UNIVERSIDAD ESTATAL DEL SUR DE MANABÍ "UNESUM"

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

"CULTURA DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DEL CENTRO DE SALUD DEL CANTÓN JIPIJAPA"

AUTOR:

Carlos Yosu Vergara Mantilla

TUTOR/A:

Ing. Yomira Lilibeth Solis Barreto, Mg.

Jipijapa – Manabí - Ecuador

2025

Certificación del tutor

UNIVERSIDAD ESTATAL DEL SUR DE MANABI
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Ing. Yomira Lilibeth Solis Barreto, Docente de la Universidad Estatal del Sur de Manabí "UNESUM" en calidad de Tutor de la Unidad de Titulación, de la Carrera Administración de Empresas, sobre el tema: **"Cultura de Servicio y Satisfacción de los Usuarios del Centro de Salud del Cantón Jipijapa"**.

CERTIFICA

Que el mencionado trabajo está concluido en su totalidad y ha sido realizado bajo mi tutoría, con vigilancia periódica en su desarrollo y elaborado con entera responsabilidad por el/la egresada de la Carrera Administración de Empresas: **Carlos Yosu Vergara Mantilla, C.I.093199307-5** con el fin de obtener el Título de Licenciado en Administración de Empresas, de conformidad con las disposiciones reglamentarias, establecidas para el efecto.

Jipijapa, junio 08 de 2025

Ing. Yomira Lilibeth Solis Barreto
TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Certificación del tribunal

UNIVERSIDAD ESTATAL DEL SUR DE MANABI
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

"Cultura de Servicio y Satisfacción de los Usuarios del Centro de Salud del Cantón Jipijapa"

Autor: Carlos Yosu Vergara Mantilla

PROYECTO DE INVESTIGACION

Sometida a consideración del Tribunal de Revisión, Sustentación y Legalización de la Unidad de Titulación de la Administración de Empresas – Facultad de Ciencias Económicas, como requisito previo a la obtención del Título de **Licenciado en Administración de Empresas**.

Econ. Carlos Artemindoro Zea Barahona, Mg.
Presidente del Tribunal de Sustentación.

Dr. C. María Leonor Parrales Poveda.
Miembro del Tribunal de Sustentación.

Econ. María Raquel Moreno Ponce, MAE.
Miembro del Tribunal de Sustentación.

Ing. Margarita Zaruma Pincay, MAT.
Miembro del Tribunal de Sustentación.

Jipijapa, 02 septiembre de 2025

Declaratoria sobre los derechos de autor

La responsabilidad de la investigación, teorías, ideas, análisis, resultados, conclusiones, recomendaciones y propuesta planteados en el presente proyecto de tesis son de exclusiva responsabilidad de su autor.

Así mismo, autorizo a la "UNESUM" para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Carlos Yosu Vergara Mantilla
C.I. 093199307-5

Jipijapa, 04 de agosto del 2025

Agradecimiento

Deseo expresar mi más profundo agradecimiento a mis padres, quienes han sido pilares fundamentales en mi camino hacia el éxito. Su apoyo incondicional me ha permitido alcanzar cada una de mis metas, tanto en el ámbito personal como en el académico.

Le agradezco a mi tutora por su dedicación y paciencia, sin sus palabras y correcciones precisas no habría podido llegar a esta instancia tan anhelada.

Son muchos aquellos docentes que han sido parte de mi camino universitario, y a todos ellos les quiero agradecer por transmitirme los conocimientos necesarios para hoy poder estar aquí.

Por último, y no menos importante, a Dios por ser también mi guía en este arduo camino y parte importante de mi vida, en donde será mi inicio para llegar a ser una persona exitosa con valores y principios

Vergara Mantilla Carlos Yosu

Dedicatoria

Dedico en especial este logro a mi familia, padres Mirta Mantilla y Carlos Vergara junto, hermanos Juan Carlos Vergara y Mónica Mantilla, quienes con su amor infinito, apoyo incondicional y sacrificios me han permitido llegar hasta donde estoy hoy.

A los compañeros que obtuve en este camino, gracias por su amistad incondicional, por sus palabras de ánimo y por compartir conmigo momentos de alegría y esfuerzo, son parte fundamental de mi vida, jamás los olvidare y les agradezco por estar siempre presentes.

Vergara Mantilla Carlos Yosu

Índice de contenidos

Certificación del tutor ii
Certificación del tribunal iii
Declaratoria sobre los derechos de autor iv
Agradecimiento v
Dedicatoria vi
Índice de contenidos vii
Índice de tablas ix
Índice de gráficos x
Resumen xi
Introducción xiii
I. Título del proyecto 1
II. El problema de investigación 2
a. Definición del problema 2
b. Formulación del problema 4
c. Preguntas derivadas 4
III. Objetivos 5
3.1. Objetivo General 5
3.2. Objetivos Específicos 5
IV. Justificación 6
V. Marco teórico 9
a. Antecedentes 9
b. Bases Teóricas 15
c. Marco conceptual 32
VI. Hipótesis 34
VII. Metodología 35
a. Métodos 35
b. Técnicas 37
c. Población 38
d. Muestra 39
e. Recursos 40
VIII. Presupuesto 41
IX. Resultados y discusión 41
Resultados 41

Discusión..... 46
X. Conclusiones y recomendación 53
Conclusiones 53
Recomendaciones 54
XI. Cronogramas de actividades..... 55
XII. Referencias bibliográficas 56
XIII. Estructura de artículo científico..... 65
XIII. Anexos 93

Índice de tablas

Tabla 1. Teorías de satisfacción de usuario 16
Tabla 2. Teorías de la calidad de servicios 17
Tabla 3. Usuarios del Centro de Salud 38
Tabla 4. Presupuesto 41
Tabla 5. Condición del encuestado 106
Tabla 6. Sexo 107
Tabla 7. Rango de edad 108
Tabla 8. Grado de instrucción 109
Tabla 9. Actitudes y valores hacia el servicio 110
Tabla 10. Expectativas 112
Tabla 11. Fidelización 113
Tabla 12. Fiabilidad 115
Tabla 13. Capacidad de respuesta 116
Tabla 14. Empatía 118
Tabla 15. Seguridad 120
Tabla 16. Aspectos tangibles 121

Índice de gráficos

Gráfico 1 Aspectos claves de una buena atención 16
Gráfico 2. Características de la cultura de servicio 21
Gráfico 3. Beneficios de la satisfacción 26
Gráfico 4. Dimensiones de la calidad de servicio 29
Gráfico 5. Dimensiones de la calidad de atención 30
Gráfico 6. Condición del encuestado 106
Gráfico 7. Sexo 107
Gráfico 8. Rango de edad 108
Gráfico 9. Grado de instrucción 109
Gráfico 10. Actitudes y valores hacia el servicio 110
Gráfico 11. Expectativas 112
Gráfico 12. Fidelización 114
Gráfico 13. Fiabilidad 115
Gráfico 14. Capacidad de respuesta 117
Gráfico 15. Empatía 119
Gráfico 15. Seguridad 120
Gráfico 17. Aspectos tangibles 122

Resumen

En el Centro de Salud del Cantón Jipijapa, la calidad de la atención ha sido objeto de críticas por parte de los pacientes, quienes reportan insatisfacción relacionada con la falta de personal, escasez de medicamentos, dificultad para obtener turnos y largos tiempos de espera debido a la desorganización en los horarios de consulta. La presente investigación tuvo como objetivo analizar la cultura de servicio y su aporte en la satisfacción de los usuarios. Se utilizó una metodología con enfoque mixto, de tipo exploratorio y descriptivo, aplicando los métodos inductivo, deductivo, analítico y sintético. Las técnicas empleadas fueron la encuesta y la entrevista. La población correspondió a los usuarios que asistieron en un periodo de siete años, con un total de 307.448 personas, de las cuales se obtuvo una muestra de 384 usuarios. Los resultados mostraron que existe una comunicación fluida y un trato correcto por parte del personal; sin embargo, en ocasiones, se percibe falta de ánimo, lo que afecta la experiencia del usuario. También se evidenció que la atención no siempre es ágil, y que existen dificultades en la solución de problemas y en el servicio de farmacia. A pesar de ello, el personal cumple sus funciones, está capacitado y demuestra compromiso en la atención. En conclusión, la cultura de servicio debe enfocarse en fortalecer la actitud y los valores del personal para generar seguridad, confianza y satisfacción en los usuarios.

Palabras clave: atención, calidad, comunicación, expectativas, servicio

Abstract

At the Jipijapa Canton Health Center, the quality of care has been the subject of criticism by patients, who report dissatisfaction related to staff shortages, lack of medication, difficulty in obtaining appointments, and long waiting times due to disorganization in consultation schedules. The objective of this study was to analyze the service culture and its contribution to user satisfaction. A mixed-method approach was used, with exploratory and descriptive design. The methods applied included inductive, deductive, analytical, and synthetic. The techniques employed were surveys and interviews. The population consisted of users who attended the health center over a seven-year period, with a total of 307,448 people, of whom a sample of 384 was obtained. The results showed that there is fluid communication and respectful interactions by the staff; however, at times, a lack of enthusiasm is perceived, which negatively affects the user's experience. It was also evident that care is not always efficient, and that there are challenges in problem-solving skills and pharmacy services. Despite these issues, the staff members fulfill their duties, are trained, and demonstrate commitment to providing care. In conclusion, the service culture should focus on strengthening staff attitudes and values to foster safety, trust, and satisfaction among users.

Keywords: care, quality, communication, expectations, service

Introducción

La Organización Panamericana de la Salud (OPS), sostiene que, los países desarrollados y los que aún están en vías de desarrollo, cuentan con políticas de gestión sanitaria para impulsar un sistema 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 M. , 2021).

La relación entre la cultura de servicio y la satisfacción de los usuarios es bidireccional y compleja. Una cultura organizacional orientada al servicio crea un ambiente propicio 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 un factor de vital importancia 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 del Cantón 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.

Recalquemos que lo antes mencionado conllevó a desarrollar el proyecto de investigación titulado: “Cultura de Servicio y Satisfacción de los Usuarios del Centro de Salud del Cantón Jipijapa” está estructurado bajo los lineamientos establecidos por la “Universidad Estatal del Sur de Manabí” de la carrera de Administración de Empresas, las cuales se detallarán a continuación:

El primer punto comprende el título del proyecto de investigación, en el punto dos se detallan el problema de investigación, que consiste en la definición del problema, formulación del problema y se complementa con las preguntas derivadas y la delimitación del problema. En el punto tres están los objetivos: el objetivo general y los objetivos específicos de la investigación, en el siguiente punto está la justificación donde se destaca tres aspectos importantes lo teórico, práctico y metodológico, en el quinto punto está el marco teórico que hace referencia a los antecedentes basado en investigaciones anteriores que hacen relación al objeto de estudio, las bases teóricas que fundamentan y sustentan la investigación y el marco conceptual.

En el sexto punto está la metodología que tuvo un enfoque mixto de tipo exploratorio y descriptivo con métodos inductivo, deductivo, analítico y sintético. En el séptimo, el presupuesto del proyecto de investigación, en el octavo punto menciona los resultados y discusión, que validan los objetivos planteados. El noveno punto corresponde a las conclusiones y recomendaciones del proceso investigativo, en el décimo consta el cronograma de actividades, el décimo primero hace énfasis a la referencia bibliográfica que fundamenta el trabajo de investigación, el décimo segundo punto corresponde a la propuesta

detallada paso a paso para la institución de salud objeto de estudio. Para culminar van los respectivos anexos que demuestran el lugar de la investigación, la entrevista y encuestas.

I. Título del proyecto

“Cultura de Servicio y Satisfacción de los Usuarios del Centro de Salud del Cantón Jipijapa”

II. El problema de investigación

a. Definición del problema

A nivel mundial el sistema de salud ha tenido transformaciones relevantes, entre los que se incluyen la calidad como aspecto clave en la prestación de servicios de salud, diseñados para brindar seguridad a los usuarios y minimizar posibles riesgos. La Organización Mundial de la Salud (OMS) ha expresado el interés por potenciar y desarrollar la calidad en la atención al cliente en los servicios de salud con mejoramiento continuo que garantice la calidad total (Crespo, 2021).

A nivel del Ecuador, según el Banco Interamericano de Desarrollo es uno de los países más ineficientes en el ámbito de salud, reflejados en la atención médica que reciben los pacientes, donde la calidad y disponibilidad de servicios y medicina son deficientes. Los Centros de Salud en Ecuador enfrentan diversos desafíos que van desde la debilidad institucional ocasionada por la constante rotación de autoridades hasta la escasez de medicina, problema que se agudizó con la llegada de la pandemia, la infraestructura y falta de asignación de recursos, además la carencia de instalaciones adecuadas, equipos médicos y suficiente personal, son aspectos que afectan la calidad de la atención y la satisfacción de los usuarios (Castro et al., 2021)

A nivel de Manabí, existe una notable desigualdad de acceso a los servicios de salud, agudizada en las áreas rurales, por lo general, los Subcentros de salud cuentan con pocos recursos físicos, materiales y humanos necesarios para una buena atención, la falta de personal y suministros médicos agravan la situación, se evidencia que la falta de asignación de presupuesto e inversión en las infraestructuras existentes, disponibilidad de equipos e insumos médicos impactan el servicio, afectando la calidad del mismo (Triviño et al., 2019).

De acuerdo con la investigación realizada por Chong et al., (2019) en el Subcentro del Cantón Jipijapa los usuarios hacen referencia a la lentitud de sus procesos en cuanto a la atención e interrelación del personal médico y administrativo, además el personal no cuenta con la capacitación adecuada para poder satisfacer las necesidades de los usuarios de manera efectiva, siendo este el motivo que causa la insatisfacción del usuario externo, quien se siente afectado por los tiempos de demora en recibir la atención, y por el trato inadecuado de quienes brindan el servicio, lo que genera baja calidad de atención médica, aumento de quejas y reclamos, impacto en la salud del paciente y desmotivación del personal.

En cuanto al Centro de Salud del Cantón Jipijapa, la calidad de la atención ha sido objeto de críticas, los pacientes constantemente reportan insatisfacción con los servicios, relacionados con la falta de personal, escasez de medicina, dificultad para obtener un turno, los prolongados tiempos de espera por la falta de organización al momento del horario de la consulta. A estos problemas, se suma la carencia de presupuestos y recursos que generan desafíos estructurales, es decir, una infraestructura inadecuada que afecta la atención y bienestar de los pacientes.

b. Formulación del problema

Problema principal

¿Cómo aporta la cultura de servicio en la satisfacción de los usuarios del Centro de Salud del Cantón Jipijapa?

c. Preguntas derivadas

Sub preguntas

¿Cuál es la relación entre la actitud y valores de la cultura de servicio y la fiabilidad de satisfacción de los usuarios del Centro de Salud del Cantón Jipijapa?

¿Cómo se relacionan las expectativas con la capacidad de respuesta hacia la satisfacción de los usuarios del Centro de Salud del Cantón Jipijapa?

¿Cómo se relaciona la fidelización con la seguridad hacia los usuarios del Centro de Salud del Cantón Jipijapa?

Delimitación del problema

- **Contenido:** Cultura de servicio y satisfacción del usuario
- **Clasificación:** Marketing estratégico y Gestión de servicios
- **Espacio:** Centro de Salud del Cantón Jipijapa
- **Tiempo:** 2024-2025

III. Objetivos

3.1.Objetivo General

Evaluar la cultura de servicio y su aporte en la satisfacción de los usuarios del Centro de Salud del Cantón Jipijapa, Período 2024 -2025.

3.2.Objetivos Específicos

Analizar 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 2025.

Examinar el vínculo entre las expectativas con la capacidad de respuesta hacia la satisfacción de los usuarios del Centro de Salud del Cantón Jipijapa 2025.

Determinar la conexión entre la fidelización con la seguridad hacia los usuarios del Centro de Salud del Cantón Jipijapa 2025.

IV. Justificación

El presente trabajo de titulación está dirigido en evaluar, comprender y analizar la importancia de la cultura de servicio y su impacto en la satisfacción de los usuarios que acuden el Centros de Salud tipo “B” del cantón Jipijapa. Su propósito es dar a conocer la calidad del servicio que se brinda en estas instituciones y determinar si los usuarios se sienten realmente satisfechos con la atención recibida.

Al mismo tiempo, se busca identificar posibles problemáticas existentes en el proceso de atención, con el fin de proponer mejoras concretas que contribuyan al fortalecimiento del servicio. Esto resulta esencial, ya que la atención que reciben los usuarios constituye un pilar fundamental para garantizar su bienestar y su confianza en el sistema de salud pública.

Por lo tanto, es fundamental conocer sí el personal de salud tiene una sólida cultura de servicio basado en el respeto, la empatía, la responsabilidad hacia los usuarios ya que es crucial para estas instituciones públicas que el paciente se sienta satisfecho por que contribuye al fortalecimiento de las mismas y le da confianza a la ciudadanía hacia los servicios públicos.

Por otro lado, este trabajo de titulación tiene aportes valiosos ya que aporta cocimientos valiosos de qué tan importante es que el personal de salud tenga una cultura de servicio y cómo influyen en la satisfacción de los usuarios.

Aspecto teórico

Para desarrollar la parte teórica del presente trabajo que esta direccionado en evaluar la cultura de servicio y satisfacción de los usuarios del Centro de Salud tipo “B” del Cantón Jipijapa se tomaron aportes fundamentales que ayudaron a comprender de la mejor manera las variables de estudio y que tan importante son.

Por otra parte, para sustentar la variable de estudio independiente se tomaron varias teorías de autores: como Brown (1992), Lovelock et al. (2004), Hofstadt (2005), Summers (2006) quienes abordan que la cultura de servicio es un tema fundamental dentro de las instituciones ya que esta influye de manera directamente en la calidad de atención que se les brindan a los usuarios.

Del mismo modo los autores resaltan la importancia de valores como la empatía, el respeto y la responsabilidad en el trato diario con los usuarios, señalando que una buena cultura de servicio mejora la percepción del usuario y contribuye a su bienestar. Gracias a estos aportes teóricos, se puedo comprender cómo el comportamiento del personal, su actitud y la forma en que se relacionan con el usuario son aspectos fundamentales que deben ser fortalecidos para lograr una atención más humana y eficiente.

Por otro lado, para la variable dependiente se tomaron aportes teóricos de autores como: Crosby, Philip (1926-2001), Deming, Edwards (1900-1993) Feigenbaum, Armand (1922-2014), Ishikawa, Karou (1925-1989), Juran, Joseph (1904-2008), Shewhart, Walter (1891-1967), Taguchi, Genichi (1924-2012)estos autores resaltan en que la satisfacción de usuario está muy relacionada en como los usuarios perciben la atención que les dan, el trato personal, la rapidez del servicio, la solución a sus necesidades y como influyen en el usuario para que se sientan satisfechos en la atención brindada, de la misma manera estas teorías permitieron entender que la satisfacción del usuario es clave para medir la calidad del servicio y proponer mejoras que respondan a sus verdaderas expectativas.

Aspecto práctico

En cuanto el aspecto práctico, el presente trabajo de titulación se desarrolló en el Centro de Salud tipo “B” del cantón Jipijapa en donde se realizaron encuestas directamente a los usuarios y una entrevista a la encargada de la atención al cliente con el objetivo de

obtener información de datos reales de las variables de estudio el cual me permitió evaluar como los usuarios perciben la cultura de servicio dentro de estas instituciones y cuál es el nivel de satisfacción que ellos experimenten con relación a la atención recibida.

De esta manera, estos datos me proporcionaron información precisa de las fortalezas y debilidades que tiene el centro de salud en el ámbito de la cultura de servicios satisfacción del usuario lo cual será de gran ayuda para formular las conclusiones y recomendaciones concretas y prácticas que contribuyan al mejoramiento del servicio, fortaleciendo la relación entre el personal de salud y los usuarios.

Asimismo, este trabajo busca generar un impacto positivo en la comunidad al fomentar una cultura organizacional centrada en el usuario, promoviendo buenas prácticas que refuercen la confianza de la ciudadanía en los servicios públicos de salud.

Aspecto metodológico

El presente trabajo tiene como **metodología,** un diseño con enfoque mixto, de tipo descriptivo, con métodos de investigación como: inductivo, deductivo, analítico, sintético, estadístico con técnica e instrumento de recolección de datos la encuesta y entrevista que permite analizar la cultura de servicio y los niveles de satisfacción de los pacientes.

V. Marco teórico

a. Antecedentes

Para el sustento de la presente investigación, se consideran los ejes principales, cultura de servicio y satisfacción de los usuarios de un centro de salud, por ello, es importante mencionar diversos estudios y criterios de varios autores como:

La tesis desarrollada por Gutiérrez (2024), con el título "Calidad del servicio y satisfacción de usuarios en el Centro de Salud de Manzanares, Huacho 2022" tuvo por objetivo determinar la relación existente entre la calidad del servicio y satisfacción de usuarios en el centro de salud. El diseño metodológico fue de tipo no experimental con un estudio descriptivo y correlacional, los métodos empleados fueron el hipotético deductivo, se aplicaron encuestas a los usuarios con dos instrumentos mediante la escala de Likert, la población estuvo constituida por 222 usuarios.

> Los resultados determinaron que, la correlación encontrada con el procesamiento estadístico es de 0,755 considerada de magnitud buena. Con ello, se concluye que, existe relación entre el objetivo e hipótesis correspondiente al 0,755 entre variables, es decir, que se considera significativa la calidad de servicio con la satisfacción de los usuarios en el Centro de Salud de Manzanares (Huacho, 2022.)

Así mismo, la tesis presentada por Guerrero (2024), titulada "Cultura organizacional y satisfacción en un establecimiento de salud de Lima-2023" cuyo objetivo fue la verificación de la relación entre cultura organizacional con la satisfacción correspondiente al usuario interno. La metodología empleada fue de tipología correlacional y observacional, la población correspondió a 107 usuarios, se aplicó una evaluación por medio de un cuestionario con validez y fiabilidad.

Los resultados indicaron que, la cultura organizacional se encuentra en un nivel bajo con un 49,5%, en cuanto a la satisfacción laboral el 53,3% lo consideraron de nivel bajo, así mismo, la cultura organizacional se asoció a la satisfacción laboral (p=0.000; rho: 0.517); además, el análisis por dimensiones reveló que la implicación (p=0.000; rho=0.377), consistencia (p=0.000; rho=0.411), adaptabilidad (p=0.000; rho=0.477) y misión (p=0.000; rho=0.500) estaban estrechamente relacionadas con la satisfacción en el trabajo. En conclusión, se determinó que existe una estrecha y positiva relación entre ambas variables.

Arevalo y Medina (2023), con el título "Calidad de atención y nivel de satisfacción del usuario en el área de CRED, Centro de Salud Morales. 2023" planteó como objetivo determinar la relación entre calidad de atención y nivel de satisfacción del usuario en el área de CRED. La metodología tuvo un diseño no experimental, correlacional, la población estuvo compuesta por 105 usuarios, se utilizó la encuesta con dos cuestionarios validados por expertos.

Los resultados demostraron que, la calidad de atención con un nivel bueno con 94% y regular de 6%, para la variable nivel de satisfacción se evidenció un nivel alto con 93% y medio con 7%. Se concluyó que, existe una relación significativa entre calidad de atención y nivel de satisfacción el p valor < 0,05; así también la correlación de Rho de Spearman fue de 0,885 siendo esta positiva alta.

El artículo publicado por Calsina et al., (2023) cuyo título "La calidad de servicio y su relación con la satisfacción del usuario en las redes asistenciales de la Región de Puno", el objetivo fue determinar el nivel de relación de calidad de servicio con la satisfacción del usuario en las redes asistenciales. El diseño metodológico tuvo un enfoque cuantitativo, correlacional, y no experimental, tipo descriptivo correlacional con técnica de encuesta, el

instrumento fue un cuestionario, la muestra no probabilística de 382 pacientes. Los resultados determinaron que:

El valor de Rho de Spearman r = 0,816** significancia. Se concluyó que, el nivel de satisfacción del usuario con respecto a la calidad de atención en las redes asistenciales, correspondían a un 49% que están poco satisfecho, seguido del 24% muy satisfecho, el 21% se encuentran insatisfecho, y el 6% satisfecho.

Por otra parte, el artículo elaborado por Alvarado et al., (2023) titulado "Factores Asociados a la Satisfacción de los Usuarios en Servicios de Salud" tuvo como objetivo conocer la percepción de los pacientes para ejecutar acciones de mejora continua en la Institución. El diseño metodológico tuvo un enfoque cualitativo, descriptivo y analítico. Los resultados muestran 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.

En el mismo contexto, Vargas (2021), en su investigación titulada "Calidad del servicio en la satisfacción del usuario en el Centro de Salud Chacra Colorada, Breña 2020" con el objetivo de determinar la incidencia de la calidad del servicio en la satisfacción del usuario. Se diseñó una metodología con un paradigma positivista, de enfoque cuantitativo de tipo básico, no experimental con relaciones descriptivas, explicativas y causales, la población se seleccionó mediante una muestra probabilística aleatoria simple con 349 usuarios, se aplicaron dos cuestionarios validados por expertos.

Los resultados determinaron que, la prueba de contraste de la razón de verosimilitud donde señaló que el modelo logístico es significativo ($x2 = 139.896$; $p < 0,05$) que presentó una significancia de 0,000 el cual es menor a 0,05, se puede inferir que la valoración de la calidad es subjetiva, ya que la definición del mismo depende de la opinión de los usuarios al servicio recibido. En conclusión, 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.

De la misma manera, en el artículo publicado por Paredes (2020), con el título "Calidad de atención y satisfacción del usuario externo del centro de salud de zona rural Peruana" el objetivo principal fue determinar la relación entre las variables de estudio y sus dimensiones respectivas, presentó un diseño metodológico no experimental, descriptivo, transversal y correlacional, a población fueron usuarios mayores de edad, ambos sexos, que fueron atendidos en consulta externa, durante los meses de mayo y junio, con un total de 148 usuarios.

Los resultados determinaron que, en 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.

En la tesis realizada por Ayoví (2020), tuvo por objetivo analizar la calidad de atención y satisfacción de los usuarios que acuden al servicio de emergencia. La metodología fue de tipo cuantitativo, con métodos de investigación de alcance descriptivo, de análisis-síntesis y deductivo, y de corte transversal, se utilizó como técnica de recolección de datos la encuesta a través de un cuestionario, la población correspondió a 9.285 pacientes, se trabajó mediante prueba probabilística de 436 usuarios de ambos sexos.

Los resultados obtenidos mostraron que el 58,03% de los usuarios que acuden a la atención en el área de emergencia muestran su satisfacción por la atención brindada, otro grupo que fue el 41,97% mostraron inconformidad con la atención y servicio

recibido debido a muchos factores que se presentaron en el área de emergencia. En conclusión, el tiempo, el tipo de atención que brinda el personal del área de emergencia, el estado de la edificación del establecimiento, entre otras condiciones, impactan directamente en los usuarios.

El artículo publicado por Cadena et al., (2019) cuyo título "Gestión de procesos y satisfacción del usuario en centros de salud de los cantones Quito y Rumiñahui (Ecuador)" planteó como objetivo el análisis de la influencia de la gestión basada en procesos en la satisfacción de los usuarios del área de consulta externa en los centros de salud. La metodología que se empleó tuvo un enfoque cuantitativo, no experimental, la población estuvo constituida por 103 responsables técnicos y 384 usuarios de consulta externa.

En los resultados se encontró que el tiempo en recibir la atención desde que se tomó el turno es prolongado y esto genera insatisfacción en los usuarios; además, el 86% de los procesos del área de consulta externa están documentados, de los cuales 74% tiene definidos los indicadores; 94% de centros ejecutan procesos de mejora continua. En conclusión, existe insatisfacción por parte de los usuarios, los médicos presentan sobre carga de actividades y no se cuenta con un sistema de agendamiento de citas.

De la misma manera, García et al., (2019) en su artículo titulado "Nivel de satisfacción en los usuarios de organizaciones sanitarias públicas El Oro, Ecuador, año 2019" presentó como objetivo determinar el nivel de satisfacción de los Usuarios que asisten a las Organizaciones Sanitarias. Desarrollaron una investigación cualitativa, de alcance y diseño descriptivo, analítico transversal, no experimental, donde se estudió a 269 usuarios de Centros de Salud Públicos de la Provincia de El Oro. Los resultados evidenciaron que:

El 55.39% calificó como muy satisfactorio el servicio médico, así como, el aseo del establecimiento y el 94.4% recomendaría el Centro de salud. Por ello, concluyeron que, los usuarios de los Centros de Salud Pública de la Provincia de El Oro, se encuentran satisfechos con el servicio y atención recibida. La calificación del trato recibido, obtuvo mayor calificación en comparación con tiempo para acceder a la cita médica, el tiempo de espera y la accesibilidad del centro de Salud.

Así mismo, García (2018), en su artículo titulado "Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente" tuvo por objetivo analizar cómo la cultura de servicio presente en las organizaciones puede favorecer la optimización del servicio al cliente, basado en factores internos que influyen en la forma de generar los servicios que brindan a los usuarios, para así satisfacer sus expectativas. La metodología aplicada fue revisión documental o bibliográfica.

Los resultados obtenidos indican que, los aspectos para que exista cultura organizacional son valores y creencias para brindar una interacción y desenvolvimiento adecuado. Se concluyó que, la cultura de servicio es un factor interno que surge de la mezcla de muchos aspectos, como intangibilidad, integralidad, heterogeneidad, producción y consumo simultáneo.

El artículo realizado por Lucio (2017), con el título de "Fortalecer el clima y la cultura de servicio a través del liderazgo de servicio del mando intermedio: caso de estudio en una compañía multinacional" cuyo objetivo fue identificar las principales características de las dimensiones como servicio consistente, que favorezca la efectividad y el aprendizaje positivo en la organización.

La metodología tuvo un diseño cuantitativo y para la recolección de información se aplicó una encuesta dirigida a los colaboradores y altos mandos para elaborar un diagnóstico de la realidad organizacional, por ende, la población encuestada fueron

45 mandos intermedios, 100 colaboradores y 15 altos directivos. Los resultados determinaron que, existe una clara conexión entre clima, cultura y efectividad de la organización, para alcanzar una efectividad organizacional que a la vez promueva el aprendizaje y un ambiente atractivo.

Se concluyó que, un clima sólidamente enfocado que integra los distintos climas en el interior de la organización, mejora la comunicación entre el personal y eleva la calidad del servicio.

b. Bases Teóricas

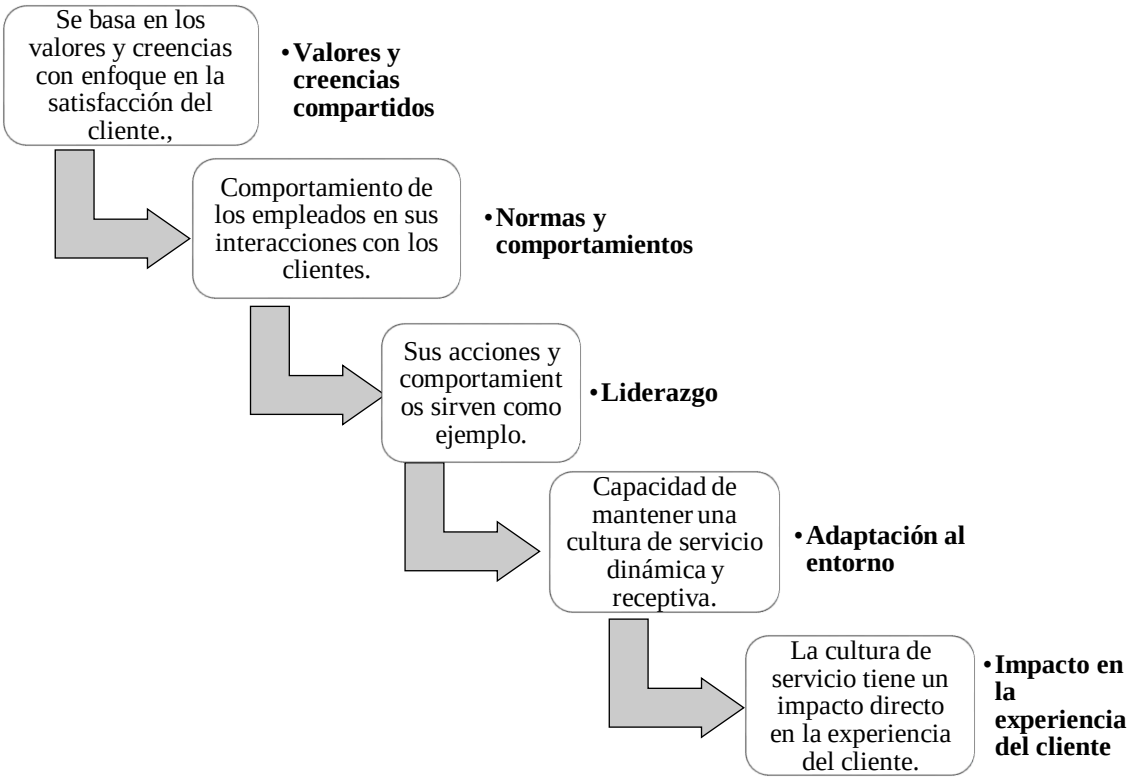
Teoría de cultura de servicio

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

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. Acosta et al., (2020) exponen como aspectos claves para una buena atención se encuentran:

Gráfico 1

Aspectos claves de una buena atención



Nota: Adaptado de *Aspectos claves de una buena atención* por (Acosta et al., 2020)

Teorías de la satisfacción de los usuarios

Las teorías de la satisfacción de los usuarios abordan la importancia de comprender y satisfacer las necesidades y expectativas de los usuarios, a continuación, se describen algunas de ellas:

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 et al.	(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: - Comprender la necesidad del cliente - Escuchar con atención - Ser amable y empático - Mostrar interés y eficacia
Summers	(2006)	El propósito de atender es: - Determinar quiénes son los clientes - Responder los requerimientos - Establecer procesos efectivos - Compromiso y participación

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

Teoría de la calidad de servicios

La teoría de la calidad del servicio se basa en la implementación de un sistema de calidad que garantiza la excelencia en la prestación de productos o servicios. Este enfoque implica la definición de objetivos de calidad para cada producto o servicio, así como la adopción de estándares internacionales, como los establecidos en la serie de estándares ISO 9000, para asegurar la calidad y la satisfacción del cliente. Además, la teoría destaca la importancia de documentar el conocimiento sobre la actividad de servicio, tanto en términos tácitos como escritos, y la necesidad de desarrollar instrumentos de medición que evalúen la calidad en el servicio prestado (Ospina, 2021).

Tabla 2. *Teorías de la calidad de servicios*

Autor	Teoría y aporte	Principios y conceptos
Crosby, Philip (1926-2001)	Gestión de calidad enfocada en la producción de bienes o servicios bajo la normativa “cero defectos” Los 14 pasos para mejorar la calidad.	Concentrar esfuerzos en acciones puntuales relacionadas con la calidad y no al estilo de la organización.

Deming, Edwards (1900-1993)	Teoría de la calidad Total, Ciclo PHVA (Planificar, hacer, verificar, actuar)	14 puntos sobre la calidad, control del desperdicio y despilfarro.
Feigenbaum, Armand (1922-2014)	Prácticas orientadas hacia la excelencia antes que hacia los defectos. Los 10 principios fundamentales de Feigenbau. Los tres pasos a la calidad. Los cuatro pecados capitales.	Concepto del control de la calidad total (TQC) Producción de bienes y servicios económicos que logren la satisfacción del consumidor.
Ishikawa, Karou (1925-1989)	7 herramientas de la calidad: Diagramas de Pareto, diagramas de causa y efecto, histogramas, gráficas de control, formulario de toma de datos, análisis de correlación, brainstorming, círculos de calidad.	Enfoque en el consumidor Políticas de prevención en lugar de corrección La calidad por encima del rédito económico.
Juran, Joseph (1904-2008)	Trilogía de la calidad: planificación, control y mejora. Mejora continua de los productos o procesos	La calidad adecuada al uso de un producto o servicio La calidad es juzgada por el consumidor.
Shewhart, Walter (1891-1967)	Teoría moderna de la gestión de calidad Pionero en la propuesta del famoso ciclo: PHVA (Planificar, hacer, verificar, actuar)	Control estadístico de los procesos La calidad tiene dos características: objetiva y subjetiva Dimensión de la calidad: valor recibido vs. Valor pagado.
Taguchi, Genichi (1924-2012)	La función de la pérdida. Control de calidad off line. Teoría de la variabilidad. El diseño robusto	Métodos estadísticos para el control de calidad. Mejoramiento continuo en la calidad del producto. Diseñar productos que sobrepasen las expectativas del cliente.

Nota: Adaptado de *Teorías de la calidad de servicios* por (Diaz, 2021)**.**

Así mismo, se reconoce que la calidad del servicio no solo depende de la infraestructura y los procesos, sino también de las habilidades que debe desarrollar todo el personal de una organización para garantizar una atención al cliente de la más alta calidad. Este enfoque busca abordar las necesidades y expectativas de los clientes, con el objetivo de establecer relaciones comerciales sólidas y duraderas.

Cultura de Servicio

Definición de Cultura de servicio

La cultura de servicio al cliente representa gran relevancia dentro de una organización, se debe a 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 en relación con la atención y el servicio al cliente, con enfoque en mejorar la experiencia del cliente, tanto interno como externo, a través de la estandarización de procesos, el seguimiento y la búsqueda de puntos de oportunidad con el compromiso de brindar una atención excelente a los clientes para que estos estén satisfechos con todos los servicios proporcionados (Pincay y Parra, 2020).

Para lograr una cultura de servicio es necesario contar con esencia de liderazgo, dado que, promueve el aprendizaje y capacidades de los empleados, a fin de servir al cliente o usuario, el líder de servicio debe enfatizar la calidad del servicio para que el grupo aprecie y reconozca esta orientación, formule claros estándares para la calidad de servicio, elimine los obstáculos para la entrega del servicio y busque una mejora constante del servicio, lo cual fomenta relaciones profundas y de confianza con los empleados y así lograr su desarrollo y crecimiento profesional, mediante una cultura de conexión entre todos (Lucio, 2017).

En conclusión, busca involucrar a los clientes en la toma de decisiones y garantizar que los servicios satisfagan sus necesidades. La cultura de servicio al cliente ayuda a mejorar el servicio proporcionado a los clientes, estandarizando procesos, buscando oportunidades

de mejora, aumentando la fidelidad de los clientes, optimizando el servicio al cliente y mejorando la imagen de la empresa.

Importancia de la cultura de servicio

La importancia de la cultura de servicio radica en su capacidad para mejorar la experiencia del cliente, tanto interno como externo, al enfocar la atención en la satisfacción y la calidad del servicio. Esta cultura se basa en un conjunto de valores y creencias compartidas por los colaboradores de una organización, lo que contribuye a establecer relaciones sólidas y duraderas con los clientes. Al adoptar una cultura de servicio, las empresas pueden identificar oportunidades de mejora, aumentar la fidelidad de los clientes, optimizar el servicio al cliente, mejorar la imagen de la empresa y promover una cultura de mejora en todas las áreas de la organización (Ñañez, 2021).

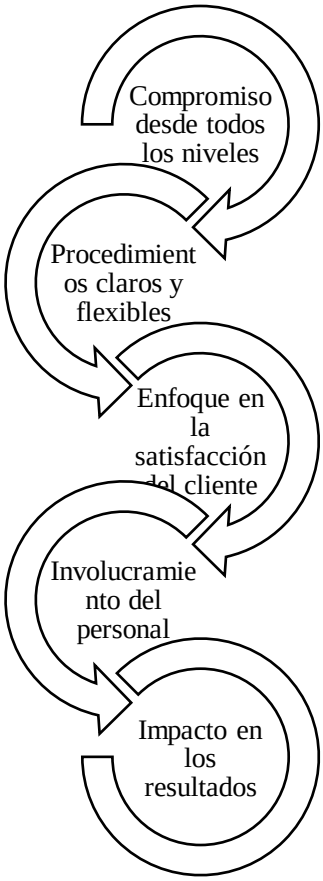
Además, la cultura de servicio al cliente es fundamental en un entorno de transformación digital, ya que las expectativas de los clientes han aumentado y la personalización se ha vuelto crucial en la interacción con las empresas. La cultura de servicio al cliente es un factor determinante para el éxito y la competitividad de las empresas, ya que coloca al cliente en el centro de todas las operaciones y promueve la excelencia en la prestación de productos o servicios (Espinosa y Parra, 2020).

En resumen, la importancia de la cultura de servicio radica en la mejora de la experiencia del cliente, debido a que, permite estandarizar procesos, dar seguimiento y buscar oportunidades de mejora en la atención, así como, garantizar que todo el personal esté comprometido con brindar un servicio excepcional para lograr la preferencia y satisfacción del cliente, lo que beneficia tanto a la empresa como al usuario.

Características de la cultura de servicio

La cultura de servicio en una empresa implica una estrategia integral que va más allá de la simple atención al cliente. Se trata de un enfoque que involucra a todos los niveles jerárquicos de la organización, con el objetivo de satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes, tales como:

Gráfico 2. *Características de la cultura de servicio*



Nota: Adaptado de *Características de la cultura de servicio* por (Gancino, 2020).

De manera que, se caracteriza por su enfoque en la experiencia del cliente, el compromiso organizacional, la diferenciación en el mercado y la búsqueda constante de la mejora continua, con el compromiso de todo el personal y procedimientos claros y flexibles.

Metodología para generar cultura de servicio

Con la finalidad de establecer una buena cultura de servicio, es necesario aplicar una metodología que incluya la participación de todos, para ello, debe existir liderazgo en el

proceso para que interactúen todos los niveles mediante charlas, talleres, eventos y actividades a fin de crear canales de comunicación, los que cuales tienen que basarse en:

a. Delimitación de las características presentes en la cultura, con todo el personal que labora en la organización.
b. Incluir todos los puntos de vistas de los trabajadores, usuarios y proveedores.
c. Diseñar actividades instructivas como clases o cursos, a fin de motivar al personal a capacitarse en culturas de servicio.
d. Aplicar técnicas de control y evaluación, para medir el desenvolvimiento y conducta de os empleados, en cuanto al servicio que brindan.
e. Aprovechas los medios de comunicación internos, para que exista flujo de información en todo el personal y se realice el proceso con éxito (García, 2018).

Optimización del Servicio a través de la Cultura de Servicio

La adecuación de la cultura de servicio, determinada por sus valores, filosofía y hábitos, influye directamente en las acciones que se traducen en el servicio brindado al cliente. Es importante destacar que los cambios en la cultura de servicio deben ser progresivos para ser efectivos. Además, la cultura de servicio al cliente es esencial para el éxito comercial de las empresas, por conducir a clientes más felices que están dispuestos a apoyar a las marcas que los valoran, lo que a su vez conduce a un aumento de las ganancias (Loza, 2020).

Lo que indica que, la optimización del servicio a través de la cultura de servicio es crucial para satisfacer las necesidades de los clientes y para el éxito general de la empresa.

Construcción y Fomento de la Cultura de Servicio

Esta cultura se define como la utilización de las mejores estrategias del recurso humano, técnico y tecnológico, que permitan una adecuada y creciente relación e integración entre todos los agentes sociales comprometidos: personas, empresas y

comunidades. Para lograrlo, es fundamental establecer estrategias y prácticas que refuercen la cultura de servicio, como la creación de equipos de servicio al cliente, la recompensa del desempeño sobresaliente y la promoción de una mentalidad de mejora constante (Mosqueira, 2020).

Además, la capacitación continua y la adaptación a las necesidades de cada rol en la empresa son aspectos clave en la construcción y fomento de esta cultura. Así mismo, proporcionar retroalimentación regular y específica a los empleados sobre su desempeño en el servicio al cliente, destacando los logros y brindando orientación para la mejora, es fundamental para fortalecer la cultura de servicio (Blanco y Font, 2022).

Por ello se deduce que, la construcción y fomento de la cultura de servicio requiere un enfoque continuo en la mejora, la implementación de estrategias para fomentar la excelencia en el servicio y el establecimiento de sistemas de retroalimentación efectivos.

Impacto de la cultura de servicio

Una cultura de servicio sólida influye positivamente en la satisfacción del cliente, lo que a su vez puede conducir a una mayor fidelización de los clientes y a recomendaciones positivas, lo que es fundamental para el crecimiento y la reputación de la empresa. Además, una cultura de servicio bien establecida marca diferencia entre sus competidores, los consumidores valoran cada vez más el impacto social y medioambiental de las actividades empresariales. Esto puede ser especialmente relevante en un mercado donde las empresas sociales, que buscan impactar de manera positiva en el mundo, están ganando presencia (González et al., 2021).

Por lo tanto, la cultura de servicio genera un impacto significativo en la percepción de la empresa por parte de los consumidores, su posición en el mercado y su contribución a la sociedad y el medio ambiente.

Satisfacción del Usuario

Definición de Satisfacción del usuario

La satisfacción del usuario es la percepción que tiene el cliente o usuario sobre la calidad del servicio recibido y representa un indicador fundamental de la calidad de la atención. Se ha demostrado que, en muchos casos, la satisfacción del usuario es alta, lo cual refleja una mejora en el proceso asistencial y en la calidad de la 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 (Calderón et al., 2021).

Para lograr que el usuario este satisfecho es necesario brindar servicios fiables, objetivos y que logren cumplir las exigencias, requerimientos y perspectivas de los clientes, por ende, la seguridad y confiabilidad son aspectos claves dentro de la atención. Así mismo, en caso de presentarse situaciones de inconformidad o reclamos deben ser resueltos en la brevedad posible por parte del personal, con ello se asegura que el usuario tenga una vivencia positiva durante el servicio (Vigo y González, 2020).

De la misma manera, los autores subrayan que, para satisfacer a los usuarios se debe brindar un trato cordial que genere confianza en quien lo recibe con:

- Profesionalismo
- Empatía
- Igualdad de trato
- Solución de problemas
- Información concreta

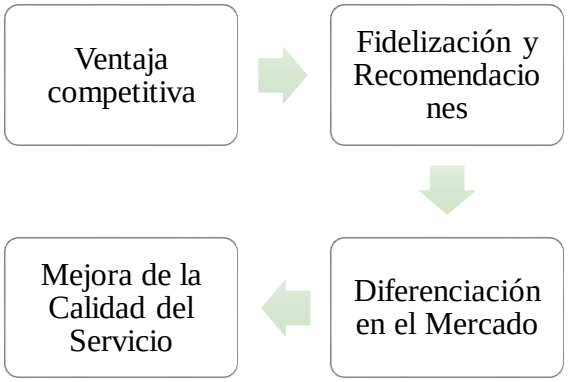
Por lo antes mencionado, la satisfacción del usuario se centra en la conformidad y la experiencia positiva que los clientes experimentan al utilizar productos o servicios de una empresa, lo que influye en la percepción general de la empresa, la fidelidad del cliente y su disposición a recomendar el producto o servicio.

Beneficios de la satisfacción

De acuerdo a Muñoz (2021), la satisfacción del comprador, está basado en las expectativas, mismas que dependen de lo que percibe del producto o servicio, es decir, si se cumplen con las expectativas, el cliente quedará satisfecho, caso contrario no regresan a consumir. Por lo general, los consumidores buscan ofertas, promociones, buen precio y productos o servicios de buena calidad, también es necesario obtener retroalimentaciones cuantitativas y representativas sobre las opiniones del público.

Esto minimiza los impactos negativos y permite brindar soluciones de forma eficaz, innovadora, creativa y personalizada. Asimismo, incrementa las referencias positivas de boca a boca y contribuye a generar más clientes. A través de los puntos de contacto óptimos, se identifican áreas que requieren mejoras para ofrecer una calidad de servicio consistente en todos los canales. Además, proporciona información clave para conocer si los clientes están satisfechos o insatisfechos, y prever si un consumidor volverá (Gordillo y Arista, 2023).

Gráfico 3. *Beneficios de la satisfacción*



Nota: Adaptado de *Beneficios de la satisfacción* por (Huayhua, 2021).

Por tanto, la satisfacción del cliente no solo influye en la lealtad del cliente y la recomendación de la marca, sino que también puede proporcionar una ventaja competitiva, diferenciación en el mercado y una mejora continua en la calidad del servicio.

Consecuencias de la insatisfacción

Estas consecuencias resaltan la importancia de gestionar de manera efectiva la satisfacción del usuario para mantener la competitividad y el éxito empresarial. Entre ellas se encuentran: el impacto negativo en la reputación de la empresa, la pérdida de ingresos debido a la disminución de la lealtad del cliente, la dificultad para retener y atraer nuevos clientes, posibles repercusiones en la productividad y el rendimiento de los empleados, y el riesgo de que los clientes insatisfechos compartan sus experiencias negativas, lo que puede afectar la percepción pública de la empresa.

Dichas consecuencias generan diversos tipos de usuarios insatisfechos como:

- Cliente no contento: cuando el producto o servicio no cumplió con las expectativas del cliente.
- Cliente disgustado: cuando surge algún inconveniente y el cliente considera que no hicieron nada por evitarlo.
- Cliente enojado: cuando ocurre un problema grave y el cliente se siente engañado o estafado (Silva y Julca, 2021).

Como resultado, se determina que la insatisfacción del cliente afecta la percepción general de la marca, la impresión que el consumidor conserva sobre la marca está relacionada con la totalidad de la experiencia del cliente, una mala experiencia, impacta negativamente la retención de clientes y la lealtad hacia la marca.

Dimensiones de la Satisfacción del usuario

Según Rodríguez (2021), estas dimensiones son fundamentales para evaluar la satisfacción del usuario y reflejan la calidad percibida del servicio recibido, es un indicador crucial para evaluar y mejorar la calidad de la atención, los cuales son:

- Disponibilidad
- Accesibilidad
- Cortesía
- Agilidad
- Confianza
- Competencia
- Comunicabilidad

Es decir, se refiere a la respuesta emocional del usuario hacia el servicio o producto. Incluye la conexión emocional que el usuario experimenta al interactuar con la marca o al utilizar el servicio, abarca tanto los sentimientos del usuario hacia el servicio como sus acciones resultantes y proporcionan una visión integral de la satisfacción del usuario y son fundamentales para comprender y mejorar la experiencia del cliente.

Modelos o herramientas de evaluación para medir la satisfacción de los usuarios

Modelo SERVQUAL

El modelo Service Quality Model en inglés, es una herramienta popular que permite a los clientes compartir sus opiniones y compararlas con lo que el negocio piensa que ofrece. Se centra en la diferencia entre las expectativas del cliente y la experiencia

real proporcionada por el negocio, relacionándose con cinco dimensiones clave de la calidad del servicio: confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, tangibles y empatía.

Este modelo permite disponer de puntuaciones sobre percepción y expectativas respecto a cada característica del servicio evaluada, lo que indica los déficits de calidad cuando la puntuación de expectativas supera a la de percepción.

Además, el SERVQUAL es un instrumento de mejora y comparación con otras organizaciones, y ha sido probado y validado empíricamente (Boada y Barbosa, 2019).

Método SERVPERF

Es una herramienta de evaluación de la calidad del servicio que se centra exclusivamente en las percepciones de los clientes, eliminando la consideración de las expectativas y reduciendo a la mitad la cantidad de preguntas en comparación con el modelo SERVQUAL. Este enfoque se considera adecuado porque aborda la percepción como una aproximación a la satisfacción del cliente.

El modelo SERVPERF fue propuesto por Cronin y Taylor, se compone de los mismos ítems y dimensiones que el SERVQUAL, con la diferencia de que elimina la parte que hace referencia a las expectativas de los clientes. Este enfoque se ha aplicado en diversos contextos, y ha demostrado su utilidad para evaluar la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en diferentes contextos empresariales y de servicios (Campoverde et al., 2020).

Modelo IOM (Institute of Medicine) de calidad de atención

Este modelo define la calidad asistencial como el grado por el que los servicios asistenciales incrementan la posibilidad de resultados de salud deseados para individuos y poblaciones, en concordancia con el conocimiento profesional actual.

Las dimensiones esenciales de la calidad incluyen efectividad, eficiencia, equidad, accesibilidad, atención centrada en el paciente, seguridad del paciente y oportunidad en la atención. El IOM destaca la importancia de la mejora continua en estas áreas para garantizar una atención de calidad para todos los pacientes.

Este enfoque integral de la calidad de la atención se ha convertido en un estándar ampliamente reconocido en la evaluación y mejora de los servicios de salud (Salazar, 2021).

Dimensiones de la calidad de servicio

Son elementos esenciales para el éxito de un negocio, porque impactan directamente en la fidelización de clientes, la reputación de la empresa y la capacidad de retener y atraer nuevos clientes.

Gráfico 4. *Dimensiones de la calidad de servicio*

Nota: Adaptado de *Dimensiones de la calidad de servicio* por (Ñañez, 2021)**.**

En consecuencia, se refiere al grado en que se cumplen las expectativas de los clientes, lo que incluye factores subjetivos relacionados con la percepción y juicios de las personas que reciben el servicio, al ofrecer calidad se convierte en un aspecto diferenciador y clave frente a la competencia, que logra generar la fidelización de los clientes y las recomendaciones a otros consumidores.

Atención de calidad

La calidad de la atención es un aspecto fundamental en cualquier servicio, especialmente en el ámbito de la salud. La importancia de la calidad de atención de la radica en su capacidad para satisfacer las necesidades de los pacientes, garantizar la seguridad, ofrecer un trato empático y centrado en el paciente, y proporcionar servicios oportunos y continuos. La calidad de la atención en la salud se define por su eficacia, seguridad, oportunidad, enfoque centrado en el paciente, equidad y continuidad (Paredes, 2020).

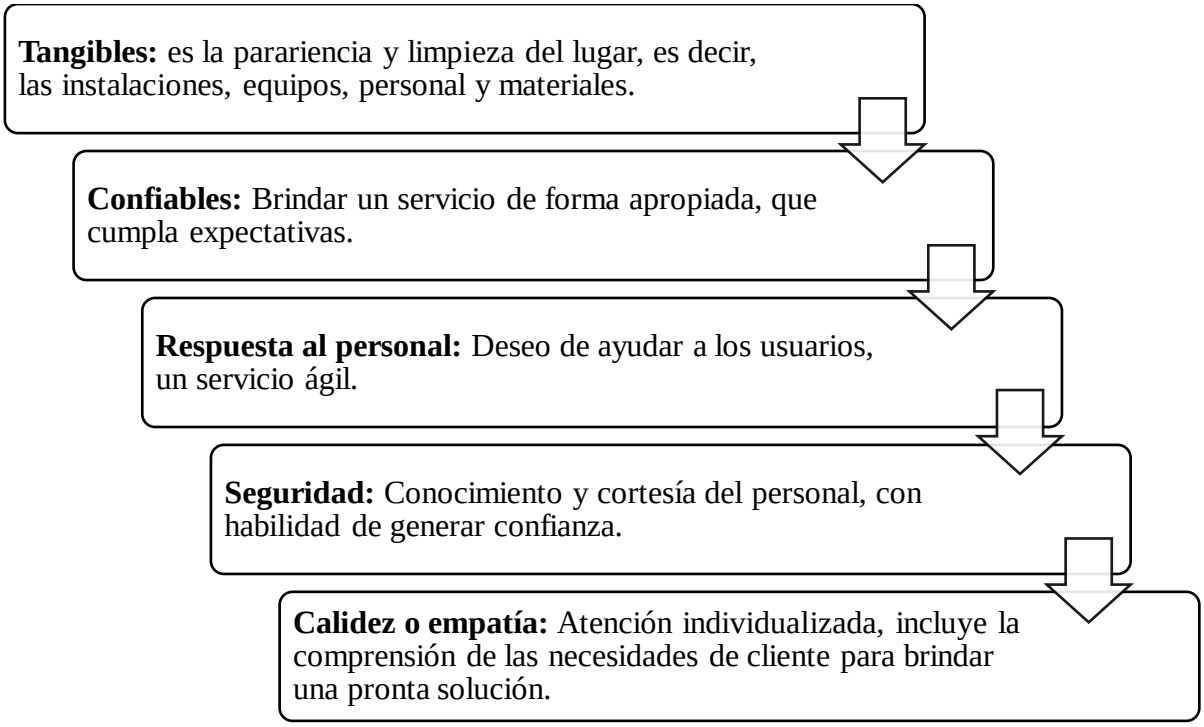
Además, la calidad de la atención en la salud es un objetivo constante de mejora para los sistemas de salud, y se promueve mediante la medición y el seguimiento de indicadores de calidad, la capacitación y el desarrollo profesional del personal de salud, y la implementación de estándares y protocolos clínicos.

La calidad de la atención no solo se refleja en la satisfacción del usuario, sino que también tiene un impacto significativo en la eficacia de los tratamientos, la confianza del paciente en el sistema de salud y la percepción general de la atención recibida. Por lo tanto, la calidad de la atención es un aspecto crucial que influye en la experiencia y los resultados de los pacientes en el ámbito de la salud (Tarmeño y Olmos, 2021).

Dimensiones de la calidad de atención

Las dimensiones de la calidad de atención se refieren a los aspectos fundamentales que influyen en la percepción de los clientes sobre la calidad del servicio que reciben, son esenciales para evaluar el servicio, las dimensiones de la calidad de atención son:

Gráfico 5. *Dimensiones de la calidad de atención*



Nota: Adaptado de *Dimensiones de la calidad de atención* por (Crespo, 2021)**.**

c. Marco conceptual

Atención: Es un proceso activo, no estático, que depende de los intereses, expectativas y experiencias previas del individuo (Castro et al., 2021).

Calidad: Excelencia de los productos y servicios ofrecidos que influye directamente en la satisfacción del cliente y, por ende, en el éxito de las empresas (Crespo, 2021).

Comunicación: Sirve para expresar lo que sienten, organizarse en sociedad, preguntar, resolver sus dudas y llegar a acuerdos eficaces (Veliz, 2020).

Eficacia: La capacidad de una empresa para alcanzar los objetivos o metas que se ha marcado, independientemente de cómo se hayan utilizado los recursos (Espinosa y Parra, 2020).

Eficiencia: La optimización en el uso de recursos para lograr un objetivo específico, ya sea en la producción, el consumo, la administración o cualquier otro ámbito (Diaz y Salazar, 2021).

Empatía: La capacidad de comprender los sentimientos y emociones de otra persona, e intentar experimentar de forma objetiva y racional lo que siente (Tarmeño y Olmos, 2021).

Expectativas: Considerado como la confianza, predicciones y previsiones que se depositan en aquello que se considera más probable que ocurra (Alva, 2022).

Fidelidad: La lealtad y la observancia de la fe que alguien debe a otra persona, como en el cumplimiento de los compromisos establecidos (Silva y Julca, 2021).

Normas: Son reglas que se establecen con el propósito de comportamientos regulares para mantener un orden determinado, y son articuladas para establecer las bases de un comportamiento (Acosta et al., 2020).

Profesionalismo: Actitud, comportamiento y ética laboral que se espera de las personas en el entorno laboral, pero su ausencia puede tener consecuencias negativas en el desarrollo laboral (Gutierrez, 2021).

Satisfacción: Sensación de contento, plenitud o cumplimiento experimentado por una persona en relación con un evento, producto, servicio o situación (Gancino, 2020).

Servicio: Actividades destinadas a satisfacer una determinada necesidad de los clientes, brindando un producto inmaterial y personalizado (Ospina, 2021).

Usuario: Una persona que utiliza o consume un producto o servicio en particular (Paredes, 2020).

Valores: Son principios que reconocen y aplican los miembros de una sociedad para relacionarse entre sí (Ñañez, 2021).

VI. Hipótesis

Hipótesis General

La cultura de servicio aumento la satisfacción de los usuarios del Centro de Salud del Cantón Jipijapa.

Hipótesis Específica

La actitud y valores en la cultura de servicio fomento la lealtad en los usuarios del Centro de Salud del Cantón Jipijapa.

Las expectativas con la capacidad de respuesta mejoro la satisfacción de los usuarios del Centro de Salud del Cantón Jipijapa.

La seguridad elevo la fidelización de los usuarios del Centro de Salud del Cantón Jipijapa.

VII. Metodología

La presente investigación tuvo un enfoque mixto que "combina e integra los métodos cuantitativos y cualitativos para analizar e interpretar desde múltiples ángulos" (Sampieri, 2018, p. 19). 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 señalar las cualidades de la cultura de servicio que aplica el personal del Centro de Salud del Cantón Jipijapa durante la atención a los usuarios. Y 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.

Los métodos que se utilizaron en el presente trabajo fueron el: método inductivo, método deductivo, método analítico, método sintético y el método estadístico.

a. Métodos

Método Inductivo

"Tiene un enfoque de razonamiento que se basa en la observación de casos particulares para llegar a conclusiones generales o principios más amplios. A través de la recopilación de datos y la detección de patrones o tendencias en esos datos" (Andrade, 2018, p. 25).

En este caso, se observaron los comportamientos, interacciones y experiencias específicas de los usuarios y el personal del Centro de Salud del Cantón Jipijapa en relación con la cultura de servicio y la satisfacción del usuario. Permitió formular las conclusiones generales y se identificaron patrones, tendencias y factores que influyen en la percepción de servicio y satisfacción por parte de los usuarios.

Método Deductivo

> "Es un proceso lógico en el que se parte de una premisa general y se utiliza la lógica para llegar a una conclusión específica, se basa en la idea de que si una relación o vínculo causal parece estar implícito en una teoría particular o en un conjunto de premisa" (Suárez, 2023, p. 17).

Es decir, en el entorno del Centro de Salud del Cantón Jipijapa, se evaluó la cultura de servicio del personal y mediante el razonamiento deductivo, obtener las conclusiones detalladas.

Método Analítico

> "Implica descomponer un todo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos, se utiliza para comprender, analizar y explicar fenómenos o problemas en diversas áreas del conocimiento. Su aplicación requiere rigurosidad en la recopilación y análisis de datos, así como la utilización de técnicas y herramientas adecuadas para cada caso específico" (Vinagre, 2018, p. 33).

En este caso, se detallaron las dimensiones de la cultura de servicio y la satisfacción del usuario tales como: la interacción del personal con los usuarios, la calidad de las instalaciones, los procesos de atención al paciente, entre otros.

Método Sintético

"Consiste en integrar los diferentes componentes o partes de un objeto o fenómeno para comprenderlo en su totalidad, busca la síntesis o unión de esas partes para obtener una visión global" (Hoyos, 2020, p. 25).

Este método logró tener una comprensión más profunda y completa de cómo la cultura organizacional y su influencia en la experiencia y satisfacción de los usuarios del Centro de Salud del Cantón Jipijapa, integrando múltiples perspectivas.

Método Estadístico

Este es un método destinado a hacer que la interpretación y comprensión de los conjuntos de datos sea más accesible dadas sus variabilidades. Dentro de la investigación, la estadística tiene varias funciones, pero la más esencial es obtener información recopilada de un pool de individuos para formular afirmaciones válidas a través de la inferencia de la población general con las mismas o similares características. (Jiménez, 2009)

El método estadístico me permitió la cuantificar los datos recopilados de las encuestas realizadas a los usuarios del Centro de Salud del Cantón Jipijapa, permitiéndome hacer un análisis más rápida y detallada de las variables de estudio. Mediante este método fue posible organizar toda la información recopilada y así brindar información clara y precisa.

b. Técnicas

Encuestas

Una encuesta es un método empleado para obtener información acerca de la opinión sobre un tema específico, este proceso implica formular una serie de preguntas 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 puede ser: cara a cara, por teléfono o en línea (Corona, 2021).

Las encuestas se encuentran dirigidas específicamente a los usuarios del Centro de Salud del Cantón Jipijapa con el fin de recopilar la mayor cantidad de información posible de las variables de estudio.

Entrevista

> "El propósito de la entrevista dentro del enfoque cualitativo es entender los fenómenos del entorno desde la perspectiva de los entrevistados desde un punto de vista fenomenológico, siendo 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, 2022, p. 35).

La entrevista se encontrará dirigida a la persona encargada de Atención al Cliente (admisión)

c. Población

La población de estudio corresponde a los usuarios que fueron atendidos en el Centro de Salud del Cantón Jipijapa, durante el período 2018–2024, con un total de 307.448 atenciones registradas detalladas a continuación y adjuntada en el (Anexo 4), este registro fue brindado por el mismo Centro de Salud que posteriormente se utilizó únicamente para definir el tamaño de la población y realizar el cálculo de la muestra.

Con esto la encuesta se aplicará de forma prospectiva en el año 2025 a usuarios actuales que acuden al centro de salud y cumplen los criterios de inclusión, considerando que representan las características y experiencias del conjunto de usuarios atendidos.

Tabla 3. Usuarios del Centro de Salud

Año	Número de usuarios
2018	50.461
2019	52.228

Año	Número de usuarios
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

d. Muestra

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 la 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.

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

n = Tamaño de la muestra

P*Q = 0,25

Z2 = Margen de confiabilidad. (1,96) para un nivel de confianza de 95%

e = Error admisible (0,05)

N = Tamaño de la población (307.448)

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

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

e. Recursos

Recursos Humanos

El presente trabajo estuvo integrado por el recurso humano detallado a continuación:

- Autor: Carlos Yosu Vergara Mantilla
- Tutora: Ing. Yomira Lilibeth Solis Barreto, Mg.
- Usuarios del Centro de Salud del Cantón Jipijapa

Recursos Materiales

1. Materiales de oficina

- Hojas
- Esferos
- Libretas
- Carpeta
- USB
- CD
- Anillados
- Empastado
- Copias

2. Equipos de oficina

- Impresora
- Laptop

3. Servicios

- Internet
- Transporte

VIII. Presupuesto

Tabla 4. *Presupuesto*

Conceptos	Especificación	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Hojas	Resma	1	$ 3,50	$ 3,50
Esferos	Unidad	2	$ 0,25	$ 0,50
Libretas	Unidad	1	$ 1,00	$ 1,00
USB	Unidad	1	$ 6,00	$ 6,00
Carpeta	Unidad	6	$ 0,95	$ 5,40
Impresiones	Ejemplares	1,300	$ 0,05	$ 65,00
Internet	Horas	40	$ 0,60	$ 24,00
Empastado del Trabajo	Unidad	1	$ 15,00	$ 15,00
Anillado	Unidad	2	$ 2,00	$ 4,00
CD	Unidad	1	$ 0,75	$ 1,50
Copias	Ejemplares	20	$ 0,05	$ 1,00
Laptop	Unidad	1	$600,00	$ 600,00
SUBTOTAL				$ 726,90
Imprevistos (10%)				$ 72,69
TOTAL				**$799.59**

IX. Resultados y discusión

Resultados

Los resultados 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 un grado de instrucción educativa de nivel secundario, seguido del 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.

Objetivo específico 1. Analizar 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 dimensión de actitudes y valor hacía el servicio, los resultados obtenidos ubicados en el anexo 3, tabla 9 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.

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, en 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 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.

Objetivo específico 2. Examinar el vínculo entre las expectativas con la capacidad de respuesta hacia la satisfacción de los usuarios del Centro de Salud del Cantón Jipijapa.

Dentro de la dimensión de las expectativas que se encuentra ubicada en el anexo 3 tabla 10, 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.

En los resultados obtenidos de la **dimensión** de la capacidad de respuesta se encuentra ubicada en el anexo 3 tabla 13, mide la rapidez en la atención en el módulo de salud, en la cual los usuarios sintieron Insatisfacción, sin embargo, vivenciaron un buen servicio durante la toma de muestras en el laboratorio, lo mismo ocurrió en la realización de procedimientos (odontología, laboratorio, etc). Y la atención en farmacia, el 32% la consideró Neutral, un 26% Satisfecho y el 21% Insatisfecho.

Los resultados determinan que en esta dimensión hay percepciones diferentes que no cumple del todo con la atención que esperan los usuarios, es decir, la rapidez de atención en el módulo, las muestras de laboratorio, los procedimientos y la atención en la farmacia.

Los datos permiten determinar que, existe vínculo entre las expectativas y capacidad de respuesta hacia la satisfacción de los usuarios, sin embargo, la rapidez en la atención o solución de inconvenientes no fue de total agrado para los usuarios, pero, en cuanto al trato,

comodidad durante la atención e interés por solucionar las quejas sí cumplieron expectativas, de la misma manera, al momento de la toma de muestras de laboratorio y realización de procedimientos en general fueron calificados como satisfactorios, pero la atención en la farmacia no causó el mismo agrado.

Objetivo específico 3. Determinar la conexión entre la fidelización con la seguridad hacia los usuarios del Centro de Salud del Cantón Jipijapa.

En los resultados obtenidos de la dimensión de fidelización ubicadas en el anexo 3, tabla 11, con sus respectivas preguntas, los usuarios mostraron satisfacción con el personal al cumplir correctamente su función, consideran que el personal está debidamente capacitado y comprometidos en el servicio, recibiendo un trato personalizado.

De la misma forma los resultados obtenidos en la dimensión de la Seguridad ubicada en anexo 3 tabla 15, 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 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 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.

De la misma manera, 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.

Resultado de la entrevista a la encargada de la atención al cliente

De acuerdo a la entrevista realizada a la encargada de la atención al cliente Janeth Veliz ubicada en el anexo 4, indica que, el personal del Centro de salud brinda una buena atención, trato y orienta en 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.

Discusión

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 del Centro de Salud, 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 la misma manera, los resultados obtenidos en esta 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.

Por otra parte, Vargas (2021), titulo 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 presenta 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, en 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.

Los resultados obtenidos de las encuestas en el Centro de Salud del Cantón Jipijapa dirigidas muestran una realidad compleja y diversa en las percepciones de los usuarios muestran tanto aciertos como oportunidades de mejora en el centro de salud. En este sentido hacer énfasis en los estudios previos como el de Lucio (2017), quien, en su investigación

sobre liderazgo de servicio y cultura organizacional resalta la importancia de un clima organizacional que favorezca la efectividad, el aprendizaje continuo y una experiencia positiva para el usuario. Esta esta teoría coincide con ciertos aspectos del presente estudio realizados en el centro de salud, sobre todo en la necesidad de integrar una cultura de servicio sólida que conecte con la satisfacción del usuario ya que es fundamental ofrecerles seguridad a ellos.

Los resultados evidencian que, aunque el Centro de Salud del Cantón Jipijapa presenta aspectos positivos como un trato amable y una comunicación clara en algunos servicios, también existen fallas notables en la rapidez de atención, explicación médica y seguridad percibida por los usuarios. Este contraste entre lo que se ofrece y lo que se espera deja ver una brecha entre la práctica y lo que debería ser una verdadera cultura de servicio. En este sentido, Brown (1992) sostiene que la atención al cliente debe ser más que un proceso; debe convertirse en una filosofía de gestión centrada en el trato al usuario. Comparado con esta perspectiva, se puede decir que el centro de salud aún no logra consolidar una cultura de servicio integral, ya que aunque cumple ciertas funciones operativas, no siempre responde de forma empática, oportuna y clara a las necesidades del paciente.

Los resultados del estudio muestran que, aunque Centro de Salud del Cantón Jipijapa ofrece un trato amable y una comunicación clara en ciertos servicios, persisten deficiencias en la rapidez de atención y en la seguridad percibida por los usuarios, especialmente en la explicación de tratamientos y procedimientos. Esta situación revela una brecha entre las expectativas de los usuarios y la capacidad de respuesta del centro, lo que puede afectar la fidelización y la confianza en el servicio. Lovelock et al. (2004) afirman que la prestación de un servicio debe incluir intangibles como el conocimiento y la amabilidad para asegurar una relación saludable y rentable con el cliente; sin embargo, los datos sugieren que estos

aspectos aún no están plenamente consolidados en la experiencia de los usuarios, lo que evidencia la necesidad de fortalecer no solo los procesos técnicos, sino también la calidad humana en la atención.

Los resultados del estudio revelan que, aunque el Centro de Salud del Cantón Jipijapa tiene aspectos positivos en el trato y comunicación con los usuarios, persisten deficiencias en rapidez y seguridad que afectan la satisfacción y confianza. Estas limitaciones se relacionan con la visión de Feigenbaum (1922-2014), quien plantea que la gestión de calidad debe orientarse hacia la excelencia integral, más que simplemente enfocarse en la reducción de defectos. Según sus principios, lograr la calidad implica no solo corregir errores, sino adoptar prácticas que impulsen la mejora continua en todos los procesos, involucrando a todo el personal y priorizando la satisfacción del cliente. Por ello, el centro de salud debería adoptar una cultura de calidad basada en la excelencia, fortaleciendo sus procesos y capacidades para superar las expectativas de los usuarios y evitar los "pecados capitales" que impiden una atención óptima.

Los resultados obtenidos muestran que, aunque el Centro de Salud del Cantón Jipijapa brinda una atención cordial y comunicación clara en varios servicios, persisten debilidades en la rapidez y seguridad que afectan la satisfacción de los usuarios. Esto evidencia la necesidad de un enfoque sistemático para mejorar la calidad, tal como propone Shewhart (1891-1967) con su ciclo PHVA (Planificar, Hacer, Verificar, Actuar). Aplicar este ciclo permitiría al centro planificar acciones concretas para resolver las deficiencias detectadas, implementarlas, verificar sus resultados y actuar en consecuencia para asegurar mejoras continuas. De esta forma, se garantizaría que los procesos de atención se ajusten constantemente a las necesidades de los usuarios, elevando la calidad del servicio y fortaleciendo la confianza y fidelización.

Los resultados del Centro de Salud del Cantón Jipijapa muestran fortalezas en el trato y comunicación, pero también evidencian problemas en rapidez y seguridad que afectan la satisfacción de los usuarios. Estos hallazgos se relacionan directamente con la gestión de calidad propuesta por Crosby (1926-2001), quien enfatiza la importancia de la filosofía de "cero defectos" para garantizar que los procesos se realicen sin errores y cumplan con altos estándares. En este sentido, la falta de rapidez y claridad en la atención refleja brechas que contradicen ese enfoque, ya que cualquier falla en el servicio puede generar insatisfacción y desconfianza. Por tanto, para mejorar la experiencia del usuario y fidelizarlos, el centro debe alinearse con los principios de Crosby, implementando controles rigurosos y cultura de mejora continua que minimicen errores y optimicen cada interacción.

De acuerdo con los resultados obtenidos en el Centro de Salud del Cantón Jipijapa nos muestran que tan importante es tener cultura de servicio sólida, ya que intervienen de manera directa en la percepción y satisfacción de los usuarios. Estos resultados coincidiendo con Ñañez (2021), ya que el menciona que la cultura basada en valores compartidos permite mejorar la atención, fortalecer la fidelización y generar una experiencia positiva. Aunque se evidenciaron aspectos favorables como el trato amable y la orientación clara, también surgieron debilidades en la rapidez de atención y la entrega de información médica, lo cual limita la percepción de seguridad. Esto demuestra que, si bien existen esfuerzos institucionales por mejorar cada día, aún es necesario seguir fortaleciendo la cultura de servicio de forma integral, alineando la gestión con las expectativas reales del usuario.

De acuerdo con los resultados del estudio realizado en el Centro de Salud del Cantón Jipijapa evidencian cómo la cultura de servicio influye directamente en la calidad de atención percibida por los usuarios. Tal como lo menciona Loza (2020), que una correcta adecuación de esta cultura, sustentada en valores, hábitos y una filosofía organizacional clara, influyen de manera directamente en las acciones que se traducen en el servicio

brindado al cliente, siendo necesario que los cambios en dicha cultura se realicen de forma progresiva para garantizar su efectividad.

En este sentido, los hallazgos muestran que, si bien existen aspectos positivos como el trato amable, la orientación clara y la disposición del personal para resolver inquietudes, también se identificaron debilidades, especialmente en la rapidez de atención, el estado de ánimo de algunos colaboradores y la entrega incompleta o poco clara de información médica. Estas inconsistencias reflejan que la cultura de servicio aún no está completamente consolidada en todos los niveles del centro.

De acuerdo con los resultados obtenidos de las encuestas hechas en el Centro de Salud del Cantón Jipijapa permiten analizar de la mejor manera la satisfacción del usuario como un reflejo directo de la percepción que tienen las personas sobre la calidad del servicio recibido. Tal como señala Veliz (2020), el en su teoría muestra que la satisfacción del usuario es un indicador esencial en los procesos de atención, ya que permite medir si las expectativas han sido alcanzadas o superadas. En el estudio se pudo observar que muchos usuarios expresaron satisfacción respecto al trato del personal, la orientación recibida y la claridad en la información proporcionada, lo que evidencia avances significativos en la calidad de atención.

Del mismo modo, también se identificaron aspectos críticos, como la lentitud en la atención en ciertos servicios, la falta de empatía en algunos casos y la neutralidad en la percepción de seguridad médica, lo que sugiere que, aunque existen elementos bien valorados, no todos los componentes del servicio logran superar las expectativas de los usuarios.

De la misma manera los resultados obtenidos de las encuestas en el Centro de Salud del Cantón Jipijapa reafirman que la seguridad y confiabilidad del servicio son elementos fundamentales para lograr la satisfacción del usuario, tal como lo expresan Vigo y González

(2020), estos autores señalan que los servicios deben ser fiables, objetivos y capaces de cumplir con las exigencias de los usuarios. En este estudio se evidenció que, si bien los usuarios valoraron positivamente el trato recibido, el cumplimiento de horarios y la disponibilidad del historial clínico, ellos también manifestaron ciertas reservas respecto a la actitud del personal médico y la claridad en la información sobre diagnósticos y tratamientos.

Esto indica que aún existen áreas que requieren atención para garantizar una experiencia de servicio verdaderamente positiva.

Los resultados obtenidos en el Centro de Salud del Cantón Jipijapa permiten analizar la satisfacción del usuario desde una perspectiva integral que contempla dimensiones clave como la disponibilidad, accesibilidad, cortesía, agilidad, confianza, competencia y comunicabilidad, tal como señala Rodríguez (2021) el resalta que estas dimensiones reflejan no solo la calidad objetiva del servicio, sino también la respuesta emocional que los usuarios experimentan al interactuar con el centro, aspecto fundamental para comprender su percepción global.

En este sentido, aunque los usuarios valoraron positivamente el trato amable y la claridad en la información que el Centro de Salud del Cantón Jipijapa les ofrece, se identificaron debilidades en la rapidez de atención y en la comunicación relacionada con diagnósticos y tratamientos, lo que afecta la confianza y la experiencia emocional del usuario.

X. Conclusiones y recomendación

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 la 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 la 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 la fidelización y la seguridad del usuario se sostiene en el cumplimiento efectivo de las funciones por parte del personal, quienes demostraron estar capacitados y comprometidos, brindando una 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.

Recomendaciones

- Desarrollar programas de capacitación continua en habilidades interpersonales y atención centrada en el paciente, que incluyan talleres de empatía, comunicación efectiva y resolución de conflictos. Es importante que el personal comprenda que la atención debe adaptarse a las necesidades culturales y socioeconómicas de los pacientes, lo que permitirá mejorar significativamente la percepción de calidad del servicio.

- Fomentar un ambiente físico acogedor y agradable para todos los usuarios, considerando aspectos como la limpieza, el mantenimiento de las instalaciones y la adecuación de espacios para personas con discapacidades. Además, el personal debe estar dispuesto a aclarar las dudas y el médico debe ser claro al informar sobre el diagnóstico, tratamiento, horarios y dosis, asegurándose de que el paciente comprenda la información. Un entorno cómodo y accesible influye positivamente en la experiencia del usuario y genera una mayor satisfacción con el servicio.

- Establecer mecanismos para recoger y analizar la percepción de los usuarios, como encuestas de satisfacción y grupos focales donde pacientes y acompañantes puedan expresar sus experiencias y sugerencias. Evaluar la calidad desde la perspectiva del

usuario permite identificar áreas vulnerables y ajustar los servicios según sus necesidades.

XI. Cronogramas de actividades

TIEMPO / ACTIVIDADES	MES / 2023				2024																				2025							
	DICIEMBRE				ENERO				MARZO				JULIO				AGOSTO				DICIEMBRE				ENERO				SEPTIEMBRE			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Entrega de la ficha con el tema del proyecto de investigación																																
Pre defensa de los avances de los proyectos de investigación.																																
Desarrollo de la estructura del proyecto de investigación.																																
Trabajo con docentes tutores																																
Entrega de trabajos de titulación																																
Revisión del proyecto																																
Correcciones de la Comisión de revisión de la Carrera.																																
Sustentación																																
Entrega de empastados y CD																																
Titulación																																

XII. Referencias bibliográficas

Acosta, J., López, ó., & Hernández, J. (2020). Cultura organizacional y éxito empresarial: caso SIIGO. Dimensión Empresarial, 18(3). Obtenido de http://ojs.uac.edu.co/index.php/dimension-empresarial/article/view/2422

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. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. 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

Andrade, F. (2018). Método inductivo y su refutación deductista. Conrado. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1990-86442018000300117&script=sci_arttext&tlng=en

Arevalo, S., & Medina, E. (2023). Calidad de atención y nivel de satisfacción del usuario en el área de CRED, Centro de Salud Morales. 2023. Universidad Nacional de San Martín. Fondo Editorial, Tarapoto, Perú. Obtenido de https://tesis.unsm.edu.pe/handle/11458/5531

Ayoví, L. (2020). Calidad de la atención y su influencia en la satisfacción de los usuarios que acuden al servicio de emergencia del Hospital Básico de Esmeraldas. Tesis de masterado. Pontifica Universidad Católica sede Esmeraldas, Esmeraldas, Ecuador.

Obtenido de https://repositorio.puce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/07902cfb-f36c-4192-ad0a-7a617d5d58e4/content

Blanco, G., & Font, M. (2022). Concepto de servicio de calidad en la gestión hotelera. Revista Venezolana de Gerencia: RVG. Obtenido de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8890626

Boada, A., & Barbosa, 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 Salud Universidad de Boyacá. Obtenido de https://revistasdigitales.uniboyaca.edu.co/index.php/rs/article/view/408

Cadena, J., Cruz, V., León, J., & Cadena, G. (2019). Gestión de procesos y satisfacción del usuario en centros de salud de los cantones Quito y Rumiñahui (Ecuador). Revista Espacios, 40(37). Obtenido de https://revistaespacios.com/a19v40n37/a19v40n37p23.pdf

Calderón, R., Luján, P., & Trelles, L. (2021). Calidad del servicio y su relación con la satisfacción del cliente. Revista de ciencias sociales, 27, 193-203. Obtenido de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8081766

Calsina, Cahuana, & Rado. (2023). La calidad de servicio y su relación con la satisfacción del usuario en las redes asistenciales de la Región de Puno. Revista De Ciencias Sociales Aplicadas,. Obtenido de https://www.unaj.edu.pe/revistacientificawaynarroque/index.php/rcsaw/article/view/53

Campoverde et al. (2020). Calidad de servicios médicos ambulatorios: un análisis confirmatorio del modelo SERVPERF. Revistas Espacios, 41(31). Retrieved from https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/109254888/a20v41n31p03-

libre.pdf?1703009769=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DCalidad_de_servicios_medicos_ambulatorio.pdf&Expires=1709764809&Signature=XmozVSJWLxhNRMtxj75sAua9kcoF08iH9FkehdWoxWRQm-~z

Castro, D., Chamorro, E., & Rosado, L. (2021). Calidad de atención en un servicio de emergencias de tercer nivel de atención. Revista Criterios, 196-218. Obtenido de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8736401

Chong, I., Macías, I., & Parrales, D. (2019). Plan estratégico para mejorar el proceso de atención en el Hospital Básico Jipijapa. RECIMUNDO: Revista Científica de la Investigación y el Conocimiento,, 3(1), 670-723. Obtenido de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6796754

Corona, L. H. (17 de noviembre de 2021). Scielo . Obtenido de Modelo predictivo para la selección de técnica de medición de la opinión pública: https://www.scielo.org.mx/pdf/taj/v21n2/2683-2690-taj-21-02-50.pdf

Crespo, X. (2021). Calidad de servicio y su incidencia en la satisfacción de los usuarios del Hospital Básico San Miguel de la provincia Bolívar. Maestría en Administración de Empresas. Universidad Técnica de Ambato, Ambato. Obtenido de https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/32457

Diaz, G., & Salazar, D. (2021). La calidad como herramienta estratégica para la gestión empresarial. Podium. Obtenido de http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?pid=S2588-09692021000100019&script=sci_arttext

Espinosa, J., & Parra, C. (2020). Gestión de la calidad en los servicios de atención al cliente. Caso Cooperativa Chone Ltda. Polo del Conocimiento: Revista científico -

profesional, 5(8). Obtenido de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7554392

Gancino, S. (2020). “Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la Unidad de Matriculación de la Dirección de Tránsito Transporte y Movilidad del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato”. Magíster en Administración Pública. Universidad Técnica de Ambato, Ambato – Ecuador. Obtenido de https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/31535/1/07%20ADP.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

García, J., Reyes, E., Arévalo, T., García, L., & Váconez, M. (2019). Nivel de satisfacción en los usuarios de organizaciones sanitarias públicas. El Oro, Ecuador, año 2019. Didáctica del autoconocimiento. Retrieved from https://www.researchgate.net/profile/Cesar-Bohorquez-4/publication/352330298_Didactica_del_autoconocimiento/links/60c3d56e92851ca6f8df9f8b/Didactica-del-autoconocimiento.pdf#page=305

González, A. M. (14 de julio de 2022). New Trends in Qualitative Research. Obtenido de La entrevista cualitativa como técnica de investigación en el estudio de las organizaciones: https://www.researchgate.net/publication/362261421_La_entrevista_cualitativa_como_tecnica_de_investigacion_en_el_estudio_de_las_organizaciones

González, S., Reyes, V., & Angarita, J. (2021). Posicionamiento de marca mediante una estrategia de comunicación digital para la optimización del servicio al cliente en el

sector asegurador: Seriscol S.A.S. Universidad Autónoma de Bucaramanga. Obtenido de https://repository.unab.edu.co/handle/20.500.12749/13762

Gordillo, M., & Arista, L. (2023). Marketing estratégico y satisfacción del cliente de la licorería La Cabaña, Moquegua, 2022. Universidad José Carlos Mariátegui, Perú. Obtenido de http://repositorio.ujcm.edu.pe/handle/20.500.12819/1812

Guerrero, R. (2024). Cultura organizacional y satisfacción en un establecimiento de salud de Lima-2023. Maestría en Gestión de los Servicios de la Salud. Universidad César Vallejo. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/132354

Gutierrez, A. (2024). Calidad del servicio y satisfacción de usuarios en el Centro de Salud de Manzanares, Huacho 2022. Maestría en Gerencia de Servicios de Salud. Universidad NacionalJosé Faustino Sanchez Carrión. Obtenido de http://repositorio.unjfsc.edu.pe/handle/20.500.14067/10341

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. Maestrías. Universidad Particular de Chiclayo, Perú. Obtenido de http://170.81.241.212/handle/UDCH/984

Hernández-Sampieri, R. (2018). Metodología de la investigación. McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. Obtenido de file:///C:/Users/parra_000/Downloads/Metodologia%20de%20la%20Investigacion.pdf

Hoyos, S. (2020). El método científico y la filosofía como herramientas para generar conocimiento. Revista Filosofía UIS. Obtenido de https://revistas.uis.edu.co/index.php/revistafilosofiauis/article/view/9291

Huayhua, E. (2021). La calidad de servicio y su influencia en la satisfacción del cliente de la Estación de Servicios Shessell S.C.R.L, 2021. Universidad Privada de Tacna. Obtenido de http://161.132.207.135/handle/20.500.12969/2049

Jiménez, J. (13 de Diciembre de 2009). Obtenido de https://www.sefh.es/bibliotecavirtual/erroresmedicacion/010.pdf

Loza, L. (2020). Reconocimiento de los elementos de la cultura de servicio por parte del público interno mediante la gestión de la identidad de la empresa Llanta Sport. Universidad De Las Américas. Obtenido de https://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/12629

Lucio, L. (2017). Cómo fortalecer el clima y la cultura de servicio a través del liderazgo de servicio del mando intermedio: caso de estudio en una compañía multinacional". Revista Empresa y Humanismo. Obtenido de https://dadun.unav.edu/handle/10171/42939

Malpartida, J., Tarmeño, L., & Olmos, D. (2021). Estudio sobre la calidad del servicio de atención al cliente a los pacientes del EsSalud. Alpha Centauri, 2(1). Obtenido de http://www.journalalphacentauri.com/index.php/revista/article/view/28

Mosqueira, M. (2020). La cultura organizacional y su incidencia en la calidad de servicio del personal administrativo de la Universidad Nacional de Trujillo: 2016. Revista CYT, 16(2). Obtenido de https://revistas.unitru.edu.pe/index.php/PGM/article/view/2896

Muñoz, M. (2021). Calidad del servicio y satisfacción del usuario en el distrito de educación 12D02 Pueblo Viejo-Urdaneta, Los Ríos, Ecuador, 2018. Universidad Nacional de Tumbes. Obtenido de https://repositorio.untumbes.edu.pe/handle/20.500.12874/2511

Ñañez, C. (2021). Cultura organizacional y su relación con la calidad de servicio en el Centro Cultural de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Obtenido de https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/16676

Ospina, J. (2021). Calidad de servicio y su influencia en la satisfacción del cliente de la empresa Súper Break Cafeterías y Salón de Tés, periodo 2019. Universidad Continental. Obtenido de http://repositoriodemo.continental.edu.pe/handle/20.500.12394/10236

Otalora, A. (2021). Estrategia de calidad del servicio para mejorar la atención al cliente en heladería. Ñeque, Revista de Investigación en Ciencias Sociales. 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 Cientifica de enfermería. Obtenido de http://revista.cep.org.pe/index.php/RECIEN/article/view/14

Pincay, Y., & Parra, 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

Rodríguez, Y. (2021). Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente de la Botica. Universidad Peruana de las Americas, Lima - Perú. Obtenido de https://core.ac.uk/download/pdf/544273728.pdf

Salazar, A. (2021). Diagnóstico de los estándares de atención centrada en la persona de la organización planetree: en el servicio de ginecobstetricia del Hospital General de Medellín, 2021. Postgrado. Universidad de Antioquia. Obtenido de https://bibliotecadigital.udea.edu.co/handle/10495/22404

Santamaria, F. (2021). Influencia del liderazgo y la cultura organizacional en la satisfacción laboral en las empresas medianas en Lima Metropolitana. Universidad San Ignacio de Loyola. Obtenido de https://repositorio.usil.edu.pe/entities/publication/4c9cecb9-2257-4ae6-b364-9a92b90b5125

Silva, R., & Julca, F. (2021). Calidad del servicio y su relación con la satisfacción del cliente. Revista de ciencias sociales. Obtenido de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8081766

Suárez, E. (2023). Método inductivo y deductivo. Experto universitario, 17. Obtenido de https://expertouniversitario.es/blog/metodo-inductivo-y-deductivo/

Tarmeño, L., & Olmos, D. (2021). Estudio sobre la calidad del servicio de atención al cliente a los pacientes del EsSalud. Alpha Centauri, 2(1). Obtenido de https://www.journalalphacentauri.com/index.php/revista/article/view/28

Triviño, C., Villamar, W., & Reyes, T. (2019). a calidad de la atención en los servicios de salud en la provincia de Manabí, Ecuador. Polo del Conocimiento: Revista científico - profesional,, 4(12), 135-148. Obtenido de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7183626

Vargas, E. (2021). Calidad del servicio en la satisfacción del usuario en el Centro de Salud Chacra Colorada, Breña 2020. Maestría en Gestión Pública. Universidad César Vallejo. 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. Universidad Cesár Vallejo. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/48097

Vigo, J., & González, J. (2020). Relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en un laboratorio de análisis clínicos de Pacasmayo. Revista CIENCIA Y TECNOLOGÍA, 16(3). Obtenido de https://revistas.unitru.edu.pe/index.php/PGM/article/view/3010

Vinagre, J. (2018). Calidad de métodos analíticos. Obtenido de https://www.fao.org/3/ah833s/Ah833s15.htm

Zubarew, P. B. (marzo de 2017). La investigación cualitativa: un aporte para mejorar los servicios de salud. Obtenido de Scielo: https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-98872017000300012#:~:text=El%20enfoque%20cualitativo%20permite%20conocer,de%20los%20servicios%20de%20salud.

XIII. Estructura de 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 a Type B Health Center"

Autor[1]: Carlos Yosu Vergara Mantilla
vergara-carlos3075@unesum.edu.ec
https://orcid.org/0000-0003-1379-560X

Autor[2]: Ing. Yomira Lilibeth Solis Barreto
yomira.solis@unesum.edu.ec
https://orcid.org/0000-0003-2993-6710

Resumen

En el Centro de Salud del Cantón Jipijapa, la calidad de la atención ha sido objeto de críticas, los pacientes constantemente reportan insatisfacción con los servicios, relacionados con la falta de personal, escasez de medicina, dificultad para obtener un turno, los prolongados tiempos de espera por la falta de organización al momento del horario de la consulta. La presente investigación tuvo por objetivo analizar la cultura de servicio y su aporte en la satisfacción de los usuarios del Centro de Salud del Cantón Jipijapa. El diseño de la metodología tuvo un enfoque mixto de tipo exploratorio y descriptivo con métodos inductivo, deductivo, analítico y sintético las técnicas encuestan y entrevista, la población estuvo constituida por los usuarios que asistieron en un lapso de 7 años con un total de 307.448, la muestra fue de 384 usuarios. Los resultados determinaron que 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, el vínculo entre las expectativas está afectado por la falta de rapidez en la atención, solución de inconvenientes y atención en la farmacia, pero el personal realiza correctamente el

cumplimiento de funciones, están debidamente capacitados y comprometidos al momento de atender las necesidades. En conclusión, la cultura de servicio debe estar enfocada en la actitud y valores para que los usuarios sientan seguridad, fiabilidad y satisfacción.

Palabras clave: atención, calidad, comunicación, expectativas, servicio

Abstract

At the Jipijapa Canton Health Center, the quality of care has been criticized patients constantly report dissatisfaction with the services, related to lack of staff dissatisfaction with the services, related to lack of personnel, shortage of medicine, difficulty in obtaining an appointment, long waiting times due to the lack of waiting times due to the lack of organization at the time of the consultation schedule. The objective of this research was to analyze the service culture and its contribution to user satisfaction at the Type B Jipijapa Health Center. The design of the methodology had a mixed approach of exploratory and descriptive type with inductive, deductive, analytical and inductive, deductive, analytical and synthetic survey and interview techniques, the population consisted of users who attended over a period of 7 years, with a total of 307 users 7 years with a total of 307,448, the sample was 384 users. The results determined that in terms of attitude and values of the culture of service, it was that there is fluidity in communication and a correct treatment, however, sometimes however, at times, the staff did not maintain a good mood, the link between expectations is affected by the expectations is affected by the lack of speed of service, problem-solving and attention in the pharmacy, but the staff performs its functions correctly, is properly trained and committed to the and are properly trained and committed to meeting the needs of the client needs. In conclusion, the service culture should be focused on the attitude and values so that the users feel security, reliability and satisfaction.

Keywords: attention, quality, communication, expectations, service

Introducción

La Organización Panamericana de la Salud (OPS), sostiene que, los países desarrollados y los que aún están en vías de desarrollo, cuentan con políticas de gestión sanitaria para impulsar un sistema 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 M. , 2021).

La relación entre la cultura de servicio y la satisfacción de los usuarios es bidireccional y compleja. Una cultura organizacional orientada al servicio crea un ambiente propicio 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).

A lo largo de los años, el sistema de salud ha experimentado transformaciones relevantes, entre las que se incluye la calidad como un aspecto clave en la prestación de servicios, diseñados para brindar seguridad a los usuarios y minimizar posibles riesgos. La Organización Mundial de la Salud (OMS) ha expresado su interés en potenciar y desarrollar la calidad de la atención en los servicios de salud, mediante un proceso de mejora continua que garantice la calidad total (Crespo, 2021).

En el Centro de Salud del Cantón Jipijapa, la calidad de la atención ha sido objeto de críticas, los pacientes constantemente reportan insatisfacción con los servicios, relacionados con la falta de personal, escasez de medicina, dificultad para obtener un turno,

los prolongados tiempos de espera por la falta de organización al momento del horario de la consulta. A estos problemas, se suma la carencia de presupuestos y recursos que generan desafíos estructurales, es decir, una infraestructura inadecuada que afecta la atención y bienestar de los pacientes.

La presente investigación 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; 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 aporta la cultura de servicio en la satisfacción de los usuarios del Centro de Salud del Cantón Jipijapa? Con las respectivas preguntas derivadas ¿Cuál es la relación entre la actitud y valores de la cultura de servicio y la fiabilidad de satisfacción de los usuarios del Centro de Salud del Cantón Jipijapa? ¿Cómo se relacionan las expectativas con la capacidad de respuesta hacia la satisfacción de los usuarios del Centro de Salud del Cantón Jipijapa? ¿Cómo se relaciona la fidelización con la seguridad hacia los usuarios del 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 Jipijapa adaptar sus servicios para satisfacerlas de manera más

efectiva, de lo que resulta en 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.

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, 2021).

Acosta, 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.

Teorías de la satisfacción de los usuarios

Las teorías de la satisfacción de los usuarios abordan la importancia de comprender y satisfacer las necesidades y expectativas de los usuarios, a continuación, se describen algunas de ellas:

Tabla 5. 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: - Comprender la necesidad del cliente - Escuchar con atención - Ser amable y empático - Mostrar interés y eficacia
Summers	(2006)	El propósito de atender es: - 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).

Teoría de la calidad de servicios

La teoría de la calidad del servicio se basa en la implementación de un sistema que garantice la excelencia en la prestación de productos o servicios. Este enfoque implica la definición de objetivos de calidad para cada producto o servicio, así como la adopción de estándares internacionales, como los establecidos en la serie ISO 9000, con el fin de asegurar la calidad y la satisfacción del cliente. Además, la teoría resalta la importancia de documentar el conocimiento relacionado con la actividad del servicio, tanto en términos tácitos como escritos, y la necesidad de desarrollar instrumentos de medición que evalúen la calidad del servicio prestado (Ospina, 2021).

Definición de Cultura de servicio

La cultura de servicio al cliente representa gran relevancia dentro de una organización, se debe a 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 el 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 & Parra, 2020).

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 la 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 (Calderón, Luján, & Trelles, 2021).

Modelos o herramientas de evaluación para medir la satisfacción de los usuarios

Modelo SERVQUAL

El modelo Service Quality Model en inglés, es una herramienta popular que permite a los clientes compartir sus opiniones y compararlas con lo que el negocio piensa que ofrece. Se centra en la diferencia entre las expectativas del cliente y la experiencia real proporcionada por el negocio, relacionándose con cinco dimensiones clave de la calidad del servicio: confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, tangibles y empatía. Este modelo permite disponer de puntuaciones sobre percepción y expectativas respecto a cada característica del servicio evaluada, lo que indica los déficits de calidad cuando la puntuación de expectativas supera a la de percepción. Además, el SERVQUAL es un instrumento de mejora y comparación con otras organizaciones, y ha sido probado y validado empíricamente (Boada & Barbosa, 2019).

Método SERVPERF

Es una herramienta de evaluación de la calidad del servicio que se centra exclusivamente en las percepciones de los clientes, eliminando la consideración de las expectativas y reduciendo a la mitad la cantidad de preguntas en comparación con el modelo SERVQUAL. Este enfoque se considera adecuado porque aborda la percepción como una aproximación a la satisfacción del cliente. El modelo SERVPERF fue propuesto por Cronin y Taylor, se compone de los mismos ítems y dimensiones que el SERVQUAL, con la diferencia de que elimina la parte que hace referencia a las expectativas de los clientes. Este enfoque se ha aplicado en diversos contextos, y ha demostrado su utilidad para evaluar la calidad del servicio y la

satisfacción del cliente en diferentes contextos empresariales y de servicios (Campoverde et al., 2020).

Modelo IOM (Institute of Medicine) de calidad de atención

Este modelo define la calidad asistencial como el grado por el que los servicios asistenciales incrementan la posibilidad de resultados de salud deseados para individuos y poblaciones, en concordancia con el conocimiento profesional actual. Las dimensiones esenciales de la calidad incluyen efectividad, eficiencia, equidad, accesibilidad, atención centrada en el paciente, seguridad del paciente y oportunidad en la atención. El IOM destaca la importancia de la mejora continua en estas áreas para garantizar una atención de calidad para todos los pacientes. Este enfoque integral de la calidad de la atención se ha convertido en un estándar ampliamente reconocido en la evaluación y mejora de los servicios de salud (Salazar, 2021).

1. METODOLOGÍA

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. Y 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.

Técnicas

Encuestas

Una encuesta es un método empleado para obtener información acerca de la opinión sobre un tema específico, este proceso implica formular una serie de preguntas 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 puede ser: cara a cara, por teléfono o en línea (Corona, 2021).

Las encuestas se encuentran dirigidas específicamente a los usuarios del Centro de Salud del Cantón Jipijapa.

Entrevista

El propósito de la entrevista dentro del enfoque cualitativo es entender los fenómenos del entorno desde la perspectiva de los entrevistados desde un punto de vista fenomenológico, siendo 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 A. M., 2022).

La entrevista se encontrará dirigida al Director Distrital y a la persona encargada de Atención al Cliente (admisión)

Modelo SERVQUAL

En mi investigación “Cultura de Servicio y Satisfacción de los Usuarios del Centro de Salud del Cantón Jipijapa”, utilicé el modelo SERVQUAL para medir la calidad del servicio desde la perspectiva de los usuarios. Este modelo me permitió comparar lo que los usuarios 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 del servicio y aumentar la satisfacción de los usuarios.

Método SERVPERF

En el marco de esta investigación, también apliqué el método SERVPERF 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 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.

Población

Según los datos proporcionados por el Centro de Salud del Cantón Jipijapa, la población estuvo constituida por los usuarios que asistieron en un lapso de 7 años, detallados a continuación:

Tabla 6

Usuarios del Centro de Salud

Año	Número de usuarios
2018	50.461

Año	Número de usuarios
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*

Muestra

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 la 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.

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

n = Tamaño de la muestra

P*Q = 0,25

Z2 = Margen de confiabilidad. (1,96) para un nivel de confianza de 95%

e = Error admisible (0,05)

N = Tamaño de la población (307.448)

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

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

2. RESULTADOS

Los resultados 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 un grado de instrucción educativa de nivel secundario, seguido del 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.

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.

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, en 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 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.

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.

En la **dimensión** de la capacidad de respuesta, mide la rapidez en la atención en el módulo de salud, en la cual los usuarios sintieron Insatisfacción, sin embargo, vivenciaron un buen servicio durante la toma de muestras en el laboratorio, lo mismo ocurrió en la realización de procedimientos (odontología, laboratorio, etc). Y la atención en farmacia, el 32% la consideró Neutral, un 26% Satisfecho y el 21% Insatisfecho. Los resultados determinan que en esta dimensión hay percepciones diferentes que no cumple del todo con la atención que esperan los usuarios, es decir, la rapidez de atención en el módulo, las muestras de laboratorio, los procedimientos y la atención en la farmacia.

Los datos permiten determinar que, existe vínculo entre las expectativas y capacidad de respuesta hacia la satisfacción de los usuarios, sin embargo, la rapidez en la atención o solución de inconvenientes no fue de total agrado para los usuarios, pero, en cuanto al trato, comodidad durante la atención e interés por solucionar las quejas sí cumplieron expectativas, de la misma manera, al momento de la toma de muestras de laboratorio y realización de procedimientos en general fueron calificados como satisfactorios, pero la atención en la farmacia no causó el mismo agrado.

En el aspecto de fidelización, con sus respectivas preguntas, los usuarios mostraron satisfacción con el personal al cumplir correctamente su función, consideran 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 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 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 en 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.

3. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Discusión

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 del Centro de Salud, 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 la misma manera, los resultados obtenidos en esta 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.

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 presenta 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, en 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.

Conclusiones

- 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.
- Se determinó que el vínculo entre las expectativas con la capacidad de respuesta hacia la satisfacción de los usuarios del Centro de Salud del Cantón Jipijapa, se mide en la rapidez de la atención, la cual no fue totalmente satisfactoria para los usuarios, pero, existió un buen trato, comodidad durante la atención, interés por solucionar las quejas, al momento de la toma de muestras de laboratorio y realización de procedimientos en general cumplieron con las expectativas, sin embargo, esto no se evidenció durante la atención en la farmacia y no causó agrado en los usuarios.
- Se identificó que la conexión entre la fidelización con la seguridad hacia los usuarios del Centro de Salud del Cantón Jipijapa se valora mediante el cumplimiento correcto

de funciones del personal, mismos que se encuentran debidamente capacitados y comprometidos al momento de atender las necesidades, brindan un trato personalizado y basado en la amabilidad y respeto, pero existió falta de interés por parte del médico, información poco comprensible 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 y este desinterés afecta la fidelización de los usuarios.

4. BIBLIOGRAFÍA

Acosta, J., López, ó., & Hernández, J. (2020). Cultura organizacional y éxito empresarial: caso SIIGO. Dimensión Empresarial, 18(3). Obtenido de http://ojs.uac.edu.co/index.php/dimension-empresarial/article/view/2422

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. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. 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

Andrade, F. (2018). Método inductivo y su refutación deductista. Conrado. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1990-86442018000300117&script=sci_arttext&tlng=en

Arevalo, S., & Medina, E. (2023). Calidad de atención y nivel de satisfacción del usuario en el área de CRED, Centro de Salud Morales. 2023. Universidad Nacional de San Martín. Fondo Editorial, Tarapoto, Perú. Obtenido de https://tesis.unsm.edu.pe/handle/11458/5531

Ayoví, L. (2020). Calidad de la atención y su influencia en la satisfacción de los usuarios que acuden al servicio de emergencia del Hospital Básico de Esmeraldas. Tesis de masterado. Pontifica Universidad Católica sede Esmeraldas, Esmeraldas, Ecuador. Obtenido de https://repositorio.puce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/07902cfb-f36c-4192-ad0a-7a617d5d58e4/content

Blanco, G., & Font, M. (2022). Concepto de servicio de calidad en la gestión hotelera. Revista Venezolana de Gerencia: RVG. Obtenido de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8890626

Boada, A., & Barbosa, 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 Salud Universidad de Boyacá. Obtenido de https://revistasdigitales.uniboyaca.edu.co/index.php/rs/article/view/408

Cadena, J., Cruz, V., León, J., & Cadena, G. (2019). Gestión de procesos y satisfacción del usuario en centros de salud de los cantones Quito y Rumiñahui (Ecuador). Revista Espacios, 40(37). Obtenido de https://revistaespacios.com/a19v40n37/a19v40n37p23.pdf

Calderón, R., Luján, P., & Trelles, L. (2021). Calidad del servicio y su relación con la satisfacción del cliente. Revista de ciencias sociales, 27, 193-203. Obtenido de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8081766

Calsina, Cahuana, & Rado. (2023). La calidad de servicio y su relación con la satisfacción del usuario en las redes asistenciales de la Región de Puno. Revista De Ciencias Sociales Aplicadas,. Obtenido de https://www.unaj.edu.pe/revistacientificawaynarroque/index.php/rcsaw/article/view/53

Campoverde et al. (2020). Calidad de servicios médicos ambulatorios: un análisis confirmatorio del modelo SERVPERF. Revistas Espacios, 41(31). Retrieved from https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/109254888/a20v41n31p03-libre.pdf?1703009769=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DCalidad_de_servicios_medicos_ambulatorio.pdf&Expires=1709764809&Signature=XmozVSJWLxhNRMtxj75sAua9kcoF08iH9FkehdWoxWRQm-~z

Castro, D., Chamorro, E., & Rosado, L. (2021). Calidad de atención en un servicio de emergencias de tercer nivel de atención. Revista Criterios, 196-218. Obtenido de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8736401

Chong, I., Macías, I., & Parrales, D. (2019). Plan estratégico para mejorar el proceso de atención en el Hospital Básico Jipijapa. RECIMUNDO: Revista Científica de la Investigación y el Conocimiento,, 3(1), 670-723. Obtenido de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6796754

Corona, L. H. (17 de noviembre de 2021). Scielo . Obtenido de Modelo predictivo para la selección de técnica de medición de la opinión pública: https://www.scielo.org.mx/pdf/taj/v21n2/2683-2690-taj-21-02-50.pdf

Crespo, X. (2021). Calidad de servicio y su incidencia en la satisfacción de los usuarios del Hospital Básico San Miguel de la provincia Bolívar. Maestría en Administración de

Empresas. Universidad Técnica de Ambato, Ambato. Obtenido de https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/32457

Diaz, G., & Salazar, D. (2021). La calidad como herramienta estratégica para la gestión empresarial. Podium. Obtenido de http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?pid=S2588-09692021000100019&script=sci_arttext

Espinosa, J., & Parra, C. (2020). Gestión de la calidad en los servicios de atención al cliente. Caso Cooperativa Chone Ltda. Polo del Conocimiento: Revista científico - profesional, 5(8). Obtenido de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7554392

Gancino, S. (2020). "Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la Unidad de Matriculación de la Dirección de Tránsito Transporte y Movilidad del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato". Magíster en Administración Pública. Universidad Técnica de Ambato, Ambato – Ecuador. Obtenido de https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/31535/1/07%20ADP.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

García, J., Reyes, E., Arévalo, T., García, L., & Váconez, M. (2019). Nivel de satisfacción en los usuarios de organizaciones sanitarias públicas. El Oro, Ecuador, año 2019. Didáctica del autoconocimiento. Retrieved from https://www.researchgate.net/profile/Cesar-Bohorquez-4/publication/352330298_Didactica_del_autoconocimiento/links/60c3d56e92851ca6f8df9f8b/Didactica-del-autoconocimiento.pdf#page=305

González, A. M. (14 de julio de 2022). New Trends in Qualitative Research. Obtenido de La entrevista cualitativa como técnica de investigación en el estudio de las organizaciones: https://www.researchgate.net/publication/362261421_La_entrevista_cualitativa_como_tecnica_de_investigacion_en_el_estudio_de_las_organizaciones

González, S., Reyes, V., & Angarita, J. (2021). Posicionamiento de marca mediante una estrategia de comunicación digital para la optimización del servicio al cliente en el sector asegurador: Seriscol S.A.S. Universidad Autónoma de Bucaramanga. Obtenido de https://repository.unab.edu.co/handle/20.500.12749/13762

Gordillo, M., & Arista, L. (2023). Marketing estratégico y satisfacción del cliente de la licorería La Cabaña, Moquegua, 2022. Universidad José Carlos Mariátegui, Perú. Obtenido de http://repositorio.ujcm.edu.pe/handle/20.500.12819/1812

Guerrero, R. (2024). Cultura organizacional y satisfacción en un establecimiento de salud de Lima-2023. Maestría en Gestión de los Servicios de la Salud. Universidad César Vallejo. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/132354

Gutierrez, A. (2024). Calidad del servicio y satisfacción de usuarios en el Centro de Salud de Manzanares, Huacho 2022. Maestría en Gerencia de Servicios de Salud. Universidad NacionalJosé Faustino Sanchez Carrión. Obtenido de http://repositorio.unjfsc.edu.pe/handle/20.500.14067/10341

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. Maestrías. Universidad Particular de Chiclayo, Perú. Obtenido de http://170.81.241.212/handle/UDCH/984

Hernández-Sampieri, R. (2018). Metodología de la investigación. McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. Obtenido de file:///C:/Users/parra_000/Downloads/Metodologia%20de%20la%20Investigacion.pdf

Hoyos, S. (2020). El método científico y la filosofía como herramientas para generar conocimiento. Revista Filosofía UIS. Obtenido de https://revistas.uis.edu.co/index.php/revistafilosofiauis/article/view/9291

Huayhua, E. (2021). La calidad de servicio y su influencia en la satisfacción del cliente de la Estación de Servicios Shessell S.C.R.L, 2021. Universidad Privada de Tacna. Obtenido de http://161.132.207.135/handle/20.500.12969/2049

Jiménez, J. (13 de Diciembre de 2009). Obtenido de https://www.sefh.es/bibliotecavirtual/erroresmedicacion/010.pdf

Loza, L. (2020). Reconocimiento de los elementos de la cultura de servicio por parte del público interno mediante la gestión de la identidad de la empresa Llanta Sport. Universidad De Las Américas. Obtenido de https://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/12629

Lucio, L. (2017). Cómo fortalecer el clima y la cultura de servicio a través del liderazgo de servicio del mando intermedio: caso de estudio en una compañía multinacional". Revista Empresa y Humanismo. Obtenido de https://dadun.unav.edu/handle/10171/42939

Malpartida, J., Tarmeño, L., & Olmos, D. (2021). Estudio sobre la calidad del servicio de atención al cliente a los pacientes del EsSalud. Alpha Centauri, 2(1). Obtenido de http://www.journalalphacentauri.com/index.php/revista/article/view/28

Mosqueira, M. (2020). La cultura organizacional y su incidencia en la calidad de servicio del personal administrativo de la Universidad Nacional de Trujillo: 2016. Revista CYT, 16(2). Obtenido de https://revistas.unitru.edu.pe/index.php/PGM/article/view/2896

Muñoz, M. (2021). Calidad del servicio y satisfacción del usuario en el distrito de educación 12D02 Pueblo Viejo-Urdaneta, Los Ríos, Ecuador, 2018. Universidad Nacional de Tumbes. Obtenido de https://repositorio.untumbes.edu.pe/handle/20.500.12874/2511

Ñañez, C. (2021). Cultura organizacional y su relación con la calidad de servicio en el Centro Cultural de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Obtenido de https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/16676

Ospina, J. (2021). Calidad de servicio y su influencia en la satisfacción del cliente de la empresa Súper Break Cafeterías y Salón de Tés, periodo 2019. Universidad Continental. Obtenido de http://repositoriodemo.continental.edu.pe/handle/20.500.12394/10236

Otalora, A. (2021). Estrategia de calidad del servicio para mejorar la atención al cliente en heladería. Ñeque, Revista de Investigación en Ciencias Sociales. 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 Cientifica de enfermería. Obtenido de http://revista.cep.org.pe/index.php/RECIEN/article/view/14

Pincay, Y., & Parra, 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

Rodríguez, Y. (2021). Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente de la Botica. Universidad Peruana de las Americas, Lima - Perú. Obtenido de https://core.ac.uk/download/pdf/544273728.pdf

Salazar, A. (2021). Diagnóstico de los estándares de atención centrada en la persona de la organización planetree: en el servicio de ginecobstetricia del Hospital General de Medellín, 2021. Postgrado. Universidad de Antioquia. Obtenido de https://bibliotecadigital.udea.edu.co/handle/10495/22404

Santamaria, F. (2021). Influencia del liderazgo y la cultura organizacional en la satisfacción laboral en las empresas medianas en Lima Metropolitana. Universidad San Ignacio de Loyola. Obtenido de https://repositorio.usil.edu.pe/entities/publication/4c9cecb9-2257-4ae6-b364-9a92b90b5125

Silva, R., & Julca, F. (2021). Calidad del servicio y su relación con la satisfacción del cliente. Revista de ciencias sociales. Obtenido de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8081766

Suárez, E. (2023). Método inductivo y deductivo. Experto universitario, 17. Obtenido de https://expertouniversitario.es/blog/metodo-inductivo-y-deductivo/

Tarmeño, L., & Olmos, D. (2021). Estudio sobre la calidad del servicio de atención al cliente a los pacientes del EsSalud. Alpha Centauri, 2(1). Obtenido de https://www.journalalphacentauri.com/index.php/revista/article/view/28

Triviño, C., Villamar, W., & Reyes, T. (2019). a calidad de la atención en los servicios de salud en la provincia de Manabí, Ecuador. Polo del Conocimiento: Revista científico - profesional,, 4(12), 135-148. Obtenido de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7183626

Vargas, E. (2021). Calidad del servicio en la satisfacción del usuario en el Centro de Salud Chacra Colorada, Breña 2020. Maestría en Gestión Pública. Universidad César Vallejo. 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. Universidad Cesár Vallejo. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/48097

Vigo, J., & González, J. (2020). Relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en un laboratorio de análisis clínicos de Pacasmayo. Revista CIENCIA Y TECNOLOGÍA, 16(3). Obtenido de https://revistas.unitru.edu.pe/index.php/PGM/article/view/3010

Vinagre, J. (2018). Calidad de métodos analíticos. Obtenido de https://www.fao.org/3/ah833s/Ah833s15.htm

Zubarew, P. B. (marzo de 2017). La investigación cualitativa: un aporte para mejorar los servicios de salud. Obtenido de Scielo: https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-98872017000300012#:~:text=El%20enfoque%20cualitativo%20permite%20conocer,de%20los%20servicios%20de%20salud.

XIII. Anexos

Anexos

Anexo 1

UNIVERSIDAD ESTATAL DEL SUR DE MANABÍ

Creada el 7 de Febrero del año 2001, según Registro Oficial No. 261

ÓRGANO COLEGIADO ACADÉMICO SUPERIOR

FORMULARIO DE:

AUTORIZACIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL UNESUM

El/La que suscribe, **VERGARA MANTILLA CARLOS YOSU** en calidad de autor/a del siguiente trabajo escrito titulado **"CULTURA DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DEL CENTRO DE SALUD DEL CANTÓN JIPIJAPA"**, otorga a la Universidad Estatal del Sur de Manabí, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción y distribución pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia.

El autor declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Estatal de Sur de Manabí
Se autoriza a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Estatal del Sur de Manabí.

El autor como titular de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que él asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.
Aceptando esta autorización, se cede a la Universidad Estatal del Sur de Manabí el derecho exclusivo de archivar y publicar para ser consultado y citado por terceros, la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se le haga para obtener beneficio económico.

Jipijapa, 04 de agosto del 2025

.....

CARLOS YOSU
VERGARA MANTILLA
093199307-5

Anexo 2

Operacionalización de variables

Tabla 7.*Operacionalización de variables*

Variable independiente	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Preguntas
Cultura de servicio	Creencias, valores y comportamientos que una organización adopta y promueve en todos los niveles, con el propósito de satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes de manera efectiva y consistente.	• Actitudes y Valores hacia el Servicio	• Capacidad de respuesta • Servicio personalizado	¿El personal mostró interés por orientarlo? ¿Se presentó claridad y precisión en la información que recibió?
		• Expectativas	• Solución de problemas • Percepción del servicio	¿Cuándo presentó algún inconveniente, el personal lo resolvió de manera inmediata? ¿Durante la atención recibió un trato amable?
		• Fidelización	• Eficiencia • Eficacia • Compromiso	¿Sintió que el personal cumplió correctamente su función? ¿Considera que el personal está debidamente capacitado?

Variable dependiente	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Preguntas
Satisfacción al usuario	Se refiere al grado en que las expectativas y necesidades de una persona (usuario) son cumplidas por un producto, servicio o experiencia.	• Fiabilidad	• Cumplimiento de expectativas • Comunicación	¿El personal le informó y orientó de manera clara y precisa sobre los trámites correspondientes? ¿Se respetó la programación de las consultas?
		• Capacidad de respuesta	• Rapidez en la atención • Tiempo de espera	¿La atención fue rápida en el módulo de salud? ¿La toma de muestras en el laboratorio fue rápida?
		• Seguridad	• Personal confiable • Privacidad	¿Respetaron su privacidad dentro del consultorio? ¿Recibió la información necesaria sobre el estado de salud y el médico despejo sus dudas?
		• Empatía	• Atención cordial • Interés	¿El trato que recibió fue amable y respetuoso? ¿El médico mostró interés por remediar su enfermedad?
		• Aspectos tangibles	• Instalaciones adecuadas • Infraestructura	¿Los carteles, afiches y letreros de orientación son los adecuados? ¿Las instalaciones mostraron ambiente de limpieza y comodidad hospitalaria?

Anexo 3

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS USUARIOS DEL CENTRO DE SALUD DEL CANTÓN JIPIJAPA

Objetivo: Determinar la relación entre cultura de servicio con la satisfacción de los usuarios del Centro de Salud del Cantón Jipijapa.

Estimado(a) usuario(a), a continuación, se muestran una serie de preguntas sobre el servicio que brinda el Centro de Salud, esperamos total sinceridad y agradecemos su participación.

Muy insatisfecho	El servicio no cumplió con ninguna de mis expectativas.
Insatisfecho	El servicio tuvo varias deficiencias importantes.
Neutral	El servicio fue regular, ni bueno ni malo.
Satisfecho	El servicio fue adecuado, cumplió con mis expectativas.
Muy satisfecho	El servicio superó mis expectativas, fue excelente.

DATOS GENERALES DEL ENCUESTADO		
Condición del encuestado:	Usuario (a)	
	Acompañante	
Sexo:	Masculino	
	Femenino	
Rangos de Edad:	Menores de 18 años	
	18 a 27 años	
	28 a 37 años	
	38 a 47 años	
	48 a 57 años	
	58 años o más	
Grado de instrucción:	Sin estudios	
	Primaria	
	Secundaria	
	Superior Técnico	
	Superior Universitario	

Indicaciones: Califique el servicio que recibió por parte del personal del Centro de Salud del Cantón Jipijapa, considere que se utilizó una escala numérica del 1 al 5, donde 1 es considerado muy insatisfecho y 5 representa muy satisfecho.

Cuestionario sobre Cultura de servicio

Dimensiones	**N°**	**Preguntas**	1 Muy insatisfecho	2 Insatisfecho	3 Neutral	4 Satisfecho	5 Muy satisfecho
Actitudes y Valores hacia el Servicio	**1**	¿El personal mostró interés por orientarlo?					
	2	¿Existió claridad y precisión en la información que recibió?					
	3	¿El trato que le brindó el personal fue como lo esperaba?					
	4	¿La comunicación fue fluida y comprensible?					
	5	¿El estado de ánimo del personal fue agradable?					
Expectativa	**6**	¿Cuándo presentó algún inconveniente, el personal lo resolvió de manera inmediata?					
	7	¿Durante la atención recibió un trato amable?					
	8	¿Sintió comodidad al recibir la atención?					
	9	¿El personal mostró interés por solucionar sus quejas?					
Fidelización	**10**	¿Sintió que el personal cumplió correctamente su función?					
	11	¿Considera que el personal está debidamente capacitado?					
	12	¿Existió compromiso por parte del personal?					
	13	¿Sintió que le brindaron un trato personalizado?					

Cuestionario sobre Satisfacción del Usuario

Dimensiones	N°	Preguntas	1 Muy insatisfecho	2 Insatisfecho	3 Neutral	4 Satisfecho	5 Muy satisfecho
Fiabilidad	**1**	¿El personal le informó y orientó de manera clara y precisa sobre los trámites correspondientes?					
	2	¿El médico le atendió en el horario programado?					
	3	¿Respetaron la programación de las consultas?					
	4	¿La historia clínica estuvo disponible para su atención?					
	5	¿Hubo disponibilidad y factibilidad en la gestión de las citas?					
Capacidad de respuesta	**6**	¿La atención fue rápida en el módulo de salud?					
	7	¿La toma de muestras en el laboratorio fue rápida?					
	8	¿La realización de procedimientos (odontología, laboratorio, etc) fueron rápidos?					
	9	¿La atención en farmacia fue eficaz?					
Seguridad	**10**	¿Respetaron su privacidad dentro del consultorio?					
	11	¿El examen físico fue acorde a la patología presentada?					
	12	¿Recibió la información necesaria sobre el estado de salud y el médico despejó sus dudas?					
	13	¿El médico tuvo la capacidad de generar confianza?					
Empatía	**14**	¿El trato que recibió fue amable y respetuoso?					
	15	¿El médico mostró interés por remediar su enfermedad?					
	16	¿Comprendió la información respecto a su enfermedad?					
	17	¿La información sobre el tratamiento, dosis, horarios, reacciones adversas y uso de la medicina fue adecuada y clara?					

	18	¿Entendió las indicaciones sobre el procedimiento a realizar?					
Aspectos tangibles	**19**	¿Los carteles, afiches y letreros de orientación son adecuados?					
	20	¿El personal está capacitado para orientar a los usuarios y familias?					
	21	¿Los equipos y materiales médicos se encuentran en buen estado para su atención?					
	22	¿Las instalaciones mostraron un ambiente de limpieza y comodidad?					

Anexo 4

Mediante un Oficio al Director Distrital del Centro de Salud del Cantón Jipijapa, solicitamos la información necesaria para la elaboración de la población y muestra del trabajo investigativo.

Universidad Estatal del Sur de Manabí
Creada mediante Ley Publicada en el registro Oficial 261 del 7 de febrero del 2001
FACULTAD CIENCIAS ECONÓMICAS
CARRERA ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Jipijapa, 17 de febrero de 2025

Dr. Freddy Dueñas
DIRECTOR DISTRITAL 13D03 DE LA COORDINACIÓN ZONAL 4 – SALUD

De mi consideración:

El suscrito, Carlos Yosu Vergara Mantilla, portador de la cédula de identidad N.º 093199307-5, egresado de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Estatal del Sur de Manabí, me dirijo a usted con el fin de presentar una solicitud relacionada con mi proyecto de tesis.

Por medio del presente, solicito de manera respetuosa su autorización para llevar a cabo mi investigación en el Centro de Salud Tipo B Jipijapa. Dicho proyecto tiene como objetivo analizar aspectos relevantes relacionados con la gestión y atención al usuario en dicho centro de salud.

En este sentido, me permito solicitar su apoyo en los siguientes puntos:

1. Permiso para realizar encuestas dirigidas a los usuarios del centro de salud, con el fin de recopilar información necesaria para mi investigación.
2. Autorización para entrevistar al Director Distrital y al encargado del servicio al cliente, con el propósito de obtener datos cualitativos que enriquezcan mi estudio.
3. Acceso a información general del número de personas atendidas de los últimos años, la cual será utilizada para el diseño del muestreo de mi investigación.

Le agradezco de antemano su valioso apoyo y colaboración, los cuales son fundamentales para la culminación de mi proyecto de tesis. Quedo a la espera de una respuesta favorable y me pongo a su disposición para cualquier aclaración o documentación adicional que sea requerida.

Atentamente,

Carlos Yosu Vergara Mantilla
C.I. 093199307-5
Correo electrónico: vergara-carlos3075@unesum.edu.ec
Número de celular: 0962730586

Recibido 21/02/25 14:54

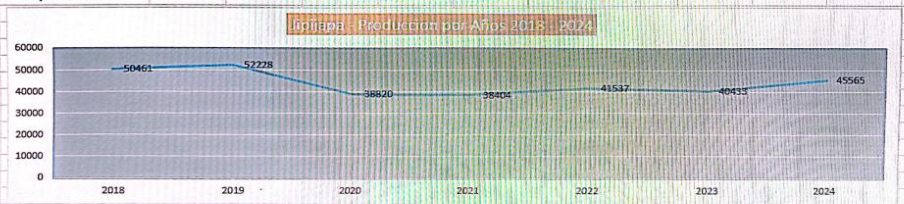
DISTRITO 13D03 JIPIJAPA PUERTO LOPEZ - SALUD

PRODUCCION POR UNIDADES OPERATIVAS ---- AÑOS 2018 - 2024

JIPIJAPA

AÑOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
2018	5031	4763	5147	4175	4051	3615	5122	3749	3515	4190	3977	3126	50461
2019	4096	3669	3882	4147	4625	3856	4304	3701	4421	6074	4606	4847	52228
2020	6119	5328	3888	1038	1728	2458	3206	3336	2941	2935	2910	2933	38820
2021	3160	2698	3204	2736	3062	2703	3473	3423	3712	3640	3321	3272	38404
2022	3450	3052	3336	4647	3660	3710	3473	3279	3266	3226	3457	2981	41537
2023	3993	2754	2959	2851	3921	3707	3488	3612	3422	3435	3352	2939	40433
2024	3691	3899	3463	4020	4351	3921	4413	3883	3729	3237	3774	34	45565

FUENTE: PRAS RDACAA 2018 - 2024
ELABORADO POR: Dep. Estadística



ANEGADO

AÑOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
2018	1362	1160	934	1056	1316	1276	943	760	837	951	1039	368	11766

PRODUCCION | CANTON JIPIJAPA | CANTON LOPEZ

Anexo 5

Certificados de los tres miembros de tribunal

CERTIFICACIÓN

En mi condición de Miembro del Tribunal de Sustentación de proyecto de investigación, **certifico** que el egresado, Carlos Yosu Vergara Mantilla, ha desarrollado el Proyecto de Investigación titulado **"CULTURA DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DEL CENTRO DE SALUD DEL CANTÓN JIPIJAPA"**, observando las disposiciones institucionales, metodológicas y técnicas, que regulan esta actividad académica.
Faculto al/la mencionado(a) egresado(a) que reproduzca el documento definitivo y lo presente en la coordinación de carrera junto con su informe actualizado de Compilation y, se proceda a la exposición de su contenido.

Jipijapa, 08 de julio de 2025

Atentamente:

Dr. C. María Leonor Parrales Poveda
DOCENTE MIEMBRO DE TRIBUNAL

Jipijapa, julio 23 de 2025.

CERTIFICACIÓN

En mi condición de miembro del tribunal de sustentación, certifico que el señor **CARLOS YOSU VERGARA MANTILLA,** ha desarrollado el Proyecto de Investigación titulado **"CULTURA DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DEL CENTRO DE SALUD DEL CANTÓN JIPIJAPA",** observando las disposiciones institucionales, metodológicas y técnicas, que regula esta actividad académica, faculto al mencionado egresado que reproduzca el documento definitivo, presente en la Coordinación de Carrera Administración de Empresas y proceda a la exposición de su contenido.

Atentamente,

Econ. María Raquel Moreno Ponce, MAE.
Docente Carrera Administración de Empresas
Universidad Estatal del Sur de Manabí – UNESUM

CERTIFICACIÓN

En mi condición de miembro del tribunal de sustentación, certifico que la **Sr. Carlos Yosu Vergara Mantilla,** ha desarrollado el Proyecto de Investigación titulado: **"CULTURA DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DEL CENTRO DE SALUD DEL CANTÓN JIPIJAPA",** observando las disposiciones institucionales, metodológicas y técnicas, que regula esta actividad académica, faculto al mencionado egresado, que reproduzca el documento definitivo, presente en la Coordinación de Carrera Administración de Empresas y proceda a la exposición de su contenido.

Jipijapa, 1 de agosto de 2025

Atentamente,

Ing. Margarita Zaruma Pincay, MAE
DOCENTE - UNESUM

Anexo 6

Certificado de Idiomas

Coordinación del Centro de Idiomas
Universidad Estatal del Sur de Manabí

CERTIFICADO No. 199

Econ.
Carlos Zea Barahona
DECANO FACULTAD DE CIENCIAS ECÓNOMICAS
En su despacho. -

De mi consideración:

Por medio de la presente me permito CERTIFICAR que fue corregido el Summary, correspondiente a la **"CULTURA DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DEL CENTRO DE SALUD DEL CANTÓN JIPIJAPA"**. Previo a la obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas al egresado/a **Carlos Yosu Vergara Mantilla,** mismo que fue corregido por la Lic. Franklin Macias Bailón.

Particular que hago extensivo para los fines consiguientes.

Jipijapa, 9 de julio de 2025

Atentamente,

UNIVERSIDAD ESTATAL DEL SUR DE MANABÍ
UNESUM
CENTRO DE IDIOMAS
JIPIJAPA - MANABÍ

Lic. Sidar Edgardo Solórzano Solórzano, Mg. Ge.
COORDINADOR DEL CENTRO DE IDIOMAS

Cc. Archivo
SESS/JT

UNIVERSIDAD ESTATAL DEL SUR DE MANABÍ
UNESUM

Email: centro.idiomas@unesum.edu.ec
Jipijapa - Manabí - Ecuador
www.unesum.edu.ec

1. **Condición del encuestado**

Tabla 8.

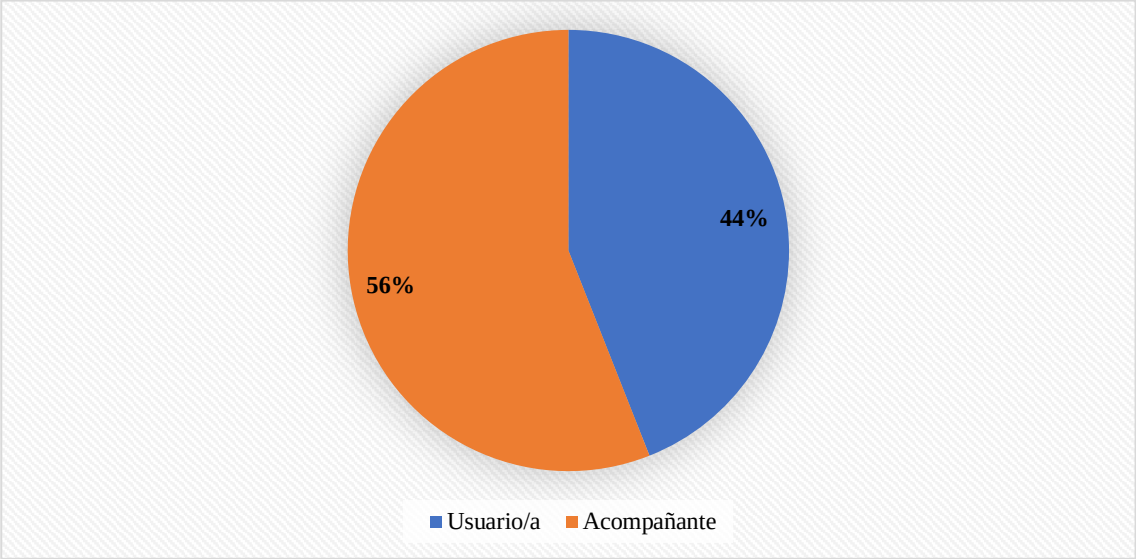
Condición del encuestado

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Usuario/a	169	44%
Acompañante	215	56%
Total	**384**	**100%**

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

Gráfico 6.

Condición del encuestado



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

Análisis e Interpretación

Los resultados obtenidos en este ítem indicaron que el 56% de las personas que ingresaron al centro de salud fueron acompañantes, mientras que el 44% acudieron como usuarios de los servicios médicos. Lo que permite determinar, en las condiciones del encuestado se registró un mayor porcentaje de acompañantes en comparación a los usuarios que asistieron por servicios médicos.

Sexo

Tabla 9

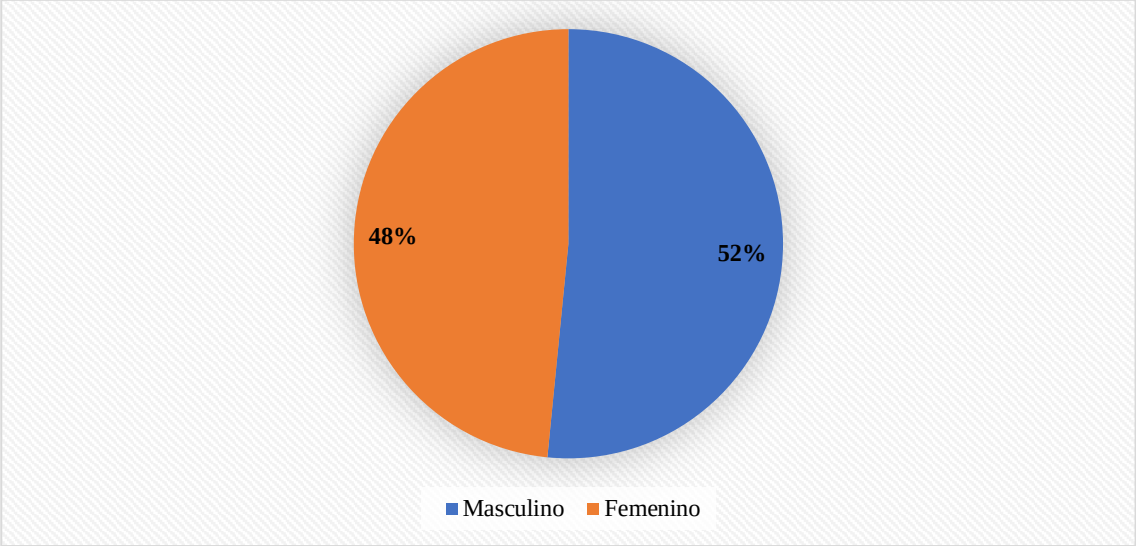
Sexo

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	198	52%
Femenino	186	48%
Total	**384**	**100%**

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

Gráfico 7

Sexo



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

Análisis e Interpretación

Así mismo, en cuanto al sexo de los usuarios que acuden por algún tipo de servicio médico, el 52% de los asistentes eran de género masculino y el 48% del género femenino. Con estos resultados, se evidencia que el porcentaje más elevado de usuarios del Centro de Salud de Jipijapa eran del sexo masculino, seguido por usuarios del sexo femenino.

Rango de edad

Tabla 10

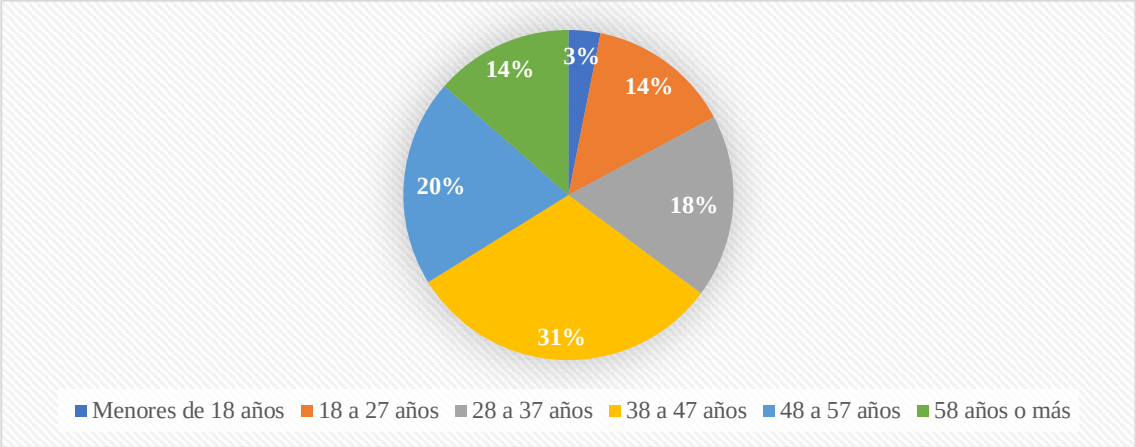
Rango de edad

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Menores de 18 años	12	3%
18 a 27 años	54	14%
28 a 37 años	69	18%
38 a 47 años	119	31%
48 a 57 años	78	20,30%
58 años o más	52	13,50%
Total	**384**	**100%**

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

Gráfico 8

Rango de edad



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

Análisis e Interpretación

De acuerdo a los resultados, el 31% de los usuarios que asistieron al Centro de Salud presentan un rango de edad entre 38 a 47 años, el 20,3% fluctúan entre 48 a 57 años, mientras que el 18% tienen entre 28 a 37 años, el 14% oscila los 18 a 27 años, el 13,5% fueron usuarios de 58 o más años y el 3% de usuarios eran menores de edad. Lo que indica que la mayor cantidad de usuarios se encuentran en rangos de edad entre 38 a 47 años.

Grado de instrucción

Tabla 11

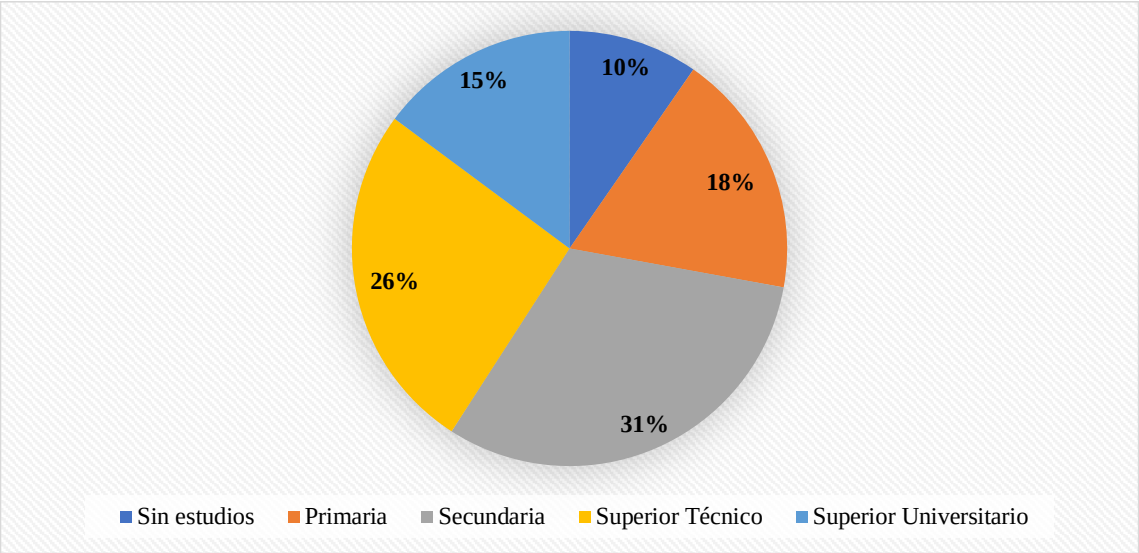
Grado de instrucción

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Sin estudios	37	10%
Primaria	70	18%
Secundaria	120	31%
Superior Técnico	100	26%
Superior Universitario	57	14,80%
Total	**384**	**100%**

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

Gráfico 9

Grado de instrucción



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

Análisis e Interpretación

En cuanto al grado de instrucción de los usuarios, 31% ha cursado la secundaria, el 26% cuenta con un título Superior Técnico, el 18% solo estudió la primaria, un 15% cuenta con un título Superior Universitario y el 10% restante no tuvo acceso al estudio. Con ello se determina que, el mayor porcentaje de los usuarios que asisten al Centro de Salud de Jipijapa

solo cuentan son estudios secundarios, mientras que el menor porcentaje no tiene ningún tipo de estudio.

Dimensión: Actitudes y valores hacia el servicio

Tabla 12

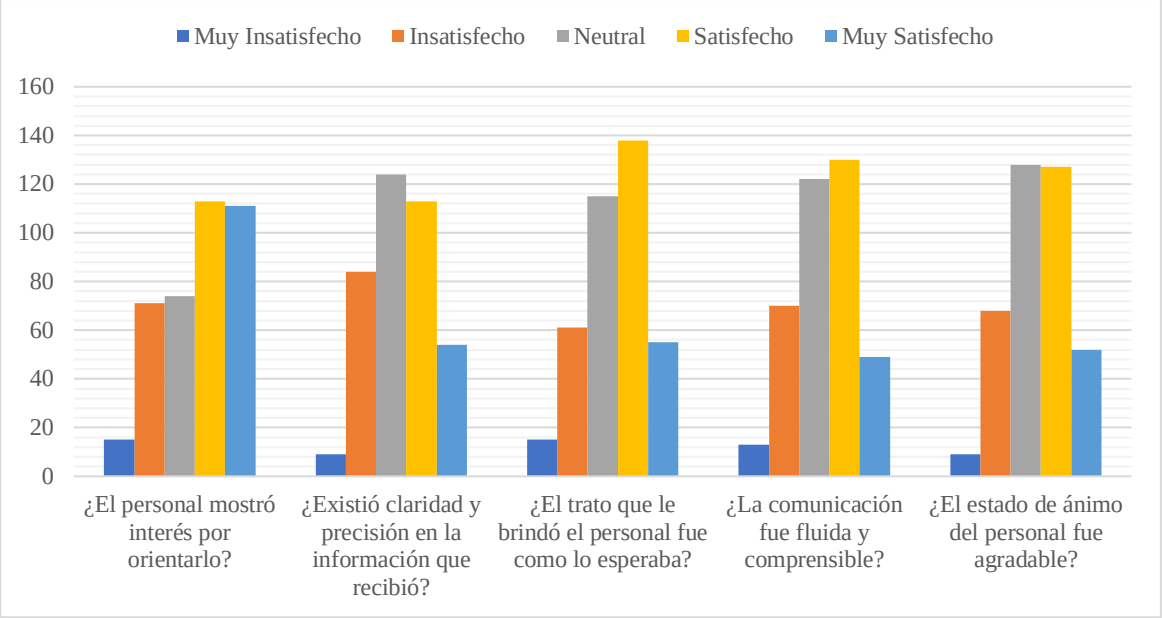
Actitudes y valores hacia el servicio

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

Gráfico 10

Actitudes y valores hacia el servicio



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

Análisis e Interpretación

En la dimensión de actitudes y valor hacía el servicio, el 30% de los usuarios quedaron satisfechos, el 29% muy satisfechos y el 18% insatisfechos por el interés que mostró el personal en orientarlos. En cuanto a la claridad y precisión en la información que recibieron, el 32% indicó ser neutral, el 30% Satisfecho y el 22% Insatisfecho. Se valoró el trato que brindó el personal y el 36% quedaron Satisfechos, el 30% prefieren mantenerse Neutral y el 16% Insatisfecho. El ítem sobre la fluidez y comprensión de la comunicación, 3l 34% de los usuarios Satisfechos, el 32% Neutral y el 18% Insatisfechos. Por último, el 33% sintieron satisfacción con el estado de ánimo del personal, sin embargo, el 17% estuvo Insatisfecho. Estos resultados permiten evidenciar que, existen criterios divididos entre satisfacción e insatisfacción, es decir, las actitudes del personal no son totalmente agradables a los usuarios, la fluidez en la comunicación, un trato correcto y un buen estado de ánimo son aspectos fundamentales para brindar un excelente servicio.

Dimensión: Expectativas

Tabla 13

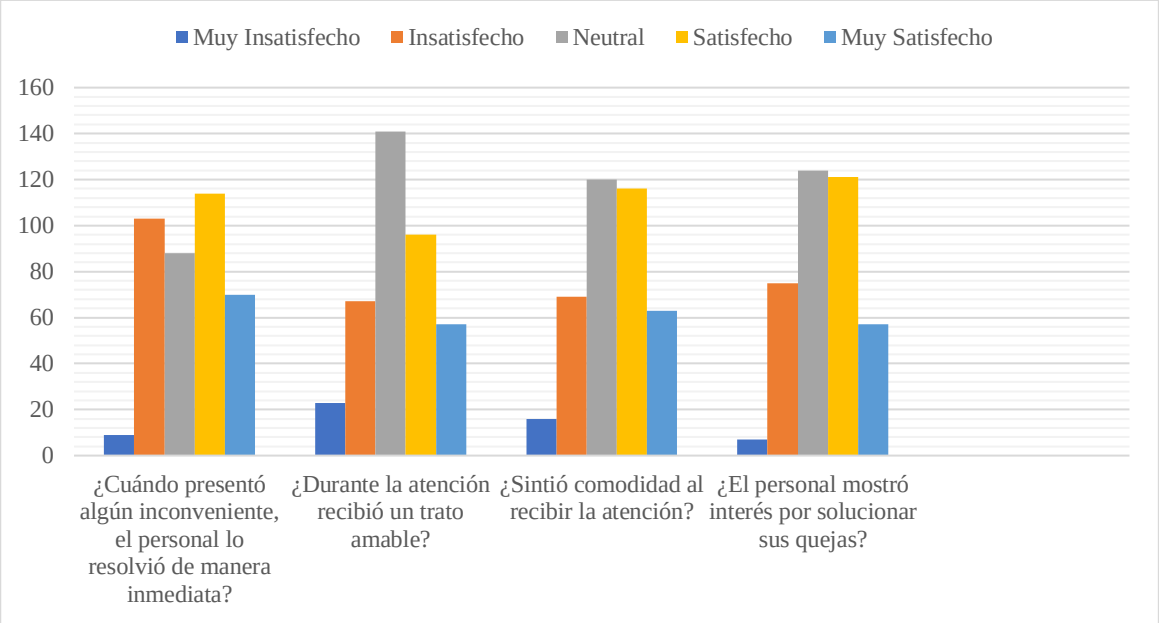
Expectativas

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

Gráfico 11

Expectativas



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

Análisis e Interpretación

Dentro de la dimensión de las expectativas, se evaluaron los siguientes aspectos como: al presentarse algún inconveniente, el personal lo resolvió de manera inmediata, el 29% indicaron quedar Satisfechos antes el accionar del personal, un 27% Insatisfecho y el 23% se mantuvieron Neutral. Con respecto al trato recibido durante la atención, el 37% manifestaron una respuesta Neutral, mientras que el 25% mostró Satisfacción, el 17% Insatisfacción y el 6% Muy Insatisfechos. En el aspecto de comodidad al recibir la atención, el 32% se mantuvo Neutral, el 30% Satisfecho y el 18% Insatisfecho. Y, por último, se evaluó el interés por solucionar las quejas, con un 33% los encuestados lo calificaron como Neutral, el 31% Satisfactorio y el 19% Insatisfechos. Lo que permite determinar, que las expectativas de los usuarios se encuentran en un ámbito medio, el cual valoró desde el trato recibido, la comodidad, la solución ante las quejas o de algún inconveniente.

Dimensión: Fidelización

Tabla 14

Fidelización

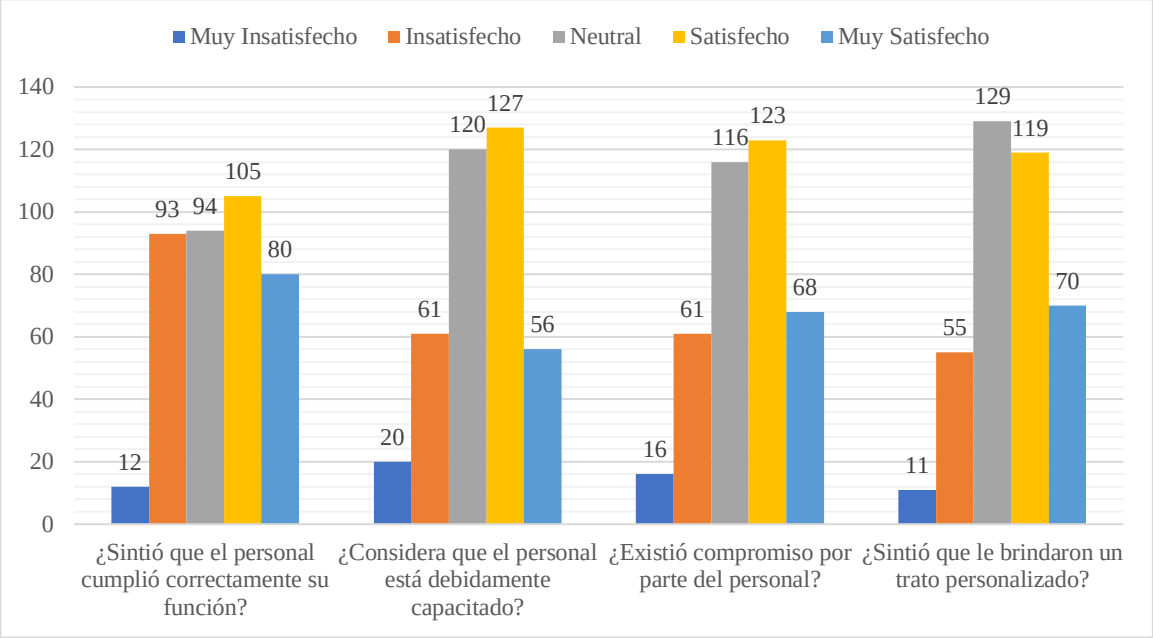
Preguntas	**Muy Insatisfecho**	**%**	**Insatisfecho**	**%**	**Neutral**	**%**	**Satisfecho**	**%**	**Muy Satisfecho**	**%**
¿Sintió que el personal cumplió correctamente su función?	12	3%	93	24%	94	25%	105	27%	80	21%
¿Considera que el personal está debidamente capacitado?	20	5%	61	16%	120	32%	127	33%	56	14%
¿Existió compromiso por parte del personal?	16	4%	61	16%	116	30%	123	32%	68	18%

¿Sintió que le brindaron un trato personalizado?	11	3%	55	14%	129	34%	119	31%	70	18%

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

Gráfico 12

Fidelización



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

Análisis e Interpretación

Bajo el mismo contexto, se valoró la dimensión de fidelización, con sus respectivas preguntas, donde el 27% sintió Satisfacción con el personal al cumplir correctamente su función, el 25% Neutral y el 24% Insatisfecho. Así mismo, el 33% quedó Satisfecho y consideran que el personal está debidamente capacitado, mientras que, el 32% Neutral y el 16% Insatisfecho. También se evaluó el compromiso por parte del personal, el 32% de los usuarios manifestaron estar Satisfechos, el 30% Neutral y el 16% Insatisfecho. Finalmente, en cuanto al trato personalizado, el 34% Neutral, un 31% Satisfecho y el 14% Insatisfecho. En esta dimensión se demostró que los usuarios quedaron mayormente satisfechos, en cuanto a, el cumplimiento de funciones del personal, cuentan con la capacitación debida,

mostraron compromiso al momento de atender las necesidades, así como, el trato personalizado.

Dimensión: Fiabilidad

Tabla 15

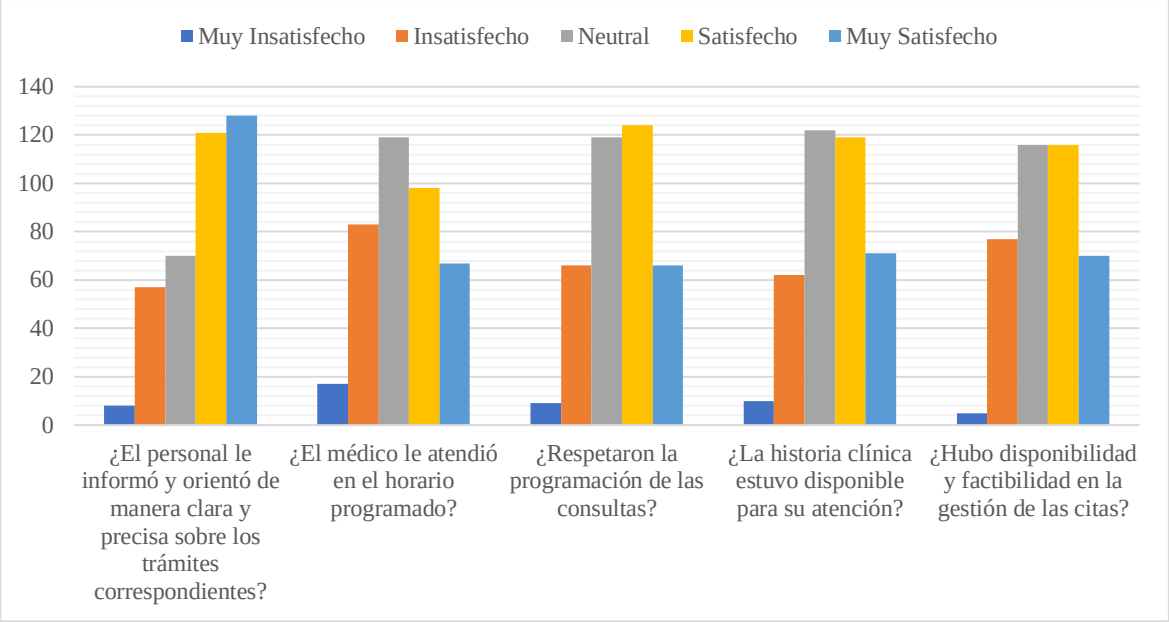
Fiabilidad

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

Gráfico 13

Fiabilidad



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

Análisis e Interpretación

La dimensión fiabilidad, contiene preguntas como del personal que informó y orientó de manera clara y precisa sobre los trámites correspondientes, en la cual el 33% indicó Muy Satisfactorio, el 32% Satisfecho y el 18% Neutral. Seguida de la atención fue en el horario programado, el 31% se mantuvo Neutral, el 26% Satisfechos y el 22% Insatisfecho. Además, se consultó sobre el respeto en la programación de las consultas, con un 32% Satisfactorio, 31% Neutral y el 17% Insatisfechos, así mismo, sobre la disponibilidad de la historia clínica al momento de la atención, el 32% optó por mostrase Neutral, 31% satisfecho y el 18% Muy Satisfecho. Y con la disponibilidad y factibilidad en la gestión de las citas, el 30% indicaron sentir Satisfacción, otro 30% Neutral y el 18% Muy Satisfecho. Es decir, los resultados evidencian que, el personal se comunica de forma clara y precisa, la atención se realizó en el horario programado, existió mucho respeto y la historia clínica estuvo al alcance.

Dimensión: Capacidad de respuesta

Tabla 16

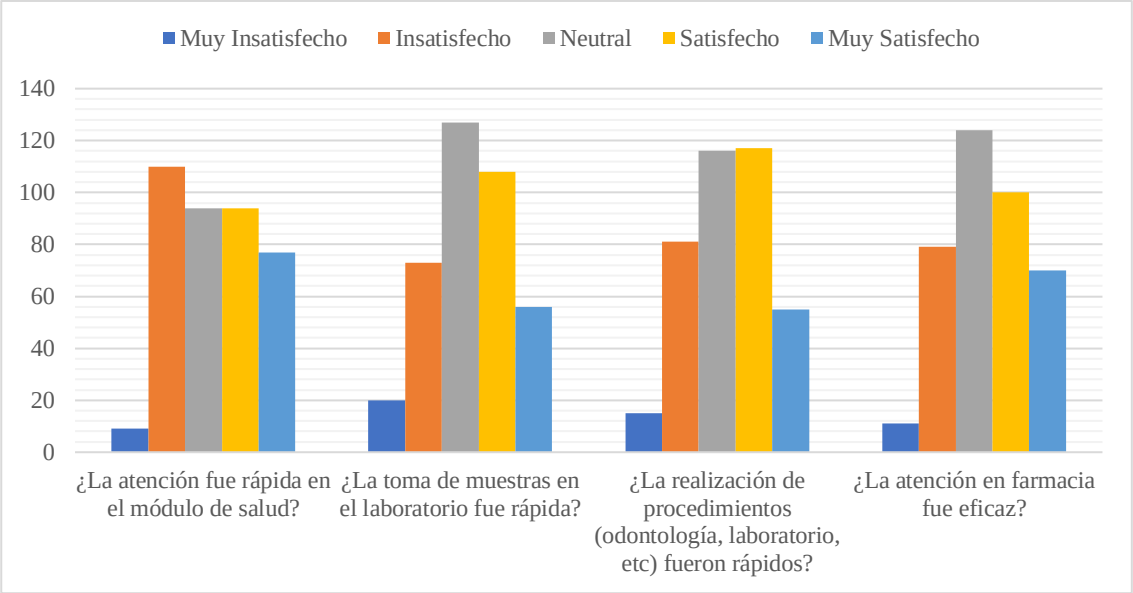
Capacidad de respuesta

Preguntas	Muy Insatisfecho	%	Insatisfecho	%	Neutral	%	Satisfecho	%	Muy Satisfecho	%
¿La atención fue rápida en el módulo de salud?	9	3%	110	29%	94	24%	94	24%	77	20%
¿La toma de muestras en el laboratorio fue rápida?	20	5%	73	19%	127	33%	108	28%	56	15%
¿La realización de procedimientos (odontología, laboratorio, etc) fueron rápidos?	15	4%	81	21%	116	30%	117	31%	55	14%
¿La atención en farmacia fue eficaz?	11	3%	79	21%	124	32%	100	26%	70	18%

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

Gráfico 14

Capacidad de respuesta



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

Análisis e Interpretación

En cuanto a la dimensión de la capacidad de respuesta, se evaluó la rapidez en la atención en el módulo de salud y con el 29% los usuarios sintieron Insatisfacción, mientras que, el 24% Neutral y el otro 24% Satisfecho. Para la toma de muestras en el laboratorio, el 33% Neutral, el 28% Satisfecho y un 19% Insatisfecho. Así mismo, en la realización de procedimientos (odontología, laboratorio, etc), el 31% Satisfecho, 30% Neutral y el 21% Insatisfecho. Y la atención en farmacia, el 32% la consideró Neutral, un 26% Satisfecho y el 21% Insatisfecho. Los resultados determinan que en esta dimensión hay percepciones diferentes que no cumple del todo con la atención que esperan los usuarios, es decir, la rapidez de atención en el módulo, las muestras de laboratorio, los procedimientos y la atención en la farmacia.

Dimensión: Empatía

Tabla 17

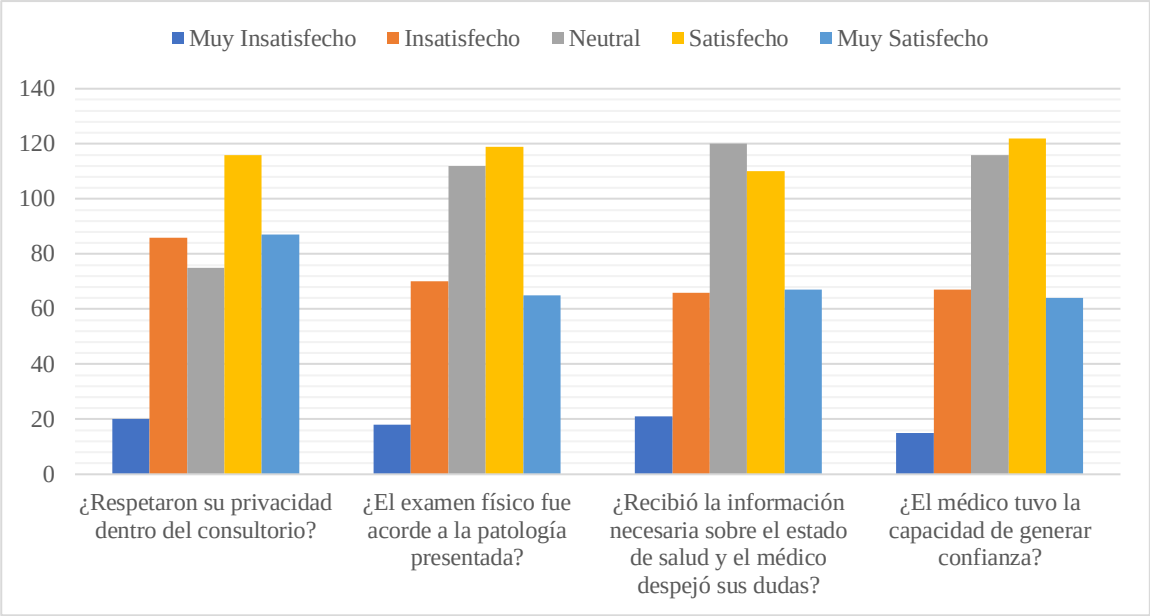
Empatía

Preguntas	**Muy Insatisfecho**	**%**	**Insatisfecho**	**%**	**Neutral**	**%**	**Satisfecho**	**%**	**Muy Satisfecho**	**%**
¿Respetaron su privacidad dentro del consultorio?	20	5%	86	22%	75	20%	116	30%	87	23%
¿El examen físico fue acorde a la patología presentada?	18	5%	70	18%	112	29%	119	31%	65	17%
¿Recibió la información necesaria sobre el estado de salud y el médico despejó sus dudas?	21	6%	66	17%	120	31%	110	28%	67	18%
¿El médico tuvo la capacidad de generar confianza?	15	4%	67	18%	116	30%	122	32%	64	16%

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

Gráfico 15

Empatía



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

Análisis e Interpretación

La dimensión de la empatía, el 30% valoró como satisfactorio el respeto a la privacidad dentro del consultorio, mientras que, el 23% Muy Satisfactorio y el 22% Insatisfactorio. En la realización de exámenes físicos conforme a la patología presentada, el 31% sintió Satisfacción, 29% Neutral y el 18% Insatisfecho. De la misma forma, el 31% Neutral ante el recibimiento de la información necesaria sobre el estado de salud y el médico despejó sus dudas, el 28% Satisfecho y el 17 Insatisfecho. Y la capacidad del médico para generar confianza, lo calificaron en un 32% como Satisfactorio, el 30% Neutral y 18% Insatisfactorio. Con estos datos, se demuestra que, los usuarios sintieron respeto, privacidad en el consultorio, conformidad en los exámenes, recibieron la información necesaria y el médico causo confianza y despejo dudas.

Dimensión: Seguridad

Tabla 18

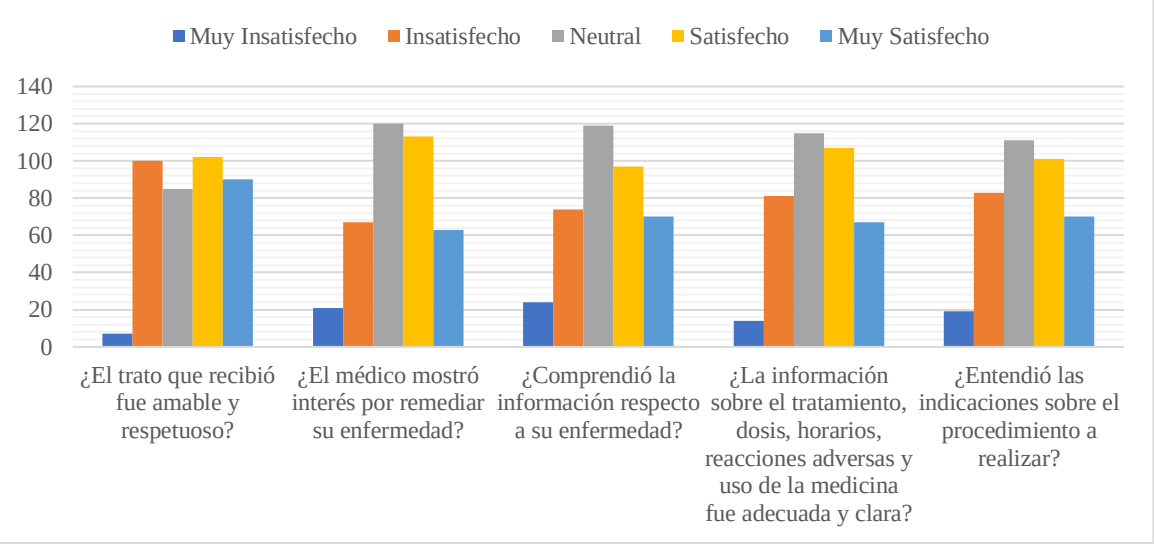
Seguridad

Preguntas	Muy Insatisfecho	%	Insatisfecho	%	Neutral	%	Satisfecho	%	Muy Satisfecho	%
¿El trato que recibió fue amable y respetuoso?	7	2%	100	26%	85	22%	102	27%	90	23%
¿El médico mostró interés por remediar su enfermedad?	21	5%	67	18%	120	31%	113	29%	63	17%
¿Comprendió la información respecto a su enfermedad?	24	6%	74	20%	119	31%	97	25%	70	18%
¿La información sobre el tratamiento, dosis, horarios, reacciones adversas y uso de la medicina fue adecuada y clara?	14	4%	81	21%	115	30%	107	28%	67	17%
¿Entendió las indicaciones sobre el procedimiento a realizar?	19	5%	83	22%	111	29%	101	26%	70	18%

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

Gráfico 16

Seguridad



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

Análisis e Interpretación

En cuanto a la Seguridad, el 27% de los encuestados indicaron que, el trato que recibió fue amable y respetuoso, un 27% indicaron Satisfacción y 26% Muy Satisfactorio. Otro aspecto evaluado fue el interés del médico por remediar la enfermedad y el 31% de los usuarios se mantuvo Neutral, 29% Satisfechos y el 18% Insatisfechos. En la comprensión de la información respecto a la enfermedad diagnosticada, el 31% Neutral, 25% Satisfechos y el 20% Insatisfecho. Sobre la información del tratamiento, dosis, horarios, reacciones adversas y uso de la medicina fue adecuada y clara, el 30% Neutral, un 28% indicaron Satisfactorio, mientras que el 21% Insatisfechos. Y por último, 29% Neutral sobre las indicaciones sobre el procedimiento a realizar, 26% Satisfecho y el 22% Insatisfecho. En esta dimensión se valora el trato, amabilidad y respeto, el interés que muestra el médico con su paciente, la información que brinda, así como, tratamiento, dosis, horarios, reacciones adversas, uso de la medicina y los procedimientos a ejecutar.

Dimensión: Aspectos tangibles

Tabla 19

Aspectos tangibles

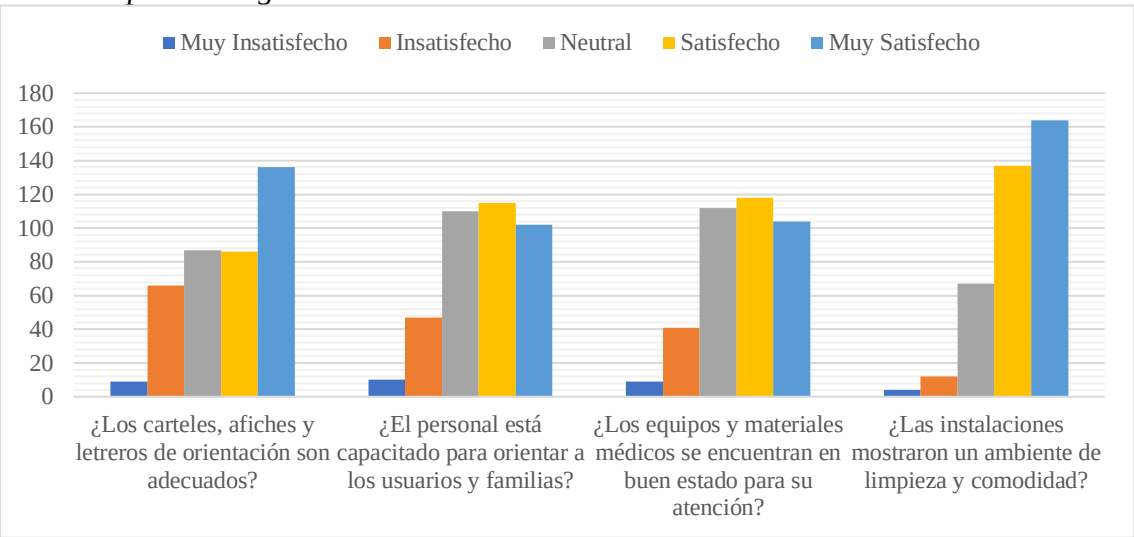
Preguntas	Muy Insatisfecho	%	Insatisfecho	%	Neutral	%	Satisfecho	%	Muy Satisfecho	%
¿Los carteles, afiches y letreros de orientación son adecuados?	9	2%	66	17%	87	23%	86	22%	136	36%

¿El personal está capacitado para orientar a los usuarios y familias?	10	3%	47	12%	110	28%	115	30%	102	27%
¿Los equipos y materiales médicos se encuentran en buen estado para su atención?	9	2%	41	11%	112	29%	118	31%	104	27%
¿Las instalaciones mostraron un ambiente de limpieza y comodidad?	4	1%	12	3%	67	17%	137	36%	164	43%

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

Gráfico 17

Aspectos tangibles



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

Análisis e Interpretación

Finalmente, se encuentra la dimensión de los aspectos tangibles, el 36% Satisfechos porque los carteles, afiches y letreros de orientación son adecuados, el 23% Neutral y el 17% Insatisfechos. Sobre las capacitaciones para orientar a los usuarios y familias, un 30% Satisfechos, el 28% Neutral y el 27% Muy Satisfecho. El estado de los equipos y materiales médicos, según los encuestados, el 31% indicaron estar Satisfechos, el 29% Neutral, un 27% Muy Satisfechos y el 11% Insatisfechos. De la misma manera, el 43% Muy Satisfecho con las instalaciones, estas mostraron un ambiente de limpieza y comodidad, el 36% manifestó estar Satisfecho y el 17% Neutral. En esta dimensión se pudo analizar que, la gran mayoría

de los usuarios están satisfechos con los aspectos tangibles que tiene el Centro de Salud, es decir, cuenta con los carteles, afiches y letreros de orientación, orientan correctamente a familiares y usuarios, los equipos y materiales médicos se encuentran en buen estado, así como la limpieza del lugar.

Anexo 7

Entrevista

Nombre:
Cargo:

1. ***¿Considera que el personal muestra interés por orientar a los usuarios que asisten al Centro de Salud?***

2. ***¿Actualmente el personal del Centro de Salud del Cantón Jipijapa promueve una comunicación fluida y comprensible hacia los usuarios?***

3. ***¿El personal atiende amablemente al usuario durante su atención médica?***

4. ***¿Las quejas de los usuarios son respondidas con interés por parte del personal?***

5. ***¿Opina que el personal cumple correctamente su función?***

6. ***¿En la actualidad el personal se encuentra debidamente capacitado?***

7. ***¿Considera que los médicos atienden a sus usuarios en el horario que se les ha programado?***

8. ***¿Existe disponibilidad y factibilidad en la gestión de las citas?***

9. ***¿Actualmente como considera la eficiencia de la toma de muestras en el laboratorio del Centro de Salud del Cantón Jipijapa?***

10. ***¿Cómo evalúa la eficacia de la atención brindada por parte de la farmacia del Centro de Salud del Cantón Jipijapa?***

11. ***¿Considera que los médicos poseen la capacidad de generar confianza hacia sus usuarios?***
12. ***¿Qué medidas se implementan para asegurar que se respete la privacidad de los usuarios dentro del consultorio?***
13. ***¿La información proporcionada por el personal sobre la enfermedad del paciente es clara y de fácil de entendimiento?***
14. ***¿Considera que las indicaciones dadas por el personal médico sobre el procedimiento a realizar son clara y fácil de entender?***
15. ***¿Considera que la ubicación de los carteles, afiches y letreros de orientación en el Centro de Salud del Cantón Jipijapa facilita la navegación de los usuarios?***
16. ***¿Actualmente los equipos y materiales médicos se encuentran en buen estado para cumplir con su función correctamente?***

Entrevista

Nombre: Janeth Veliz Intriago
Cargo: Encargada del departamento de atención al cliente

17. ***¿Considera que el personal muestra interés por orientar a los usuarios que asisten al Centro de Salud?***

    Si muestran interés ya que trabajamos para brindar una buena atención y un buen trato para que el paciente sea atendido por el médico, orientarlo en las dudas que tenga sobre los trámites para atenderse.

18. ***¿Actualmente el personal del Centro de Salud del Cantón Jipijapa promueve una comunicación fluida y comprensible hacia los usuarios?***

    Sí, el personal del Centro de Salud del Cantón Jipijapa promueve una comunicación fluida y comprensible hacia los usuarios, de igual forma se comunican de manera cordial, con calidad y calidez, brindando orientación clara y oportuna al paciente y/o usuario para garantizar una atención eficiente y empática.

19. ***¿El personal atiende amablemente al usuario durante su atención médica?***

    Claro, para ello es el ministerio de trabajo, los funcionarios deben tratar de manera amable con un cordial saludo, preguntar que necesitan para la atención que quieran realizarse

20. ***¿Las quejas de los usuarios son respondidas con interés por parte del personal?***

    Si, el ministerio de salud lleva a cabo ventanilla y call center, aparte de las agendas de citas médicas, el call center si selecciona la opción #3 pueden dar la inconformidad, quejas, felicitaciones, denuncias y va dirigida a coordinación, desde ahí nos hacen llegar esa información para trabajar en conjunto y no vuelva a suceder esta inconformidad hacia los usuarios.

21. ***¿Opina que el personal cumple correctamente su función?***

Sí, el personal cumple correctamente con su función dentro del Centro de Salud del Cantón Jipijapa, realizando sus actividades de manera responsable, entregando sus productos y resultados conforme a lo establecido, lo que contribuye al buen funcionamiento del servicio.

22. ¿En la actualidad el personal se encuentra debidamente capacitado?

En la parte de Talento Humano realizamos muchas capacitaciones al personal tanto en aspectos administrativos, operativos, buen trato y atención al usuario.

23. ¿Considera que los médicos atienden a sus usuarios en el horario que se les ha programado?

Sí, los médicos atienden a sus usuarios en el horario programado, respetando el turno asignado. La atención se brinda de acuerdo con la cita médica agendada, garantizando puntualidad y orden en el servicio.

24. ¿Existe disponibilidad y factibilidad en la gestión de las citas?

Antes mencionada hay dos formas de agendar la cita, el call center y ventanilla, cuando los usuarios no pueden acceder a agendar una cita que a veces son agendadas de 3 o 4 meses, ellos vienen atenderse y se les ayuda ahí mismo con cita médica.

25. ¿Actualmente como considera la eficiencia de la toma de muestras en el laboratorio del Centro de Salud del Cantón Jipijapa?

Se hace de manera correcta, no eh palpado bien, pero por ahora no ha habido inconveniente en la toma de muestras.

26. ¿Cómo evalúa la eficacia de la atención brindada por parte de la farmacia del Centro de Salud del Cantón Jipijapa?

La farmacia está bien abastecida con sus medicamentes y la atención del encargado es buena, usuarios que llegan con sus recetas y no tienen mucho conocimiento, el personal de la farmacia les ayuda en todo lo que pueda.

27. ¿Considera que los médicos poseen la capacidad de generar confianza hacia sus usuarios?

Si, todos estamos preparados aparte de que ellos han estudiado para atender a los usuarios sobre sus síntomas, se capacitan en la manera de cómo tratar con ellos y atenderlos así con eficacia, eficiencia y el buen trato al usuario.

28. ¿Qué medidas se implementan para asegurar que se respete la privacidad de los usuarios dentro del consultorio?

Lo que hacen aquí es esperar a que el usuario y/o paciente sea atendido primero, para que en este caso la persona que necesite hablar con el medico no interrumpa la privacidad de quien ya se encuentra dentro del consultorio.

29. ¿La información proporcionada por el personal sobre la enfermedad del paciente es clara y de fácil de entendimiento?

Claro, los médicos se capacitan para poder explicar de manera clara que tiene el paciente, como debe tratar su tratamiento y que le afecta.

30. ¿Considera que las indicaciones dadas por el personal médico sobre el procedimiento a realizar son clara y fácil de entender?

Si, con la mejor claridad, porque en todo momento llegan usuarios de otros lugares que no están actualizados y no conocen del todo, así de la mejor forma para poder orientarle y explicarles que procedimientos deben seguir.

31. ¿Considera que la ubicación de los carteles, afiches y letreros de orientación en el Centro de Salud del Cantón Jipijapa facilita la navegación de los usuarios?

Claro, los carteles les ayudan a orientarse, los letreros de evacuación, sobre dónde queda la farmacia, también se pueden acercar a cualquier personal del centro de salud donde los pueden ayudar y guiar, recalcar que cada tiempo se deben de cambiar los carteles por el hecho de que se deterioran.

32. ¿Actualmente los equipos y materiales médicos se encuentran en buen estado para cumplir con su función correctamente?

Le comento que, si y cada año se les hace mantenimiento para que no se deterioren, también en el tema de mobiliarios actualmente se siguen comprando para una mejor atención al usuario y puedan estar más cómodos mientras esperan a ser atendidos.

Anexo 8

Fotos de la entrevista

Evidencias de la realización de la entrevista dirigida a la jefa del departamento de recursos humanos para la recolección de información de las variables de estudio

Anexo 9

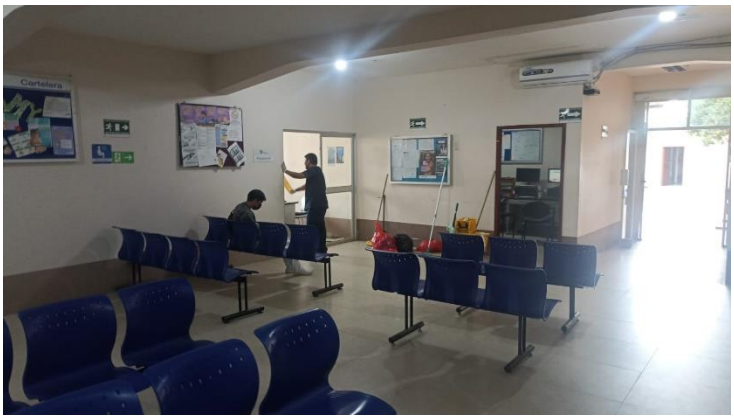
Foto de Encuestas

Encuestas dirigidas a los usuarios que asisten al Centro de Salud del Cantón Jipijapa

Anexo 10

Fotos del Lugar de la investigación

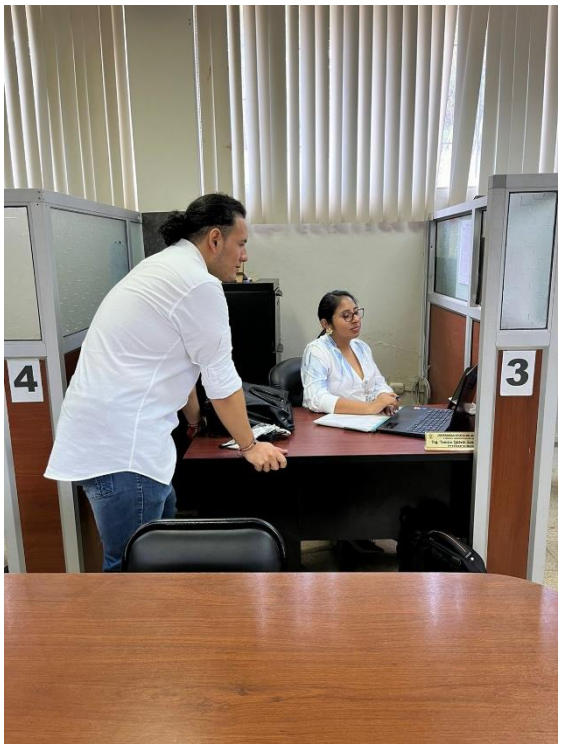
El Centro de Salud del Cantón Jipijapa, ubicado en el cantón Jipijapa, provincia de Manabí, es una institución pública que brinda servicios de atención primaria en salud.



Anexo 11

Tutoría con la Docente

Reunión de tutoría con la Ing. Yomira Lilibeth Solis Barreto, centrada en brindar orientaciones y sugerencias para el desarrollo del proyecto de titulación. En la sesión se trataron puntos importantes para optimizar la organización, el contenido y la coherencia del trabajo con los objetivos académicos definidos.



Anexo 12

Sistema COMPILATIO

CERTIFICADO DE ANÁLISIS
magister

Vergara Mantilla Tesis Final (compilatio)

7%
Textos sospechosos

6% Similitudes
< 1% similitudes entre comillas
1% entre las fuentes mencionadas
1% Idiomas no reconocidos

Nombre del documento: Vergara Mantilla Tesis Final (compilatio) .docx
ID del documento: 372d17e90f5cf7bd636bd34571a7fe760a7e3026
Tamaño del documento original: 7,95 MB

Depositante: Solis Yomira
Fecha de depósito: 4/8/2025
Tipo de carga: interface
fecha de fin de análisis: 4/8/2025

Número de palabras: 27.372
Número de caracteres: 183.775

Ubicación de las similitudes en el documento:

Fuentes principales detectadas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	repositorio.unesum.edu.ec | "EMPRESA PÚBLICA DE AGUAS DE JIPIJAPA. ANÁLISI... http://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/7724 20 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (277 palabras)
2	hdl.handle.net | Nivel de satisfacción de los usuarios y la calidad de atención en ... https://hdl.handle.net/20.500.13032/27670 10 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (244 palabras)
3	repositorio.unesum.edu.ec | LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y SU APORTE EN EL ... http://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/7625 1 fuente similar	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (195 palabras)
4	Tesis Cindy 2024 - CC4.docx | Tesis Cindy 2024 - CC4 Viene de de mi grupo 5 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (179 palabras)
5	repositorio.unesum.edu.ec | LA CALIDAD DE SERVICIOS DE LAS BARBERÍAS Y SU ... http://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/2865 5 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (172 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	docplayer.es | La cultura organizacional y su incidencia en la calidad de servicio d... https://docplayer.es/221075493-La-cultura-organizacional-y-su-incidencia-en-la-calidad-de-se...	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (40 palabras)
2	repositorio.uladech.edu.pe | Nivel de satisfacción de los usuarios y la calidad de... https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/27670	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (40 palabras)
3	dx.doi.org | LA CALIDAD DE SERVICIO Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DEL ... http://dx.doi.org/10.47190/rcsaw.v3i1.53	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (40 palabras)
4	dialnet.unirioja.es https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7926989.pdf	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (34 palabras)
5	repositorio.unesum.edu.ec | "CALIDAD DE SERVICIOS Y ATENCIÓN AL CLIENTE E... http://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/7693	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (36 palabras)

Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas)

Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

1 http://ojs.uac.edu.co/index.php/dimension-empresarial/article/view/2422
2 http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1990-86442018000300117&script=sci_arttext&tlng=en
3 https://tesis.unsm.edu.pe/handle/11458/5531
4 https://repositorio.puce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/07902cfb-f36c-4192-ad0a-7a617d5d58e4/content
5 https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8890626