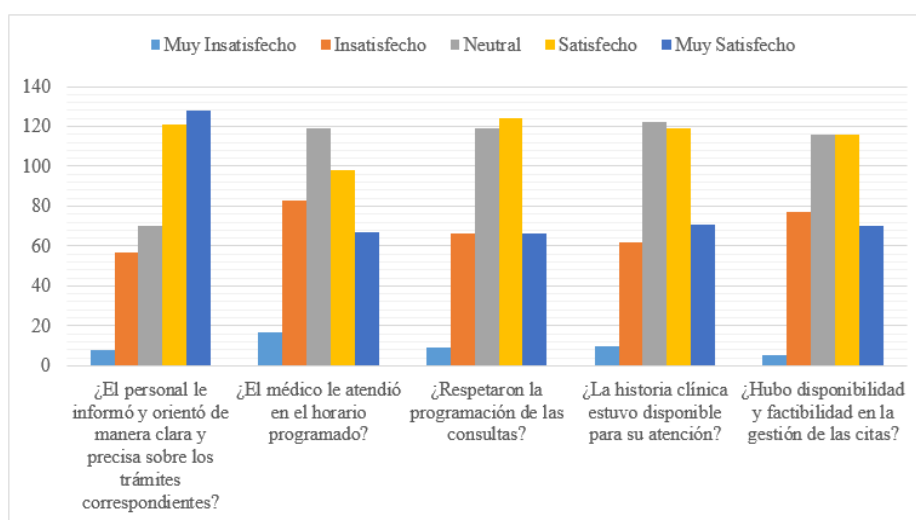
Preguntas	Muy Insatisfecho	%	Insatisfecho	%	Neutral	%	Satisfecho	%	Muy Satisfecho	%
	¿El personal informó y orientó de manera clara y precisa sobre los trámites correspondientes?	8	2%	57	15%	70	18%	121	32%	128
¿El médico le atendió en el horario programado?	17	4%	83	22%	119	31%	98	26%	67	17%
¿Respetaron la programación de las consultas?	9	3%	66	17%	119	31%	124	32%	66	17%

Preguntas	Muy Insatisfecho	%	Insatisfecho	%	Neutral	%	Satisfecho	%	Muy Satisfecho	%
¿La historia clínica estuvo disponible para su atención?	10	3%	62	16%	122	32%	119	31%	71	18%
¿Hubo disponibilidad y factibilidad en la gestión de las citas?	5	1%	77	21%	116	30%	116	30%	70	18%

Fuente: Encuesta realizada a los usuarios de Centro de Salud tipo “B” del cantón

A continuación, la Figura 3, se presenta una evaluación gráfica de la fiabilidad del servicio, mostrando la percepción de los usuarios en aspectos como la claridad informativa, puntualidad y disponibilidad de recursos.

Figura 3. Fiabilidad



Fuente: Usuarios del Centro de Salud del Cantón Jipijapa

Elaborado por: Carlos Yosú Vergara Mantilla

Sobre la fiabilidad de satisfacción de los usuarios, se valoró al personal si informó y orientó de manera clara y precisa sobre los trámites correspondientes, la cual, los usuarios quedaron satisfechos, así mismo con el horario de atención programado, puesto que, se respetó dicha programación de las consultas, con disponibilidad de la historia clínica al momento de la atención, así como, disponibilidad y factibilidad en la gestión de las citas.

En la Tabla 5 se presentan los resultados correspondientes a la dimensión de actitudes y valores del personal hacia el servicio.

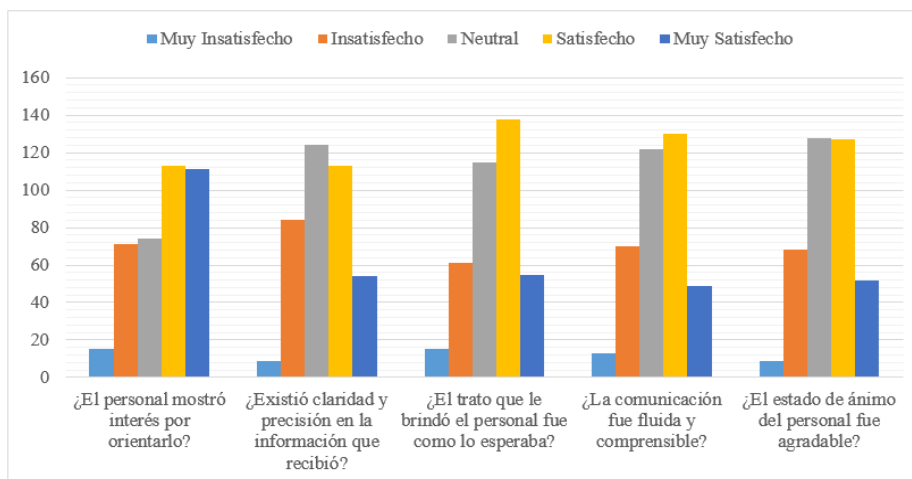
La Figura 4 presenta de manera gráfica los resultados correspondientes a la dimensión de actitudes y valores del personal hacia el servicio.

Tabla 5. Actitudes y valores hacia el servicio

Preguntas	Muy Insatisfecho	%	Insatisfecho	%	Neutral	%	Satisfecho	%	Muy Satisfecho	%
¿El personal mostró interés por orientarlo?	15	4%	71	18%	74	19%	113	30%	111	29%
¿Existió claridad y precisión en la información que recibió?	9	2%	84	22%	124	32%	113	30%	54	14%
¿El trato que le brindó el personal fue como lo esperaba?	15	4%	61	16%	115	30%	138	36%	55	14%
¿La comunicación fue fluida y comprensible?	13	3%	70	18%	122	32%	130	34%	49	13%
¿El estado de ánimo del personal fue agradable?	9	2%	68	17%	128	33%	127	33%	52	14%

Fuente: Encuesta realizada a los usuarios de Centro de Salud tipo “B” del cantón

Figura 4. Actitudes y valores hacia el servicio



Fuente: Usuarios del Centro de Salud del Cantón Jipijapa

Elaborado por: Carlos Yosú Vergara Mantilla

En actitud y valores de la cultura de servicio se evidenció que existe fluidez en la comunicación y un trato correcto, sin embargo, en ocasiones, el personal no mantenía un buen estado de ánimo aspecto muy relevante al momento de la atención, en cuanto a la relación con la fiabilidad de satisfacción de los usuarios del Centro de Salud, el personal demostró que se comunica de forma clara y precisa, la atención se realizó en el horario programado, respetando los turnos y con disponibilidad del historial clínico.

A continuación, la Tabla 6 expone los resultados concernientes a las expectativas del servicio.

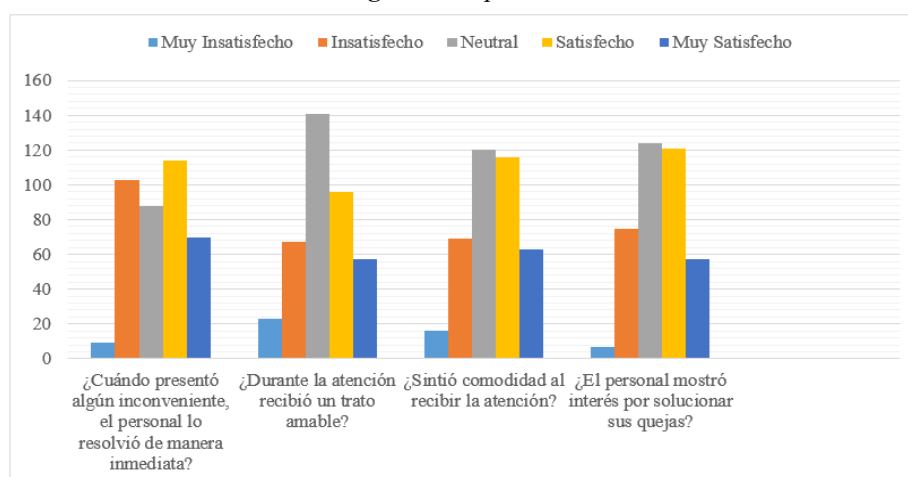
La Figura 5 presenta de forma gráfica los resultados relativos a las expectativas de los usuarios sobre el servicio.

Tabla 6. Expectativas

Preguntas	Muy Insatisfecho	%	Insatisfecho	%	Neutral	%	Satisfecho	%	Muy Satisfecho	%
¿Cuándo presentó algún inconveniente, el personal lo resolvió de manera inmediata?	9	3%	103	27%	88	23%	114	29%	70	18%
¿Durante la atención recibió un trato amable?	23	6%	67	17%	141	37%	96	25%	57	15%
¿Sintió comodidad al recibir la atención?	16	4%	69	18%	120	32%	116	30%	63	16%
¿El personal mostró interés por solucionar sus quejas?	7	2%	75	19%	124	33%	121	31%	57	15%

Fuente: Encuesta realizada a los usuarios de Centro de Salud tipo “B” del cantón

Figura 5. Expectativas



Fuente: Usuarios del Centro de Salud del Cantón Jipijapa

Elaborado por: Carlos Yosú Vergara Mantilla

Dentro de la dimensión de las expectativas, se evaluaron aspectos como: la rapidez del personal para resolver algún inconveniente, donde hubo usuarios satisfechos e insatisfechos, además, el trato y comodidad durante la atención, fueron calificados como satisfactorios y, por último, los usuarios indicaron que el personal mostró interés por solucionar las quejas, con ello, se determina que, el servicio cumplió con las expectativas de algunos de los usuarios.

La Tabla 7 expone las valoraciones sobre claridad informativa, puntualidad y gestión de citas como aspectos de fiabilidad.

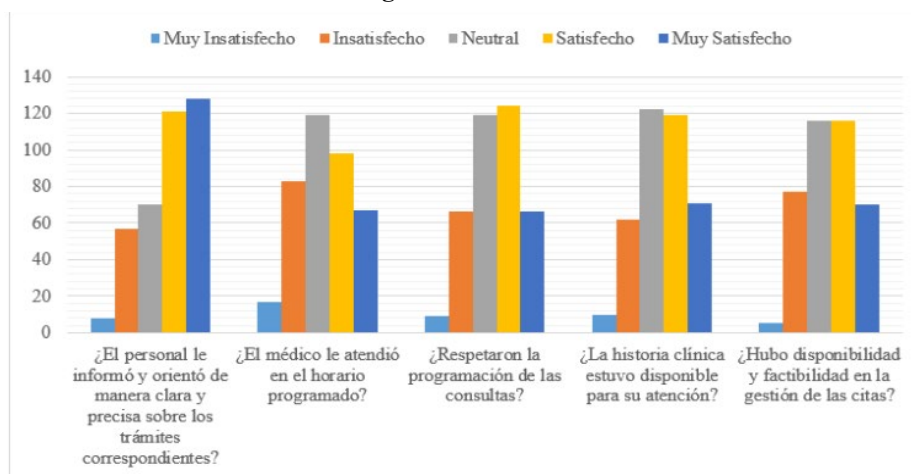
En la Figura 6 se representan visualmente los niveles de satisfacción a la fiabilidad del servicio.

Tabla 7. Fiabilidad

Preguntas	Muy Insatisfecho	%	Insatisfecho	%	Neutral	%	Satisfecho	%	Muy Satisfecho	%
¿El personal le informó y orientó de manera clara y precisa sobre los trámites correspondientes?	8	2%	57	15%	70	18%	121	32%	128	33%
¿El médico le atendió en el horario programado?	17	4%	83	22%	119	31%	98	26%	67	17%
¿Respetaron la programación de las consultas?	9	3%	66	17%	119	31%	124	32%	66	17%
¿La historia clínica estuvo disponible para su atención?	10	3%	62	16%	122	32%	119	31%	71	18%
¿Hubo disponibilidad y factibilidad en la gestión de las citas?	5	1%	77	21%	116	30%	116	30%	70	18%

Fuente: Encuesta realizada a los usuarios de Centro de Salud tipo “B” del cantón

Figura 6. Fiabilidad



Fuente: Usuarios del Centro de Salud del Cantón Jipijapa

Elaborado por: Carlos Yosú Vergara Mantilla

En el aspecto de fidelización, con sus respectivas preguntas, los usuarios mostraron satisfacción con el personal al cumplir correctamente su función, se considera que el personal está debidamente capacitado y comprometidos en el servicio, recibiendo un trato personalizado. De la misma forma, la dimensión de la Seguridad, los usuarios indicaron que el trato que recibieron fue amable y respetuoso, sin embargo, en el aspecto sobre el interés del médico por remediar la enfermedad el 31% de los usuarios se mantuvieron Neutrales en sus respuestas, así como, en la comprensión de información respecto a la enfermedad diagnosticada, información del tratamiento, dosis, horarios, reacciones adversas y uso de la medicina e indicaciones sobre el

procedimiento a realizar.

Los datos obtenidos permitieron identificar la conexión entre la fidelización con la seguridad hacia los usuarios, sobre la dimensión de la fidelización se determinó que el personal realiza correctamente el cumplimiento de funciones, están debidamente capacitados y comprometidos al momento de atender las necesidades, así como, el trato personalizado y en la seguridad el trato que recibieron fue amable y respetuoso, aunque en los aspectos sobre el interés del médico por remediar la enfermedad, comprensión de la información respecto a la enfermedad diagnosticada, información del tratamiento, dosis, horarios, reacciones adversas y uso de la medicina e indicaciones sobre el procedimiento a realizar, los usuarios se mantuvieron neutrales, lo que determina que existe falta de seguridad en el servicio y puede afectar la fidelización de los usuarios.

De acuerdo a la entrevista realizada a la encargada de la atención al cliente Janeth Veliz, indica que, el personal del Centro de salud brinda una buena atención, trato y orienta las dudas que presentan los usuarios, promueven una comunicación fluida, de manera cordial con calidad y calidez, las quejas son atendidas en ventilla o por medio del call center donde se pueden expresar las inconformidades, denuncias o felicitaciones, dirigidas a coordinación y evitar que se repita alguna situación incómoda. Además, el personal tiene designado su función y cumple a cabalidad con la misma, así como, brindar capacitaciones en aspectos administrativos, operativos, buen trato y atención al usuario.

Los horarios de atención se realizan de acuerdo a la programación y turnos asignados, para ello, se utiliza un call center o la ventanilla, en cuanto al laboratorio y farmacia, no ha presenciado del todo la atención, pero no han existido inconvenientes, sin embargo, afirma que, la farmacia se encuentra abastecida. Con respecto a la atención médica, manifiesta que el personal médico está capacitado para atender los síntomas y brindar un buen trato, se respeta la privacidad en cada consulta, se informa claramente el diagnóstico del paciente, así como, el tratamiento y las indicaciones precisas. Por último, el Centro de Salud cuenta con carteles ayudan a orientarse, los letreros de evacuación, sobre dónde queda la farmacia y demás, así mismo, los equipos y materiales médicos reciben cada año mantenimiento para que no se deterioren.

Identificar la actitud y valores de la cultura de servicio en relación con la fiabilidad de satisfacción

de los usuarios del Centro de Salud del Cantón Jipijapa. En la investigación realizada por García (2018), titulada “Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente” cuyos resultados determinan que, para que exista cultura organizacional con valores y creencias, es necesario brindar una interacción y desenvolvimiento adecuado, la cultura de servicio requiere una mezcla de intangibilidad, integridad, heterogeneidad, producción y consumo simultáneo. Coincide que en esta investigación la actitud y valores de la cultura de servicio con fluidez en la comunicación y un trato correcto, elevan la cultura de servicio, se corrobora la relación de fiabilidad de satisfacción de los usuarios, es decir, la actitud del personal, mediante una comunicación clara y precisa, la atención se realizó en el horario programado, respetando los turnos y con disponibilidad del historial clínico, sin embargo, en ocasiones, el personal no mantenía un buen estado de ánimo aspecto muy relevante al momento de la atención.

Determinar el vínculo entre las expectativas con la capacidad de respuesta hacia la satisfacción de los usuarios del Centro de Salud del Cantón Jipijapa. Alvarado et, al. (2023), desarrolló una investigación con el título “Factores Asociados a la Satisfacción de los Usuarios en Servicios de Salud” la cual dio como resultados que, las expectativas más altas del usuario se enfocan en la seguridad, capacidad de respuesta y empatía y las más bajas fueron confiabilidad y elementos tangibles.

De igual forma, los datos derivados de la presente investigación mantienen similitud con la anterior mencionada, es decir, se determinó que, el vínculo entre las expectativas y capacidad de respuesta hacia la satisfacción de los usuarios, se enfoca en el trato, comodidad, atención toma de muestras de laboratorio, realización de procedimientos en general, seguridad y empatía, mismas que generaron satisfacción en ellos, aunque, en la rapidez de atención o solución de inconvenientes no fue de total agrado para los usuarios.

4. DISCUSIÓN

Identificar la conexión entre la fidelización con la seguridad hacia los usuarios del Centro de Salud del Cantón Jipijapa. Vargas (2021), tituló su trabajo “Calidad del servicio en la satisfacción del usuario en el Centro de Salud Chacra Colorada, Breña” los resultados indicaron que, un servicio de calidad es fundamental para garantizar el estado óptimo de bienestar y satisfacción de las necesidades de salud de los usuarios que acuden a los establecimientos de salud con

elementos como fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles. Lo que concuerda con la presente investigación, cuyos resultados muestran que, la conexión entre la fidelización con la seguridad hacia los usuarios, se enfocó en el cumplimiento correcto de las funciones del personal, están debidamente capacitados y comprometidos al momento de atender las necesidades, así como, el trato personalizado y en la dimensión de la seguridad, centrado en el interés del médico por remediar la enfermedad, información clara respecto a la enfermedad diagnosticada, tratamiento, dosis, horarios, reacciones adversas y uso de la medicina.

De la misma manera, Paredes (2020), en su investigación titulada “Calidad de atención y satisfacción del usuario externo del centro de salud” evidencia que, las dimensiones de fiabilidad, empatía, capacidad de respuesta y fidelización están correlacionadas significativamente con la satisfacción del usuario externo. Y se concluyó que hay una relación positiva entre las variables calidad de atención y satisfacción del usuario.

Se identificó que la actitud y valores de la cultura de servicio estuvo enfocada en la fluidez de la comunicación, el interés del personal en orientar a los usuarios, quienes mantuvieron claridad y precisión en brindar información, además de tener un trato amable, aunque no siempre un buen estado de ánimo, así mismo la fiabilidad de satisfacción de los usuarios del Centro de Salud del Cantón Jipijapa, destacan que hay una buena comunicación, la atención se realizó en el horario programado, se respetaron los turnos y existe disponibilidad del historial clínico, es decir, que estos aspectos tienen relación significativa, puesto que, la actitud y valores del servicio generan fiabilidad en los usuarios.

5. CONCLUSIONES

Se identificó que la actitud y los valores que conforman la cultura de servicio estuvieron orientados hacia una comunicación fluida y un genuino interés del personal por orientar a los usuarios, manteniendo claridad y precisión en la información brindada, así como un trato amable, aunque no siempre acompañado de un buen estado de ánimo. En cuanto a la fiabilidad, los usuarios señalaron que la atención se realizó conforme al horario establecido, se respetaron los turnos y se contó con la disponibilidad del historial clínico. Estos resultados reflejan una relación significativa, ya que la actitud y los valores del servicio fortalecen la percepción de

confianza por parte del usuario.

Se determinó que el vínculo entre las expectativas y la capacidad de respuesta hacia la satisfacción del usuario se manifiesta, principalmente, en rapidez de atención, aspecto que no fue plenamente satisfactorio. No obstante, se valoraron positivamente el trato recibido, la comodidad durante la atención y el interés por resolver quejas. La toma de muestras de laboratorio y realización de procedimientos cumplieron con las expectativas, mientras que la atención en farmacia no generó el mismo nivel de agrado, evidenciando diferencias en la calidad del servicio según el área evaluada.

Se identificó que la relación entre fidelización y seguridad del usuario se sostiene en el cumplimiento efectivo de las funciones por parte del personal, quienes demostraron estar capacitados y comprometidos, brindando atención personalizada, basada en la amabilidad y el respeto. Sin embargo, se evidenció una falta de interés por parte del personal médico en aspectos clave como la explicación clara de la enfermedad, el tratamiento, sus dosis, horarios, posibles reacciones adversas y demás indicaciones, lo que llevó a que muchos usuarios adoptaran una postura neutral. Esta falta de claridad y empatía médica afecta directamente la percepción de seguridad y, en consecuencia, debilita la fidelización de los usuarios.

Contribución de los Autores (CRediT): YLSB: Conceptualización, Investigación, Metodología. CYVM: Conceptualización, Validación, Visualización.

Conflicto de Intereses: Los autores declaran que no existen conflictos de intereses en esta publicación.

REFERENCIAS

- Acosta-Prado, J. C., López Montoya, O. H., & Hernandez Villegas, J. (2020). Organizational culture and business success: SIIGO case. *Dimensión Empresarial*, 18(3). <https://doi.org/10.15665/dem.v18i3.2422> (Original work published August 16, 2020)
- Alva, J. (2022). *Nivel de satisfacción de los usuarios y la calidad de atención en el consultorio externo de enfermería. Hospital de apoyo Yungay_Ancash, 2021* [Tesis de grado, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote] Repositorio institucional. Obtenido de <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/27670>
- Alvarado, K., Ponce, K., & Coronel, J. (2023). Factores Asociados a la Satisfacción de los Usuarios en Servicios de Salud. *Revista Especialidades HAGP*, 1(1). Obtenido de <https://revista.hospitalguayaquil.gob.ec:9092/index.php/revista/article/view/15>

- Boada-Niño, A. V., Barbosa-López, A. M., & Cobo-Mejía, E. A. (2019). Percepción de los usuarios frente a la calidad de atención en salud del servicio de consulta externa según el modelo SERVQUAL. *Revista Investigación en Salud Universidad de Boyacá*, 6(1. Enero-Junio), 55–71. <https://doi.org/10.24267/23897325.408>
- Campoverde, R., Baldeón, M., González, V. y Montero, M. (2020). Calidad de servicios médicos ambulatorios: un análisis confirmatorio del modelo SERVPERF. *Revistas Espacios*, 41(31). Retrieved from <https://www.revistaespacios.com/a20v41n31/a20v41n31p03.pdf>
- García, A. (2018). Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente. *Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 18(3), 381-398. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5655321>
- González-Vega, A. M. del C., Rubén Molina Sánchez, Alejandra López Salazar, & Gloria Leticia López Salazar. (2022). The qualitative interview as a research technique in the study of organizations. *New Trends in Qualitative Research*, 14, e571. <https://doi.org/10.36367/ntqr.14.2022.e571>
- Gutierrez, M. (2021). *Calidad del Servicio y Satisfacción de los Usuarios atendidos en el preventorio de Cáncer del Hospital Regional Docente Las Mercedes Chiclayo, 2019* [Tesis de Maestrías, Universidad Particular de Chiclayo, Perú] Repositorio institucional. Obtenido de <http://170.81.241.212/handle/UDCH/984>
- Hernández-Sampieri, R. (2018). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill / Interamericana Editores, s.a.
- Herrero Corona, L. (2021). Modelo predictivo para la selección de técnica de medición de la opinión pública. *The Anáhuac Journal*, 21(2). <https://doi.org/10.36105/theanahuacjour.2021.v21n2.02>
- Muñoz, M. (2021). *Calidad del servicio y satisfacción del usuario en el distrito de educación 12D02 Pueblo Viejo-Urdaneta, Los Ríos, Ecuador, 2018* [Tesis de Maestría, Universidad Nacional de Tumbes] Repositorio institucional. Obtenido de <https://repositorio.untumbes.edu.pe/handle/20.500.12874/2511>
- Otalora, A. (2021). Estrategia de calidad del servicio para mejorar la atención al cliente en

- heladería. *Ñeque, Revista de Investigación en Ciencias Sociales*, 4(9). Obtenido de <https://repositorio.cidecuador.org/handle/123456789/1736>
- Paredes, C. (2020). Calidad de atención y satisfacción del usuario externo del centro de salud de zona rural Peruana. *RECIEN Revista Científica de enfermería*. Obtenido de <http://revista.cep.org.pe/index.php/RECIEN/article/view/14>
- Pincay-Morales, Y., & Parra-Ferrié, C. (2020). Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras. Una mirada en Ecuador. *Dominio De Las Ciencias*, 6(3). Obtenido de <https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/1341>
- Santamaria Cruz, F. (2021). *Influencia del liderazgo y la cultura organizacional en la satisfacción laboral en las empresas medianas en Lima Metropolitana* [Tesis de Doctorado, Universidad San Ignacio de Loyola] Repositorio institucional. Obtenido de <https://repositorio.usil.edu.pe/entities/publication/4c9cecb9-2257-4ae6-b364-9a92b90b5125>
- Silva Juárez, R., Julca Calderón, F., Luján Vera, P. E., & Trelles Pozo, L. R. (2021). Calidad del servicio y su relación con la satisfacción del cliente: Empresas turísticas de Canchaque-Perú. *Revista de ciencias sociales*, 27(Extra 3), 193–203. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8081766>
- Vargas, E. (2021). *Calidad del servicio en la satisfacción del usuario en el Centro de Salud Chacra Colorada, Breña 2020* [Tesis de Maestría, Universidad César Vallejo] Repositorio institucional. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/60238>
- Veliz, V. (2020). *Gestión de la calidad y satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Cumba, Amazonas* [Tesis Maestría, Universidad César Vallejo] Repositorio institucional. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/48097>