



**Universidad
Norbert Wiener**

**FACULTAD DE INGENIERÍA Y NEGOCIOS
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE INGENIERÍAS**

Tesis

**Propuesta de implementación de un modelo de calidad de
servicio para una empresa farmacéutica aplicando el ciclo**

Deming, Lima 2020

**Para optar el Título profesional de Ingeniero Industrial y de
Gestión Empresarial**

AUTORA

Br. Chavez Arzapalo Sefhora Lilian

ORCID

0000-0001-5118-3378

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN GENERAL DE LA UNIVERSIDAD

Ingenierías de Sistemas e Informática, Industrial y Gestión Empresarial y
Ambiental

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN ESPECÍFICA DE LA
UNIVERSIDAD**

Marketing de productos y servicios

LIMA - PERÚ

2020

Miembros del Jurado

Dr. David Flores Zafra (ORCID: 0000-0001-5846-325X)

Presidente del Jurado

Mtro. Julio Vidal Rischmoller (ORCID: 0000-0002-6155-8118)

Secretario

Dr. David Rivera Gómez (ORCID: 0000-0002-7460-6553)

Vocal

Dr. Nolasco Labajos, Fernando Alexis (ORCID: 0000-0001-8910-222X)

Asesor metodólogo

Mg. Walter Amador Chávez Alvarado (ORCID: 0000-0001-8614-482X)

Asesor temático

Dedicatoria

A mi padre Saul Chavez Arenas y mi madre Estela Arzapalo Alania, pues ellos fueron mi pilar fundamental para la construcción de mi vida profesional, quienes sentaron en mis las bases de responsabilidad y deseos de superación, en ellos tengo el espejo en el cual me quiero reflejar pues sus virtudes infinitas y su gran corazón me llevan a admirarlos cada día más.

A mis hermanos y a todos aquellos que han sido el ejemplo y lucha para alcanzar mis metas.

Agradecimiento

A Dios por protegerme durante todo mi camino y darme fuerzas para superar obstáculos y dificultades a lo largo de toda mi vida y empezar un camino lleno de éxito.

A la universidad Norbert Wiener por haberme permitido formarme profesionalmente y permitirme concluir con una etapa de mi vida.


A mis asesores de Tesis por su dedicación, orientación, paciencia y guiarme en el desarrollo de esta investigación sin ellos no sería posible este momento.

A mis profesores que, con su sabiduría, conocimiento y apoyo, motivaron a desarrollarme como persona y profesional

A mis compañeros, quienes a través del tiempo fuimos fortaleciendo una amistad y creando una familia.

A mis padres, que siempre estuvieron ahí para darme palabras de apoyo y un abrazo reconfortante para renovar energías apoyándome aun cuando mis ánimos decaen.

Declaración de autoría

 Universidad Norbert Wiener	DECLARACIÓN DE AUTORIA		
	CÓDIGO: UPNW-EES-FOR-017	VERSIÓN: 01	FECHA: 13/03/2020
		REVISIÓN: 01	

Yo, Chavez Arzapalo Sefhora Lilian, estudiante de la escuela académica profesional de ingenierías de la Universidad Privada Norbert Wiener, declaro que el trabajo académico titulado: Propuesta de implementación de un modelo de calidad de servicio para una empresa farmacéutica aplicando el ciclo Deming, Lima 2020, para la obtención del Título Profesional de: Ingeniero Industrial y de Gestión Empresarial, es de mi autoría y declaro lo siguiente:

1. He mencionado todas las fuentes utilizadas, identificando correctamente las citas textuales o paráfrasis provenientes de otras fuentes.
2. No he utilizado ninguna otra fuente distinta de aquella señalada en el trabajo.
3. Autorizo a que mi trabajo puede ser revisado en búsqueda de plagios.
4. De encontrarse uso de material intelectual ajeno sin el debido reconocimiento de su fuente y/o autor, me someto a las sanciones que determina los procedimientos establecidos por la UPNW.



Firma

Chavez Arzapalo Sefhora Lilian

DNI: 72082511



Huella

Lima, 21 de diciembre del 2020

Índice

	Pag
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaración de autoría	v
Índice de tablas	ix
Índice de figuras	x
Índice de cuadros	xii
Resumen	xii
Abstract	xiii
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA	16
1.1 Planteamiento del problema	16
1.2 Formulación del problema	17
1.2.1 Problema general	17
1.2.2 Problemas específicos	17
1.3 Objetivos de la investigación	18
1.3.1 Objetivo general	18
1.3.2 Objetivos específicos	18
1.4 Justificación de la investigación	18
1.4.1 Teórica	18
1.4.2 Metodológica	18
1.4.3 Práctica	18
1.5 Limitaciones de la investigación	19
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	20
2.1 Antecedentes de la investigación	20
2.1.1 Antecedentes internacionales	20
2.1.2 Antecedentes nacionales	22
2.2 Bases teóricas	24
2.2.1 Marco fundamental	24
2.2.2 Marco conceptual	25

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	13
3.1 Método de investigación	13
3.2 Enfoque	13
3.3 Población, muestra y unidades informantes	15
3.3.1 Población	15
3.3.2 Muestra	15
3.3.3 Unidades informantes	15
3.4 Categorías y subcategorías apriorísticas	16
3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	17
3.5.1 Descripción de instrumentos	17
3.5.2 Validación	17
3.5.3 Confiabilidad	18
3.6 Procesamiento y análisis de datos	18
3.7 Aspectos éticos	18
CAPÍTULO IV: PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	19
4.1 Descripción de resultados cuantitativos	19
4.2 Descripción de resultados cualitativos	26
4.3 Diagnóstico mixto	30
4.4 Propuesta	31
4.4.1 Priorización de los problemas	31
4.4.2 Consolidación del problema	32
4.4.3 Fundamentos de la propuesta	32
4.4.4 Categoría solución (conceptualización)	34
4.4.5 Direccionalidad de la propuesta	34
4.4.6 Actividades y cronograma	35
4.5 Discusión de resultados	41
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	44
5.1 Conclusiones	44
5.2 Recomendaciones	45
REFERENCIAS	46

ANEXOS	50
Anexo 1: Matriz de consistencia	51
Anexo 2: Evidencias de la propuesta	52
Anexo 3: Instrumento cuantitativo	90
Anexo 4: Instrumento cualitativo	92
Anexo 5: Fichas de validación de los instrumentos cuantitativos	93
Anexo 6: Fichas de validación de la propuesta	95
Anexo 7: Base de datos (instrumento cuantitativo)	96
Anexo 8: Transcripción de las entrevistas	97
Anexo 9: Pantallazos del Atlas. Ti	102
Anexo 10: Informe del asesor	104

Índice de tablas

	Pág.
Tabla 1 Matriz de categoría problema	16
Tabla 2 Matriz de categoría solución	16
Tabla 3 Frecuencias y porcentajes de los ítems correspondientes a la subcategoría servicio.	19
Tabla 4 Frecuencias y porcentajes de los ítems correspondientes a la subcategoría Calidad de trato.	21
Tabla5 Frecuencias y porcentajes de los ítems correspondientes a la sub Satisfacción de personal.	22
Tabla 6 Pareto de la categoría Calidad de servicio.	24
Tabla 7 Frecuencias y porcentajes correspondientes a los atributos de calidad	52

Índice de figuras

	Pág.
Figura 1 Frecuencias y porcentajes de los ítems correspondientes a la subcategoría de servicio.	20
Figura 2. Frecuencias y porcentajes de los ítems correspondientes a la sub Calidad de servicio.	21
Figura 3 Frecuencias y porcentajes de los ítems correspondientes a la sub Calidad de Satisfacción de personal.	23
Figura 4 Pareto de la categoría Calidad de servicio	25
Figura 5 Análisis cualitativo de la subcategoría servicio.	26
Figura 6 Análisis cualitativo de la subcategoría calidad de trato.	27
Figura 7 Análisis cualitativo de la sub categoría satisfacción del personal.	28
Figura 8 Análisis mixto de la categoría Calidad de servicio	29
figura 9 Cronograma de la planificación Objetivo 1	37
Figura 10 Cronograma de la planificación la calidad de atención	39
Figura 11 Cronograma de la planificación la calidad de atención	41
Figura 12 Pareto de atributos de calidad	52
Figura 13 Atributos de calidad	53
Figura 14 Procesos Bizagi AS-IS	54
Figura 15 Asme AS-IS	55
Figura 16 Simulación del proceso AS-IS	56
Figura 17 Ishikawa causa y efectos	57
Figura 18 Visualización del resultado Pareto	57
Figura 20 Estandarización de procesos	59
Figura 21 Procesos Bizagi TO-BE	60
Figura 22 Asme TO-BE	60
Figura 23 Diagrama de flujo de clasificación de materiales	69
Figura 24 Tarjeta roja para clasificación	70
Figura 25 Metodología de las 5-S	77
Figura 26 Variables de calidad de servicio	82

Figura 27	Protocolo de atención al cliente	88
Figura 28	Protocolo de atención al cliente	89
Figura 29	Empaque de papel celuloso blanco	89
Figura 30	Apertura del programa Atlas TI	102
Figura 31	Introducción guía de entrevista instrumento cualitativo	102
Figura 32	Matriz de respuesta Atlas TI	103
Figura 33	Armado de los grupos de código Árbol Atlas TI	103

Índice de cuadros

	Pág.
Cuadro 1 Matriz de tácticas, actividades y cronograma	34
Cuadro 2 Matriz de actividades y cronograma	35
Cuadro 3 Cronograma de actividades a realizar el objetivo 1	36
Cuadro 4 Presupuesto de la planificación Objetivo 1	37
Cuadro 5 Cronograma a realizar Objetivo 2	38
Cuadro 6 Presupuesto de planificación del Objetivo 2	39
Cuadro 7 Cronograma de actividades Objetivo 3	40
Cuadro 8 Presupuesto de planificación Objetivo 3	41
Cuadro 9 Puntos críticos de atención	54
Cuadro 10 Formato de limpieza diaria	66
Cuadro 11 Formato de limpieza diaria	67
Cuadro 12 Formato de limpieza mensual	67
Cuadro 13 Formato de lista de elementos innecesarios	70
Cuadro 14 Desarrollo de la metodología de las 5-S	76
Cuadro 15 Formato de plan de capacitación	80
Cuadro 16 Cronograma de actividades para las capacitaciones	81
Cuadro 17 Cronograma anual de evaluaciones al personal técnico y clientes	85
Cuadro 18 Codificación y vaciado de datos	96

Resumen

La investigación titulada “Propuesta de implementación de un modelo de calidad de servicio para una empresa farmacéutica aplicando el ciclo Deming, Lima 2020” como objetivo principal fue la implementación de un modelo de calidad de servicio basado en un plan de acción de la metodología del ciclo de calidad Deming para optimizar los procesos y brindar un servicio de calidad, el estudio fue de carácter holístico con un diseño no experimental con un enfoque mixto y de tipo proyectiva la población fue de 100 clientes mientras la muestra de 40 clientes, las unidades informantes que participaron fueron 3 por lo tanto la recolección de datos se utilizó los instrumentos como cuestionario apoyadas en 18 preguntas y entrevistas apoyadas en 6 preguntas todas ellas basadas en las 3 subcategorías, servicio, calidad de trato, satisfacción del personal. El análisis y procesamientos de los datos recolectados se hicieron de manera independiente, la información cuantitativa con el programa Excel, para luego la información cualitativa sea procesada por el programa de Software Atlas. Ti 8, la cual generó las redes por cada subcategoría y el diagnóstico de una macro red, seguido a ellos ambos instrumentos fueron unificados para el análisis mixto.

La propuesta está apoyado en 3 objetivos, como primer objetivo se planificó la calidad de atención, con ello se conoció los atributos de calidad que es los clientes esperan ante una atención, así mismo se levantó el proceso actual AS-IS para luego brindar una propuesta de mejora y así mejorar los tiempos y aumentar la satisfacción de los clientes conociendo los atributos de calidad, como segundo objetivo se ejecutó las acciones diseñadas en el planeamiento como el desarrollo de la propuesta de los procesos TO-BE, en ello también se desarrolla la herramienta de 5-S con el objetivo de lograr lugares de trabajo más organizados, ordenados y limpios de forma permanente para lograr un mejor entorno laboral. Finalmente, como tercer objetivo se realizó la medición y estandarización de la calidad de servicio en la cual se desarrolla un plan de capacitación a los colaboradores en cuanto al protocolo de atención que luego son evaluadas para conocer el grado de satisfacción.

Palabras clave: calidad de servicio, satisfacción, atención al cliente.

Abstract

A investigação intitulada "Proposta para a implementação de um modelo de qualidade de serviço para uma empresa farmacêutica aplicando o ciclo Deming, Lima 2020" tem como principal objectivo a implementação de um modelo de qualidade de serviço baseado num plano de acção da metodologia do ciclo de qualidade Deming para otimizar processos e fornecer um serviço de qualidade, o estudo era de natureza holística com um desenho não experimental com uma abordagem mista e projectiva a população era de 100 clientes enquanto que a amostra de 40 clientes, as unidades inquiridas participantes eram 3 pelo que a recolha de dados foi utilizada os instrumentos como um questionário apoiado por 18 perguntas e entrevistas apoiadas por 6 perguntas todas elas baseadas nas 3 subcategorias, serviço, qualidade de tratamento, satisfação do pessoal. A análise e processamento dos dados recolhidos foi feita independentemente, a informação quantitativa com o programa Excel, e depois a informação qualitativa é processada pelo programa de software Atlas. Ti 8, que gerou as redes para cada subcategoria e o diagnóstico de uma macro rede, seguido de ambos os instrumentos foram unificados para a análise mista.

A proposta baseia-se em 3 objetivos. O primeiro objectivo era planejar a qualidade dos cuidados, e com isso os atributos de qualidade que os clientes esperam quando recebem os cuidados eram conhecidos, e o actual processo AS-IS foi criado para mais tarde fornecer uma proposta de melhoria e assim melhorar os tempos e aumentar a satisfação dos clientes, conhecendo os atributos de qualidade, O segundo objetivo era executar as acções concebidas no planeamento, tais como o desenvolvimento da proposta dos processos TO-BE. Neste, a ferramenta 5-S foi também desenvolvida com o objectivo de conseguir locais de trabalho mais organizados, ordenados e limpos de uma forma permanente para conseguir um melhor ambiente de trabalho. Finalmente, o terceiro objectivo foi a medição e padronização da qualidade do serviço em que é desenvolvido um plano de formação para os colaboradores em termos do protocolo de atenção que mais tarde são avaliados para conhecer o grau de satisfação.

Palavras-chave: qualidade de serviço, satisfação, serviço ao cliente.

INTRODUCCIÓN

La competencia y la necesidad de satisfacer las expectativas del cliente son cada vez más importantes, y se imponen requisitos cada vez más altos a la empresa, tales expectativas cubren no solo el precio y la calidad del producto o servicio, sino también la velocidad, confiabilidad y eficiencia de la entrega todo esto es lo que se denomina "calidad de servicio", que en la era actual se ha convertido en un requisito básico para la competencia global, y se ha convertido en un elemento estratégico que puede otorgar a las organizaciones que se ocupan de ella una ventaja competitiva en el tiempo. Por tal motivo esta investigación tiene por denominación. "Propuesta de implementación de un modelo de calidad de servicio para una empresa farmacéutica aplicando el ciclo Deming, Lima 2020", descubrir las necesidades que afectan a la calidad de servicio y de qué manera enfrentar las necesidades de los clientes.

Para el desarrollo de esta investigación se ha dispuesto a trabajar con la categoría problema de calidad de servicio y está internamente se dispone a tener 3 subcategorías, como servicio, en donde se plantea conocer de cómo funciona y desarrolla los recursos para que esta sea óptima y eficiente así mismo se dispone a contar con 3 indicadores que desarrollan conocer las expectativas del cliente frente al servicio que recibieron, satisfacción en el servicio, deseo de compra y recomendación de servicio parte del desarrollo del problema general. calidad de trato, es parte fundamental en el desarrollo de esta investigación, el tratar a las personas de una manera cordial y sencilla hacer que el cliente se sienta cómodo y en ello recomienda el servicio a otras personas, satisfacción del personal, si un colaborador no está bien en su área de trabajo no podrá desenvolverse profesionalmente ante ello la falta de capacitaciones que se encontraron hace que exista este tipo de acontecimientos que hace que el cliente se sienta afectado. la metodología utilizada brindara un plan donde se desarrollen las capacidades y optimización de procesos para brindar un servicio de calidad

Este trabajo es de tipo holístico mixto, determina aún mejor un diagnóstico a fondo conocer cuáles son las piezas claves que hacen que no se desarrolle adecuadamente los procesos de la farmacia, el nivel cuantitativo se generó una encuesta a los clientes para conocer las dificultades que presenta la farmacia y conocer así las deficiencias a nivel cualitativos se realizó las entrevista a los colaboradores y lo que intervienen en la farmacia, ambos dieron resultados que nos llevaron a plantear soluciones con la metodología ciclo de Deming , planificar hacer

verificar y actuar con ello se pretende buscar una mejor y eficiente propuesta para brindar un servicio de calidad.

Este trabajo está dividido en 05 capítulos, el desarrollo del primer capítulo está sujeta a la problemática de la investigación, los objetivos, la justificación y las limitaciones. En el segundo capítulo está sujeta al marco conceptual, las bases teóricas, los antecedentes internacionales y nacionales. Así mismo en el tercer capítulo se comprende la metodología, la población, muestra, categorías y subcategorías, los instrumentos cuantitativos y cualitativos (cuestionarios y entrevistas) la validación, confiabilidad y el plan de procesamientos de datos. En el cuarto capítulo consta de la descripción de los resultados, analizando los datos cuantitativos, cualitativos y el diagnóstico mixto el software Atlas TI nos ayuda a conocer más las incertidumbres que se presentan y así se puede describir de una forma más clara y precisa en donde detallaremos la propuesta a utilizar, la priorización de problemas, la categoría solución, las evidencias y las diferentes matrices.

Por último, se presenta el capítulo de conclusiones y recomendaciones junto a las referencias bibliográficas y los anexos.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema

España es el país que por cada habitante hay una farmacia, el promedio se encuentra en un nivel crítico, si baja del promedio la calidad del servicio se vería seriamente afectada, el número de residentes por farmacia es de aproximadamente 2.200, mientras que, en países como Suecia, el número de residentes por farmacia supera los 10. 000, mientras el 99% de la población española dispone de farmacia en sus propios municipios, lo que garantiza que se pueden conseguir los mismos medicamentos al mismo precio en toda la región española en igualdad de condiciones ante esto el sistema sanitario español ocupa el séptimo lugar en el mundo (Farmacéuticos 2017).

La atención mantiene un seguimiento continuo, su mecanismo y con el colaborador involucrado mantienen la calidad del servicio siempre por encima del nivel de la competencia, los hechos han demostrado que más del 20% de clientes dejan de comprar productos o servicios por mala información u otras razones, por ello se considera necesario prestar atención a la interacción entre el proveedor y el cliente para calibrar la calidad del servicio (Jáuregui 2015).

Según el estudio realizado en Venezuela el consumidor cada día es más exigente y busca un servicio y productos de alta calidad, aproximadamente el 70% de los clientes no vuelve a comprar en la misma farmacia y se dirigen a la competencia, la mayor parte de la población le da importancia a la atención recibida por ello se debe evitar cometer errores en el procesos de atención en tanto dar lugar a un uso inadecuado de los medicamentos a los pacientes o consumidores, la actitud general por parte del personal del servicio de farmacia realiza sus labores con calidad, lo cual demanda de apoyo continuo y de un proceso de capacitaciones constantes (Carrizo 2017).

El 71% de los peruanos no regresan a los establecimientos al tener una mala experiencia en la atención que recibieron , el 36% utiliza las redes sociales para contar su mala experiencia, lo más valorado para el usuario son la amabilidad y rapidez , enfocarse en brindar un buen servicio para que los clientes sigan consumiendo y recomendando , el 60% de los limeños consideran que la calidad de servicio en las farmacias influye al momento de su

decisión la hora de comprar un producto, el 40 % suele pedir el libro de reclamaciones al no tener una solución a sus quejas (Consultores, 2019).

Existe un porcentaje de personas que vivieron experiencias negativas frente a la calidad de servicio que recibieron, sin embargo, contamos con ventajas en el aspecto de las personas 40% de los clientes cambian de servicio solo el 8% lo hace debido a los precio y calidad de servicio no cabe duda de que la amabilidad y la cortesía son los dos activos básicos que brindan excelencia y atención personalizada (Valderrama 2017).

En la investigación evaluaron la calidad de empresas en el Perú, donde se estudió los factores de éxito en los periodos de 2006 y 2011 contando con todas las empresas peruanas. La investigación determina conocer que existe una tendencia enfocada a la calidad, la cual busca cumplir con las expectativas y necesidades del cliente, destacando un principio que es el liderazgo, compromiso y motivación hacia los colaboradores que permite alcanzar los objetivos sean más factibles (Casas, 2015).

En la empresa farmacéutica presenta dificultades en la calidad de atención al cliente, debido a la actual situación que estamos pasando en todo el mundo a causa del covid-19 , algunos técnicos se han retirado de sus puestos ya sea por enfermedad u otros asuntos familiares, y esto hace que se busque un nuevo personal que por lo general son practicantes de modo que no hay una capacitación previa en temas de calidad de atención al cliente, asimismo no existe la persona adecuada para brindar dicha orientación, a lo que conlleva quejas, aglomeraciones y molestias entre los clientes, el estado de ánimo de cada colaborador, la falta de motivación y empatía causada por efectos de la enfermedad covid-19 expresan una inadecuada atención.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿De qué manera se puede mejorar la calidad de servicio en una empresa farmacéutica, Lima 2020?

1.2.2 Problemas específicos

¿Cuál es la calidad de servicio en una empresa farmacéutica, Lima 2020?

¿Cuáles son los factores que afectan a la calidad de servicio en una empresa farmacéutica, Lima 2020?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Proponer un plan de acción para mejorar la calidad de servicio en una empresa farmacéutica, Lima 2020

1.3.2 Objetivos específicos

Analizar la calidad de servicio en una empresa farmacéutica, Lima 2020.

Identificar los factores que afectan la calidad de servicio en una empresa farmacéutica, Lima 2020

1.4 Justificación de la investigación

1.4.1 Teórica

Esta investigación está fundamentada en tres teorías: teoría de calidad total, calidad de servicio y momento de la verdad, estas teorías permitirán comprender el estado de servicio que se ofrece así mismo conocer y mejorar las experiencias y expectativas que tienen los clientes de esta forma encontrar estrategias que ayudan a la empresa a lograr una mejor posición en el rubro farmacéutico con una atención óptima y adecuada.

1.4.2 Metodológica

El desarrollo de esta investigación es de tipo proyectivo holístico, puesto que servirá como referencia para otros investigadores medir la calidad de servicio, se usará el diseño explicativo secuencial con método deductivo para obtener las conclusiones e inductivo para las explicaciones de dicho resultado, es por ello que se realizará mediante el análisis cualitativo y cuantitativo, para ello se recopila información mediante encuestas, entrevistas y así conseguir datos que ayudarán a identificar los problemas así mismo proponer soluciones.

1.4.3 Práctica

Esta investigación se realiza con el fin de conocer el nivel de aceptación por parte del usuario, para así brindar una mejora en la experiencia del cliente a su vez mantener una buena calidad de servicio en el rubro farmacéutico así mismo identificando los factores que incurren a que se

cumpla los objetivos, este estudio aportará a mejorar la experiencia y expectativas del cliente a la hora de adquirir un producto o servicio.

1.5 Limitaciones de la investigación

Temporal

La elaboración de la investigación cubrirá un periodo de tiempo de 4 meses, comenzando en el mes de agosto y concluyendo el mes de diciembre del 2020, tiempo en que se estudiará la problemática para obtener propuestas de soluciones, llevándose a cabo de una forma virtual.

Espacial

Actualmente estamos pasando por una pandemia mundial la cual ha causado un impacto negativo en el sector de servicios tales como las universidades, eventos, reuniones familiares, es por ello que la investigación en cuanto a los instrumentos a utilizar como las encuestas y entrevistas se realizará de forma virtual.

Recursos

El recurso que más se ha utilizado ha sido el internet presentándose en ocasiones la inestabilidad de la red a causa de que en estos momentos en su gran mayoría nos encontramos en nuestros hogares evitando la propagación del virus del Covid-19.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1 Antecedentes internacionales

Bofill y Mugido (2016) en su trabajo de investigación tiene como objeto estimar la calidad del servicio brindado por la farmacia reparto Iglesias. Esta investigación es de tipo descriptiva correlacional, con 150 usuarios como muestra utilizando un muestreo probabilístico, el modelo Service Performance (SERVPERF) fue el instrumento que se aplicó y como resultado los indicadores explican las posibles reacciones a los medicamentos y el suministro requerido de medicamentos son los menos evaluados, las dimensiones del modelo con peor puntuación son la fiabilidad y la capacidad de respuesta. En conclusión, en el momento de la evaluación los Indicadores de calidad del servicio proporcionados por Farmacia Reparto Iglesias, derivan como baja valoración y cuatro indican regular lo que califica deficiencias y menos valoración del cliente sobre la farmacia.

Por su parte, Aguilera y Saavedra (2016) en su trabajo de investigación tiene como objetivo buscar conocer las perspectivas de los clientes de las farmacias de Chillán. Esta investigación de tipo descriptiva y enfoque cualitativo en tanto a la muestra participaron 196 usuarios, las industrias farmacéuticas buscan mejorar las expectativas con las apreciaciones de los clientes en base a la calidad otorgada por las farmacias existentes en la comuna lo tanto, la industria farmacéuticas son un elemento principal en el ejercicio de este derecho porque ayudan a salvar vidas y mejorar la salud de los usuarios, las malas prácticas que pueden causar un gran daño a los usuarios. En conclusión, las farmacias no muestran interés sincero en resolver el problema de cada usuario y no cuentan con el conocimiento y la información necesarios lo que resulta como una mala experiencia para el cliente al momento de adquirir un producto.

Así mismo, García y León (2018) en su trabajo de investigación tiene como objetivo precisar el tiempo de espera y satisfacción por expendio de recetas en usuarios del Hospital del Niño en Tabasco. Esta investigación es descriptiva, observacional, transversal y prospectiva, en la muestra participaron 53 usuarios. Como resultado mostraron que el tiempo medio de atención de prescripción es de 8 minutos y que la población masculina es del 16,98% y la población

femenina del 83,02%, , así mismo el 75,47% de las personas se sienten satisfechas con el trato y la atención recibida, en cuanto al 41,51% de las personas señalan que han recibido medicación completa; el 53,40% de las personas se sienten satisfechas con sus recetas En conclusión según los informes, la mayoría de los usuarios están satisfechos con el tiempo de espera de sus recetas y más del 50% están satisfechos con su prescripción.

Núñez (2016) en su investigación el objetivo es determinar cómo la lealtad del cliente afectará las ventas de las farmacias Patty ,donde se muestra el problema con la farmacia, por no disponer de las herramientas necesarias, como programas de fidelización de clientes, el conocimiento de las técnicas de venta hace que sus ingresos sean bajos y hay alta rotación de clientes, el método es exploratorio basado en métodos cualitativos y cuantitativos, descriptivo y relevante, utilizando 383 clientes externos como muestra, los resultados muestran que los clientes consideraron beneficios que brinda la farmacia, prefiere elegir promociones, descuentos y la acumulación de puntos que compraste, estos se han utilizado como referencia implementa un programa de fidelización. La conclusión es que la enfermería profesional es una de las necesidades de los clientes a la hora de comprar productos, proporcionando confianza y seguridad.

León (2016) En su tesis tiene como objetivo proponer un conjunto de estrategias para establecer una Cultura de calidad de servicio, El método utilizado es un método cuantitativo nivel de descriptivo, las muestras seleccionadas esta compuestas por clientes habituales y el equipo de farmacia; la información seleccionada es encuesta los resultados evidenciaron un enfoque de servicio en crecimiento, sin crear un estilo propio de la cadena que ya cuenta con tres sucursales; la poca participación de los directivos deja una nula cultura de calidad de servicio entre los empleados que tienen un escaso sentido de pertenencia lo cual se refleja en un lento crecimiento de una clientela fiel. Concluye que la creación de una conciencia de calidad de servicio que sirva a la estabilidad y sostenibilidad del negocio es un aspecto del cual no parece haber mayor convencimiento por parte de los directivos y propietarios de la empresa. Esta situación puede convertirse en un factor de riesgo para el posicionamiento de la Farmacia como una marca

2.1.2 Antecedentes nacionales

Pacahuala (2018) en su trabajo de investigación tiene como objetivo señalar el grado de satisfacción de los usuarios con la atención brindada en las farmacias del distrito de Huaycán, el diseño del estudio permitió la explicación de las variables de estudio como satisfacción del usuario y la atención brindada, como muestra tuvo a 374 clientes mayores de 18 años de ambos sexos, la encuesta se realizó solo a las personas que voluntariamente accedieron a responder las encuentra entre un rango de horario de dónde hay más afluencia de público como resultado obtuvo que en nivel de satisfacción al cliente brindada en las boticas de la Av.15 de julio del Distrito de Huaycán alcanza un 57.48% teniendo un 37.19% (bueno) 20.29% (excelente) como conclusión los factores que influyeron de manera significativa la atención brindada está relacionada con la atención y el tiempo otorgado para resolver sus dudas y orientación de la ingesta de medicamentos dados por el profesional alcanza una satisfacción total por parte del cliente.

No obstante, Feldmuth y Vásquez (2017) en su trabajo de investigación tuvo como objetivo validar la serie SERVQUAL en las cadenas de farmacias Lima Metropolitana, los investigadores utilizaron un enfoque cuantitativo de tipo experimental, la cual se centró en la evaluación de las experiencias y opiniones de los clientes de las cadenas de farmacia sobre la calidad percibida, los resultados obtenidos luego de revisar los datos recolectados por el instrumento encuestas y analizando en el programa estadístico Excel 2013 y SPSS se estableció un perfil del informante utilizando variables demográficas de género, edad y región, en consecuencia se confirmaron que el género femenino detectado fue levemente diferente en función de los clientes encuestados en la cadena de farmacias de Lima Metropolitana. En conclusión, las cadenas de farmacias que participaron voluntariamente en la encuesta determinaron la brecha que hay con las experiencias e impresiones de los clientes lo que evidencia que existe una probabilidad alta en cómo los clientes sienten la calidad de atención que están recibiendo, desencadenando así una oportunidad de mejora en el sector farmacéutico.

Barrientos (2018) en su trabajo de investigación tiene como objetivo indicar el vínculo entre la Calidad de atención y satisfacción del cliente en el Centro de Salud Laura Calle-Los Olivos, 2018. La investigación se realizó con un enfoque cuantitativo de diseño no experimental,

la metodología radica en los criterios de inclusión que se relaciona con las clientes mayores de edad y que muestra su receta médica, mediante las encuestas dadas el producto indicó que la variable calidad de atención destaca un resultado del 45% como bueno, 30% regular y 6,67 malo. En conclusión, la investigación determinó que existe un vínculo óptimo entre la calidad de atención brindada y que se mantiene la complacencia de los clientes.

Díaz y Lloclla (2017) en su labor investigadora pretende proponer una estrategia de calidad de servicio para fidelizar a los clientes externos de Chiclayo Botica ECONOSALUD 2017. El investigador utilizó un enfoque cuantitativo y la metodología el estudio fue de tipo descriptivo y con un diseño no experimental, se sostuvieron a 166 clientes como muestra, los resultados mostraron que la fidelidad de los clientes de Botica ECONOSALUD no es enteramente de la empresa estudiada, por lo tanto el cliente visita otros establecimientos en donde encuentran los productos que necesitan, por consiguiente, los clientes visitan diferentes farmacias , asimismo los clientes manifestaron que se sienten satisfechos con el servicio argumentando que sí recomendaron la botica a otras personas , en conclusión, la estrategia de calidad de servicio y de fidelización de clientes externos de Botica ECONOSALUD cuentan con algunas deficiencias que deben ser subsanadas debido a que el 73% de la fidelización depende de la calidad del servicio.

Finalmente, Magallanes y Quevedo (2015) en su trabajo de investigación tiene como objetivo principal determinar el nivel de calidad recibido Usuarios y su relación con los pacientes satisfechos con los servicios de atención médica del hospital. Área Loreto-Punchana en 2015. Sobre metodología, método El correspondiente es cuantitativo, el método utilizado es hipotético y deductivo, En términos de población, la herramienta utilizada es la herramienta Servqual Compuesto por 8109 personas. En cuanto a la conclusión, Determinar si el paciente que está siendo tratado en el servicio de medicamentos Jóvenes (63,5%), la mayoría conviven (52,0%), investigación moderada (35,5%) y de la región Planificación urbana (46%); mujeres (39,0%) y amas de casa (representan 27%).

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Marco fundamental

Teoría de la calidad total busca sistemáticamente y con la participación de los miembros de una empresa elevar la calidad de sus procesos, productos y servicios, con el propósito de satisfacer las necesidades y expectativas del cliente. y lograr posicionarse en la mente del consumidor, calidad no solo es proporcionar productos con cero errores, sino es superar esas experiencias, tener a un cliente satisfecho es hacerlo parte de la empresa, saber escuchar y resolver sus dudas de manera óptima garantiza que se tuvo una buena atención, es por ellos la teoría se aplicará para mejorar las experiencias del cliente de forma eficiente y superar las expectativas para lograr los objetivos propuestos por la empresa. Así mismo la teoría de la calidad se aplicará en la empresa ya que se busca mejorar la calidad las experiencias del usuario y la fidelización de estas, debido a que depende la subsistencia de la empresa como tal, brindar un servicio y atención de calidad aportará no solo a la empresa sino al que lo lleva a cabo ,el personal estará calificado para atender las necesidades del cliente y generar una experiencia grata y superará expectativas brindando calidad de servicio y atención al cliente (Kotler & Armstrong, 2013; Cruz & Gonzalez,2006).

La calidad de servicio no es ser solo cordiales y amables, pero esto va más allá por lo que se puede decir que se trata de un conjunto de estrategias y acciones que se implementa para superar la experiencia de nuestros clientes. esta teoría toma en cuenta la interacción que existe con el cliente, y esto nos fuerza a conocer y encontrar estrategias de venta, estar pendiente a las demandas y gustos nos proporciona datos para optimizar mucho más estas experiencias satisfaciendo sus así sus necesidades, así mismo esta teoría busca mejoras en su proceso de servicio de calidad para fortalecer el pilar fundamental que es el cliente, y esto será un gran diferenciador ante la competencia ya que nos encontramos en un etapa de supervivencia y contar con un servicio de calidad promete la subsistencia de la empresa. Así mismo La teoría de la calidad de servicio se aplicará en la empresa porque nos impulsa a brindar un buen servicio para superar las experiencias de los clientes siempre satisfaciendo las necesidades de los clientes, el cliente compara con el servicio que espera recibir y el servicio que recibe por ello este estudio fortalecerá los lazos que existen entre el cliente con la empresa (Tigani,2006; Couso,2005; Duque,2005).

El momento de la verdad es el proceso de interacción del cliente y vendedor lo cual origina un gran impacto que puede resultar satisfactoriamente o como no, para garantizar se debe utilizar habilidades y herramientas para observar el comportamiento del cliente y lograr satisfacer sus necesidades, desde que el cliente ingresa al establecimiento se inicia un viaje un recorrido que al mínimo error puede no llegarse a completarse y la interacción no se llevará a cabo y el cliente optará por ir a otra parte. Para las empresas no solo es vender un producto, sino demostrar que tan buenos pueden ser al ofrecer un bien. sin embargo, muchas de estas cometen errores que a simple vista pueda parecer que no afectaría al negocio, pero resulta que a un corto plazo se observa el déficit que se trae consigo pérdidas económicas y de recursos, todo depende en cómo se maneja la interacción lo que se convierte en el momento de la verdad esta genera un impacto hacia la percepción del cliente en cumplir con sus necesidades, generar lazos de confianza hará la experiencia positiva o negativa. Esta teoría nos permitirá detectar estos errores pequeños que obstaculiza el recorrido del clientes dentro del establecimiento ya que este proyecta una imagen de cómo será su experiencia al interactuar con el vendedor, es crucial hacer que el cliente llegue a finalizar la compra y se sienta satisfecho, tener un recorrido limpio sin obstáculos para que el cliente llegue a su objetivo, mejorar los procesos de atención de forma eficiente trabajando conjuntamente con los colaboradores (Franz,2015 ; Cruz,2009 ;Albrecht & Bradford,1992).

2.2.2 Marco conceptual

Con el fin de comprender mejor la pregunta de investigación, revisó conceptualmente las opiniones de diferentes autores:

Se declara calidad de servicio a muchos factores que forman parte de la empresa, manteniendo la satisfacción de los clientes por de ellos depende el éxito y el posicionamiento de la marca, teniendo en cuenta estar en constante mejora, evaluar y medir el servicio tarea que no siempre es fácil de realizar pero que a menudo es muy esencial para brindar un buen servicio. Mientras tanto tener contento al cliente es una de las características que te dicen que brindaste un buen servicio, la calidad de servicio se demuestra a través de la actitud y comportamiento humano involucrado, es decir la forma en cómo nos comunicamos coherente y resolver sus preguntas rápidas hacen que la experiencia del cliente sea mayor de lo esperado y resulte favoreciendo a la fidelización. Por último, es crucial la participación total del cliente en todo el

ciclo de atención, describe la calidad de servicio que ofreces, no todos los clientes se comportan del mismo modo, sin embargo, es necesario definir un protocolo donde indique los pasos a seguir para mejorar las experiencias del cliente (Denton, 1991; Torres, 2000; Pamies, 2004).

Calidad de servicio

La percepción del cliente sobre la calidad del servicio tendrá un impacto, que se transformará en fidelidad o intención de compra, se recomienda mejorar el proceso de servicio y encontrar errores de calidad en el tiempo, para evaluar y proponer soluciones (Martin, 2016).

Para las organizaciones tener clientes satisfechos es sinónimo de incremento de las ventas, una forma de fidelizar a los clientes es fomentar confianza, generando lealtad y seguridad al momento de brindar el servicio sin embargo si no se logra brindar un buen servicio de calidad difícilmente se logra el éxito (Martin, 2016; Fraser & Watanabe, 2013).

Calidad de trato

El trato digno es un principio ético y una parte importante de la calidad de la atención; cuando la creación de una imagen es producto de la experiencia y expectativas adquiridas en el proceso de servicio, se generará la percepción del cliente; sin embargo, existen otros factores que pueden fácilmente llevar al cumplimiento Insuficiencia, como carga de trabajo, entorno de trabajo (Bautista, 2008).

El cliente siempre estará donde lo traten bien, las empresas de hoy buscan generar experiencias buenas con el trato que se le brinda a cada cliente cuando éste compra un producto o servicio y de eso depende la que el cliente regrese y recomiende la marca, el trato es fundamental para que una organización se mantenga en el mundo comercial, con la tecnología las empresas se encuentran en una carrera de quien ofrece un mejor servicio, y muchas de estas se llegan a perder a causa de un mal trato recibido es por ellos que constantemente se tiene que capacitar a los empleados a fomentar un buen servicio de calidad (Bautista, 2008).

Satisfacción del personal

La satisfacción laboral incluye las actitudes, que son los "sentimientos" de las respuestas emocionales de los empleados al trabajo y al entorno laboral esta depende de las consideraciones

iniciales relacionadas con las circunstancias personales, y ser feliz en el lugar de trabajo no es suficiente el tipo y categoría de motivación para lograr el 100% de satisfacción laboral también son importantes (Gonzales, 2001).

En todas las organizaciones lo más valioso son sus colaboradores ya que de ellos depende mucho el desarrollo y subsistencia de la empresa, es por ello que cada organización sin importar el tamaño debe tener buen clima laboral, mantener siempre motivados a los colaboradores, premiarlos por sus logros hará que el colaborador se sienta cómodo y contento con su trabajo lo que resulta que brindara un buen servicio (González, 2001).

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1 Método de investigación

La investigación está basada en método inductivo que emplea el razonamiento para llegar a tener argumentos que parte de un hecho específico que se considere válido, y la aplicación de la conclusión sea de modo general (Bernal,2010) la importancia del método inductivo permitirá analizar y determinar el problema, basada en la observación de los hechos.

La deducción es una habilidad de razonamiento que se utiliza para conseguir resultados lógicos desde un conjunto de hipótesis o principios, en tal modo sea un proceso de pensamientos, según el método de razonamiento de la universalidad a la particularidad, para sacar conclusiones en las premisas anteriores, la conclusión extraída, es decir, la conclusión es el resultado de estas premisas. El método deductivo verifica la realidad mediante la observación de la realidad, determinando así los hechos más relevantes; de manera similar, el método comienza con la indagación de las hipótesis verificadas, teorías, reglas, para luego aplicarlas a soluciones o hechos específicos (Rodríguez, 2010; Bernal, 2006) la utilización de una investigación deductiva ayudará a determinar los hechos importantes para su validez y aplicaciones basadas en soluciones.

La metodología de la investigación analítica consiste en desmontar un propósito y estudiar cada característica de forma individual. Así mismo el análisis explicativo corresponde las actividades analíticas y reflexivas por parte del investigador es muy importante las revisiones de las propuestas teóricas, así como analizar los estudios previos relacionados con el estudio (Bernal,2010; Carhuancho, Nolazco, Sicheri, Guerrero, Casana, 2019) la utilización del método analítico y explicativo proporciona a la investigación a estudiar cada objeto en forma individual así mismo analizar las propuestas teóricas para un estudio compacto.

3.2 Enfoque

Enfoque Mixto

El enfoque aplicado en la investigación es mixto porque es un conjunto de evidencias que incluye números, letras, texto, símbolos para entender con exactitud la incertidumbre en las ciencias, tener el enfoque cuantitativo y cualitativo en un solo enfoque estará aún más completa

la investigación estas pueden ser conjugados de tal manera que ambos métodos conserven sus procedimientos y estructuras originales. Al tener una mixtura de evidencias en un solo enfoque y su utilización logrará obtener resultados exactos para la investigación (Creswell,2013; Lieber &Weisner,2010; Chen,2006).

Este método proporciona soluciones a los problemas identificados mediante el establecimiento del diseño, la selección de herramientas de investigación y las técnicas de análisis de resultados, y se deriva una solución factible. Este enfoque implica investigar, revisar, explicar y proponer alternativas a los cambios en el proceso de investigación. Después de un diagnóstico integral del entorno de investigación, siempre termina con recomendaciones para cambios o soluciones del mundo real. Aplicar una estructura factible, incluida la base para la evaluación de expertos, objetivos, metas, indicadores, planes de acción y presupuestos.

Tipo de investigación

La investigación es de tipo proyectiva que propone resolver el problema en diferentes situaciones, el diagnóstico parte de las necesidades actuales y cómo esto afectará en el futuro, es decir, cómo deben funcionar las cosas, esto implica diseñar un plan para que el proceso se considere proyectivo, esto debe basarse en identificar sistemáticamente las causas de la situación actual para poder producir los cambios esperados, de igual manera, la definición de investigación también determina el diseño y selección de herramientas de investigación para preparar procedimientos y optimizar el proceso para alcanzar los objetivos esperados en la investigación (Hurtado, 2008 ; Carhuacho, Nolzco, Sicheri, Guerrero, Casana, 2019) .

Esta investigación se llevará a cabo de manera holística porque puede integrar, comprender, explicar y reflejar el entorno, de modo que pueda proporcionar una visión general amplia de los problemas de investigación e integrar y mejorar el conocimiento.

Diseño de la investigación

El análisis secuencial se caracteriza por la primera etapa de recolección en donde se analiza los datos cuantitativos así mismo se recogen los datos cualitativos para su exhaustiva evaluación así mismo Interpreta los datos cuantitativos recopilados por la indagación de inventarios y documentos, fichas de observación, o el instrumento más utilizado como las

encuestas, de tal forma en que sean expresadas en tablas y figuras para luego interpretarlas (Carhuacho, Nolzco, Sicheri, Guerrero, Casana, 2019) la utilización de una investigación explicativa secuencial nos proporciona a interpretar los datos obtenidos por las encuestas obtenidas de forma que se expresara gráficamente para una adecuada interpretación de datos

3.3 Población, muestra y unidades informantes

3.3.1 Población

La población se refiere al universo, conjunto de individuos que dispone de ciertas características de cuales se quiere obtener una información, esta tiene la característica de ser estudiada, medida y cuantificada, claramente se puede delimitar en torno al lugar y tiempo, existe dos tipos de población finita son las que se encuentran accesibles y las infinitas a lo que no se puede acceder (Bernal, 2010; Hurtado, 2000).

De esta manera se establece que para el presente trabajo de investigación se considerara a la población a 40 clientes de la farmacia,

3.3.2 Muestra

La muestra es la parte más pequeña del total, es decir, una parte de toda la población, al realizar una encuesta, la muestra son los miembros de la población invitados a participar en la encuesta, en muchos casos, es importante tener una muestra representativa, por lo que se deben utilizar estándares y técnicas de muestreo (Isern, 2006).

La muestra obtenida para la aplicación de los instrumentos de recolección de datos estará conformada por 40 clientes empresa farmacéutica.

3.3.3 Unidades informantes

Son personas que por sus vivencias están relacionadas con el estudio y estas pueden ayudar al investigador siendo una fuente primordial de información y a su vez va abriendo acceso a nuevos escenarios, el informante es pieza clave al inicio del estudio aporta a tener una idea clara ante los problemas para luego el investigador busque desarrollar soluciones (Isern, 2006). Para la recolección de datos cualitativos estará conformado por 3 unidades informantes quienes intervienen en la farmacia; químico farmacéutico, 1 técnico y la dueña del establecimiento.

3.4 Categorías y subcategorías apriorísticas

Tabla 1

Matriz de categoría problema

Categorías	Subcategorías	Indicadores
C1 (problema): Calidad de servicio	Servicio	Eficiencia en el servicio Deseo de compra Recomendación de servicio
	Calidad de trato	Cortesía Respeto Empatía
	Satisfacción del personal	Reconocimiento Liderazgo Comunicación y empoderamiento

Tabla 2

Matriz de categoría solución

Categorías	Problema	Objetivo	Solución/entregable
Calidad de atención	Demora en la atención por parte de técnicos encargados de la farmacia debido a la falta de capacitaciones y orientaciones.	Planificar la calidad de atención	Diagnosticar atributos de calidad y conocer el proceso de atención que se realice actualmente en la farmacia
	Deficiencia en el trato a los clientes por parte del técnico encargado.	Ejecución de las acciones diseñadas en el planeamiento sobre la calidad de atención	Plantear un nuevo proceso de atención optimizado y elaborar una guía a utilizando las 5-s para tener un mejor control de recursos
	Las entregas de los productos no tienen la presentación adecuada	Medición y estandarización de la calidad de atención	Elaborar protocolo de atención al cliente y evaluaciones para controlar los procesos.

3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Encuesta

La encuesta es un procedimiento de recolectar datos que se obtienen por medio de preguntas que se establecen para la obtención de datos, no se establecen diálogos con el entrevistado por lo general las encuestas deben ser prácticas y de una sola aplicación (Carhuancho, Nolazco, Sicheri, Guerrero, Casana, 2019) esta técnica de compilación de datos será lo primordial para llevar a cabo el estudio puesto que al hacer las encuestas se obtendrá datos reales y actuales, así mismo el análisis documental interpreta las causas para plantear nuevas soluciones.

Entrevista

La técnica de entrevista se realiza por medio de preguntas abiertas logrando diálogos y expansión de opiniones en relación a un tema, así mismo esta técnica considera a mantener una comunicación fluida con personas que son parte de la investigación (Hernández Sampieri, 2014; Bernal 2010) la utilidad de esta técnica en la investigación aporta al estudio en entrevistar a los involucrados para conocer su posición frente al problema a fin de obtener información para su respectivo análisis.

3.5.1 Descripción de instrumentos

El cuestionario es un formato que contiene preguntas cerradas cada una con sus respectivas escalas, que el encuestado debe responder, cabe destacar que no existen buenas y malas respuestas para este tipo de herramienta, porque todo es importante para la investigación (Carhuancho, Nolazco, Sicheri, Guerrero, Casana, 2019) la utilidad del cuestionario en la investigación proporcionará datos obtenidos a través de las preguntas planteadas por el investigador que a su vez serán evaluadas

3.5.2 Validación

La validez del instrumento establece medir y comparar los resultados con los de otros criterios externos y se efectuó el mismo resultado así mismo el instrumento es válido cuando lo que se desea medir genera confiabilidad y esta es aplicada de forma repetida al mismo universo, y por lo general se aproxima a las mismas respuestas (Hernández, 2014; Ospino, 2004) la utilidad de la validez del instrumento genera a la investigación confiabilidad en los resultados que se genere en el estudio.

3.5.3 Confiabilidad

La confiabilidad se refiere a la transparencia y solidez de opiniones obtenidas de los instrumentos donde las respuestas son estables independientemente de quien lo esté usando y el tiempo examinan en distintas ocasiones con los mismos cuestionarios en distintas ocasiones (Bernal, 2010) la utilidad de la confiabilidad del instrumento en la investigación aporta a su veracidad confiabilidad a fin de ser utilizadas por otros estudios.

3.6 Procesamiento y análisis de datos

Excel

es un programa que permite administrar y ejecutar información, es un instrumento que analiza y administra datos para la toma de decisiones, de igual manera, SPSS es un software estadístico que puede realizar fácilmente análisis estadísticos de datos con gráficos de manera de explicar que se pueda explicar de forma eficaz (Padin,2007; Henry,2006) la utilidad del Excel y SPSS aportará a la investigación en el procesamiento de los datos que se obtuvieron durante el estudio.

Atlas TI

ofrece una de las herramientas que desarrolla específicamente el estudio de información cualitativo provenientes de una encuesta realizada con el fin de mostrar lo recopilado con preguntas abiertas, el programa desarrolla la segmentación de datos para levantar la información y relacionarlo con opiniones, posiciones y así mismo codificar datos para su evaluación (Vasilachis. 2019; Sampieri, 2014).

La triangulación

es la profundización de la persuasión utiliza diferentes enfoques metodológicos proporcionando con solidez los resultados científicos, ATLAS TI sustenta la construcción de las redes y teorías conceptuales en base a la codificación y apoya a la interpretación de datos cuantitativos (Galeano,2004; Hernández, 2014) la utilidad del ATLAS TI aporta a la investigación en ordenar y procesar la información recopilada y la recopilación y la triangulación mezclan los métodos para contrastar los datos recolectados de forma cuantitativa o cualitativa.

3.7 Aspectos éticos

Esta investigación se realizará al estilo de la sexta edición de APA, pues el autor será diferente a lo que se encuentre (libros, revistas, reportajes y artículos) las muestras evaluadas son originales, datos legales y son reales no hay registro falso.

CAPÍTULO IV: PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

4.1 Descripción de resultados cuantitativos

Tabla 3

Frecuencias y porcentajes de los ítems correspondientes a la subcategoría servicio.

Ítems	Casi nunca				Casi siempre				Siempre		
	Nunca		nunca		A veces		siempre		Siempre		
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
1. ¿El personal de la farmacia que lo atendió, le inspiró confianza?	2.50	1			1		1	30.00	2	62.50	
	1	%		2.50%		2.50%	2	%	5	%	
2. ¿En términos generales las veces que fue atendida por el personal de farmacia, la atención fue la adecuada?	2	5.00	4	10.00	2		1	25.00	2	65.00	
		%		%		5.00%	0	%	6	%	
3. ¿Usted volvería a comprar a la farmacia por el trato que le brindaron?	0	0.00	2		1		8	20.00	2	72.50	
		%		5.00%		2.50%		%	9	%	
4. ¿La atención que recibió por parte del técnico encargado fue rápida y óptima?	3	7.50	4	10.00		4	10.00	1	32.50	1	40.00
		%		%		%	3	%	6	%	
5. Considerando su experiencia, ¿Qué tan probable es que nos recomiendes a un familiar o amigo?	1	2.50	0		6	15.00	1	37.50	2	60.00	
		%		0.00%	0	%	5	%	4	%	
6. ¿Qué tan satisfecho está con la calidad de la atención que recibió de nuestro personal de farmacia?	1	2.50	4	10.00	1	37.50	1	45.00	2	55.00	
		%		%	5	%	8	%	2	%	

Fuente: Instrumento cuestionario

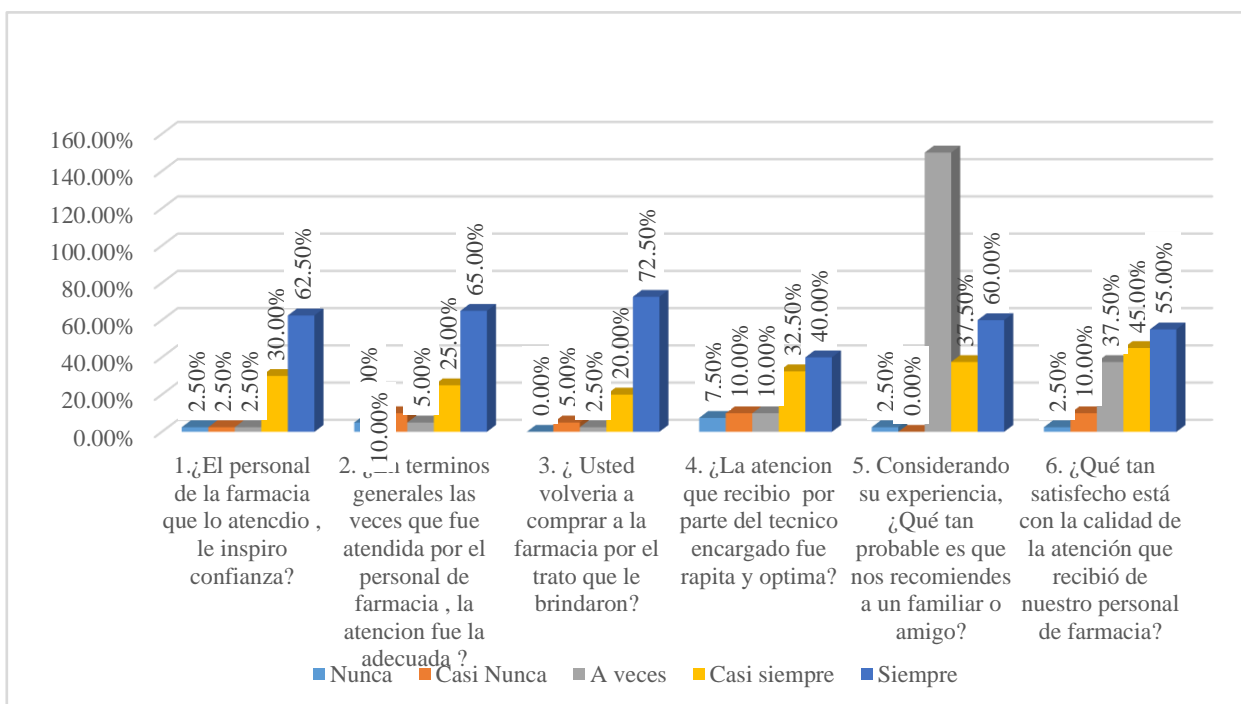


Figura 1. Frecuencias y porcentajes de los ítems correspondientes a la subcategoría de servicio.

Con respecto a la tabla 3 y la figura 1, las preguntas y respuestas de esta subcategoría se expresan a continuación: Con respecto a la pregunta 1: ¿El personal de la farmacia que lo atendió, le inspiró confianza? un importante 30% casi siempre y un 62.50 % que siempre indican que les inspira confianza la técnica que los atiende. La pregunta 2: ¿En términos generales las veces que fue atendida por el personal de farmacia, la atención fue la adecuada? Se manifestó un importante 25% que casi siempre y un 65% siempre han recibido la atención adecuada las veces que han sido atendidos. La pregunta 3: ¿Usted volvería a comprar a la farmacia por el trato que le brindaron?; un considerable 20% indican casi siempre y 72.50% indican que siempre vuelven a comprar por el trato que recibieron. La pregunta 4: ¿La atención que recibió por parte del personal de farmacia encargado fue rápida y óptima? El 32.5 % casi siempre y 40 % indican que siempre reciben una atención rápida y óptima por parte de los técnicos encargados. Con respecto a la pregunta 5: Considerando su experiencia, ¿Qué tan probable es que nos recomiendes a un familiar o amigo?; el 60% siempre y el 37.5% indican que a veces recomiendan a sus familiares según su experiencia al realizar su compra. Finalmente, en relación a la pregunta 6: ¿Qué tan satisfecho está con la calidad de la atención que recibió de nuestro

personal de farmacia?, el 55% de los encuestados manifiestan que siempre están satisfechos por la atención recibida por parte del personal técnico encargado.

Tabla 4

Frecuencias y porcentajes de los ítems correspondientes a la subcategoría Calidad de trato.

Ítems	Nunca		Casi nunca		A veces		Casi siempre		Siempre	
	F	%	f	%	f	%	f	%	F	%
7. ¿El personal de farmacia le orientó y explicó de manera clara y adecuada?	0	0.00%	5	12.50%	7	17.50%	11	27.50%	24	60.00%
8. ¿El personal de farmacia resuelve sus dudas y consultas sobre su medicación?	0	0.00%	3	7.50%	7	17.50%	16	40.00%	11	27.50%
9. ¿El personal de farmacia que le atendió lo trató con amabilidad, respeto y paciencia?	1	2.50%	6	15.00%	4	10.00%	15	37.50%	21	52.50%
10. ¿Se respetó su privacidad durante su atención?	2	5.00%	1	2.50%	4	10.00%	13	32.50%	20	50.00%
11. ¿Usted ha comprendido la explicación del personal de la farmacia?	0	0.00%	3	7.50%	4	10.00%	16	40.00%	13	32.50%
12. ¿El personal de farmacia que le atendió mostró interés en solucionar sus problemas de salud?	0	0.00%	1	2.50%	6	15.00%	15	37.50%	18	45.00%

Fuente: Instrumento cuestionario

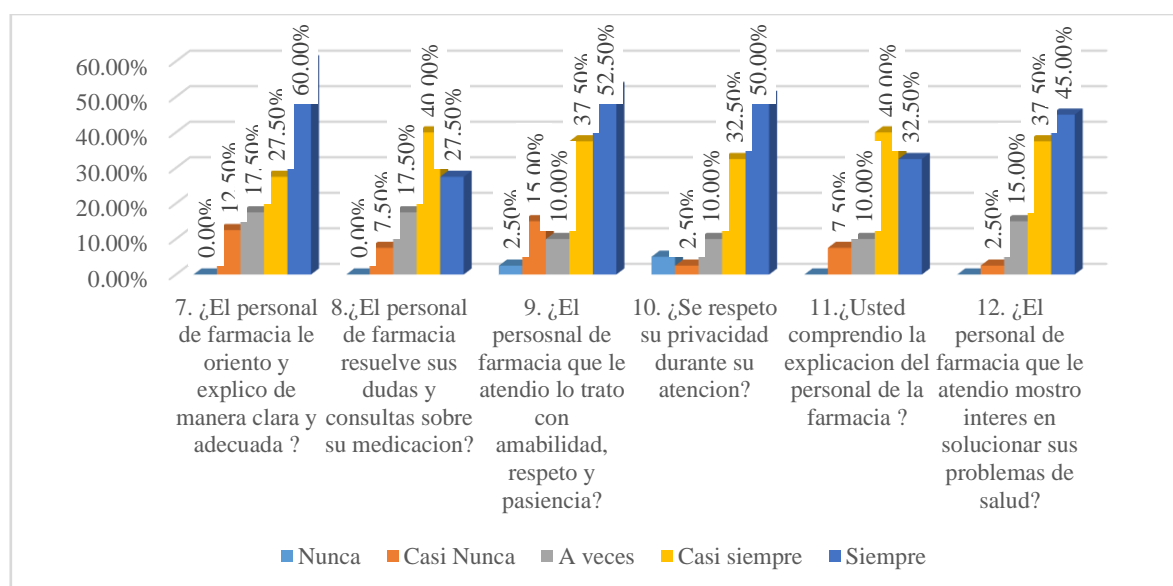


Figura 2. Frecuencias y porcentajes de los ítems correspondientes a la sub Calidad de servicio. Con respecto a la tabla 4 y la figura 3, las preguntas y respuestas que se pueden interpretar de esta subcategoría se expresan a continuación: Con la pregunta 7: ¿El personal de farmacia le

orientó y explicó de manera clara y adecuada? un importante 27.50% casi siempre y un 60 % que siempre recibieron la información de manera clara. La pregunta 8: ¿El personal de farmacia resuelve sus dudas y consultas sobre su medicación? Se manifestó el 27.50% siempre y 40% que casi siempre el técnico encargado resuelve sus dudas en base a sus consultas. La pregunta 9: ¿El personal de farmacia que le atendió lo trató con amabilidad, respeto y paciencia?; un considerable 37.50% indican casi siempre y 52.50% indican que siempre vuelven a comprar por el trato que recibieron. La pregunta 10. ¿Se respetó su privacidad durante su atención? El 32.5 % indican que casi siempre y 50 % indican que siempre reciben una atención rápida y óptima por parte de los técnicos encargados. Con respecto a la pregunta 11. ¿Usted ha comprendido la explicación del personal de la farmacia?; el 35.50% indican que a veces y el 50% siempre recomiendan a sus familiares según su experiencia al realizar su compra. Finalmente, en relación a la pregunta 12. ¿El personal de farmacia que le atendió mostró interés en solucionar sus problemas de salud?, el 50% de los encuestados manifiestan que siempre están satisfechos por la atención recibida por parte del personal técnico encargado.

Tabla5

Frecuencias y porcentajes de los ítems correspondientes a la sub Satisfacción de personal.

Ítems	Nunca		Casi nunca		A veces		Casi siempre		Siempre	
	f	%	f	%	F	%	f	%	f	%
13. ¿El personal de farmacia está correctamente uniformado e identificado?	1	%	0	0.00%	10	%	7	17.50%	32	%
14. ¿Cómo calificaría al personal de la farmacia que lo atendió?	1	%	2	5.00%	5	%	14	35.00%	21	%
15. ¿El personal de farmacia orienta a los usuarios el uso adecuado de los medicamentos?	0	0.00%	3	7.50%	10	25.00%	16	40.00%	11	27.50%
16. ¿El personal de farmacia se encuentra debidamente capacitado?	0	0.00%	1	2.50%	3	7.50%	13	32.50%	23	57.50%
17. ¿El personal de farmacia mantiene una buena comunicación a la hora de atenderlo?	1	2.50%	3	7.50%	0	0.00%	18	45.00%	19	47.50%
18. ¿El personal de farmacia se siente seguro al momento de atenderlo?	1	2.50%	2	5.00%	0	0.00%	15	37.50%	22	55.00%

Fuente: Instrumento cuestionario

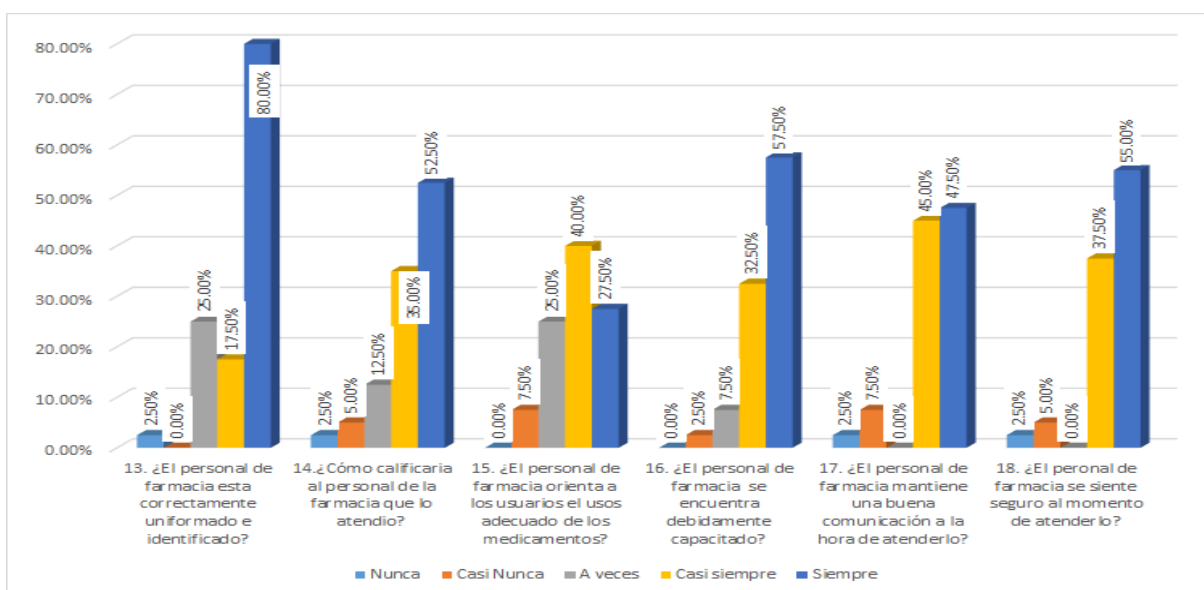


Figura 3. Frecuencias y porcentajes de los ítems correspondientes a la sub Calidad de Satisfacción de personal.

Con respecto a la tabla 5 y a la figura 3 realizadas las encuestas, las preguntas y respuestas que se pueden interpretar de esta subcategoría se expresa a continuación: Con respecto a la pregunta 13: ¿El personal de farmacia está correctamente uniformado e identificado?; un importante 25% a veces y un 80% que siempre indican que les inspira confianza la técnica que los atiende. La pregunta 14: ¿Cómo calificaría al personal de la farmacia que lo atendió? Se manifestó un importante 35% que casi siempre y un 52.50% siempre han recibido la atención adecuada las veces que han sido atendidos. La pregunta 15: ¿El personal de farmacia orienta a los usuarios el uso adecuado de los medicamentos?; 27.50% indican siempre y 40% casi siempre vuelven a comprar por el trato que recibieron. La pregunta 16: ¿El personal de farmacia se encuentra debidamente capacitado? El 32.5% indican que casi siempre y 40% indican que siempre reciben una atención rápida y óptima por parte de los técnicos encargados. Con respecto a la pregunta 17: 17. ¿El personal de farmacia mantiene una buena comunicación a la hora de atenderlo?; el 37.5% indican casi siempre y 47.50% el técnico encargado mantiene una buena comunicación a la hora de atenderlos. Finalmente, en relación a la pregunta 18: ¿El personal de farmacia se siente seguro al momento de atenderlo?, el 55% de los encuestados manifiestan que siempre se sienten seguros al momento de atender al cliente

Tabla 6

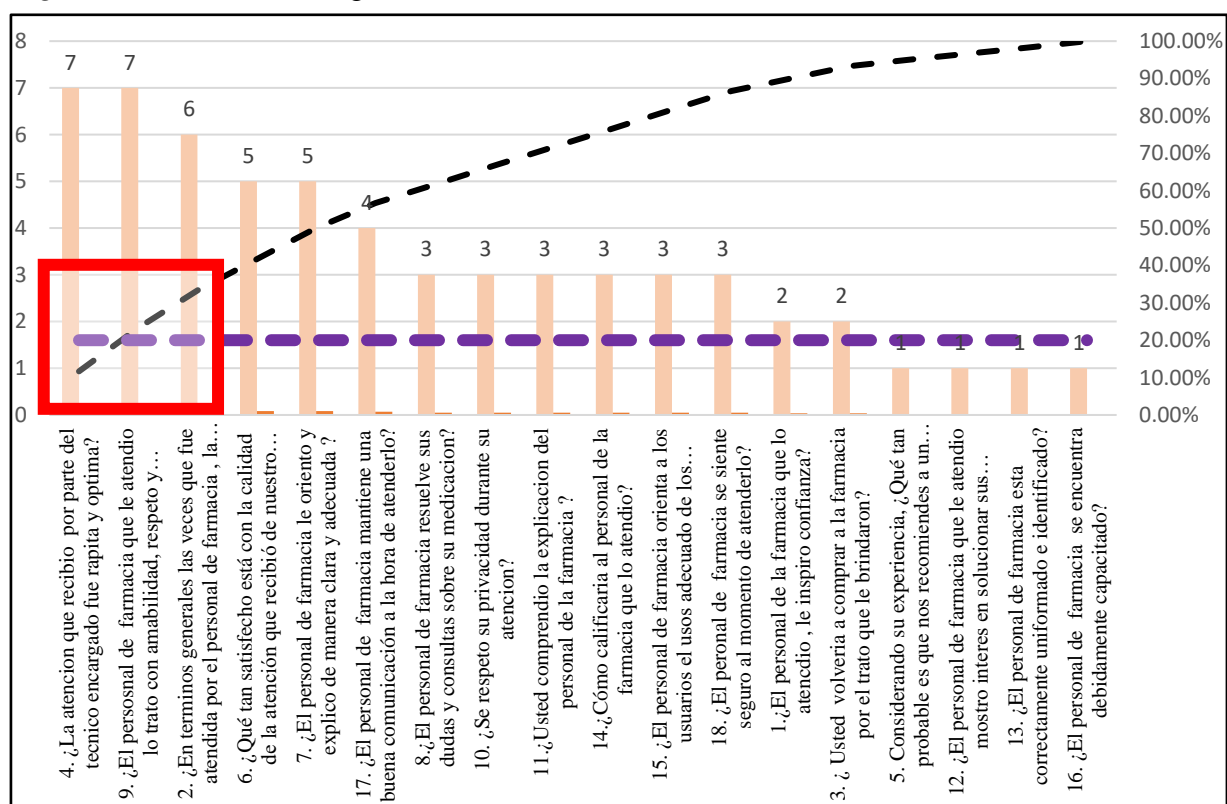
Pareto de la categoría Calidad de servicio.

Ítems	Puntaje	%	Acumulativo	20.00%
4. ¿La atención que recibió por parte del técnico encargado fue rápida y optima?	7	11.67%	11.67%	20%
9. ¿El personal de farmacia que le atendió lo trató con amabilidad, respeto y paciencia?	7	11.67%	23.33%	20%
2. ¿En términos generales las veces que fue atendida por el personal de farmacia, la atención fue la adecuada?	6	10.00%	33.33%	20%
6. ¿Qué tan satisfecho está con la calidad de la atención que recibió de nuestro personal de farmacia?	5	8.33%	41.67%	20%
7. ¿El personal de farmacia le orientó y explicó de manera clara y adecuada?	5	8.33%	50.00%	20%
17. ¿El personal de farmacia mantiene una buena comunicación a la hora de atenderlo?	4	6.67%	56.67%	20%
8. ¿El personal de farmacia resuelve sus dudas y consultas sobre su medicación?	3	5.00%	61.67%	20%
10. ¿Se respetó su privacidad durante su atención?	3	5.00%	66.67%	20%
11. ¿Usted comprendió la explicación del personal de la farmacia?	3	5.00%	71.67%	20%
14. ¿Cómo calificaría al personal de la farmacia que lo atendió?	3	5.00%	76.67%	20%
15. ¿El personal de farmacia orienta a los usuarios el uso adecuado de los medicamentos?	3	5.00%	81.67%	20%
18. ¿El personal de farmacia se siente seguro al momento de atenderlo?	3	5.00%	86.67%	20%
1. ¿El personal de la farmacia que lo atendió, le inspiró confianza?	2	3.33%	90.00%	20%
3. ¿Usted volvería a comprar a la farmacia por el trato que le brindaron?	2	3.57%	93.33%	20%
5. Considerando su experiencia, ¿Qué tan probable es que nos recomiendes a un familiar o amigo?	1	1.67%	95.00%	20%
12. ¿El personal de farmacia que le atendió mostró interés en solucionar sus problemas de salud?	1	1.67%	96.67%	20%
13. ¿El personal de farmacia está correctamente uniformado e identificado?	1	1.67%	98.33%	20%
16. ¿El personal de farmacia se encuentra debidamente capacitado?	1	1.67%	100.00%	20%

Fuente: Instrumento cuestionario

Según la tabla 6, el análisis realizado al instrumento cuantitativo en el programa Microsoft Excel, se obtuvo 3 preguntas críticas que influyen en la calidad de servicio estas se están debajo o igual del 20% por lo tanto se considera las siguientes: 4: ¿La atención que recibió por parte del técnico encargado fue rápida y óptima? según el análisis de Pareto que esta pregunta está por debajo del 20% contando con un 11,67% de punto crítico en base al 20%; siendo así que la atención que recibieron los clientes no fue rápida y óptimas generando el malestar e incomodidad entre los usuarios La otra segunda pregunta crítica con una 11.67% 9. ¿El personal de farmacia que le atendió lo trató con amabilidad, respeto y paciencia?; esto resulta que los a clientes manifiestan que no son tratados de una forma amable esto afecta en gran parte porque no solo se pierden clientes si no que dejan mal visto a la farmacia, la tercera pregunta que también se ha considerado como crítica es ¿En términos generales las veces que fue atendida por el personal de farmacia, la atención fue la adecuada? Donde hace referencia en la mayoría de las veces que un cliente llega a la farmacia es atendido de una forma incorrecta y los clientes se sienten insatisfechos con el servicio por lo que deciden ir a otra farmacia.

Figura 4. Pareto de la categoría Calidad de servicio



puedan realizar sus labores de una forma tranquila. En efecto, el deseo de compra se desarrolla de una manera muy lenta ya que los indicadores antes mostrados tienen un impacto hacia el cliente al momento de decidir comprar en el establecimiento y realizar una compra.

Subcategoría 02 Calidad de trato

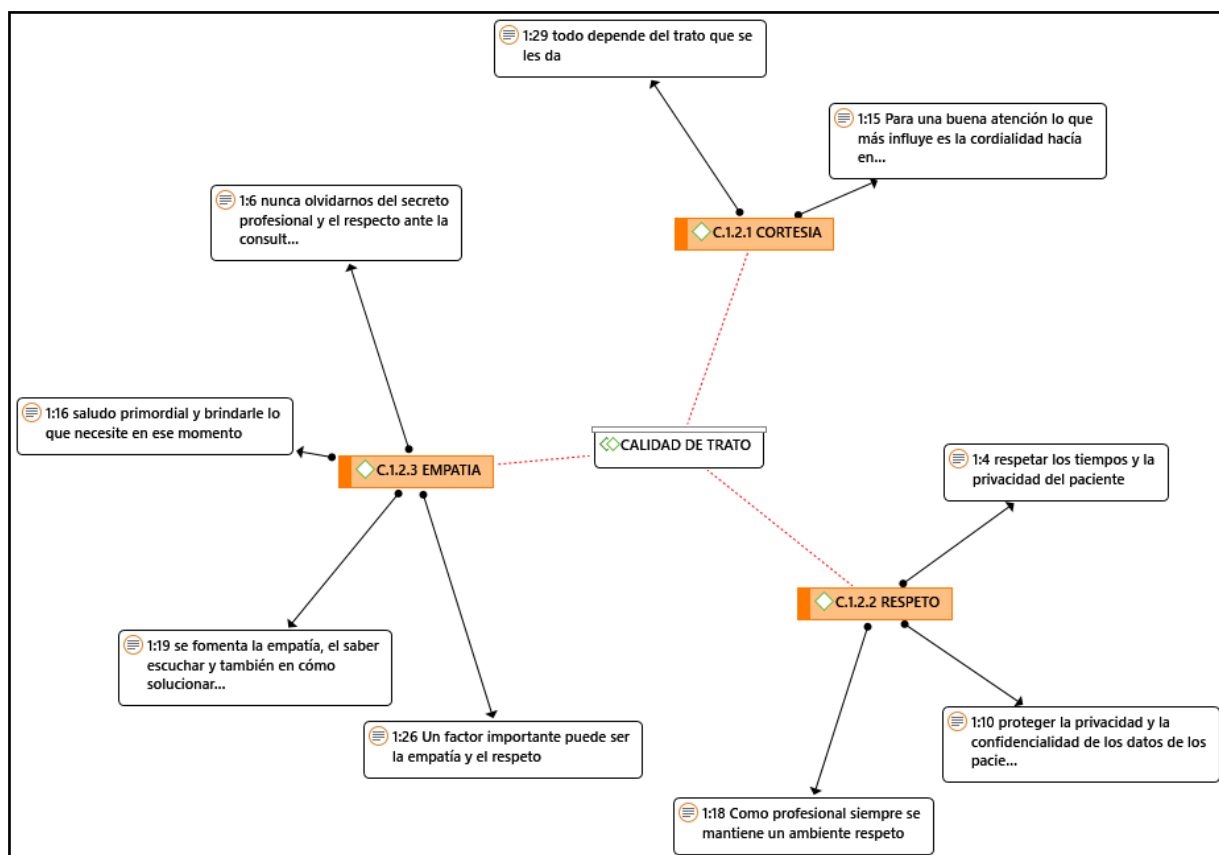


Figura 6. Análisis cualitativo de la subcategoría calidad de trato.

Según la figura 6, la calidad de trato se respalda en indicadores como son respeto, empatía y cortesía. Con respecto al respeto, en la farmacia se fomenta muy poco el respeto entre cliente y trabajadores en algunos casos respetando la privacidad y confidencialidad de los pacientes al momento de realizar la consulta así mismo los tiempos de atención con cada cliente no se realizan adecuadamente y estas evitan molestias y quejas de los clientes y recurren a la competencia. Así mismo en cuanto al indicador de la empatía la empatía, los técnicos encargados aunque mucho de ellos sin experiencia en atención al cliente se les brinda una charla de cómo se debe reaccionar ante un problema teniendo siempre en cuenta el respeto no es muy frecuente pero se trata de fomentar ese valor, esta es brindada por la dueña quien pasa el mayor

tiempo en el establecimiento, el saber el escuchar y tener una comunicación adecuada para conocer sus consultas que se fomentan diariamente con el personal técnico, en cómo saludar y dar la bienvenida a los cliente respetando su privacidad. En cuando al indicador de cortesía, algunos técnicos tienen el problema a no ser amables en ciertos casos, en cuanto llega un cliente difícil que por lo general no es muy frecuente, y que en la mayoría de los casos recurren a la intervención de la dueña en su mayoría se busca que brinden un trato especial y único con cada cliente.

Subcategoría 03 Satisfacción del personal

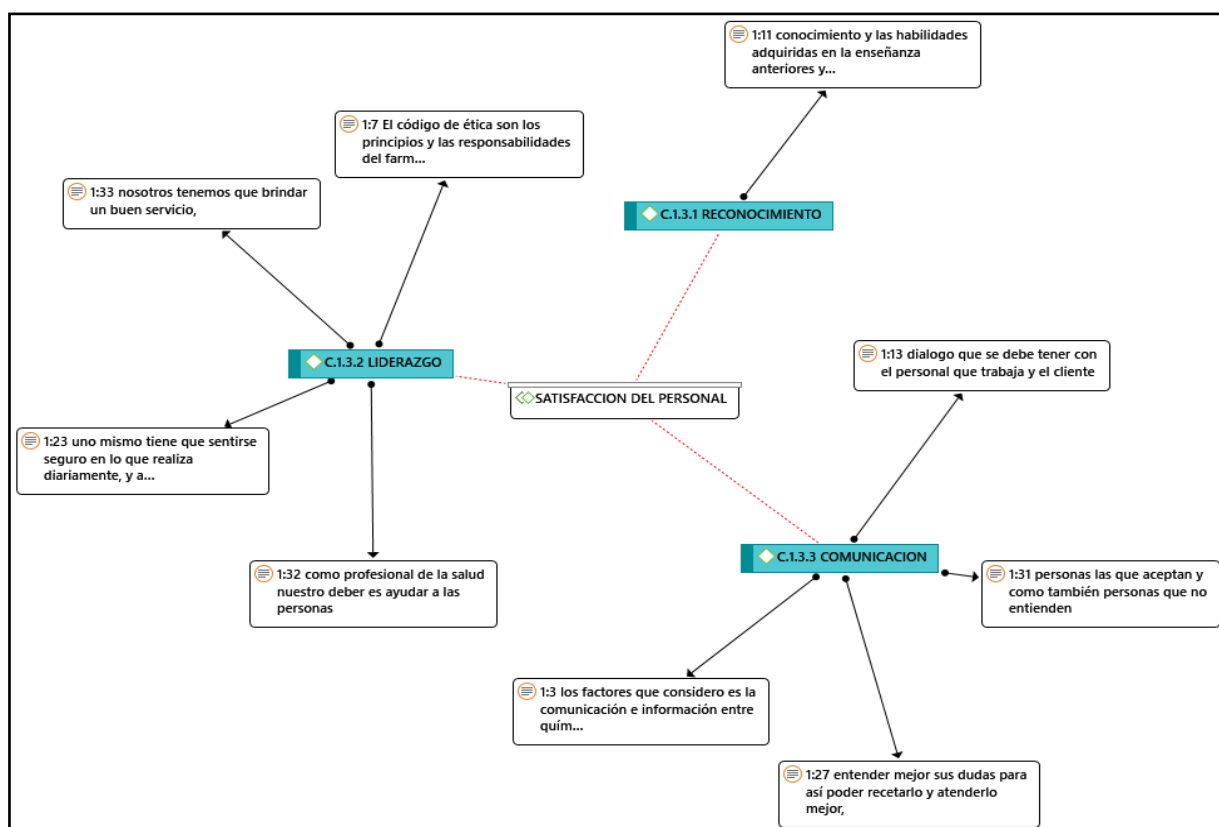
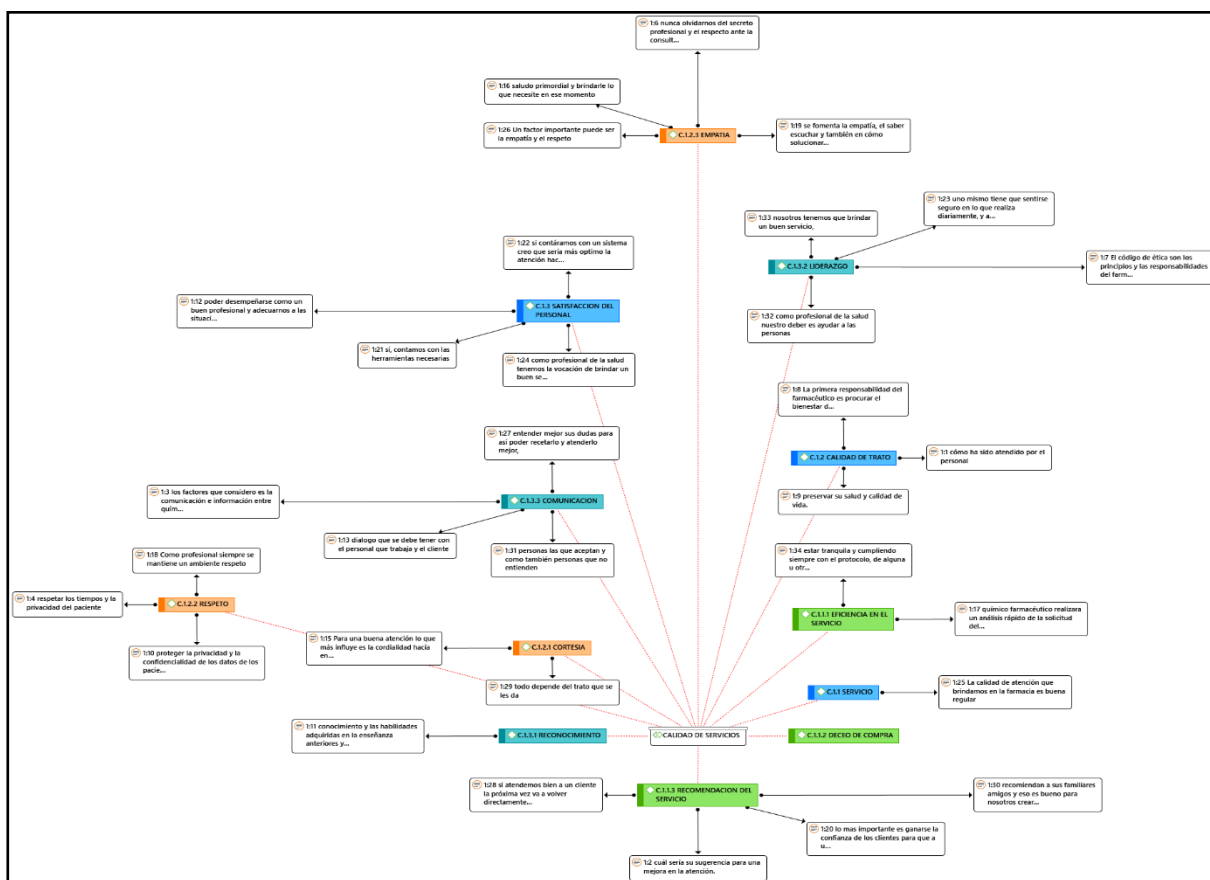


Figura 7. Análisis cualitativo de la sub categoría satisfacción del personal.

En referencia a la figura 7, la satisfacción del personal se respalda en indicadores como la comunicación, liderazgo y el reconocimiento. Con respecto a la comunicación, entre el personal técnico y la dueña tiene una comunicación profesional y de confianza para escuchar sus experiencias, recomendaciones, o situaciones que ocurren día a día, así mismo ocurre con la atención que se le brinda a cada cliente se les brinda una breve capacitación según su experiencia laboral de atención al cliente para tener un buen servicio y que el cliente se sienta en confianza.

Por otra parte, el liderazgo de cada trabajador se ve reflejada en la seguridad y de cómo resuelven los problemas de forma profesional teniendo presente el código de ética profesional manteniendo una postura de confianza hacia los clientes, se ha observado situaciones que al principio no pudieron sobrellevarlos y esto ha causado algunos inconvenientes por ello la dueña siempre esté presente par a evitar estas situaciones incómodas. finalmente, en la subcategoría reconocimiento, los técnicos se sienten agradecidos de contar con la experiencia que se realiza a diario dentro de la farmacia así mismo eso le brinda nuevos conocimientos y habilidades que fortalecen sus capacidades en tanto profesionales como personales, de alguna u otra manera la dueña les brinda un reconocimiento por su esfuerzo y dedicación siempre tomando en cuenta las ventas y recomendaciones de los clientes.

Figura 8. Análisis mixto de la categoría Calidad de servicio



4.3 Diagnóstico mixto

En la presente red figura 8, la calidad de servicio de la empresa farmacéutico se observó algunas dificultades dentro de la calidad de servicio de la empresa farmacéutica. en la triangulación cuantitativo y cualitativo, es muy importante poder diagnosticar la calidad de servicio, el 30% de los encuestados indican que casi siempre el personal técnico que les atendió les brinda confianza al momento de comprar un producto; otro 25% precisaron que la atención por el personal que lo atendió no fue la adecuada y que generaron que el cliente visite otras farmacias del lugar, un 20 % manifestó que no volverían a compra a la farmacia por el trato que recibieron por parte de los técnicos encargados , esto genera pérdida de clientes en un corto y largo plazo , mientras el 32.5% se sienten insatisfechos porque la atención no es de manera rápida y óptima y esto genera el malestar entre los clientes el esperar su turno de atención, además el 37.5% manifiesta que no recomendaría a la farmacia a sus amigos y familiares considerando su experiencia. Esto ratifica que la calidad de servicio cuenta con pequeñas dificultades a la hora de atender a los clientes por parte de los técnicos encargados la poca experiencia y el manejo en solucionar los problemas y optimizar el servicio afectan directamente a la empresa, dado que el 45% no se sintieron satisfechos por la atención que recibieron por parte del personal

En cuanto a la subcategoría calidad de trato, es uno de los pilares que más consideración se debe tener en cuenta. El 17.5% y 27.5% de los clientes manifestaron que no les brindan una orientación con respecto a sus consultas de forma clara y adecuada, por ello al ser observado se propone a realizar charlas u orientaciones por parte de la dueña en cómo atender de manera óptima y segura, así mismo el 40% de los clientes manifiestan que no todas sus dudas son resueltas en cuanto a su medicación u otras consultas, mientras tanto el 37.50% no se sientes cómodos con el trato que recibieron por parte del personal técnico en cuanto a la amabilidad respeto y paciencia , valores fundamentales para llevar a cabo una buena experiencia al cliente, 32.5% de los clientes expresan que a veces se incumplen la privacidad durante su atención , dejando así que 40% no comprende la explicación por parte del técnico que les atiende y el 37.5% indicaron que el personal no muestra interés en cuanto a solucionar sus problemas y dudas. Esto demuestra que ocurren deficiencias a la hora de tratar a los clientes de forma correcta por ello se debe realizar capacitaciones para el personal en cuanto al trato al

cliente, ya que por inexperiencia e inicios de labores profesionales estos se realizan de forma precaria y las orientaciones que les brinda la dueña no llegan a ser suficiente por ellos se presentan estas deficiencias que a un largo plazo puedan llegar a ser críticos para la empresa.

Por último la subcategoría de satisfacción al cliente, revelaron que el 25% del personal no se encuentra debidamente uniformado e identificado por ello el 35% califica que el personal que lo atención no fue adecuada, por ello la falta de la preocupación por parte de la dueña hace que se demuestran estas dificultades, 32% de los usuarios indicaron que en el personal no se encuentra capacitado, esto se manifiesta porque los que ingresan a laborar en su mayoría son practicantes sin experiencia quienes buscan hacer sus prácticas en pequeñas farmacias. Esto demostró una vez más la deficiencia que resalta la poca experiencia por parte de los técnicos resulta que no se lleve a cabo una adecuada atención tanto así que la comunicación no llega a ser fluida con los clientes y esto se demostró con un 45% de los usuarios quienes calificaron de que no generan una adecuada comunicación a la hora de atenderlos, ocasionado pérdidas de clientes y menos recomendaciones por parte de los clientes, por lo que se debería tener más encuentra a la otra de contratar el personal y capacitarlos ante la calidad de atención al cliente y orientarlos en el mundo laboral.

4.4 Propuesta

4.4.1 Priorización de los problemas

De acuerdo al diagnóstico y análisis de las encuestas realizadas a los clientes y las entrevistas realizadas a los trabajadores que participan en los procesos de la farmacia, se observaron los siguientes problemas: primero, la demora en la atención por parte de los técnicos encargados de la farmacia, esto es debido a la lentitud en los procesos de atención que refleja la farmacia, en horarios de gran afluencia de clientes se generan colas y la atención es lenta al mismo tiempo genera una mala expectativa y experiencia con cada cliente que ingresa, por el malestar que existe optan por ir a otras farmacias cerca al lugar.

Así mismo como segundo problema se encontró deficiencia en el trato a los clientes por parte del técnicos encargados, cabe resaltar que los técnicos son practicantes y por su poca experiencia en la atención del cliente es mínima, porque al momento de ingresar a laborar la capacitación que reciben es precaria que solo se realiza una sola vez, ante esto se observa las

deficiencias a la hora de atender a los clientes , no mostrar empatía y saber manejar una buena comunicación la hora de la atención a lo que el cliente se lleva una mala experiencia.

Finalmente se observó que la farmacia no brinda una presentación final a sus productos, las bolsas las que se entregan las medicinas no son las adecuadas y cuando un cliente lleva más de un producto tiene que utilizar otros empaques y en muy poca veces no se entregan completos las medicinas o se confunden de laboratorio y entregan otra medicina que no es y esta es porque los técnicos no guardan en el lugar indicado los medicamentos cuando ya los agarraron las cajas de medicina para vender y los ponen en otro lugar los productos, esto crea una desorden y confusión.

4.4.2 Consolidación del problema

Para describir y determinar el problema de acuerdo con el carácter estratégico de la calidad de servicio presentado en la farmacia, se procedió a determinar la categoría de solución basadas de acuerdo a la priorización de los problemas encontrados en el diagrama Pareto y el y el análisis del reporte del Atlas TI. En donde surgieron los siguientes problemas: demora en la atención por parte de los técnicos en el proceso de atención que tiene la farmacia, lo cual genera la incomodidad de los clientes tener que esperar mucho tiempo para comprar un producto, a lo que se suma las deficiencias en el trato que perciben los clientes por parte de los técnicos, y finalmente, la presentación final de los productos no son los adecuados y generan un mala expectativa y experiencia en cada cliente. Presentado así la categoría solución de implementar un modelo de calidad basada en un plan de acción del ciclo Deming.

4.4.3 Fundamentos de la propuesta

El estudio evalúa la optimización de los procesos que accedan a mejorar la calidad de servicio, puesto que la información será veraz utilizándose como un medio para la toma de decisiones, lo cual también ayudará a controlar efectivamente el tiempo y la comunicación para así generar beneficios en cuanto al servicio.

Según Lyonert (1989), considera la calidad total como la máxima prioridad competitividad futura en el mercado global, piense la alta dirección es absolutamente necesaria; demuestra la gestión de la calidad ahorra dinero y establece que la calidad es la dirección, más que la responsabilidad de los trabajadores, enfatiza la necesidad mejorar y reconocer

continuamente la importancia de los clientes y los clientes. Estrecha relación entre la dirección y los trabajadores, y reconocer la necesidad de cambiar la cultura organizacional y las dificultades asociadas a ella. cambio. La empresa debe comprender primero la naturaleza y las diferencias de cada producto luego, desarrolle un método de gestión de la calidad a su medida organización, cualquier método debe incluir metas y tareas responsabilidades, sistema de indicadores y descripción del proyecto herramientas utilizadas, estilo de gestión a describir estrategia de uso e implementación.

Según Vértice (2008), expone que las características del servicio es un factor esencial para construir y comprender la calidad, la estructura del servicio como reparación guía de comprensión el servicio se convierte una herramienta adicional entiende el desarrollo al momento de evaluar la percepción de la calidad del servicio el concepto más amplio se pone especial énfasis para reconocer la percepción de la calidad del servicio y su modelo es una buena alternativa a la gestión de organizaciones, la motivación del cliente es un factor que determina la calidad del servicio, pues se suele encontrar que las empresas intentan juzgar la motivación del cliente sin apoyarse en la investigación, y no les importa la motivación real de compra; solo se enfocan en los aspectos técnicos del producto y su desempeño, estableciendo así una deficiencia de calidad estrategia de servicio. La mejor manera de obtener beneficios es definir las necesidades de los consumidores y satisfacer sus necesidades, y tratar de ser más eficientes que los competidores en la creación y aportación de valor para el mercado objetivo.

Así mismo Carlzon (1991), considera que el viaje del cliente no se vea interrumpida y que el momento de la verdad, no significa necesariamente la interacción interpersonal entre el trabajador y el cliente, la imagen de la empresa y del empleado y cualquier elemento de la entidad en contacto con el cliente también corresponde a un aspecto importante a considerar. Esta "interacción" del cliente se posiciona como el centro del servicio porque el cliente desconoce la estrategia, proceso. Los colaboradores de primera línea deben recibir la formación adecuada para que puedan responder de forma rápida y cortésmente a las necesidades específicas de cada cliente, asignar responsabilidades, de esta manera maximizar los momentos críticos, aumentando así exponencialmente el número de clientes felices y satisfechos, por tanto, aseguran una enorme ventaja.

4.4.4 Categoría solución (conceptualización)

El ciclo Deming o conocido como PHVA es un método de gestión de la calidad que permite la implementación de estrategias de mejora continua en la empresa, promoviendo así la resolución de problemas estructurada y sistemática. El procedimiento consta de cuatro etapas básicas: planificar, hacer, verificar, actuar; por lo que también se le denomina ciclo PHVA, esta solución tiene como primera instancia diagnosticar y planificar los puntos críticos que afecten la calidad de atención, así mismo rediseñar el actual proceso optimizar los procesos y la ejecución de las acciones planificadas con la participación de todos los que forman parte de la organización para incluir capacitaciones y entrenamientos en base a la calidad de servicio y por último, se debe estandarizar la calidad de atención para realizar evaluaciones con la medición del modelo implementado

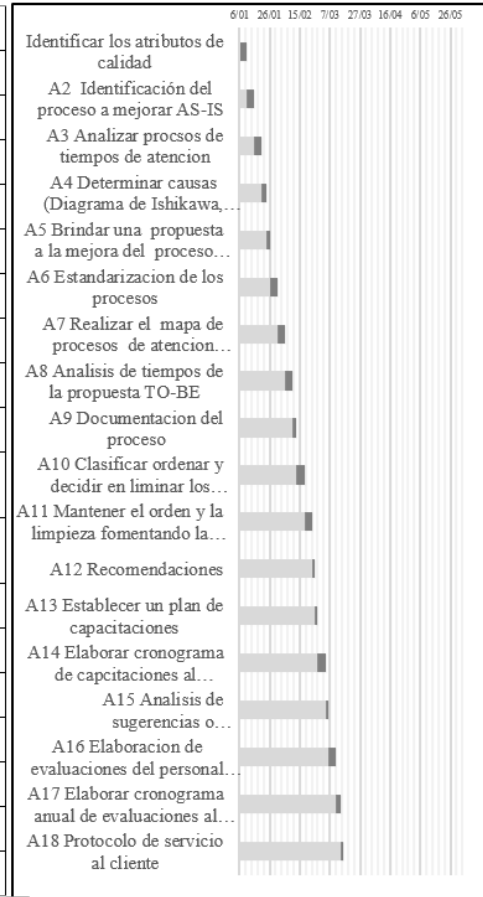
4.4.5 Direccionalidad de la propuesta

Objetivo	Estrategia	Táctica	KPI
Objetivo 1. Planificar la calidad de atención	Estrategia 1. Diagnosticar los puntos críticos que afectan a la calidad de atención para diseñar los procesos de mejora	Táctica 1. Diagnóstico del proceso AS-IS	KPI 1. Nivel de satisfacción clientes satisfechos / Clientes encuestados
		Táctica 2. Herramientas de calidad (Ishikawa y Pareto)	KPI 2. Causas a mejorar/ Total de causas identificadas
Objetivo 2. Ejecución de las acciones diseñadas en el planeamiento sobre la calidad de atención	Estrategia 2. Implementación de los procesos con la formación y entrenamiento de cada colaborador	Táctica 3. Uso de BPM con la herramienta Bizagi TO-BE	KPI 3. Diferencia de tiempo actual / Tiempo propuesto
		Táctica 4. Método de mejora continua con el método de las 5s de kaizen	KPI 4. Tiempo total de atenciones / Total de atendidas
Objetivo 3. Medición y estandarización de la calidad de atención	Estrategia 3. Evaluaciones de la calidad de atención	Táctica 5. Diseñar evaluaciones	KPI 5. Aprendizaje / Resultado
		Táctica 6. Protocolo de atención	KPI 6. Índice de capacitaciones de los empleados

Cuadro 1 Matriz de tácticas, actividades y cronograma

4.4.6 Actividades y cronograma

ACTIVIDADES	Inicio	Dias	Fin	Responsable/s	presupuesto
A1. Identificar los atributos de calidad	6/01/2021	5	11/01/2021	a. Dueño /Personal Técnico /Q. F/Equipo de calidad	S/ 657.50
A2. Identificación del proceso a mejorar AS-IS	11/01/2021	5	16/01/2021	a. Dueño /Personal Técnico /Q. F/Equipo de calidad	S/ 621.00
A3. Analizar procesos de tiempos de atención	16/01/2021	5	21/01/2021	a. Dueño /Personal Técnico /Q. F/Equipo de calidad	S/ 621.00
A4. Determinar causas (Diagrama de Ishikawa, gráficos Pareto)	21/01/2021	3	24/01/2021	a. Dueño /Personal Técnico /Q. F/Equipo de calidad	S/ 392.50
A5. Brindar una propuesta a la mejora del proceso de atención	24/01/2021	5	29/01/2021	a. Dueño /Personal Técnico /Q. F/Equipo de calidad	S/ 622.50
A6 Estandarización de los procesos	29/01/2021	5	3/02/2021	a. Dueño /Personal Técnico /Q. F/Equipo de calidad	S/ 629.00
A7. Realizar el mapa de procesos de atención actual TO-BE	3/02/2021	5	8/02/2021	a. Dueño /Personal Técnico /Q. F/Equipo de calidad	S/ 425.00
A8. Análisis de tiempos de la propuesta TO-BE	8/02/2021	5	13/02/2021	a. Dueño /Personal Técnico /Q. F/Equipo de calidad	S/ 425.00
A9 Documentación del proceso de las 5-S de Kaizen	13/02/2021	3	16/02/2021	a. Dueño /Personal Técnico /Q. F/Equipo de calidad	S/ 255.00
A10. Clasificar, ordenar y decidir eliminar los despilfarros o desperdicios de la organización.	16/02/2021	5	21/02/2021	a. Dueño /Personal Técnico /Q. F/Equipo de calidad	S/ 425.00
A11. Mantener el orden y la limpieza fomentando la disciplina y autocontrol para una mejora continua	21/02/2021	8	1/03/2021	a. Dueño /Personal Técnico /Q. F/Equipo de calidad	S/ 425.00
A12 Recomendaciones	1/03/2021	4	5/03/2021	a. Dueño /Personal Técnico /Q. F/Equipo de calidad	S/ 170.00
A13. establecer un plan de capacitaciones	5/03/2021	3	8/03/2021	a. Dueño /Personal Técnico /Q. F/Equipo de calidad	S/ 291.00
A14. Elaborar cronograma de capacitaciones al personal técnico	8/03/2021	5	13/03/2021	a. Dueño /Personal Técnico /Q. F/Equipo de calidad	S/ 543.00
A15. análisis de sugerencias o recomendaciones respecto al servicio	13/03/2021	4	17/03/2021	a. Dueño /Personal Técnico /Q. F/Equipo de calidad	S/ 288.00
A16. Elaboración de evaluaciones	17/03/2021	7	24/03/2021	a. Dueño /Personal Técnico /Q. F/Equipo de calidad	S/ 291.00
A17 Elaborar cronograma anual de evaluaciones	24/03/2021	5	29/03/2021	a. Dueño /Personal Técnico /Q. F/Equipo de calidad	S/ 543.00
A18 Protocolo de servicio al cliente	29/03/2021	5	3/04/2021	a. Dueño /Personal Técnico /Q. F/Equipo de calidad	S/ 288.00



Cuadro 2: Matriz de actividades y cronograma

Desarrollo de la propuesta

Objetivo 1: Planificar la calidad de atención

Para el desarrollo del objetivo planteado se elaboró un plan con 6 actividades, el cual permitirá planificar y diagnosticar el estado en que se encuentra los procesos de atención logrando la mejora en la atención y así brindar un buen servicio de calidad, la propuesta se desarrollará según el siguiente cuadro:

N°	Actividades	Inicio	Días	Fin	Responsable/s
1	Identificar los atributos de calidad	6/01/2021	5	11/01/2021	a. Dueño b. Personal Técnico c. Q. F d. Equipo de calidad
2	Identificación del proceso a mejorar AS-IS	11/01/2021	5	16/01/2021	a. Dueño b. Personal Técnico c. Q. F d. Equipo de calidad
3	Analizar procesos de tiempos de atención	16/01/2021	5	21/01/2021	a. Dueño b. Personal Técnico c. Q. F d. Equipo de calidad
4	Determinar causas (Diagrama de Ishikawa, gráficos Pareto)	21/01/2021	3	24/01/2021	a. Dueño b. Personal Técnico c. Q. F d. Equipo de calidad
5	Brindar una propuesta a la mejora del proceso de atención	24/01/2021	5	29/01/2021	a. Dueño b. Personal Técnico c. Q. F d. Equipo de calidad
6	Estandarización de los procesos	29/01/2021	5	3/02/2021	a. Dueño b. Personal Técnico c. Q. F d. Equipo de calidad

Cuadro 3 Cronograma de actividades a realizar el objetivo 1

Para lograr el desarrollo del plan expuesto, el establecimiento farmacéutico necesitará invertir S/. 3,543.50, ello comprende todos los gastos que se realizarán en las actividades detalladas en el siguiente cuadro.

N°	Actividades	Ingresos	Egresos	Utilidad/Pérdida
1	Identificar los atributos de calidad	0.00	S/657.50	S/657.50
2	Identificación del proceso a mejorar AS-IS	0.00	S/621.00	S/621.00
3	Analizar procesos de tiempos de atención	0.00	S/621.00	S/621.00
4	Determinar causas (Diagrama de Ishikawa, gráficos Pareto)	0.00	S/392.50	S/392.50
5	Brindar una propuesta a la mejora del proceso de atención	0.00	S/622.50	S/622.50
6	Estandarización de los procesos	0.00	S/629.00	S/629.00
TOTAL			S/3,543.50	S/3,543.50

Cuadro 4 Presupuesto de la planificación Objetivo 1

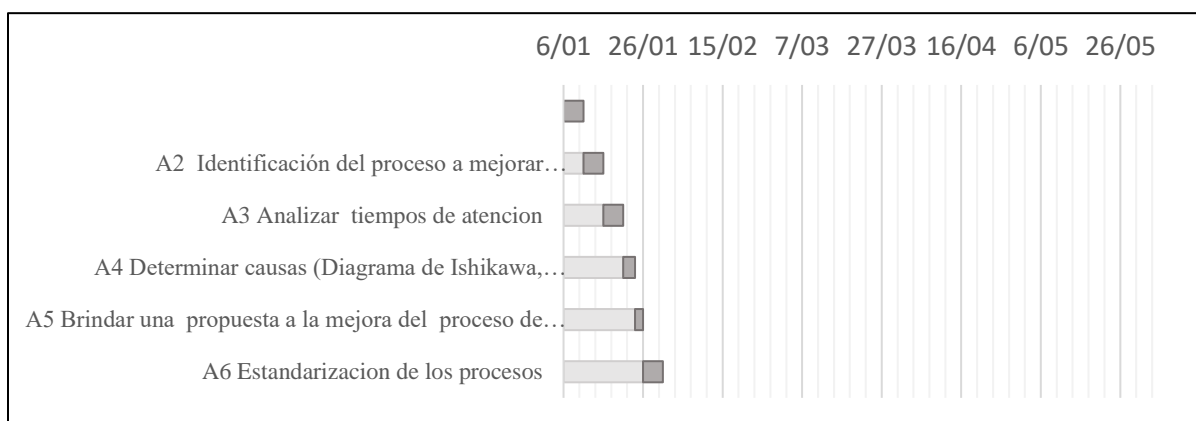


Figura 9 Cronograma de la planificación Objetivo 1

Objetivo 2 Ejecución de las acciones diseñadas en el planeamiento sobre la calidad de atención

Para el desarrollo del objetivo planteado se elaboró un plan con 6 actividades, el cual permitirá la ejecución de las acciones diseñadas en el planeamiento sobre la calidad de atención, la propuesta se desarrollará según el siguiente cuadro:

Nº	Actividades	Inicio	Días	Fin	Responsable/s
7	Realizar el mapa de procesos de atención actual TO-BE	31/01/2021	5	5/02/2021	a. Dueño b. Personal Técnico c. Q. F d. Equipo de calidad
8	Análisis de tiempos de la propuesta TO-BE	5/02/2021	5	10/02/2021	a. Dueño b. Personal Técnico c. Q. F d. Equipo de calidad
9	Documentación del proceso de las 5-S de Kaizen	10/02/2021	3	13/02/2021	a. Dueño b. Personal Técnico c. Q. F d. Equipo de calidad
10	Clasificar ordenar y decidir eliminar los despilfarros o desperdicios de la organización.	13/02/2021	5	18/02/2021	a. Dueño b. Personal Técnico c. Q. F d. Equipo de calidad
11	Mantener el orden y la limpieza fomentando la disciplina y autocontrol para una mejora continua	18/02/2021	5	23/02/2021	a. Dueño b. Personal Técnico c. Q. F d. Equipo de calidad
12	Recomendaciones	23/02/2021	2	25/02/2021	a. Dueño b. Personal Técnico c. Q. F d. Equipo de calidad

Cuadro 5 Cronograma a realizar Objetivo 2

Para lograr el desarrollo del plan expuesto, el establecimiento farmacéutico necesitará invertir S/. 2,125.00, ello comprende todos los gastos que se realizarán en las actividades detalladas en el siguiente cuadro.

N°	Actividades	Ingresos	Egresos	Utilidad/Pérdida
7	Realizar el mapa de procesos de atención actual TO-BE	0.00	S/425.00	S/425.00
8	Elaborar la propuesta de mejora del mapa de procesos de atención	0.00	S/425.00	S/425.00
9	Documentación del proceso	0.00	S/255.00	S/255.00
10	Clasificar, ordenar y decidir eliminar los despilfarros o desperdicios de la organización.	0.00	S/425.00	S/425.00
11	Mantener el orden y la limpieza fomentando la disciplina y autocontrol para una mejora continua	0.00	S/425.00	425.00
12	Recomendaciones	0.00	S/170.00	S/170.00
TOTAL			S/2,125.00	S/2,125.00

Cuadro 6 Presupuesto de planificación del Objetivo 2

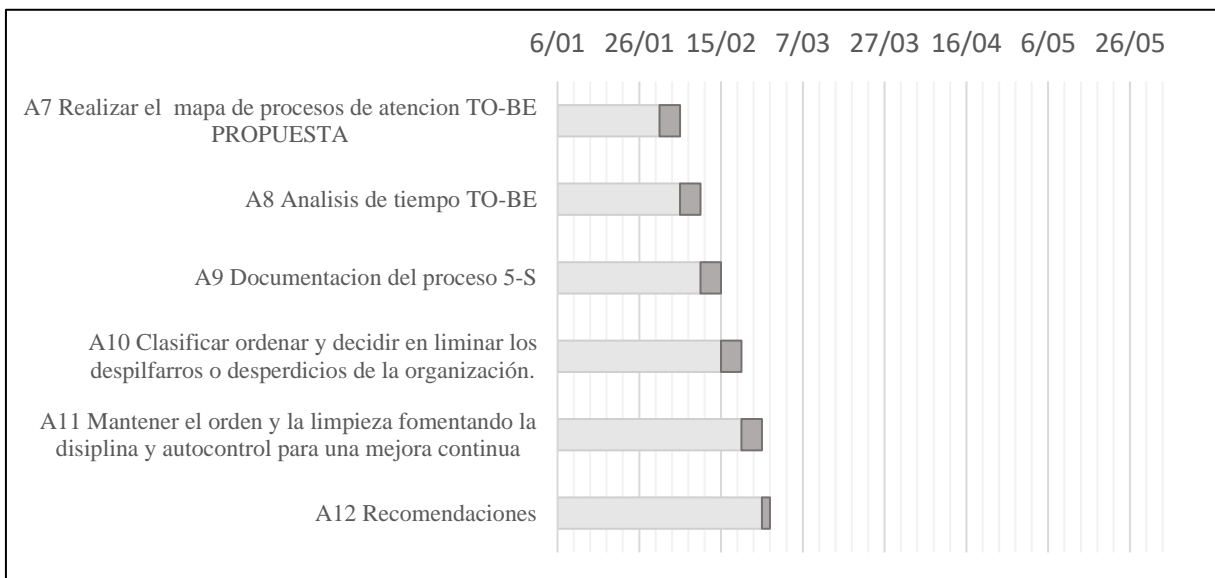


Figura 10 Cronograma de la planificación la calidad de atención

Objetivo 3. Medición y estandarización de la calidad de atención

Para el desarrollo del objetivo planteado se elaboró un plan con 6 actividades, el cual permitirá medición y estandarización de la calidad de atención, la propuesta se desarrollará según el siguiente cuadro:

N°	Actividades	Inicio	Días	Fin	Responsable/s
13	Establecer un plan de capacitación	25/02/2021	2	27/02/2021	a. Dueño b. Personal Técnico c. Q. F d. Equipo de calidad
14	Elaborar cronograma de capacitaciones al personal técnico	27/02/2021	5	4/03/2021	a. Dueño b. Personal Técnico c. Q. F d. Equipo de calidad
15	Análisis de sugerencias o recomendaciones respecto al servicio	4/03/2021	2	6/03/2021	a. Dueño b. Personal Técnico c. Q. F d. Equipo de calidad
16	Elaboración de evaluaciones del personal y cliente	6/03/2021	5	11/03/2021	a. Dueño b. Personal Técnico c. Q. F d. Equipo de calidad
17	Elaborar cronograma de evaluaciones al personal técnico y clientes	11/03/2021	3	14/03/2021	a. Dueño b. Personal Técnico c. Q. F d. Equipo de calidad
18	Protocolo de servicio al cliente	14/03/2021	2	16/03/2021	a. Dueño b. Personal Técnico c. Químico farmacéutico d. Equipo de calidad

Cuadro 7 Cronograma de actividades Objetivo 3

Para lograr el desarrollo del plan expuesto, el establecimiento farmacéutico necesitará invertir S/. 2,224.00, ello comprende todos los gastos que se realizarán en las actividades detalladas en el siguiente cuadro.

N°	Actividades	Ingresos	Egresos	Utilidad/Perdida
13	Establecer un plan de capacitación	0.00	S/291.00	S/291.00
14	Elaborar cronograma de actividades para las capacitaciones de los colaboradores	0.00	S/543.00	S/543.00
15	Análisis de sugerencias o recomendaciones respecto al servicio	0.00	S/288.00	S/288.00
16	Elaboración de evaluaciones	0.00	S/291.00	S/291.00
17	Elaborar cronograma de evaluaciones a los colaboradores y satisfacción del cliente	0.00	S/543.00	S/543.00
18	Protocolo de servicio al cliente	0.00	S/288.00	S/288.00
TOTAL			S/. 2,224.00	S/. 2,224.00

Cuadro 8 Presupuesto de planificación Objetivo 3

Fuente: Adaptado de la matriz para el diseño de la propuesta UPNW

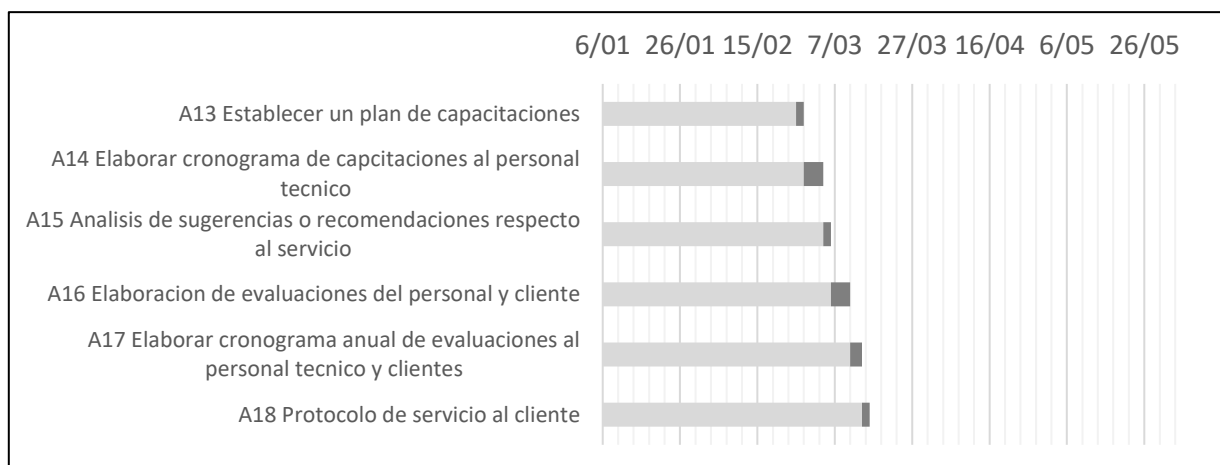


Figura 11 Cronograma de la planificación la calidad de atención

4.5 Discusión de resultados

Tras llevar a cabo el análisis exhaustivo y la triangulación de los datos cuantitativos y cualitativos y junto a eso examinado la situación actual del servicio que se brinda en la farmacia se logró identificar tres situaciones críticas: la demora en la atención, deficiencia en el trato y la presentación final de los productos. Esta información se obtuvo gracias a los instrumentos

como el cuestionario y encuestas realizadas las cuales son validados por expertos, ante ello se llevó a cabo el procesamiento de los datos en el programa Excel y el software atlas TI. Una vez después de haber encontrado estas deficiencias se plantea como una mejora en la calidad de servicio se prioriza tres objetivos: planificar la calidad de atención, ejecución de las acciones diseñadas en el planeamiento sobre la calidad de atención y la medición y estandarización de la calidad de atención

Se espera que luego de que entre en acción la propuesta se logren mejoras valiosas y considerables, pues cambiará las funciones y los procesos de atención, mejorará las condiciones de trabajo en equipo, optimizará el espacio y los recursos, y todas estas áreas traerán enormes beneficios e impacto, pero lo más importante, esto tendrá un impacto en la decisión del cliente al momento de elegir nuestro servicio. Luego de la implementación de las recomendaciones contarán con un gran conocimiento profesional, los procesos que incluyen servicios dejarán de perder clientes y comenzarán a ganar reputación, a establecer relaciones, a fidelizar a los clientes.

Establecer el primer objetivo, mejorar el proceso de atención de cliente mediante el ciclo Deming se pudo observar el flujo y los tiempos de proceso de atención era inadecuado y mostraba deficiencias ante ello los tiempos establecidos por cada atención no estaban establecidos a lo que resulte que cada cliente tenía un tiempo distinta de atención ante ello las colas se hacían al transcurrir de los minutos y con eso el malestar e incomodidad. Con el desarrollo de este objetivo se utilizó técnicas para estudiar y generar el flujo actual del proceso de atención con la ayuda del programa Bizagi modeler, se pudo analizar el procesos y tiempo mediante la tabla del Asme el cual arrojó un diagnóstico con un alto de tiempo de atención. Según Pacahuala (2018) los factores que influyeron de manera significativa la atención brindada están relacionados con la atención y el tiempo otorgado para resolver sus dudas y orientación dados por el profesional alcanza una satisfacción total por parte del cliente.

Sobre el segundo objetivo, ejecución de las acciones diseñadas en el planeamiento sobre la calidad de atención. Para su desarrollo se puso en ejecución las actividades de planteadas en el primer objetivo teniendo en cuenta una reestructura del proceso de atención brindando una mejor propuesta en el flujo de atención, así mismo brindando las orientaciones

en el buen desarrollo de las actividades dentro del establecimiento se usó la metodología 5s para facilitar un buen desempeño de los colaboradores y crear un clima laboral de confianza y seguridad, Según Bofill y Murguido (2016) la calidad de servicio manifiesta un grado importante en las empresas farmacéuticas estas emplean una valoración en cuanto a sus tiempos de atención, los y la comunicación que emplean en su trabajo de investigación que la farmacia no emplea procesos adecuados a lo que genera descontento con los clientes

Finalmente, el tercer objetivo realiza el control con el fin de estandarizar los procesos, para ellos se involucra al colaborador a desarrollarse tanto personal como profesional, así mismo se establece la mejor forma de alcanzar los objetivos del proceso contando siempre con documentar las evidencias con fotografías y diagramas, las capacitaciones y enteramiento de los colaboradores son crucial en la estandarización, debido a que ellos están directamente con los clientes para ello se consta de un protocolo de atención con el fin de estandarizar la atención para mejorar aún más la calidad de atención, ante todo esto se realiza las evaluaciones pertinentes y se verifica los resultados a través de la satisfacción del cliente. Según Aguilera y Saavedra (2016) las farmacias no muestran interés sincero en resolver el problema de cada usuario y no cuentan con el conocimiento y la información necesarios lo que resulta como una mala experiencia para el cliente al momento de adquirir un producto.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Sobre lo expuesto en este trabajo de tesis, este capítulo se enfocará en brindar las conclusiones y recomendaciones que se obtuvieron en el desarrollo de este proyecto, lo que se presenta a continuación es con el fin de continuar nuevos estudios con el proyecto.

5.1 Conclusiones

- Primera** El plan de acción planteada para mejorar los procesos de atención para ellos se realizó el diagrama BizAgi AS-IS para analizarlo y evaluar mejoras, ante esto se elaboró un nuevo diagrama BizAgi TO-BE optimizando el tiempo de atención esto con el fin de mantener un orden en la atención y así evitar colas e insatisfacción de los clientes debido a que el tiempo es un recurso no renovable y se tiene que maximizar al máximo.
- Segunda:** Se determinó mediante una encuesta de qué atributos de calidad que el cliente espera recibir tras una atención, son 3 y estas se evidenciaron con el diagrama de Pareto y los atributos de calidad que los clientes esperan son, el tiempo de espera, buen trato y confiabilidad lo cual estas estarían cumpliendo el 70% de la satisfacción de los clientes. Por lo tanto, podemos decir que la farmacia se debe priorizar en estos 3 atributos de la mejor manera posible sin dejar de lado los demás atributos que también deben ser tomados en cuenta para así poder llegar a satisfacer las necesidades de los clientes y con ello brindar un servicio de calidad.
- Tercero:** Es esencial tener un plan estructurado para definir las necesidades reales de capacitación y no desperdiciar recursos ajenos a los objetivos del plan. Debe entenderse que el programa de capacitación en sí no garantiza el éxito de la empresa o de ciertos empleados comprometidos con el programa, sino solo parte de una serie de actividades que la organización debe realizar para reducir costos de clientes insatisfechos por una mala implementación de los procesos de la farmacia así mismo se debe tener en cuenta los empaques de despacho puesto que esto influye en la decisión de compra de los clientes.

5.2 Recomendaciones

- Primera** Se recomienda a la farmacia a realizar una atención más ágil y amigable en tanto localizar los puntos críticos de servicio de atención e identificar en donde se encuentran los cuellos de botellas, además de poner a prueba las 5-S de Kaizen, revisar que todos los ambientes estén debidamente etiquetados y señalizados con el fin de mantener un orden y limpieza dentro de la farmacia.
- Segunda:** Las capacitaciones en atención al cliente deben ser constantes ya sea si es un trabajador nuevo o antiguo, esto porque se estandariza aún más los protocolos de atención, estas deben tenerse en cuenta para lograr satisfacer las necesidades del cliente conocer las etapas del proceso de atención, esto con el fin de desarrollar las habilidades blandas de los colaboradores y mejorar la comunicación con los clientes
- Tercero:** Se recomienda a brindar una mejor presentación a los empaques de despacho de la medicina y otros productos, estos pueden ser ecológicas reutilizables, esto con el fin de generar un impacto positivo frente a la reutilización de materiales, esto puede manejarse como un extra a favor de la farmacia al utilizar estos empaques y con ello disminuir el impacto medioambiental.

REFERENCIAS

- Watanabe, C. (2013). Commitment to service quality in automotive dealerships: Results from an Australian pilot study. *Jornal off Service Research*.
- Aguilera, N., & Saavedra, C. (2016). *Expectativas y satisfacción de los usuarios de las farmacias en la ciudad de Chillán*. Universidad del Bío-Bío, Chile.
- Albrecht, k. (1992). *Servicio al cliente interno*. Barcelona: Paidós empresa.
- Alva, P. L., & Bastidas, C. J. (2019). *la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador (Tesis Pregrado)*. Universidad central del Ecuador, Ecuador. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/10472/1/T-UCE-0004-TE008-2016.pdf>
- Bautista, R. L. (2008). Percepción de la calidad del cuidado de enfermería en la ESE Francisco de Paula Santander. *Dialnet*.
- Bernal Torres, C. A. (2006). *Metodología de la investigación para economía humanidades y ciencias sociales* (segunda ed.). México: Pearson Educación.
- Bernal, T. C. (2010). *Metodología de La investigación: Administración, Economía, Humanidades y Ciencias Sociales* (Tercera ed.). Colombia: Pearson.
- Bofill, P. A., López, F. R., Murguido, S. Y. (2016). *Calidad de servicio en la farmacia reparto Iglesias de Matanzas según percepción de los usuarios*. Cuba.
- Brooks. (1995). *Internal service quality. Internacional*. Bradford.
- Carlzon, J. (1991). *El momento de la verdad*. España: Ediciones Díaz de Santos.
- Carlzon, J. (1991). *El momento de la verdad*. Madrid: Lavel, S.A.
- Carrizo, M. J. (2017). *Los 10 mitos de la calidad que frenan el éxito en las pequeñas empresas*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/los-10-mitos-la-calidad-frenan-exito-las-pequenas-empresas/>

- Casas, J. B. (2015). *Calidad en las empresas latinoamericanas: El caso peruano*. George University.
- Cruz, J. (24 de Julio de 2009). *Gestiopolis*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/momentos-de-verdad-en-la-percepcion-del-cliente/>
- Cruz, S., González, T. (2006). *Gestión de la calidad: conceptos enfoques, modelos y sistemas*. Madrid: Editorial Prentice Hill.
- Deming, W. E. (1989). *Calidad, Productividad y Competitividad: La salida de la crisis*. España: Editorial Diaz de Santos S.A.
- Denton, D. k. (1991). *Calidad en el servicio a los clientes*. Madrid: Díaz de Santos S.A.
- Díaz, H. O. (2017). Hernán O. Arellano-Díaz. *Dominio de las Ciencias*.
- Díaz, M. K., & Lloclla, N. C. (2017). *Calidad de servicio para fidelizar al cliente externo de la botica Coosalud, Chiclayo – 2017 (Tesis de Pregrado)*. Universidad Señor de Sipán, Pimentel-Perú.
- Díaz, M. K., & lloclla, n. C. (2017). *Calidad de servicio para fidelizar al cliente externo de la botica Coosalud, Chiclayo – 2017. (tesis pregrado)*. Universidad señor de Sipan, Pimentel Perú. Obtenido de <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/unsa/3656>
- Duque, E. (2005). *Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición*. Innovar.
- Farmacéuticos, C. G. (06 de 14 de 2017). *portalfarma*. Obtenido de <https://www.portalfarma.com/Profesionales/organizacionfcolegial/profesionfarma/Paginas/colegiaciondatestadisticos.aspx>
- Feldmuth, G. N., Hablutzel, L. A., & Vásquez, V. L. (2017). *Calidad en el Servicio en el Sector de Cadenas de Farmacias en Lima (Tesis de Pregrado)*. Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima. Obtenido de <http://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/UPT/703/1/Carrillo-Torres-Paolo.pdf>

- Franz, A. (18 de agosto de 2015). <https://cx-journey.com/2015/08/moments-of-truth.html>.
Obtenido de CX JOURNEY: <https://cx-journey.com/2015/08/moments-of-truth.html>
- Galeano, M. E. (2004). *Diseño de proyectos en la investigación cualitativa*. Medellín: Fondo Editorial Universidad EAFIT.
- García, R. E., León, F. E. (2018). *Satisfacción por tiempo de espera y surtido de recetas del Hospital del Niño en Tabasco*. Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.
- Gutiérrez, H. (2004). *Calidad total y Productividad*. México: Mc Hill.
- Henry, P. (2006). *Sistema de Analista Estadístico con SPSS*. Nicaragua: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA).
- Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación* (6 ed.). México: McGraw Hill.
- Hurtado de Barrera, J. (2008). *Metodología de la investigación, una comprensión holística*. Caracas: Ediciones Quirón - Sypal.
- Hurtado, d. b. (2000). *Metodología de la Investigación Holística*. caracas: Sypal.
- Isern, I. M. (2006). *Elaboración y presentación de un Proyecto de Investigación y una Tesina*. Barcelona: Publicaciones I Ediciones de la Universidad de Barcelona.
- Jáuregui, A. (2015). *Control interno de los procesos de servicio al cliente*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/control-interno-procesos-servicio-cliente/>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson Educación.
- Larrea, P. (1991). *calidad de Servicio. Marketing a la Estrategia*. Madrid: Ediciones Diaz de Santos S.A.
- Lyonnet, P. (1989). *Los métodos de la calidad total*. Ediciones Díaz de Santos S.A.
- Martin, M. J. (2016). Customers' Determination of Service Quality and Satisfaction in a Return/repair Process: A Quantitative Study. *International Academy of Marketing*
- Milkovich, G., Boudreau, J. (1994). *Dirección y Administración de Recursos Humanos. Un enfoque de estrategia*. México: Addison-Wesley Iberoamericana.

- Opción Consultores Portal de Negocio.* (2014). Obtenido de <https://www.opcion.com.uy/marketing/tendencias-de-consumo-marcas-con-mayor-presencia-en-poblacion-uruguay/>
- Ospino, R. J. (2004). *Metodología de la Investigación en Ciencias de la Salud*. Colombia: Universidad cooperativa de Colombia (Educa).
- Pacahuala, E. M. (2018). *Grado de satisfacción de los usuarios con la atención brindada en Boticas y Farmacias del Distrito de Huaycán. Febrero – Abril 2018 (tesis de Pregrado)*. Universidad Norbert Wiener, Lima. Obtenido de <http://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2412/TESIS%20Pacahuala%20Madison.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Padin, L. (2007). *Excel 2007 Manual del Usuario*. Users Manuales.
- Pamies, D. S. (2004). *De la calidad de servicio a la fidelidad del cliente*. Madrid: ESIC EDITORIAL.
- Ramírez, L. A. (1999). *Calidad en el servicio al cliente*.
- Rodríguez, M. E. (2005). *Metodología de la Investigación*. México.
- Tigani, D. (2006). *Excelencia en Servicio*. Buenos Aires: Liderazgo 21.
- Torres, V. C. (2006). *La calidad en el servicio al cliente*. España: Ideas propias.
- Turcotte, E. (1998). *La satisfacción y su relación con el desempeño*. caracas: Rogia.
- Vasilachis, d. G. (2019). *Estrategias de investigación cualitativa (Vol. II)*. Barcelona: Gedisa S.A.
- Vásquez, L. C. (2011). Propuesta metodológica para la investigación comprensiva: interacciones comunicativas en un entorno virtual de aprendizaje. *Lasallista Investiga* 113.
- Vértice, E. (2008). *Aspectos prácticos de la calidad en el servicio*. Publicaciones Vértice, S.L.

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

Título: Propuesta de implementación de un modelo de calidad de servicio para una empresa farmacéutica aplicando el ciclo Deming, Lima 2020

Problema general	Objetivo general	Categoría 1:				
		Subcategorías	Indicadores	Ítem	Escala	Nivel
¿De qué manera se puede mejorar la calidad de servicio en una empresa farmacéutica, Lima 2020?	Propuesta de implementación de un modelo de calidad de servicio para una empresa farmacéutica aplicando el ciclo Deming, Lima 2020	Servicio	Eficiencia en el servicio	1-6	Likert	1,2,3,4,5
			Deseo de compra			
			Recomendación de servicio			
		Calidad de trato	Cortesía	7-12	Likert	1,2,3,4,5
			Respeto			
			Empatía			
		Satisfacción del personal	Reconocimiento	13-18	Likert	1,2,3,4,5
			Liderazgo			
			Comunicación y empoderamiento			
Problemas específicos	Objetivos específicos					
¿Cuál es la calidad de servicio en una empresa farmacéutica, Lima 2020? ¿Cuáles son los factores que afectan a la calidad de servicio en una empresa farmacéutica, Lima 2020?		Identificar los factores que afectan la calidad de servicio en una empresa farmacéutica, Lima 2020. Analizar la calidad de servicio en una empresa farmacéutica, Lima 2020.				
Tipo, nivel y método	Población, muestra y unidad informante	Técnicas e instrumentos	Procedimiento y análisis de datos			
Sintagma: Holístico Tipo: Mixto Nivel: Comprensivo Método: Inductivo - Deductivo	Población: 40 clientes Muestra: 40 colaboradores Unidad informante: 3 colaboradores	Encuesta - Entrevista Guía de Entrevista	Procedimiento: Cualitativo – Cuantitativo - Mixto Análisis de datos: Excel – SPSS – Atlas Ti 8 - Triangulación			

Anexo 2: Evidencias de la propuesta

Objetivo 1

Actividad 1 identificar los atributos de calidad

Para la planificación de la calidad de atención se debe definir a los atributos de calidad, para ello se realizó una encuesta a un grupo de clientes para determinar en primera instancia que atributos esperan recibir los clientes tras una atención recibida en la farmacia, por ello se fundamentó en base a los resultados y con ello brindar una propuesta de mejora en el servicio de atención al cliente.

Atributos	Datos recolectados	Porcentaje	Porcentaje acumulado	80-20
Tiempo de espera	30	27%	27%	80%
Buen trato	26	24%	51%	80%
Confiabilidad	21	19%	70%	80%
Precio	11	10%	80%	80%
Desempeño	6	5%	85%	80%
Seguridad	5	5%	90%	80%
Disponibilidad	4	4%	94%	80%
Agilidad	4	4%	97%	80%
empaque	3	3%	100%	80%
	110	100%		

Tabla 7 Frecuencias y porcentajes correspondientes a los atributos de calidad

Fuente: Elaboración propia

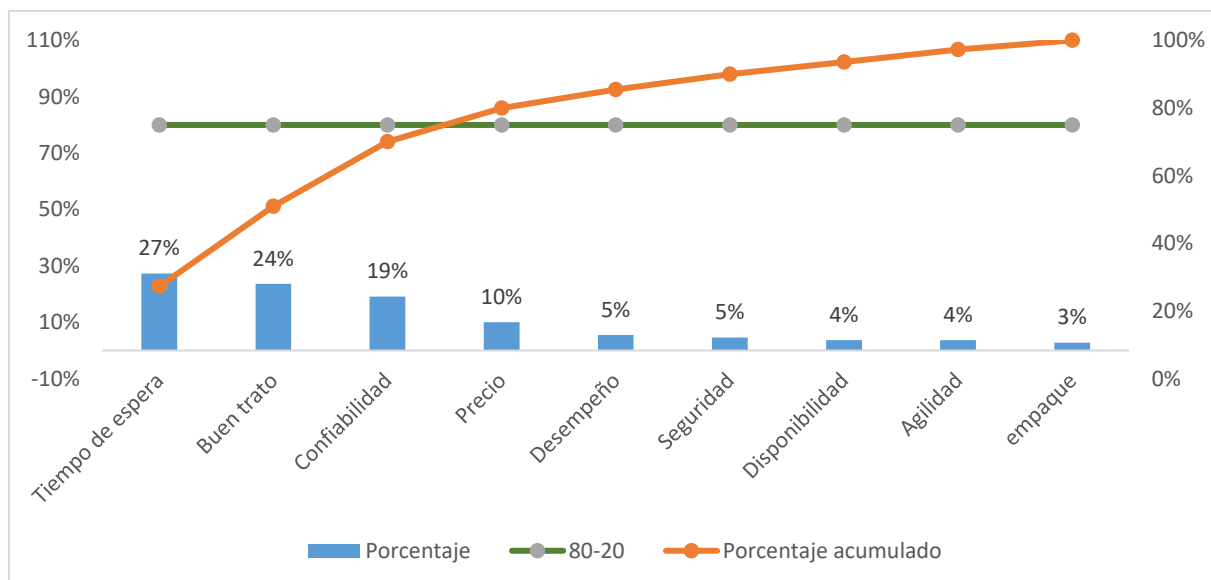


Figura 12 Pareto de atributos de calidad

Según la figura 13 del gráfico de Pareto se prioriza 3 atributos de calidad, tiempo de espera, buen trato y confiabilidad, estas estarán cumpliendo el 70% de satisfacción de los clientes

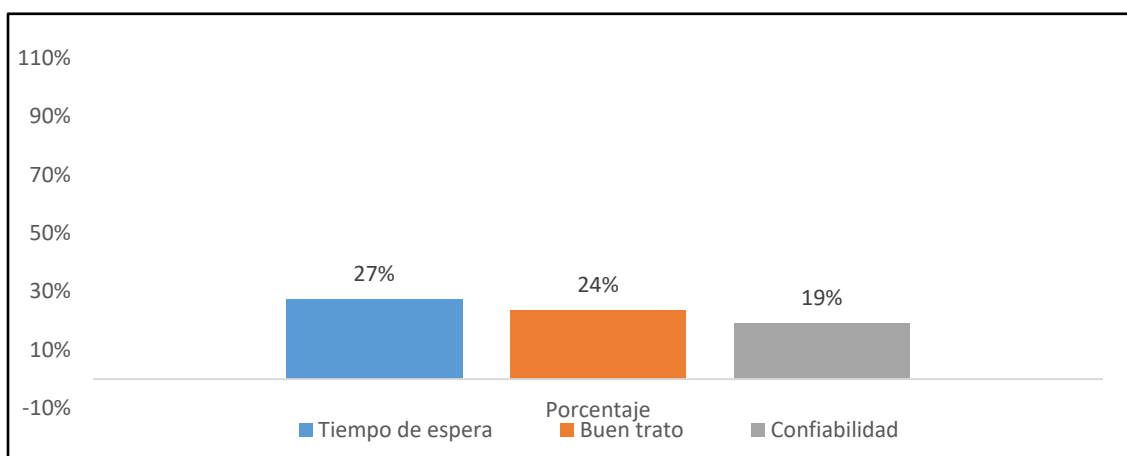


Figura 13 Atributos de calidad

Se puede evidenciar en la figura 14 que los atributos de calidad que esperan los clientes tienen más énfasis en 3 aspectos, tiempo de espera, buen trato y confiabilidad, estos 3 atributos nos ayudarán a tener más en claro que es lo que los clientes esperan y cómo es que podemos aún mejorar la calidad de servicio.

Tiempo de espera

El cliente espera que su atención sea rápida y óptima y esto genera que aumente su satisfacción al momento de ir a una farmacia ante ellos es una de los atributos que aprecian aún más los clientes.

Buen trato

Los clientes en su gran mayoría no solo buscan marcas de prestigio o precios bajos; buscan experiencias únicas e inspiradores que las hagan sentir mejor, brindar un trato adecuado incrementa su estado emocional a la hora de elegir la farmacia y comprar.

Confiabilidad

La confiabilidad es parte de la calidad de servicio los usuarios crean un entorno de conexión de confiabilidad entre organización en base a la expectativa y experiencia que se genera después de su compra en la farmacia.

Actividad 2: Identificación del proceso a mejorar AS-IS

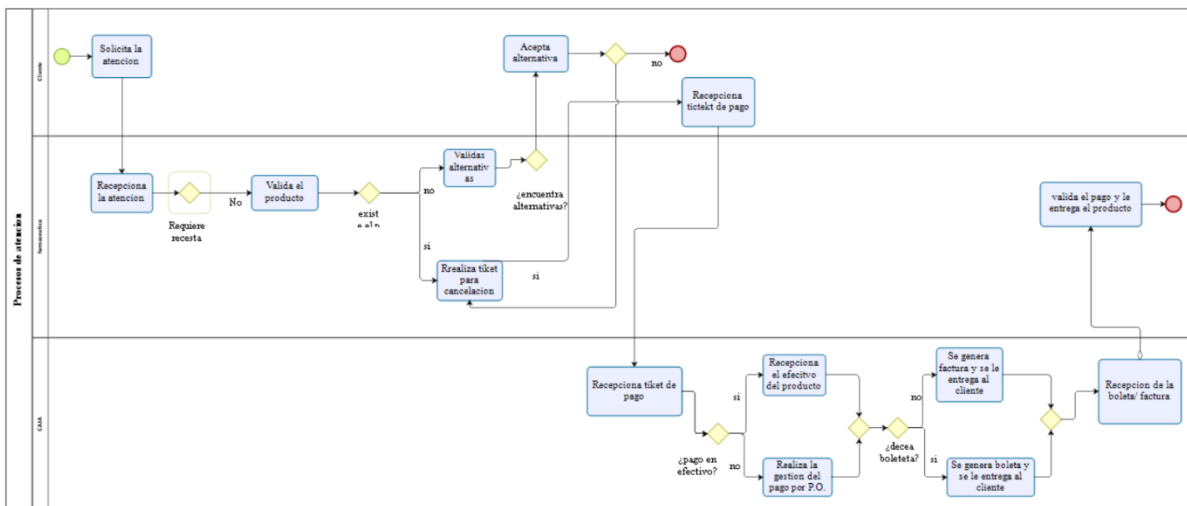


Figura 14. Procesos Bizagi AS-IS

PCC	Peligro significante	Límites críticos	¿Qué?	¿Cómo?	¿Cuándo?
Deficiencia en el proceso de atención	Insatisfacción de los clientes	Demora en la atención	Tener una comunicación rápida para que el cliente no tenga que esperar en su atención	Se llevará a cabo para crear lazos de confianza y afianzar la comunicación entre usuario y técnico	Se realizará evaluaciones para que los colaboradores mejoren en brindar una atención de calidad
	Baja calidad de atención	Falta de comunicación			
Acción correctiva		Registros		Verificación	
Se tiene que mejorar los procesos a su vez facilitar logros de los objetivos y metas establecidas		Se tiene un cronograma de actividades		Se verifica a los colaboradores para que brinden una buena comunicación y atención con los clientes	

Cuadro 9 Puntos críticos de atención

Actividad 3: Analizar los tiempos de atención AS-IS

Diagrama de procesos de atención al cliente

PROYECTO DE SERVICIO DE CALIDAD												
EMPRESA FARMACÉUTICA												
PROCESO : GENERACIÓN DE ÓRDEN DE COMPRA DE UN MEDICAMENTO												
Paso	ACTIVIDAD	ÁREA	Tiempo Minutos	Tiempo Minutos Efectivo	Tipo de actividad					Tipo de valor		
					OPERACIÓN	REVISIÓN	TRASLADO	ESPERA	ARCHIVO	VA	CONTROL	SVA
1	El cliente pide una atencion	CLIENTE	5				X					
2	El tecnico lo recibe con un saludo y pregunta sobre su consulta	TECNICO	10	4	X					x	x	
3	El cliente le pide los medicamentos que necesita	TECNICO	10	3	X					x		
4	El tecnico se dirige a almacen	TECNICO	6				X				x	x
5	El tecnico verifica la existencia del producto y del precio	TECNICO	12	0	X					x		
6	El tecnico le informa al cliente el precio del medicamento y le entrega el ticket con el precio a	TECNICO	7	2	X						x	
7	El cliente se traslada a caja	CLIENTE	6	2			x					
8	El cliente hace entrega del ticket con el dinero correspondiente	CLIENTE	5	3	x							x
9	El cajero recibe le tiket y el efectivo y cual sea el caso regresa el cambio	CAJERO	6	3	x					x	x	
10	El cliente se dirige al tecnico que lo atendio	CLIENTE	3				x				x	
11	El cliente hace entrega del boucher al tecnico	CLIENTE	4	2	x							x
12	El tecnico hace entrega del producto y el boucher	TECNICO	3	2	x							
13	El cliente recibe el producto y verifica que ssea el producto que pidió	CLIENTE	3	2	x					x	x	
TOTAL			80	23	9	0	4	0	0	5	6	3
HORAS			1.333	0.38								
DIAS			0.056	0.02	PROCESO DE ATENCION 29%							

Figura 15 Asme AS-IS

Fuente: Elaboración propia (2020)

El proceso de atención abarca un 29%, esto nos demuestra que no se optimiza los tiempos de atención, y no hay un control de minimizar los recursos de tiempos, por lo tanto, se ha de hacer un nuevo proceso de mejora del proceso de atención.

Simulación de Proceso AS-IS

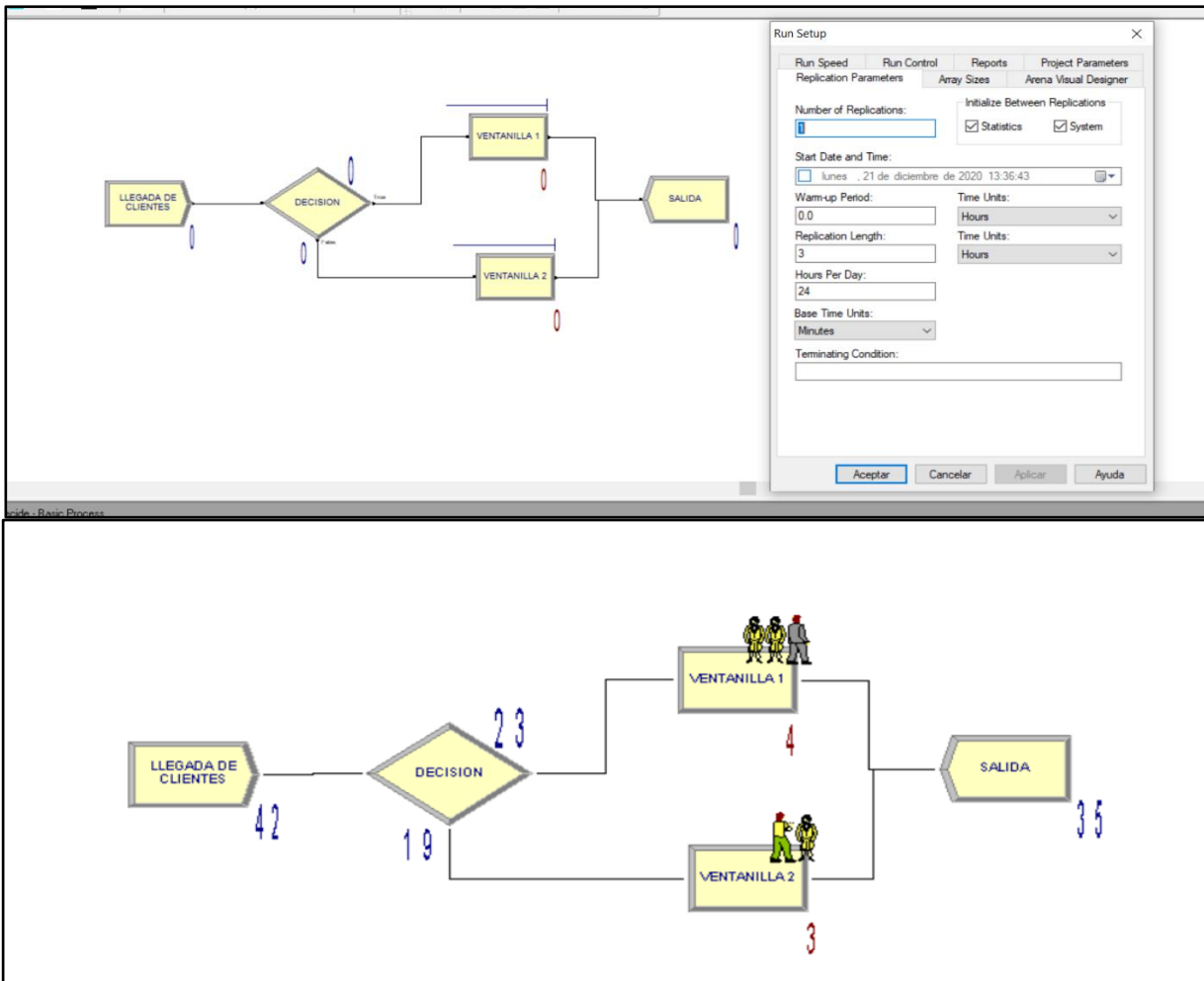


Figura 16. Simulación del proceso AS-IS

Fuente: Elaboración propia

Datos	Resultados
Negocio: Farmacia Tiempo entre llegadas: Exponencial (4) minutos Tiempo de servicio: Exponencial de (4) minutos N° de empleados (ventanillas): 1 técnico Disciplina de cola: FIFO Horario: 9:00am – 11:00am Llegada de 1 cliente cada 4 minutos	Tiempo en el sistema :16. min Promedio de clientes en el sistema: 3.84 Tiempo promedio en cola :11.84min Promedio de clientes en cola:2.95 Número de clientes que ingresaron :29 Número de clientes que se atienden:17 % d utilización del recurso 87%

Actividad 4: Determinar causas (Diagrama de Ishikawa y gráficos de Pareto)

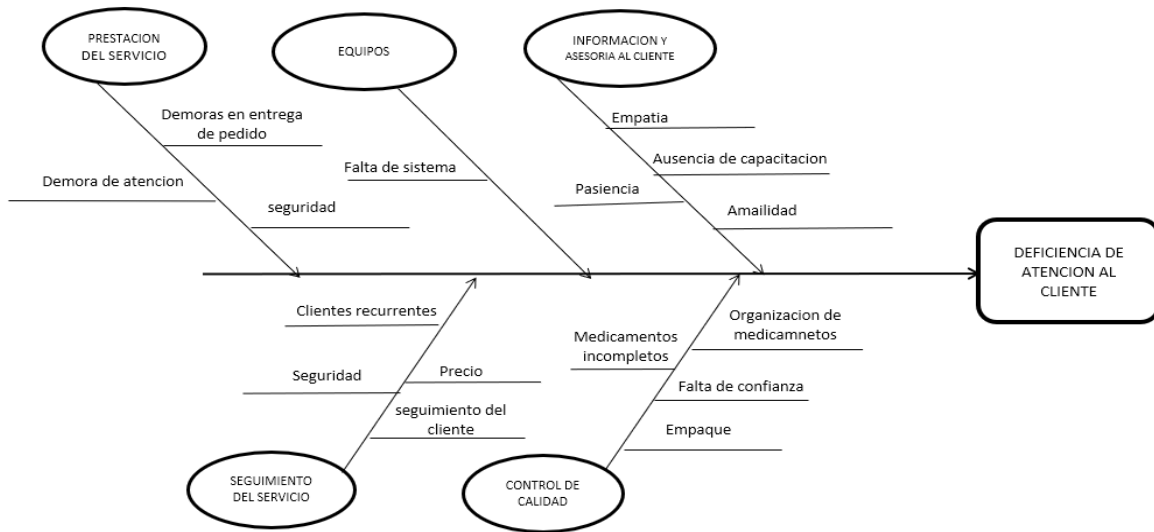


Figura 17. Ishikawa causa y efectos

Fuente: Elaboración propia

Como se observa en el gráfico de Ishikawa determina las causas que afectan la mala atención del cliente que se viene realizando en la farmacia, como encontramos que en la información y asesoría del cliente la ausencia de capacitación es una de las causas, así como la empatía y el trato, equipos la falta de un sistema que agilice el proceso, las demoras en las entregas, así como medicamentos incompletos con factores que incurren al personal técnico a atender mal a los clientes

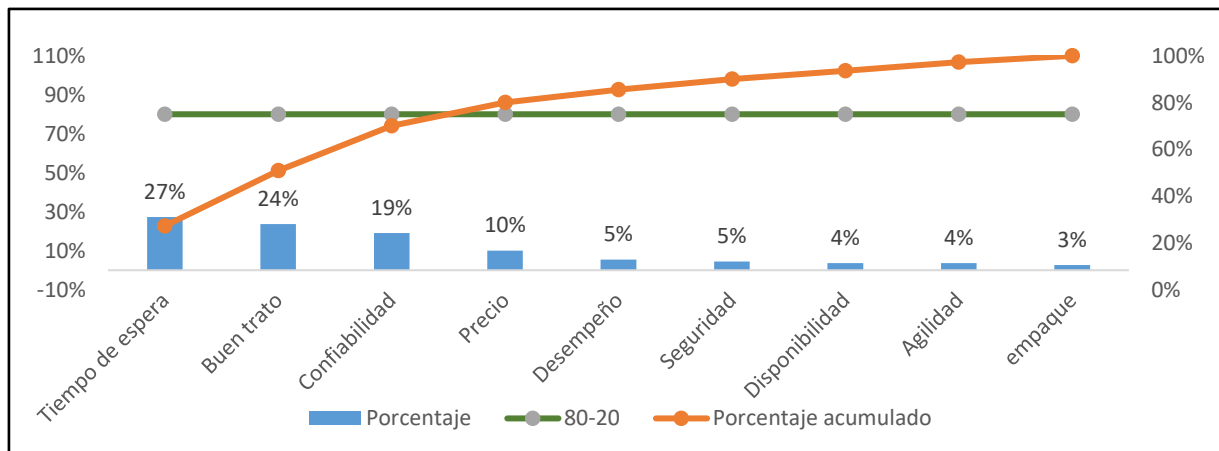


Figura 18. Visualización del resultado Pareto

Fuente: Elaboración propia (2020)

Actividad 5. Brindar una propuesta a la mejora del proceso de atención

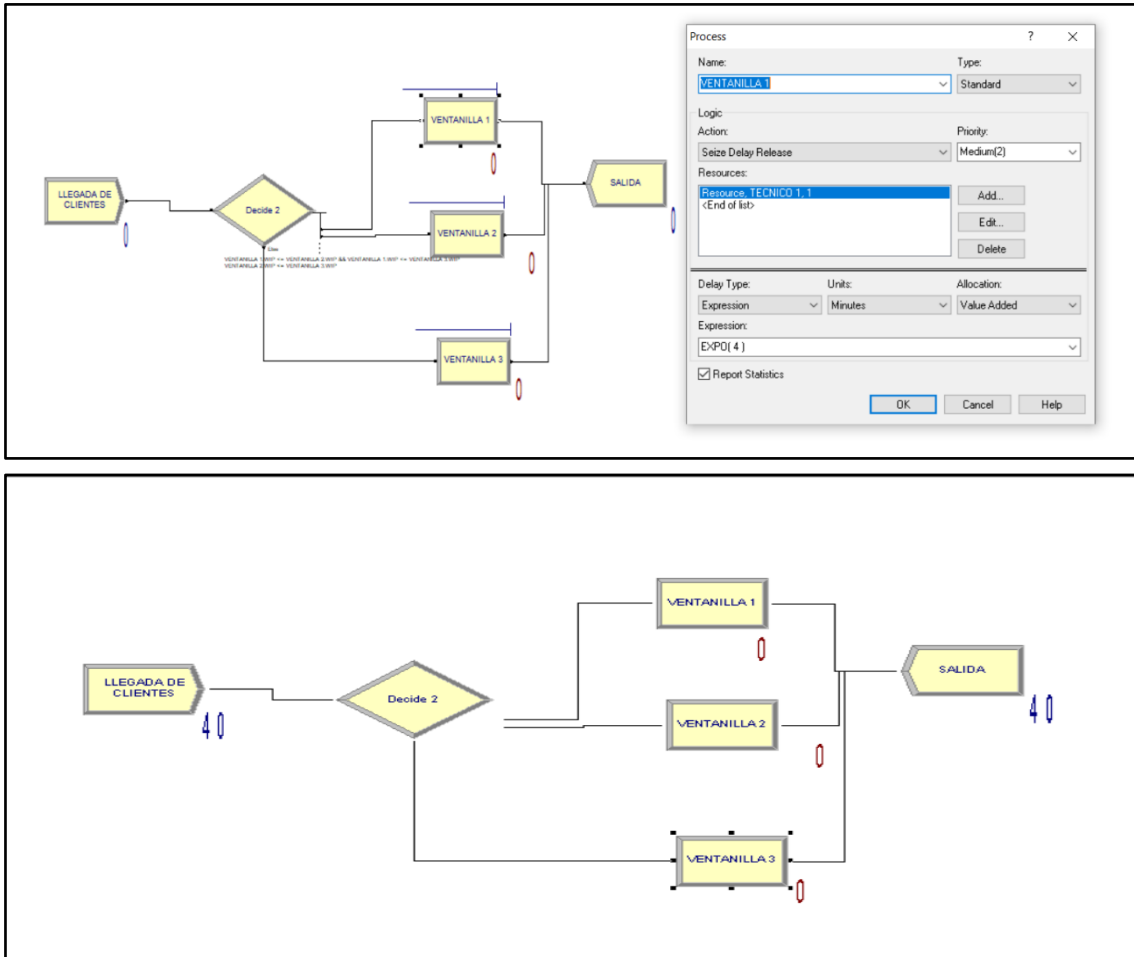


Figura 19 Propuesta de mejora de proceso de atención

Fuente: Elaboración propia

Datos	Resultados
Negocio: Farmacia Tiempo entre llegadas: Exponencial (4) minutos Tiempo de servicio: Exponencial de (4) minutos N° de empleados (ventanillas): 1 técnico Disciplina de cola: FIFO Horario: 9:00am – 11:00am Llegada de 1 cliente cada 4 minutos	Tiempo del ciclo de atención: 3.88min Clientes que están en el sistema en un determinado momento: 0 Tiempo en cola : 0 Tiempo de personas que espera en cola: Número de clientes que ingresaron : 24 Número de clientes que se atienden: 23 % d utilización del recurso 92%

Actividad 6. Estandarización de los procesos

Para la estandarización de los procesos se tomarán los 5 pasos a través de instrucciones precisas al colaborador correctamente capacitado, una organización logra que sus procesos sean las adecuadas y que la satisfacción al cliente sea elevada y las acciones de recompra y fidelidad sucedan, para ello se requiere procesos estables y autocontrolados por el personal.

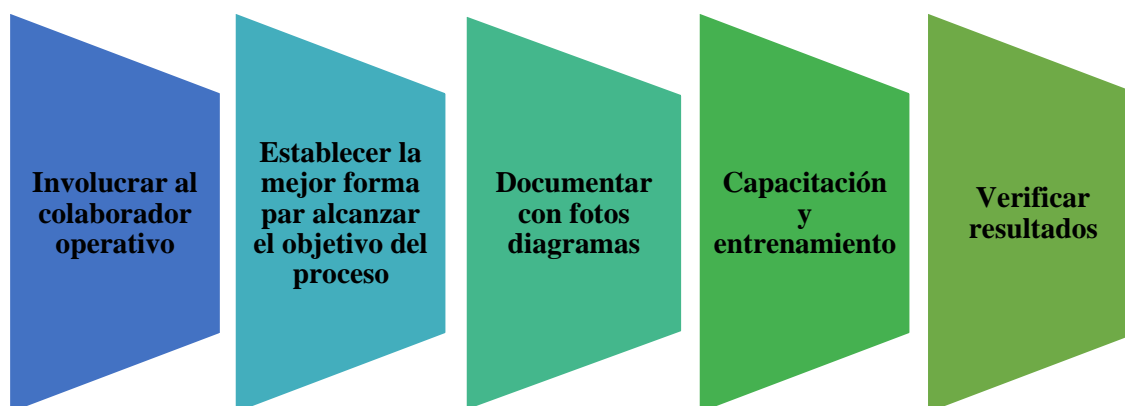


Figura 20. Estandarización de procesos

Fuente: Consultores IV

Para estandarizar los procesos ha de involucrar a todos los colaboradores operativo para hacerlos parte del proceso y también conozcan lo nuevo planes y objetivos a alcanzar todo ello mediante las capacitaciones y entrenamientos que se realizarán a todo los involucrados, e ir documentando con fotos y diagramas que muestran las métricas que los colaboradores deben de alcanzar , así mismo al finalizar realizar evaluaciones para comprar resultados de un antes y después de la implementación para lograr hacer una síntesis de que se ha mejorado y en que hay que mejorar en un futuro para así tener un control.

Objetivo 2.

Actividad 7. Realizar el mapa de proceso de atención TO.BE

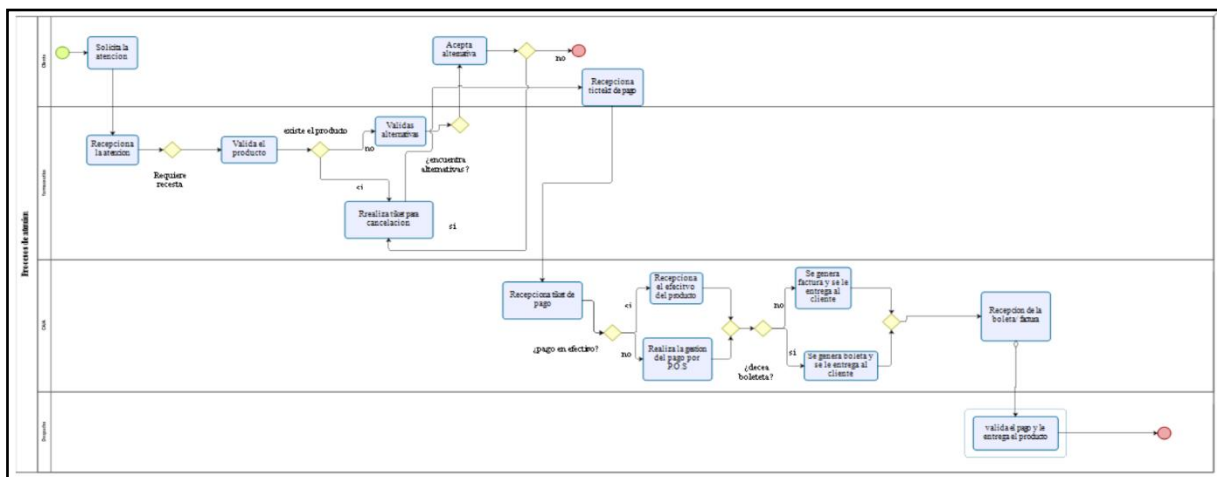


Figura 21. Procesos TO-BE

Fuente: Fuente: Elaboración propia (2020)

Actividad 8. Análisis de tiempo TO-BE propuesta

Diagrama de procesos de atención al cliente – TO-BE

PROYECTO DE SERVICIO DE CALIDAD												
EMPRESA FARMACÉUTICA												
PROCESO : GENERACIÓN DE ÓRDEN DE COMPRA DE UN MEDICAMENTO												
Paso	ACTIVIDAD	ÁREA	Tiempo Minutos	Tiempo Minutos Efectivo	Tipo de actividad					Tipo de valor		
					OPERACIÓN	REVISIÓN	TRASLADO	ESPERA	ARCHIVO	VA	CONTROL	SVA
1	Cliente pide una atención	CLIENTE	5	4			X					
2	El tecnico lo recibe con un saludo y pregunta sobre su consulta	TECNICO	10	5	X					x	x	
3	El tecnico realiza la verificacion del medicamneto	TECNICO	6	2	X					x		
6	El tecnico le informa al cliente el precio del medicamento y le genera un ticket con el precio a pagar	TECNICO	7	2	X						x	
7	El cliente se traslada a caja	CLIENTE	6	4			x					
9	El cajero recibe le tiket y el efectivo y cual sea el caso regresa el cambio	CAJERO	6	4	x					x	x	
10	El cliente se dirige a deapacho	CLIENTE	3	3			x				x	
11	El cliente hace entrega del boucher a deapacho y le entregan su producto	TECNICO	3	2	x							x
13	El cliente recibe el producto y verifica que sea el producto que pidio	CLIENTE	2	2	x					x	x	
TOTAL			48	28	6	0	3	0	0	4	5	1
HORAS			0.8	0.47								
DIAS			0.033	0.02								

PROCESO DE ATENCION 58%

Figura 22 Asme TO-BE

Fuente: Elaboración propia

Según la tabla 8 y 9, se evidencia la optimización de tiempos de atención de un 29% a 58%, esto nos propone a seguir optimizando para lograr un estándar en tiempos de atención y los procesos en relación con el servicio que se le brinda al cliente; así mismo el resto del tiempo continuará en un ciclo de mejora continua.

Actividad 9. Documentación del proceso de las 5-S

Se realiza la documentación de los procesos de los procesos utilizando las 5-S cada una detalladas según a cada metodología.

PROCEDIMIENTOS OPERATIVOS	SEISO LIMPIEZA DEL ESTABLECIMIENTO FARMACÉUTICO	Versión:	V.01
		Elaboración	01/09/2020
		Vigencia:	01/09/2022
		Página:	1 -8

OBJETIVOS

El presente procedimiento tiene por objetivo establecer las pautas a seguir, la responsabilidad y oportunidad para mantener la limpieza de la farmacia, eliminar todo agente contaminante físico o químico a fin de evitar alguna condición negativa que pueda afectar en la calidad de los productos.

ALCANCE

En todas las áreas del establecimiento farmacéutico.

Ley N.º 26842 – Ley General de Salud.

Ley N.º 29459 Ley de Productos Farmacéuticos, Dispositivos Médicos y Productos Sanitarios
Decreto Supremo N.º 016-2001-SA – Establecen que las farmacias de entidades del Sector Público están autorizadas a vender directamente al público medicamentos esenciales e insumos médicos.

Decreto Supremo N.º 015-2009-SA Establecen modificaciones al DS N.º 019-2001 que establece disposiciones para el acceso a información sobre precios y DCI.

Decreto Supremo N.º 014-2011-SA Aprueban Reglamento de Establecimientos Farmacéuticos, y su modificatoria** (Decreto Supremo N.º 00-22012/SA).

Decreto Supremo N° 016-2011-SA Aprueban Reglamento para el Registro, Control y Vigilancia Sanitaria de Productos Farmacéuticos, Dispositivos Médicos y Productos Sanitarios, y su modificatoria * (Decreto Supremo N° 0012012/SA).

Resolución Ministerial N° 0132009/MINSA Aprueba Manual de Buenas Prácticas de Dispensación.

Resolución Ministerial N° 585 99SA/DM del 27.11.99 Manual de Buenas Prácticas de Almacenamiento de Productos Farmacéuticos y Afines.

RESPONSABILIDAD

- El Director Técnico del Establecimiento Farmacéutico es el responsable de supervisar en lo que corresponda para el cumplimiento del presente procedimiento.
- El personal técnico en farmacia encargado es el responsable de ejecutar en lo que corresponda el cumplimiento del presente procedimiento.

FRECUENCIA DE APLICACIÓN

Se llevará a cabo en 03 fases:

Limpieza Diaria: limpieza de pisos, área administrativa y otros.

Limpieza Semanal: limpieza de anaqueles y productos farmacéuticos

Limpieza Mensual: Limpieza general

DISPOSICIONES ESPECÍFICAS

El Propietario, proporcionará el material y productos necesarios para realizar la limpieza como:

Detergente

Lejía

Desinfectante.

También: escobas, cepillos, trapeadores y franelas.

El Director Técnico del Establecimiento Farmacéutico verificará que las labores de limpieza se hayan llevado a cabo y firma las hojas de registro: Control de Limpieza diaria, Control de Limpieza Semanal, Control de Limpieza Mensual según sea el caso.

El proceso de Saneamiento ambiental incluye:

Fumigación /Desratización / Desinfección

Se debe contar también con información como: Técnica usada y materiales usados en el proceso, serán proporcionados por la empresa que presta el servicio.

El formato de limpieza se colocará en un lugar visible y de fácil acceso.

DESARROLLO DEL PROCEDIMIENTO

De acuerdo al Cronograma establecido se procederá a su cumplimiento sin omitir ningún paso. El personal encargado de la limpieza solicita semanalmente al Propietario de la Botica, los materiales de limpieza necesarios y pueden ser los siguientes:

Lejía

Desinfectantes

También: escobas, cepillos, trapeadores y franelas.

Verifica que los envases de los desinfectantes estén debidamente rotulados.

El personal encargado de la limpieza, utilizara, gorra, guantes y mascarilla si es necesario.

Procede a realizar según corresponda la limpieza diaria, semanal o mensual, según lo indicado en el presente procedimiento respectivamente, a primera hora del día (antes del inicio de la atención al público); además realiza en forma adicional a solicitud del Químico Farmacéutico y/o Propietario, las veces que sea necesario.

Concluida la limpieza, lava y seca todo el material utilizado, lo cual queda listo para su próximo uso.

Se guarda los materiales utilizados y limpios en su lugar destinado para este fin.

Se registra correctamente la Hoja de Registro de Limpieza, indicando la fecha y firma para su revisión o control por el Director Técnico del Establecimiento Farmacéutico.

El cronograma de limpieza se colocará en un lugar visible y de fácil acceso.

Pasos a seguir en la limpieza:

OPERACIONES DIARIAS:

Personal Técnico y de Limpieza

La limpieza se realiza al iniciar la jornada de trabajo del turno mañana, y/o cada vez que sea necesario.

Barrer el piso: Como utensilio se emplea una escoba, la operación se realizará de adentro de las áreas, hacia fuera, en un solo sentido, procurando no levantar polvo (si es que lo hubiera).

La operación se realiza de adentro del almacén, hacia afuera, en un solo sentido. Recoge la basura utilizando un recogedor y la coloca en una bolsa de plástico.

Trapear: Se preparará la solución de limpieza, que puede consistir en disolver una medida lejía en un litro de agua y desinfectante de pino en un litro de agua, la operación se realizará con un trapeador.

Después de trapear no caminar hasta que el área esté seca.

La mesa de trabajo se limpiará con franelas húmedas.

Recoger la basura de todos los tachos y colocarlas en bolsas negras de basura; atarlas, bajarlas y colocarlas en el espacio señalado para este fin, a la espera de que pase el camión a recoger.

Limpiar el polvo de los muebles, vitrinas de exhibición, mostradores, paredes, puertas y ventanas utilizando un paño seco o semiseco.

Para la limpieza de los servicios higiénicos, utiliza materiales diferentes a los utilizados en el resto de la farmacia. Usa diariamente desinfectante.

En caso que se derrame un producto en un anaquel o en el piso, retira inmediatamente el envase en una bolsa de plástica y realiza la limpieza con un paño, lo enjuaga y vuelve a limpiar hasta que el anaquel o piso quede completamente

OPERACIONES SEMANALES:

Lavar el piso: Esta operación se realiza una vez a la semana (sábado) y/o a solicitud del profesional Químico Farmacéutico. Para realizar esta operación se prepara la solución, disolviendo una taza de detergente con 3 litros de agua, y /o hacer un preparado con una solución, mezclar e ir vaciando poco a poco al piso; con el escobillón fregar el piso. Luego de una buena limpieza, pasar un trapo mojado y recoger el detergente, enjuagar el trapo y volver a pasar por el área, repetir la operación tantas veces sea necesario, hasta eliminar por completo todo el detergente.

Tratar de no ingresar al área hasta que esté completamente seca.

Limpieza de Anaqueles y Productos: Esta operación se realizará 2 veces a la semana o según sea necesario.

Retira los productos de los ángeles, teniendo cuidado, para evitar accidentes y confusiones, de preferencia hacerlo por sectores, empezando por los de mayor altura.

De ser necesario colocar los productos en una mesa o escritorio limpio.

Limpiar los productos con un paño seco, sacudiéndose cuantas veces sea necesario.

Colocar con cuidado nuevamente cada producto en su lugar, teniendo en cuenta el sistema FIFO y FEFO.

Repetir esta acción anaquel por anaquel hasta concluir con los anaqueles más bajos.

Se limpiarán los anaqueles con franelas húmedas para retirar restos de polvo, si es necesario enjuagar el trapo y volver a pasar, después pasar una franela seca.

Limpieza de Puertas y Ventanas: Esta operación se realizará 2 veces a la semana o según sea necesario.

Limpia las puertas y ventanas, primero con un paño seco y luego con uno húmedo, el cual se enjuaga tantas veces como sea necesario.

Encerar el Piso: esta operación se realizará una vez a la semana; teniendo el área despejada se procederá a echar la cera en el piso; luego, con un trapeador será esparcida (se empezará de atrás hacia delante).

El personal encargado registra la limpieza realizada en el formato de limpieza semanal, colocando un visto bueno (V° B°) y su firma del trabajo realizado.

El profesional Químico Farmacéutico verifica que las labores de limpieza se hayan realizado, para lo cual revisará, visará y archivar los formatos de controles de Limpieza Semanal.

1.1. OPERACIONES MENSUALES:

Limpieza de techos, paredes y puertas:

Esta actividad se realiza una vez al mes, terminando el día y hora, debiéndose tener en cuenta que deberá ser en horario de no atención al público, pudiendo ser mañana o tarde.

Limpia el techo con un escobillón, con movimientos firmes, pero despacio para evitar levantar el polvo, empezando por las esquinas, con limpieza de puertas y ventanas, se realizará pasando franela o trapo secos, hasta eliminar la suciedad o el polvo.

Proteger los productos o medicamentos, con bolsas plásticas.

Limpiar las paredes utilizando el mismo escobillón envueltos con una franela, comenzando con la parte superior y de arriba hacia abajo.

Limpiar las puertas primero con un paño seco y luego con un uno húmedo, el cual se enjuaga tantas veces como sea necesario.

La persona encargada registra la limpieza realizada en el formato de limpieza mensual, colocando un visto bueno (V° B°) y su firma del trabajo realizado.

El profesional Químico Farmacéutico verifica que las labores de limpieza se hayan realizado, para lo cual revisará, visará y archivar los formatos de controles de limpieza Mensual.

2. ANEXO:

Anexo N° 01: Formatos de Control de Limpieza: Diaria, Semanal y Mensual

FORMATO DE LIMPIEZA DIARIA

QUIMICO FARMACEUTICO:

FECHA	PERSONAL	PISOS	VITRINAS	MESAS	SS. HH

Cuadro 10 Formato de limpieza diaria

FORMATO DE LIMPIEZA SEMANAL

QUIMICO FARMACEUTICO:

AÑO:

MES:

SEMANA	HORA	PERSONAL	VERIFICADO
PRIMERA			
SEGUNDA			
TERCERA			
CUARTA			

Cuadro 11 Formato de limpieza diaria

FORMATO DE LIMPIEZA MENSUAL

QUIMICO FARMACEUTICO:

AÑO:

MES	FECHA	PERSONAL	VERIFICADO
ENERO			
FEBRERO			
MARZO			
ABRIL			
MAYO			
JUNIO			
JULIO			
AGOSTO			
SETIEMBRE			
OCTUBRE			
NOVIEMBRE			
DICIEMBRE			

Cuadro 12 Formato de limpieza mensual

PROCEDIMIENTOS OPERATIVOS	SEIRI IDENTIFICAR Y CLASIFICAR	Versión:	V.01
		Elaboración	01/09/2020
		Vigencia:	01/09/2022
		Página:	1 -5

OBJETIVOS

El presente procedimiento tiene por objetivo incluir los materiales básicos para identificar y clasificar el proceso de ejecución. El resto se considerará material innecesario y por tanto será eliminado o separado. A partir de entonces se realizará un inventario estándar para cada trabajo de esta manera, el trabajador tiene las herramientas que realmente necesita y ningún otro factor puede obstaculizar su trabajo.

ALCANCE

En todas las áreas del establecimiento farmacéutico.

RESPONSABILIDAD

El Director Técnico del Establecimiento Farmacéutico es el responsable de supervisar en lo que corresponda para el cumplimiento del presente procedimiento.

El personal técnico en farmacia encargado es el responsable de ejecutar en lo que corresponda el cumplimiento del presente procedimiento.

FRECUENCIA DE APLICACIÓN

Se llevará a cabo en 03 fases:

Ordenamiento Diaria: eliminar excesos y desperdicios

Ordenamiento Semanal: descartar elementos obsoletos

Ordenamiento Mensual: mejorar la distribución de los espacios

DISPOSICIONES ESPECÍFICAS

El Propietario, proporcionará el material y productos necesarios para realizar el ordenamiento como:

Tarjetas rojas para distinguir y marcar los elementos a desechar.

El Director Técnico del Establecimiento Farmacéutico verificará que las labores se hayan llevado a cabo y firma las hojas de registro: Control de ordenamiento diario, Semanal, Mensual según sea el caso.

El proceso de clasificación incluye:

Ordenamiento y clasificación

DESARROLLO DEL PROCEDIMIENTO

De acuerdo al Cronograma establecido se procederá a su cumplimiento sin omitir ningún paso.

El personal encargado de la limpieza solicita semanalmente al Propietario de la farmacia, los materiales necesarios y pueden ser los siguientes:

Cajas o bolsas necesarias para guardar o votar lo innecesario

El personal encargado, utilizara, gorra, guantes y mascarilla si es necesario.

Procede a realizar según corresponda la clasificación diaria, semanal o mensual, según lo indicado en el presente procedimiento respectivamente, a primera hora del día; además realiza en forma adicional a solicitud del Químico Farmacéutico y/o Propietario, las veces que sea necesario.

Concluida la clasificación, lava y seca todo el material utilizado, lo cual queda listo para su próximo uso.

Se guarda los materiales utilizados y limpios en su lugar destinado para este fin.

Se registra correctamente la Hoja de Registro de Limpieza, indicando la fecha y firma para su revisión o control por el Director Técnico del Establecimiento Farmacéutico.

El cronograma de clasificación se colocará en un lugar visible y de fácil acceso.

OPERACIONES DIARIAS: Diagrama de flujo clasificación

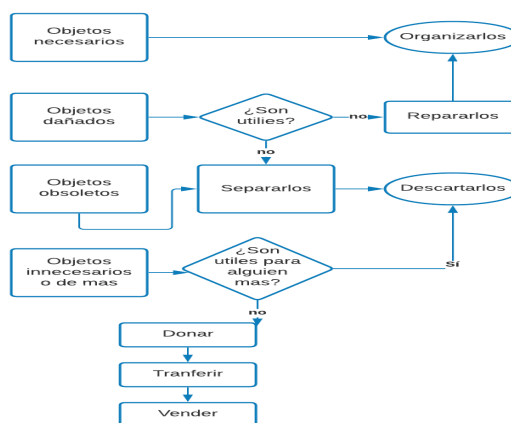


Figura 23. Diagrama de flujo de clasificación de materiales

TARJETA ROJA

NUMERO: _____
 FECHA: _____
 AREA: _____
 NOMBRE: _____
 CANTIDAD: _____
 DISPOSICION: _____
 TRANSFERIR: _____
 ELIMINAR: _____

 INSPECCIONAR: _____

 OTRAS: _____

 COMENTARIOS: _____

Figura 24. Tarjeta roja para clasificación

El objeto identificado por la tarjeta roja debe estar en Formato de "lista de elementos innecesarios" para realizar un seguimiento Número de tarjetas utilizadas con supervisor y grupo Realice la investigación adecuada para determinar si desea eliminarlos o guardarlos.

LISTA DE ELEMENTOS INNECESARIOS

ELABORADO POR:

ÁREA:

Elemento	Ubicación	N° de tarjeta	Acción/ Eliminación

Cuadro 13. Formato de lista de elementos innecesarios

PROCEDIMIENTOS OPERATIVOS	SEITON ORDENAR	Versión:	V.01
		Elaboración	01/09/2020
		Vigencia:	01/09/2022
		Página:	1 – 4

OBJETIVOS

Cumplir con las buenas prácticas de Almacenamiento a fin de garantizar que el producto farmacéutico se conserve en óptimas condiciones desde su ingreso hasta su dispensación, no alterar la calidad de los mismos, que no se produzcan confusiones y permitir una rotación correcta de las existencias.

ALCANCE

Aplicable desde que ingresen productos terminados al Área de Almacenamiento, luego de la revisión correspondiente, hasta que es ubicado en el lugar que le corresponde.

REFERENCIA O BASE LEGAL

Ley N° 26842 – Ley General de Salud.

Ley N° 29459 Ley de Productos Farmacéuticos, Dispositivos Médicos y Productos Sanitarios
Decreto Supremo N° 016-2001-SA – Establecen que las farmacias de entidades del Sector Público están autorizadas a vender directamente al público medicamentos esenciales e insumos médicos.

Decreto Supremo N° 016-2011-SA - Aprueban Reglamento para el Registro, Control y Vigilancia Sanitaria de Productos Farmacéuticos, Dispositivos Médicos y Productos Sanitarios, y su modificatoria * (Decreto Supremo N° 001-2012/SA).

Resolución Ministerial N° 720-2012/MINSA. Del 29-08-12, Aprueban “Modifican el Reglamento de Establecimientos Farmacéuticos, aprobado por D.S. N°014-2011-SA”.

Resolución Ministerial N° 585- 99-SA/DM del 27.11.99 - Manual de Buenas Prácticas de Almacenamiento de Productos Farmacéuticos y Afines.

Resolución Ministerial N° 013-2009/MINSA Aprueba Manual de Buenas Prácticas de Dispensación.

LUGAR DE APLICACIÓN

Se aplica en el área de almacenamiento.

FRECUENCIA DE APLICACIÓN

Cada vez que ingresen los productos terminados al área de almacenamiento.

TÉRMINOS Y DEFINICIONES

Buenas Prácticas de Almacenamiento: conjunto de normas que establecen los requisitos y procedimientos operativos que deben cumplir los establecimientos que fabrican, importan, exportan, almacenan, comercializan, distribuyen, dispensan y expenden productos farmacéuticos, dispositivos médicos y productos sanitarios, con el fin de garantizar el mantenimiento de sus condiciones y características óptimas durante el almacenamiento.

Envase Inmediato o Primario: es el envase dentro del cual se coloca el producto en la forma farmacéutica terminada.

Envase Mediato o Secundario: es el envase definitivo o material de empaque dentro del cual se coloca el envase inmediato y es usado para la distribución y comercialización de un producto.

Sistema FIFO. - Sistema de rotación de productos almacenados que establece que los productos que primero expiran, son los que primero salen (First Expire-First Output).

Sistema FIFO. - Sistema de rotación de productos almacenados que establece que los productos que primero ingresan son los que primero salen (First Input-First Output).

RESPONSABILIDAD

El Director Técnico del Establecimiento Farmacéutico es el responsable de supervisar en lo que corresponda el cumplimiento del presente procedimiento.

El personal técnico en farmacia encargado es el responsable de ejecutar en lo que corresponda el cumplimiento del presente procedimiento.

DISPOSICIONES ESPECÍFICAS

No se podrán reponer productos directamente desde el embalaje o las bandejas sin antes haber revisado y tener el visto bueno del Director Técnico del Establecimiento Farmacéutico.

El almacenamiento de los productos farmacéuticos, dispositivos médicos y productos sanitarios está sujeto a las condiciones establecidas en el Manual de Buenas Prácticas de Almacenamiento.

En el establecimiento farmacéutico no se podrá tener en existencia muestras médicas o muestras gratuitas de productos farmacéuticos, dispositivos médicos y productos afines en el área de dispensación o almacenamiento.

Los productos farmacéuticos, dispositivos médicos y productos sanitarios que se dispensan y/o expenden de manera fraccionada, deben permanecer en sus envases originales.

MATERIALES Y RECURSOS

Colocar estantes, anaqueles, vitrinas con una distancia necesaria para movilizarse.

Colocar Termohigrómetros, en el área de almacenamiento y dispensación.

Instalar aire acondicionado o contar con ventiladores.

Contar con parihuelas y/o bandejas

DESARROLLO DEL PROCEDIMIENTO:

DEL ALMACENAMIENTO DE LOS PRODUCTOS

Colocar los productos farmacéuticos aprobados luego de la verificación por el Director Técnico Q.F, en los lugares establecidos de acuerdo a la clasificación elegida (por fabricante, por grupo farmacológico, o por orden alfabético)

Los productos farmacéuticos se almacenarán teniendo en cuenta los siguientes criterios:

Por el laboratorio de procedencia.

Los productos se almacenarán ubicando primeramente el laboratorio de procedencia colocando orden alfabético y en el caso haya productos que tienen igual tamaño o parecida presentación, en ese caso se separarán con otro producto de diferente presentación y así poder diferenciar.

Si son productos de alta rotación, colocarlo en los lugares más accesibles y rápidos de sacar.

Por su fecha de vencimiento.

Los productos que pertenecen al mismo modelo y clase de producto se ordenarán según la norma del sistema FEFO (First Expire – First output), que establece lo siguiente: los productos que primero expiran son los primeros que salen.

De esta forma, cuando se solicite cantidades de un producto, elegirá la primera columna y así sucesivamente, pues estos productos son los primeros que expiran.

Para este efecto, se debe establecer un ordenamiento de colocación de los productos, tomando en cuenta lo siguiente: si en un grupo de productos que pertenecen al mismo modelo y clase de producto, existiera producto de diferentes fechas de vencimiento, se procederá a colocar los primeros que expiran, en la parte más próxima a la salida del todo el grupo de productos, y así sucesivamente con el resto de productos cuyas fechas de vencimiento están primero a expirar.

Todo el personal que labora debe de cuidar de mantener este orden permanente.

REVISAR y ORDENAR

los productos farmacéuticos y afines de acuerdo a su fecha de vencimiento para su fácil identificación y dispensación.

Los ordena de manera que evita el congestionamiento o aglomeración de los productos.

Los productos con envase de vidrio (ampollas, frascos) lo manejan con cuidado y no los coloca en los bordes de los anaqueles.

MANTENER

los productos farmacéuticos fotosensibles en su envase secundario, en todo caso deberá ser guardado en un lugar oscuro.

Los productos farmacéuticos almacenados deben contar con rótulos legibles, de manera que se pueda identificar fácilmente. Por ningún motivo deberá colocar o encontrarse los productos farmacéuticos, dispositivos médicos y productos sanitarios directamente sobre el piso o expuestos a la humedad.

VERIFICAR y alertar cuando un producto farmacéutico tiene fecha de vencimiento cercano próximo a los 6 meses, para solicitar el canje con el proveedor y evitar que se pierda el producto por vencimiento.

Periódicamente se toman inventarios físicos, comprobándose los stocks reales y poder así identificar la existencia de excedentes y/o faltantes.

Está terminantemente prohibido el ingreso a personas ajenas al interior del Establecimiento Farmacéutico, así también se prohíbe ingerir alimentos y bebidas.

PROCEDIMIENTOS OPERATIVOS	SEIKETSU ESTANDARIZACIÓN	Versión:	V.01
		Elaboración	01/09/2020
		Vigencia:	01/09/2022
		Página:	01-02

OBJETIVOS

Cumplir con el proceso de estandarización es distinguir fácilmente las condiciones "normales" de las condiciones "anormales", es decir, los empleados deben poder distinguir cuándo las primeras tres S se aplican correctamente y cuándo no se aplican correctamente.

ALCANCE

Un conocimiento más profundo de las instalaciones.

La creación de hábitos de limpieza.

El hecho de evitar errores en la limpieza, que en algunas ocasiones pueden provocar accidentes.

PASOS

Mostrar los resultados de las 5s, ante todo el grupo de trabajo.

Realizar una retroalimentación sobre el proceso.

Realizar auditorías internas para verificar que se esté cumpliendo el procedimiento, estas auditorías debe realizarlas el Supervisor del área o el encargado de la implementación. Realizar una retroalimentación sobre el proceso

Realizar inspecciones internas para verificar que se esté cumpliendo el procedimiento

BENEFICIOS

Una cultura de sensibilidad, respeto y cuidado de los recursos.

Una mejora del ambiente de trabajo, que contribuirá al ambiente de la moral.

PROCEDIMIENTOS OPERATIVOS	SHITSUKE DISCIPLINA	Versión:	V.01
		Elaboración	01/09/2020
		Vigencia:	01/09/2022
		Página:	01

OBJETIVOS

Cumplir con el proceso de estandarización para distinguir fácilmente las condiciones "normales" de las condiciones "anormales", es decir, los empleados deben poder distinguir cuándo las primeras tres S se aplican correctamente y cuándo no se aplican correctamente.

ALCANCE

Aplicable desde que ingresen productos terminados al Área de Almacenamiento, luego de la revisión correspondiente, hasta que es ubicado en el lugar que le corresponde.

PASOS

Mostrar los resultados de las 5s ante el grupo de trabajo

Realizar inspecciones internas para verificar que se esté cumpliendo el procedimiento

BENEFICIOS

Cultura de sensibilidad, respeto y cuidado de los recursos

Mejor ambiente de trabajo

Actividad 10. Clasificar ordenar y decidir en eliminar los despilfarros o desperdicios de la organización 5-S

5" S" DE KAIZEN.	CONCEPTO	IMPORTANCIA	IMPLEMENTACIÓN	EJECUCIÓN
SEISO Limpiar sistemáticamente	Mantener limpio todos los equipos, materiales y las áreas de trabajo y eliminar las fuentes de suciedad	*Reduce costos por mantenimiento de equipos y materiales *Reduce riesgos de accidentes o enfermedades ocupacionales *Crea un hábitat laboral agradable y saludable	Se formará grupos y tiempos de limpieza teniendo en cuenta el registro de control de limpieza diaria	El técnico responsable realizará la limpieza y lo registrará en registro de control de limpieza indicando el día y nombre del que realiza la limpieza
SEIRI Separar innecesarios clasificar, seleccionar y separar	Asegurar que se tiene todo lo necesario y en funcionamiento	Elimina problemas ocasionados por la acumulación de elementos innecesarios	Se coordinará con los técnicos para identificar los elementos o materiales innecesarios en su área de trabajo Así mismo se clasificará los residuos generados según su clasificación: papeles, vidrios, plásticos, metales	Cada técnico clasificará y registrará los elementos innecesarios de su área de trabajo
SEITON Situar necesarios Organizar y ordenar	Ordenar los elementos necesarios, utilizando un agrupamiento lógico que facilite que los elementos se encuentren, retiren y devuelvan a su lugar fácilmente	Desarrolla condiciones para que cualquier elemento pueda ser localizado por cualquier persona en el momento	Se clasificará y rotulará cada elemento a utilizar en cada área, según se dispone de la frecuencia de su uso de manera que se ahorre tiempo y esfuerzo Se dispondrá de áreas para el almacenamiento de los medicamentos	Ordenar los medicamentos en el almacén de forma alfabéticamente de acuerdo a la funcionalidad genérico, marca, y laboratorio y a la forma estratégica de comercialización teniendo en cuenta que se visualice el Nombre fecha de caducidad
SEIKETSU Señalar estandarizar	Normalizar y mantener las condiciones de orden y limpieza, con el uso de controles visuales, codificaciones, señalización, etc.	*Ayuda a que las tres primeras "S" se mantengan y practiquen día a día en la organización. *Proporciona uniformidad y facilita la detección de anomalías.	Se incentivar la creación de hábitos para conservar el lugar de trabajo en buenas condiciones para ello se utilizan procedimientos para la autoevaluación y conocer sus expectativas de trabajo bajos los criterios de las 3 primeras "S"	Se asignan tareas claras relacionadas a sus lugares de trabajo, cada técnico debe conocer cuáles son sus responsabilidades sobre lo que tienen que hacer cuando, donde, como.
SHITSUKE Seguir mejorando Autodisciplina	Desarrollar la autodisciplina y formar el hábito en el personal de comprometerse con el cumplimiento de estándares	*Es la clave para el éxito de las 5" S". *Requiere dedicar cada día 5 minutos para enfocarse en mantener los logros y buscar la mejora continua	Se establecerá reuniones en donde se expondrá la importancia de realizar las 5" S" y conocer de qué manera esto impacta en su formación profesional y personal	Se capacitará de forma creativa sobre la importancia del cumplimiento de los procedimientos establecidos, así como también de sus responsabilidades para crear un hábito mediante una cultura armoniosa y saludable

Cuadro 14. Desarrollo de la metodología de las 5-S

Actividad 11. Mantener el orden y la limpieza fomentando la disciplina y autocontrol para una mejora continua

Para fomentar la disciplina y autocontrol para una mejora continua

Hay tres objetivos principales al utilizar este método:

socios: En este sentido, uno de los objetivos es que la conducta y actitudes de los colaboradores eliminen los malos hábitos en el área de trabajo.

Equipo de trabajo: En este caso, el objetivo es crear un equipo en el que encontrar alternativas Soluciones y busca crecer como equipo y desarrollar sus habilidades blandas.

Negocios: Este objetivo se centra en la mejora del clima laboral, buscando siempre la mejora continua.



Figura 25. Metodología de las 5-S

Fuente: Metodología 5s Adrián Rossemberg (2015)

Actividad 12. Recomendaciones

Capacitarse y capacitar a toda la organización sobre los principales conceptos del programa 5s y de la mejora continua. Es necesario designar un líder dentro del equipo que se encargue de planificar y coordinar las actividades que surjan durante la implementación del programa. Debe tenerse en cuenta que, además de los conocimientos técnicos propios del programa 5s, el líder deberá contar con habilidades interpersonales y capacidad para el trabajo en equipo. Por tal motivo, el compromiso de los directivos con la implementación del programa 5s resulta un factor clave de éxito. Asignar el tiempo necesario a la implementación del programa.

Evaluar el progreso y evolución de la implementación. Previo al inicio de la implementación del programa 5s es necesario capacitar al personal, para lo cual, además de brindar los conceptos teóricos de la herramienta, es importante incluir ejemplos de casos reales e introducir actividades didácticas para hacer más efectivo el proceso de aprendizaje. La auditoría 5s es un examen crítico, sistemático y detallado de aspectos a evaluar con criterios definidos para tal fin, que puede repetirse periódicamente con la intención de hacer un seguimiento de los indicadores, revisar la evolución del programa y definir nuevas acciones de mejora. Las evaluaciones pueden realizarse por sector, por lugar de trabajo o de manera general para toda la empresa y es recomendable que sean llevadas a cabo por personas que puedan brindar una opinión imparcial, como por ejemplo personal de la empresa que no haya participado del proceso de implementación o consultores externos.

Un punto clave para lograr que el proceso de implementación de las 5s resulte exitoso es utilizar indicadores para cuantificar los avances en la implementación del programa y las mejoras obtenidas a través de él comprender como todo proceso de cambio, éste puede generar resistencia de las personas para llevar adelante su implementación.

Actividad 1 3. Establecer un plan de capacitación

Finalidad del plan de capacitación	Comprender el concepto de calidad desde la perspectiva del cliente, con el tiempo, reconozca el valor de las relaciones con los clientes y desarrolle estrategias para aumentar el valor. Combinar tecnología de servicio para generar satisfacción y satisfacer a los clientes manejar correctamente las quejas y situaciones difíciles
Alcance	El plan de capacitación será desarrollada y presentada a todos los colaboradores de la farmacia
Meta	Capacitar a los técnicos Cumplir las actividades establecida Obtener resultados de las capacitaciones
estrategias	Talleres didácticos
Capacitación	Adaptación a los nuevos procesos Conocimiento sobre la calidad de servicio
Actividades a desarrollar	
Módulo 1 ¿Por qué es importante brindar servicios de calidad?	¿Cómo ven los clientes la calidad de nuestro servicio? ¿Qué esperan los clientes de nosotros? ¿Cuáles son sus expectativas de servicio? ¿Qué hacer para alcanzar y superar las expectativas de los clientes?
Duración de la actividad	3:00 horas
Lugar	Empresa farmacéutica
recursos	Proyector Papel bond Lapiceros Laptop
Módulo 2 Los pasos de atención al público.	Fragmentando el proceso de atención y servicio al cliente. Pasos clave del proceso de atención. 3 cosas a recordar para mejorar el desempeño y aumentar la calidad. Los comportamientos esenciales en la atención al público.
Duración de la actividad	3:00 horas
Lugar	Empresa farmacéutica
recursos	Proyector Papel bond Lapiceros Laptop
Módulo 3: Pasos hacia un mejor servicio y mayores beneficios	Cómo ser proactivo Cómo hablar sin palabras (reglas básicas del lenguaje no verbal).

	“Conduciendo” a los clientes. Usando las palabras adecuadas. Cómo conocer sus necesidades
Duración de la actividad	3:00 horas
Lugar	Empresa farmacéutica
recursos	Proyector Papel bond Lapiceros Laptop
Módulo 4: Manejo de la atención telefónica	El proceso de escucha y comunicación activa 10 claves para escuchar a sus clientes Reglas de cortesía
Duración de la actividad	3:00 horas
Lugar	Empresa farmacéutica
recursos	Proyector Papel bond Lapiceros Laptop
Módulo 5: Manejo de Quejas y Reclamos	Reglas básicas para el manejo de quejas Los 10 NO del manejo de quejas La importancia del lenguaje a usar para el manejo de quejas. Cómo manejar clientes agresivos
Duración de la actividad	3:00 horas
Lugar	Empresa farmacéutica
recursos	Proyector Papel bond Lapiceros Laptop

Cuadro 15. Formato de plan de capacitación

Fuente: (Opción Consultores Portal de Negocio 2014)

Actividad 14. Elaborar cronograma de capacitaciones al personal técnico

CRONOGRAMA DE CAPACITACIONES AL PERSONAL TÉCNICO																					LUGAR	FECHA	HORA				
Módulo	ENERO																										
	SEMANA 1						SEMANA 2					SEMANA 3					SEMANA 4										
	L	M	M	J	V	S	L	M	M	J	V	S	L	M	M	J	V	S	L	M	M	J	V	S			
Módulo 1 ¿Por qué es importante brindar servicios de calidad?																									Empresa farmacéutica	9/01/2020	8:00am-9:30 am
Módulo 2 Los pasos de atención al público.																									Empresa farmacéutica	16/01/2020	8:00am-9:30 am
Módulo 3: Pasos hacia un mejor servicio y mayores beneficios																									Empresa farmacéutica	23/01/2020	8:00am-9:30 am
Módulo 4: Manejo de la atención telefónica																									Empresa farmacéutica	30/01/2020	8:00am-9:30 am

Cuadro 16. Cronograma de actividades para las capacitaciones

Fuente: Elaboración propia

Actividad 15. Análisis de sugerencias o recomendaciones respecto al servicio

El estímulo se propone la aplicación de instrumentos y actividades que ayudarán a mantener una cultura de servicio de la farmacia en la mente de los colaboradores por lo tanto se considera lo siguiente:

Carteles: Colocar carteles con los mensajes de protocolo a realizar en lugares estratégicos donde lo pueden visualizar y así recordar y realizar los pasos al momento de la llegada de los clientes.

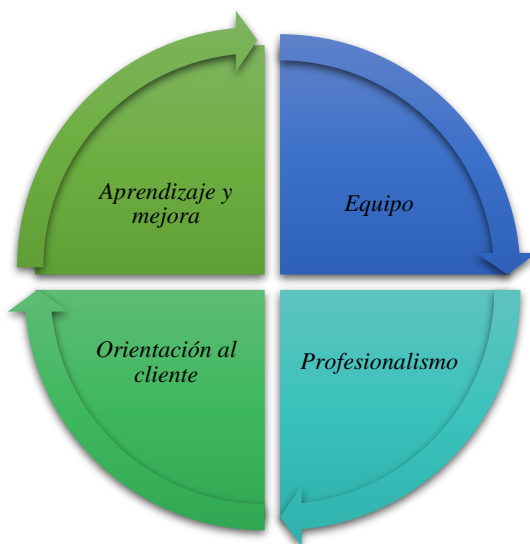
Premios: Entregar reconocimientos a los colaboradores que cumplan 1 año dentro de la farmacia como símbolo de su buen desempeño y trayectoria

Bonificación por calidad de servicio: Trimestralmente revisar los indicadores de satisfacción calificados por los clientes y premiar a los colaboradores tienen más puntos así mismo realizar tardes de integración, almuerzos, actividades deportivas con todos los colaboradores.

Capacitaciones: Brindar capacitaciones interactivas con los colaboradores esto para afianzar más la confianza entre ellos mismos y sean capaces de resolver algún problema.

Centros de distracción: Promover actividades recreacionales para fomentar la integración entre compañeros como voleibol o equipos de fútbol.

Figura 26. variables de calidad de servicio



Fuente: Elaboración propia

Actividad 16. Elaboración de evaluaciones de la satisfacción del personal y cliente

Para el desarrollo correcto de los procedimientos establecidos se elaborarán formato de encuestas internos y externos

Encuesta de satisfacción del personal

Estimado colaborador:

La presente encuesta tiene como objetivo conocer sus expectativas en cuanto a su desarrollo laboral. Por favor, conteste verazmente la siguiente encuesta, la información que proporcione será usada con fines estadísticos y será de carácter confidencial. Es muy importante que conteste la encuesta completa y con honestidad. Anticipamos un sincero agradecimiento por su valiosa colaboración.

Muy satisfecho (1)	Bastante (2)	Poco (3)	Nada (4)
-----------------------	-----------------	-------------	-------------

Nro.	Nombre:	Valoración			
	Fecha:	1	2	3	4
1	¿Se te brinda un reconocimiento especial en tu desempeño laboral?				
2	¿Las ideas que aportas para mejorar el trabajo son consideradas?				
3	¿Se preocupan por tu desarrollo profesional y personal?				
4	¿recibes entrenamiento necesario para desempeñar correctamente tu trabajo?				
5	¿La información que recibes es clara para que realices tus actividades?				
6	¿Qué tan satisfecho está con la calidad de la atención que recibió de nuestro personal de farmacia?				
7	¿Existe una clara comunicación entre todo el equipo?				
8	¿Las capacitaciones que brindan son útiles para su desarrollo profesional?				
9	¿Se siente motivado y le gusta el trabajo que desarrolla?				
10	¿En tu puesto de trabajo desarrollas al máximo tus habilidades?				
Observaciones:					

Encuesta de satisfacción del cliente

Estimado cliente:

La presente encuesta tiene como objetivo conocer su experiencia dentro de la farmacia. Por favor, conteste verazmente la siguiente encuesta, la información que proporciona será usada con fines estadísticos y será de carácter confidencial. Es muy importante que conteste la encuesta completa y con honestidad. Anticipamos un sincero agradecimiento por su valiosa colaboración.

Bueno (1)	Regular (2)	Malo (3)
---------------------	-----------------------	--------------------

Nro.	Mujer: _____ Varón: _____	Valoración		
	Fecha: _____	1	2	3
1	¿Cómo considera que fue el trato que recibió?			
2	¿Considera eficiente el servicio que recibió?			
3	¿Sus dudas fueron resueltas de manera rápida?			
4	¿Cómo considera la calidad de sus productos?			
5	¿El personal le atendió con respeto?			
6	¿Cómo evalúa la calidad de los productos?			
7	¿El personal le inspira confianza?			
8	¿Cómo considera el tiempo de atención?			
9	¿Cómo evalúa el precio de los medicamentos?			
10	¿Cómo le pareció los empaques en que brindan las medicinas?			
Observaciones:				

Actividad 17. Elaborar cronograma anual de evaluaciones al personal técnico y clientes

CRONOGRAMA DE EVALUACIONES																				LUGAR	
Módulo	SEMANA-1					SEMANA 2					SEMANA 3					SEMANA 4					
ENERO																					Empresa farmacéutica
FEBRERO																					Empresa farmacéutica
MARZO																					Empresa farmacéutica
ABRIL																					Empresa farmacéutica
MAYO																					Empresa farmacéutica
JUNIO																					Empresa farmacéutica
JULIO																					Empresa farmacéutica
AGOSTO																					Empresa farmacéutica
SEPTIEMBRE																					Empresa farmacéutica
OCTUBRE																					Empresa farmacéutica
NOVIEMBRE																					Empresa farmacéutica
DICIEMBRE																					Empresa farmacéutica

Cuadro 17. Cronograma anual de evaluaciones al personal técnico y clientes Fuente: Elaboración propia

Según el cuadro 14 se realizarán un cronograma de evaluaciones cada dos meses tanto a los colaboradores y los clientes, a fin de medir y conocer si se cumple con lo planteado y tiene resultados positivos en caso contrario se tomarán medidas de mejora, esto es a fin de conocer el avance de cuanto se ha ido aprendiendo y conociendo sobre en la calidad de servicio que se quiere ofrecer.

Actividad 18. Protocolo de servicio al cliente

Objetivo general

Elaborar el protocolo que se implemente en la farmacia cuando trata a sus clientes, por lo que es necesario tener los conocimientos y proyectarse a los servicios que brinda.

Objetivos específicos

Trazar una buena imagen de la farmacia y posicionarse como una de las mejores en el sector farmacéutico

Poner en marcha el protocolo de servicio al cliente en todo equipo para que nuestros servicios seas de manera eficiente, eficaz y lograr satisfacer las necesidades de nuestros clientes

Ofrecer un trato uniforme a todos los clientes, dando a conocer la calidad de nuestros servicios

Alcance

Este protocolo está dirigido a todas las personas que manejan el servicio al cliente cualquiera que sea su cargo dentro de la farmacia.

Se tendrá en cuenta que esta será guía para sus supervisores

Teniendo claro que la implementación de un protocolo es una gran forma de mejorar continua, bien porque permite fidelizar clientes y conseguir más ventas a medio a largo plazo, o porque permite solucionar problemas aportando o complementando información.

Lo que se debe evitar en el protocolo cara a cara

No bríndale importancia al cliente

No estar uniformado

Tener mala postura

Maquillaje extravagante

Tener alimentos en la boca

Etapas en el proceso de atención al cliente

Etapa 1: Iniciar al contacto

Objetivo: iniciar al contacto y que le cliente se sienta atendido desde el principio del contacto, causándole una impresión positiva y creando la disposición para una relación

Saludar y sonreír.

Personalizar el contacto.

Invitar a hablar al cliente.

Utilizar un tono de voz amable.

Mirar la cara del cliente.

Orientarse hacia el cliente.

Etapa 2: Obtención de información

Objetivo: conocer y comprender cuáles son las necesidades del cliente, para posibilitar su adecuada satisfacción, transmitiendo que le escuchamos y que realmente nos interesamos por su petición.

Observar al cliente.

Escuchar activamente.

Sentir la posición del cliente.

Preguntar de modo no rutinario.

Reforzarle mientras habla.

Asegurar la petición.

Etapa 3: satisfacer la necesidad

Objetivo: Brindar una respuesta efectiva y en cuanto a resolver las necesidades del cliente de forma rápida y facilitar las indicaciones oportuna asegurando su bienestar y comodidad.

Identificar la necesidad.

Centrarse en su satisfacción.

Hacerse comprender amablemente.

Dedicar el tiempo necesario.

Asegurar la satisfacción.

Etapa 4: Finalización

Objetivo: asegurarse de haber cumplido con todos los requerimientos que el cliente pidió y haya sido resuelta en su totalidad creando una sensación satisfactoria.

Interesarse por peticiones añadidas.

Despedirse amablemente.

Hacerse comprender amablemente.

Mirar y sonreír al cliente.

No demorar el fin



Figura 27. Protocolo de atención al cliente

Fuente: Elaboración propia (2020)

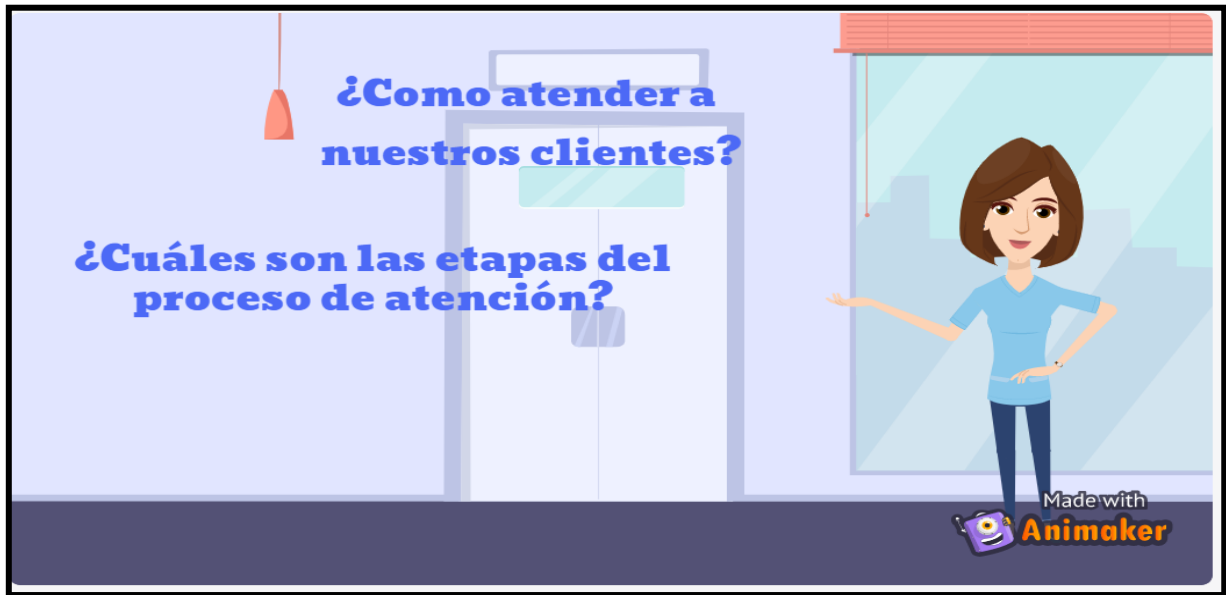


Figura 28. Protocolo de atención al cliente

Fuente: Elaboración propia



Figura 29. Empaque de papel celuloso blanco

Fuente: Elaboración propia

Anexo 3: Instrumento cuantitativo

INSTRUMENTO QUE MIDE CALIDAD DE SERVICIO

(Instrumento cuantitativo)

Estimado cliente:

El instrumento que se presenta a continuación pretende medir la calidad del servicio de la farmacia. Su aporte es valioso, en tal sentido de poder brindar soluciones de mejora.

INSTRUCCIONES. Lea detenidamente cada pregunta, tómese el tiempo necesario y marque con una “X” la valoración que usted crea pertinente.

Totalmente en desacuerdo (1)	Moderadamente en desacuerdo (2)	Ni desacuerdo ni acuerdo (3)	Moderadamente de acuerdo (4)	Frecuentemente de acuerdo (5)
---------------------------------	------------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	----------------------------------

Nro.	Ítems	Valoración				
	SERVICIO	1	2	3	4	5
1	¿El personal de la farmacia que lo atendió, le inspiró confianza?	1	2	3	4	5
2	¿En términos generales las veces que fue atendida por el personal de farmacia, la atención fue la adecuada?	1	2	3	4	5
3	¿Usted volvería a comprar a la farmacia por el trato que le brindaron?	1	2	3	4	5
4	¿La atención que recibió por parte del personal de farmacia encargado fue rápida y óptima?	1	2	3	4	5
5	Considerando su experiencia, ¿Qué tan probable es que nos recomiendes a un familiar o amigo?	1	2	3	4	5
6	¿Qué tan satisfecho está con la calidad de la atención que recibió de nuestro personal de farmacia?	1	2	3	4	5
CALIDAD DE TRATO						

7	¿El personal de farmacia le orientó y explicó de manera clara y adecuada en cuanto a sus consultas?	1	2	3	4	5
8	¿El personal de farmacia resuelve sus dudas y consultas sobre su medicación?	1	2	3	4	5
9	¿El personal de farmacia que le atendió lo trató con amabilidad, respeto y paciencia?	1	2	3	4	5
10	¿Se respetó su privacidad durante su atención?	1	2	3	4	5
11	¿Usted ha comprendido la explicación del personal de la farmacia?	1	2	3	4	5
12	¿El personal de farmacia que le atendió mostró interés en solucionar sus problemas de salud?	1	2	3	4	5
SATISFACCION DEL PERSONAL						
13	¿El personal de farmacia está correctamente uniformado e identificado?	1	2	3	4	5
14	¿Cómo calificaría al personal de la farmacia que lo atendió?	1	2	3	4	5
15	¿El personal de farmacia orienta a los usuarios el uso adecuado de los medicamentos?	1	2	3	4	5
16	¿El personal de farmacia se encuentra debidamente capacitado tras la atención que recibió?	1	2	3	4	5
17	¿El personal de farmacia mantiene una buena comunicación a la hora de atenderlo?	1	2	3	4	5
18	¿El personal de farmacia se siente seguro al momento de atenderlo?	1	2	3	4	5

Muchas gracias

Anexo 4: Instrumento cualitativo

Guía de entrevista

(Instrumento cualitativo)

Datos:

Cargo o puesto en que se desempeña:	Químico Farmacéutico
Nombres y apellidos	Franz Chávez Arzapalo
Código de la entrevista	001
Fecha	21/10/2020
Lugar de la entrevista	Instalaciones de la farmacia

Nro.	Subcategoría	Preguntas de la entrevista
1	servicio	¿Cómo evalúa la calidad de atención que brinda en la farmacia?
		¿Qué factores influyen para una buena atención de calidad en la farmacia?
2	calidad de trato	¿Como usted depende de los medicamentos cuando el cliente viene sin receta médica?
		¿Cómo usted maneja la ética profesional en el ámbito farmacéutico?
3	satisfacción del personal	¿Cuentas con las herramientas necesarias para hacer mejor tu trabajo?
		¿De qué manera evita la depresión o ansiedad a causa del covid-19 y que este no afecte en su rendimiento laboral?

Anexo 5: Fichas de validación de los instrumentos cuantitativos



Facultad de Ingeniería y Negocios

Ficha de validez del cuestionario para medir: La calidad de servicio

Nro.	Ítems	Suficiencia				Claridad				Coherencia				Relevancia				Observaciones Si el ítem no cumple con los criterios indicar las observaciones																					
		Importancia y congruencia del ítem.				Ítem adecuado en forma y fondo.				Relación del ítem con el indicador, sub categoría y categoría				Importancia y solidez del ítem.																									
Sub categoría 1: servicio		1	2	3	4	Pje.	1	2	3	4	Pje.	1	2	3	4	Pje.	1	2	3	4	Pje.																		
Indicador 1: Eficiencia en el servicio																																							
1.	El personal de la farmacia que lo atendió, le inspiró confianza	El ítem no es suficiente para medir la sub categoría o indicador. No existe relación entre el ítem, sub categoría e indicador. Es necesario incrementar los ítems. Es suficiente el número de ítems, son congruentes con las subcategorías	4	4	4	La redacción del ítem no es clara/redundante. El ítem requiere modificaciones en base al marco conceptual. Es necesaria la modificación del ítem. El ítem es claro, tiene semántica y es adecuado.	4	4	4	4	No existe coherencia entre la categoría, sub categoría, indicador e ítems. Existe escasa relación entre la categoría, sub categoría, indicador e ítems. Existe regular relación entre la categoría, sub categoría, indicador e ítems. Existe relación alta y exigida entre la categoría, sub categoría, indicador e ítems.	4	4	4	4	La eliminación del ítem no afecta al indicador, subcategoría y categoría. El ítem no mide de manera relevante el indicador, subcategoría y categoría. El ítem requiere aún modificaciones para ser relevante. El ítem es relevante y debe ser incluido en el instrumento.	4	4	4	4																			
2.	En términos generales las veces que fue atendida por el personal de farmacia, la atención fue la adecuada																																						
Indicador 2: Deseo de compra																																							
3.	Usted volvería a comprar a la farmacia por el trato que le brindaron																				4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4.	La atención que recibió por parte del personal de la farmacia fue rápida y óptima	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4																				

Indicador 3: Recomendación de servicio																				
5.	Considerando su experiencia, Qué tan probable es que nos recomiende a un familiar o amigo	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
6.	Qué tan satisfecho está con la calidad de la atención que recibió de nuestro personal de farmacia	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
Sub categoría 3: Calidad de trato																				
Indicador 5: Cortesía																				
7.	El personal de farmacia le oriento y explico de manera clara y adecuada en cuanto a sus consultas	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
8.	El personal de farmacia resuelve sus dudas y consultas sobre su medicación	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
Indicador 6: Respeto																				
9.	El personal de farmacia que le atendio lo trato con amabilidad, respeto y paciencia	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	

Anexo 6: Fichas de validación de la propuesta



Universidad
Norbert Wiener

Anexo.....Ficha de validez de la propuesta

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE LA PROPUESTA

Título de la investigación: Propuesta de implementación de un modelo de calidad de servicio para una empresa farmacéutica aplicando el ciclo Deming, Lima 2020

Nombre de la propuesta: Implementación un modelo de calidad en la atención de la farmacia con aplicación del ciclo de Deming.

Yo, Walter Amador Chávez Alvarado,... identificado con DNI Nro 09731774 Especialista en Ingeniería de Sistemas.

Actualmente laboro en Universidad Norbert Wiener Ubicado en Av Petit Thouars Cdra 20. Procedo a revisar la correspondencia entre la categoría, sub categoría e ítem bajo los criterios:

Pertinencia: La propuesta es coherente entre el problema y la solución.

Relevancia: Lo planteado en la propuesta aporta a los objetivos.

Construcción gramatical: se entiende sin dificultad alguna los enunciados de la propuesta.

N.º	INDICADORES DE EVALUACIÓN	Pertinencia		Relevancia		Construcción gramatical		Observaciones	Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO		
1	La propuesta se fundamenta en las ciencias administrativas/ Ingeniería.	X		X		X			
2	La propuesta está contextualizada a la realidad en estudio.	X		X		X			
3	La propuesta se sustenta en un diagnóstico previo.	X		X		X			
4	Se justifica la propuesta como base importante de la investigación holística- mixta -proyectiva	X		X		X			
5	La propuesta presenta objetivos claros, coherentes y posibles de alcanzar.	X		X		X			
6	La propuesta guarda relación con el diagnóstico y responde a la problemática	X		X		X			
7	La propuesta presenta estrategias, tácticas y KPI explícitos y transversales a los objetivos	X		X		X			
8	Dentro del plan de intervención existe un cronograma detallado y responsables de las diversas actividades	X		X		X			
9	La propuesta es factible y tiene viabilidad	X		X		X			
10	Es posible de aplicar la propuesta al contexto descrito	X		X		X			

Y después de la revisión opino que:

1. Aprobar la propuesta.....
2.
3.

Es todo cuanto informo;

Firma

Anexo 7: Base de datos (instrumento cuantitativo)

Nro.	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15	p16	p17	p18
1	4	2	5	1	4	2	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4
2	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	2	4	4	5
3	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4
4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	3	5	5
5	4	3	2	5	5	5	5	5	2	4	4	4	5	4	4	5	4	5
6	4	5	4	4	5	4	5	2	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4
7	5	5	4	2	5	5	2	3	4	4	4	3	5	4	5	4	5	5
8	5	1	5	5	4	5	4	3	1	5	5	4	1	5	3	3	2	2
9	5	5	4	3	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
10	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	3	5	4	5	4	5	4
11	1	5	5	5	5	5	4	5	4	5	3	3	5	5	4	4	4	4
12	5	4	5	5	5	1	5	4	2	5	4	4	5	5	4	5	5	5
13	5	5	5	5	5	5	5	4	4	1	4	5	5	5	3	5	4	5
14	5	5	5	2	5	5	2	2	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5
15	5	4	2	5	4	5	5	4	5	5	4	3	5	4	4	5	4	4
16	4	2	5	2	4	2	4	4	4	3	3	3	4	5	4	5	4	4
17	5	5	5	3	5	5	4	4	2	5	5	4	4	1	4	5	5	4
18	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	2	2	4	4
19	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5
20	5	5	5	1	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	2
21	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	2	5
22	5	2	4	4	5	2	2	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5
23	5	5	5	1	5	4	2	3	2	4	5	4	5	4	4	4	4	5
24	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5
25	4	4	5	5	4	5	4	5	4	1	4	3	5	3	3	5	5	4
26	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	2	4	5	4	5	5	4	4
27	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	2	5	5	1	5
28	3	5	5	3	5	4	5	4	5	5	4	2	5	5	4	5	5	5
29	5	5	4	4	4	5	5	2	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5
30	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	2	5	4	4	3	5	4	4
31	5	1	5	2	5	5	5	4	2	4	2	5	5	2	4	5	4	5
32	4	5	5	3	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
33	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4
34	4	4	5	5	4	2	5	5	5	4	5	4	4	5	4	3	2	4
35	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4
36	2	5	3	4	1	5	5	4	4	3	3	5	5	3	3	5	5	5
37	5	2	4	4	5	5	2	3	2	2	3	5	5	5	3	5	5	5
38	5	5	4	4	5	4	4	4	5	3	5	4	5	3	3	4	5	1
39	5	3	5	4	4	5	5	3	5	3	5	4	4	3	3	4	4	5
40	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	3	5	4	5

Cuadro 18. Codificación y vaciado de datos

Anexo 8: Transcripción de las entrevistas

Guía de entrevista

(Instrumento cualitativo)

Datos:

Cargo o puesto en que se desempeña:	Químico Farmacéutico
Nombres y apellidos	Franz Chávez Arzapalo
Código de la entrevista	001
Fecha	21/10/2020
Lugar de la entrevista	Instalaciones de la farmacia

Nro.	Subcategoría	Preguntas de la entrevista
1	servicio	¿Cómo evalúa la calidad de atención que brinda en la farmacia?
		¿Qué factores influyen para una buena atención de calidad en la farmacia?
2	calidad de trato	¿Como usted depende los medicamentos cuando el cliente viene sin receta médica?
		¿Cómo usted maneja la ética profesional en el ámbito farmacéutico?
3	satisfacción del personal	¿Cuentas con las herramientas necesarias para hacer mejor tu trabajo?
		¿De qué manera evita la depresión o ansiedad a causa del covid-19 y que este no afecte en su rendimiento laboral?

Nro.	Preguntas	Respuestas
1	¿Cómo evalúa la calidad de atención que brinda en la farmacia?	Quizás en mediante entrevista aleatorias a los clientes con una pequeña encuesta, por ejemplo, de cómo ha sido atendido por el personal si ha dado respuestas a las dudas sobre el medicamento y de cuál sería su sugerencia para una mejora en la atención.
2	¿Qué factores influyen para una buena atención de calidad en la farmacia?	Creo que una de los factores que considero es la comunicación e información entre químico y paciente que se debe procurar desarrollar una comunicación no invasiva que nos permita indagar para conocer sobre el caso planteado por el paciente y poder resolverlo, pero respetar los tiempos y la privacidad del paciente,

		nunca olvidarnos del secreto profesional y el respecto ante la consulta que el paciente hace.
3	¿Como usted depende de los medicamentos cuando el cliente viene sin receta médica?	<p>El consumo de medicamentos es un fenómeno muy complejo en la que debemos tener mucho énfasis</p> <p>En el Perú se hay medicamentos la venta de sin receta médica y las que si son necesario las recetas médicas por ejemplo los Medicamentos de venta sin receta médica son aquellos medicamentos destinados a aliviar dolencias que no exigen en la práctica una intervención médica y que, además, su uso en la forma, condiciones y dosis previstas, no entraña, por amplio margen de seguridad, peligros para el consumidor y los medicamentos de venta con prescripción son medicamentos que por la naturaleza de sus principios activos o por su acción, deben quedar sometidos a control oficial, utilizados bajo rigurosa prescripción y vigilancia médica, y/o son susceptibles de ser despachados con prescripción médica más de una vez.</p>
4	¿Cómo usted maneja la ética profesional en el ámbito farmacéutico?	<p>El código de ética son los principios y las responsabilidades del farmacéutico con relación al paciente, y con otros profesionales de la salud y con la sociedad</p> <p>La primera responsabilidad del farmacéutico es procurar el bienestar del paciente mediante la adecuación y seguimiento de su farmacoterapia, con objeto de mejorar o preservar su salud y calidad de vida.</p> <p>Otro manejo de la ética profesional es proteger la privacidad y la confidencialidad de los datos de los pacientes, guardando el secreto profesional, salvo en los casos previstos por la ley</p>
5	¿Cuentas con las herramientas necesarias para hacer mejor tu trabajo?	Yo creo que si cuento con las herramientas necesarias y una de la principal herramienta son el conocimiento y las habilidades adquiridas en la enseñanza anteriores y capacitaciones que se dan y así poder desempeñarme como un buen profesional y adecuarnos a las situaciones que se puedan presentar y dar soluciones.
6	¿De qué manera evita la depresión o ansiedad a causa del covid-19 y que este no afecte en su rendimiento laboral?	La manera de evitar el estrés es Identificar qué cosas causan estrés en el trabajo a consecuencia covid19 y la más importante creo yo es una sobresaturación de información de las redes sociales el estar pendiente a ello lleva a una ansiedad al límite y que no lo pasa al personal sino también al cliente y una manera de evitar todo esto es el diálogo que se debe tener con el personal que trabaja y el cliente hacer casa o las recomendaciones que el ministerio de salud emite para prevenir el contagio y posibles complicaciones, otras maneras de evitar el estrés es quizás hacer otras actividades que sean distintas al trabajo.

Guía de entrevista

(Instrumento cualitativo)

Cargo o puesto en que se desempeña:	Dueña de la farmacia
Nombres y apellidos	Ana Arzapalo Alania
Código de la entrevista	002
Fecha	21/10/2020
Lugar de la entrevista	Instalaciones de la farmacia

Nro.	Subcategoría	Preguntas de la entrevista
1	servicio	¿Cómo evalúa la calidad de atención que brinda en la farmacia?
		¿Qué factores influyen para una buena atención de calidad en la farmacia?
2	calidad de trato	¿Como usted depende de los medicamentos cuando el cliente viene sin receta médica?
		¿Cómo usted maneja la ética profesional en el ámbito farmacéutico?
3	satisfacción del personal	¿Cuentas con las herramientas necesarias para hacer mejor tu trabajo?
		¿De qué manera evita la depresión o ansiedad a causa del covid-19 y que este no afecte en su rendimiento laboral?

Nro.	Preguntas	Respuestas
1	¿Cómo evalúa la calidad de atención que brinda en la farmacia?	El negocio farmacéutico es un sector empresarial que crece de forma a nivel mundial ya que los medicamentos constituyen un elemento necesario para proteger la salud de los ciudadanos. Parte de ellos se encuentra el consumidor quien es cada día más exigente y apunta hacia un servicio o producto de alta calidad el cual el empresario farmacéutico encamina a la aplicación de estrategias adaptando dimensiones de la calidad de servicio que permitan mantener competitiva a su organización, convirtiéndose en una labor primordial para el mismo
2	¿Qué factores influyen para una buena atención de calidad en la farmacia?	Para una buena atención lo que más influye es la cordialidad hacia en cliente, saludo primordial y brindarle lo que necesite en ese momento, pueden situaciones en que no se lleve a cabo una buena atención a causa de situaciones que puedan suscitar en el momento
3	¿Como usted expende los medicamentos cuando el cliente viene sin receta médica?	Cuando se trata de la dispensación de productos farmacéuticos de venta libre el químico farmacéutico realizará un análisis rápido de la solicitud del usuario y/o paciente y según determine a la atención o no de este. Con las recetas médicas que si son requeridas e indispensable y las que son de venta libre se las proporcionan

4	¿Cómo usted maneja la ética profesional en el ámbito farmacéutico?	Como profesional siempre se mantiene un ambiente respeto, que también se transmite hacia los clientes, de esta manera se fomenta la empatía, el saber escuchar y también en cómo solucionar sus problemas o dudas de forma óptima y segura, y lo más importante es ganarse la confianza de los clientes para que a un corto plazo de conviertan en clientes fieles.
5	¿Cuentas con las herramientas necesarias para hacer mejor tu trabajo?	Yo creo que sí, contamos con las herramientas necesarias como es una farmacia pequeña no ha de contar con mucho, porque aquí todo se realiza de manera manual, si contáramos con un sistema creo que sería más óptimo la atención hacia el usuario también se mantendría un orden en el almacenamiento y conocer los medicamentos que se tienen en el momento.
6	¿De qué manera evita la depresión o ansiedad a causa del covid-19 y que este no afecte en su rendimiento laboral?	Bueno en estos momentos trato de llevar de la mejor manera esta crisis, quizás uno mismo tiene que sentirse seguro en lo que realiza diariamente, y así no afecte mi rendimiento laboral, como profesional de la salud tenemos la vocación de brindar un buen servicio con el cliente.

Guía de entrevista

(Instrumento cualitativo)

Cargo o puesto en que se desempeña:	Técnico
Nombres y apellidos	Jazmín Rojas Prieto
Código de la entrevista	003
Fecha	21/10/2020
Lugar de la entrevista	Instalaciones de la farmacia

Nro.	Subcategoría	Preguntas de la entrevista
1	servicio	¿Cómo evalúa la calidad de atención que brinda en la farmacia?
		¿Qué factores influyen para una buena atención de calidad en la farmacia?
2	calidad de trato	¿Como usted depende de los medicamentos cuando el cliente viene sin receta médica?
		¿Cómo usted maneja la ética profesional en el ámbito farmacéutico?
3	satisfacción del personal	¿Cuentas con las herramientas necesarias para hacer mejor tu trabajo?
		¿De qué manera evita la depresión o ansiedad a causa del covid-19 y que este no afecte en su rendimiento laboral?

Nro.	Preguntas	Respuestas
1	¿Cómo evalúa la calidad de atención que brinda en la farmacia?	La calidad de atención que brindamos en la farmacia es buena regular hay momentos en que tenemos clientes difíciles, pero por lo que es muy poco común por lo general se puede decir que la farmacia brinda un buen servicio
2	¿Qué factores influyen para una buena atención de calidad en la farmacia?	Un factor importante puede ser la empatía y el respeto tanto del usuario como el cliente ambas partes, llegar a entender mejor sus dudas para así poder recetar y atenderlo mejor, por otro lado, podemos decir que si atendemos bien a un cliente la próxima vez va a volver directamente a comprar aquí por la atención que le dimos y así no recurrirá a la competencia todo depende del trato que se les da y es ahí donde nos recomiendan a sus familiares amigos y eso es bueno para nosotros crear un ambiente de confianza.
3	¿Como usted expende los medicamentos cuando el cliente viene sin receta médica?	Bueno hay algunos clientes que vienen y desean comprar las medicinas por lo general se les hace entender de que no es posible venderles la medicación si no tienen la receta y les decimos que se acerques a un centro de salud para que les prescriban la receta, existen dos tipos de personas las que aceptan y como también personas que no entienden y a la próxima vez ya no ingresan a la farmacia a comprar y se llevan una mala impresión solo por no venderle la medicina que necesitan.
4	¿Cómo usted maneja la ética profesional en el ámbito farmacéutico?	Bueno como profesional de la salud nuestro deber es ayudar a las personas, por más que ocurran problemas personales no se puede mezclar con el trabajo, nosotros tenemos que brindar un buen servicio, quizás ocurra momentos en que esto no se lleve a cabo, pero por lo general mantenernos atentas y seguras es lo recomendable
5	¿Cuentas con las herramientas necesarias para hacer mejor tu trabajo?	Como técnica si me siento bien, bueno aquí todo es manual, tal vez si hubiera un sistema en donde encontráramos toda la medicina sería más rápido, pero entiendo que es una farmacia pequeña, pero implementarla sería una buena ayuda para nosotras, pero por el momento me siento bien realizando mi trabajo.
6	¿De qué manera evita la depresión o ansiedad a causa del covid-19 y que este no afecte en su rendimiento laboral?	Personalmente trato de estar tranquila y cumpliendo siempre con el protocolo, de alguna u otra manera estamos buscando la forma de brindar una buena atención, ya no es como antes de la pandemia, pero poco a poco nos mantenemos tranquilas porque eso también se transmite y hay personas que lo notan, pero como lo dije trato de estar tranquila y segura.

Anexo 9: Pantallazos del Atlas. Ti

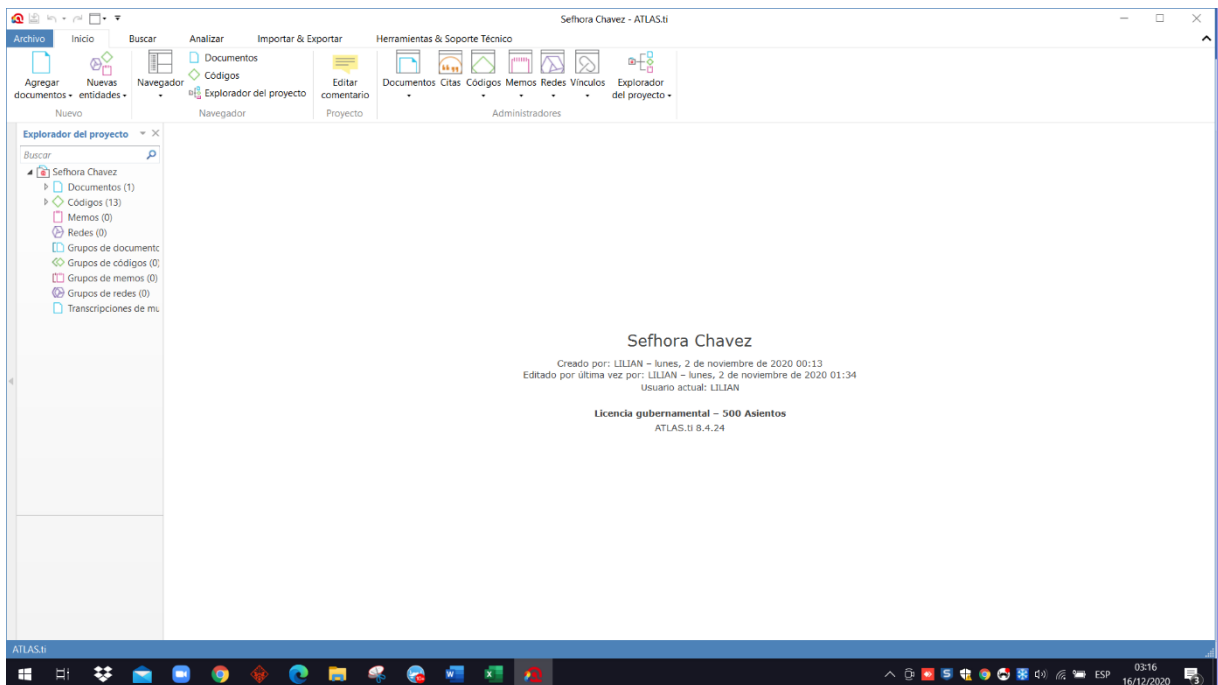


Figura 30. Apertura del programa Atlas Ti

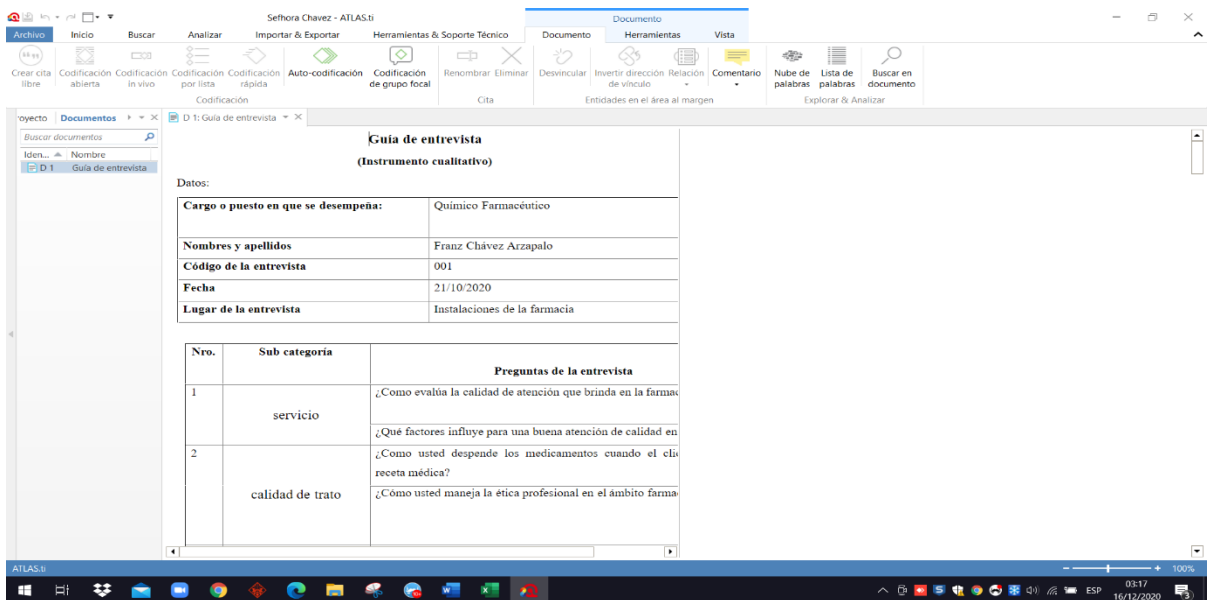


Figura 31 Introducción guía de entrevista instrumento cualitativo

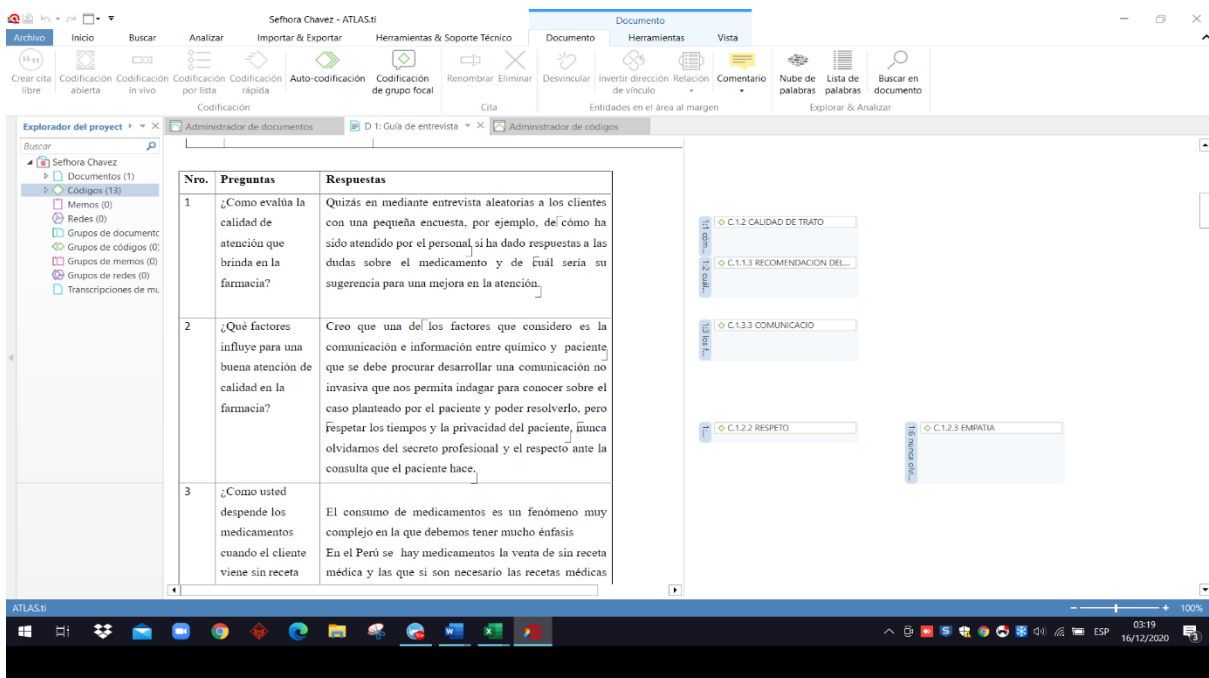


Figura 32. Matriz de respuesta Atlas TI

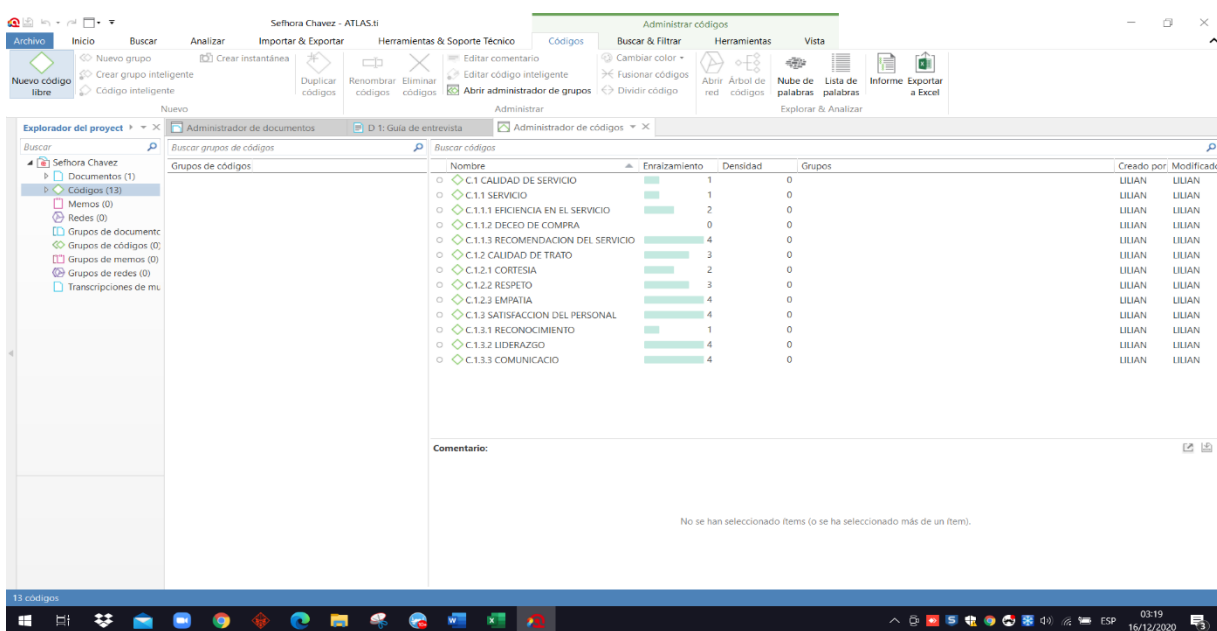


Figura 3. Armado de los grupos de código Árbol Atlas TI

Anexo 10: Informe del asesor



CONFORMIDAD DEL PROYECTO POR EL ASESOR

Lima, 1 de septiembre del 2020.

Dr. José Luis Herrera Salazar
EAP Ingenierías
Universidad Privada Norbert Wiener
Presente.-

De mi mayor consideración:

Es grato saludarlo e informarle que luego de revisar el Proyecto: **“Propuesta de implementación de un modelo de calidad de servicio para una empresa farmacéutica aplicando el ciclo Deming, Lima 2020”**, presentado por la bachiller **Chavez Arzapalo Sefhora Lilian**.

Manifiesto mi conformidad ya que cumple con todos los requisitos académicos solicitados por la Universidad Privada Norbert Wiener, el mismo que cumple con la originalidad establecida en el artículo 12.3 del Reglamento del Registro Nacional de Trabajo de Investigación para optar Grados Académicos y Títulos Profesionales - RENATI.

Asimismo, el proyecto de Tesis será desarrollado y ejecutado en el plazo de 135 días para la obtención del **Título Profesional de Ingeniero Industrial y de Gestión Empresarial**.

Del mismo modo, manifiesto a Ud. mi aceptación de participar como **asesor** de la referida Tesis.

Atentamente,

Mg. Walter Amador Chávez Alvarado


DNI: 09731774

ORCID: 0000-0001-8614-482X

	INFORME DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	
	CÓDIGO: UPNW-EES-FOR-016	FECHA: 13/03/2020
	VERSIÓN: 01	REVISIÓN: 01

EVIDENCIA DEL PRINT PANTALLA PLAN DE TESIS - TURNITIN



	INFORME DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	
	CÓDIGO: UPNW-EES-FOR-016	FECHA: 13/03/2020
	VERSIÓN: 01	REVISIÓN: 01

Yo, **Mg. Walter Amador Chávez Alvarado**, docente de la **Facultad de Ingeniería y Negocios** y la Escuela Académica Profesional de **Ingenierías** de la Universidad Privada Norbert Wiener declaro que el **Plan de Tesis** titulado **"Propuesta de implementación de un modelo de calidad de servicio para una empresa farmacéutica aplicando el ciclo Deming, Lima 2020"**, presentada por el/la estudiante **Chavez Arzapalo Sefhora Lilian**, tiene un índice de similitud de **8%** verificable en el reporte de originalidad del software turnitin.

He analizado el reporte y doy fe que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con todas las normas del uso de citas y referencias establecidas por la UPNW.



.....
 Firma
 Mg. Walter Amador Chávez Alvarado
 DNI: 09731774
 ORCID: 0000-0001-8614-482X



Huella

Lima, 1 de septiembre del 2020.

INFORME DEL ASESOR

Lima, 10 de diciembre del 2020.

Dr. José Luis Herrera Salazar
EAP Ingenierías
Universidad Privada Norbert Wiener
Presente.-

De mi especial consideración:

Es grato expresarle un cordial saludo y como **ASESOR** de la Tesis titulada "**Propuesta de implementación de un modelo de calidad de servicio para una empresa farmacéutica aplicando el ciclo Deming, Lima 2020**", desarrollada por la egresada **Chavez Arzapalo Sefhora Lilian**, para la obtención del **Título Profesional de Ingeniero Industrial y de Gestión Empresarial** ha sido concluida satisfactoriamente.

Al respecto informo que se lograron los siguientes objetivos:

- Diseñar el Plan de Investigación
- Diseñar los instrumentos
- Recopilar los datos
- Redacción de resultados/propuesta
- Redacción del informe final

Atentamente,



Mg. Walter Amador Chávez Alvarado
ASESOR
DNI: 09731774
ORCID: 0000-0001-8614-482X

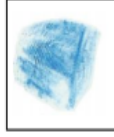
	INFORME DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 13/03/2020
	CÓDIGO: UPNW-EES-FOR-016	VERSIÓN: 01 REVISIÓN: 01	

Yo, **Mg. Walter Amador Chávez Alvarado**, docente de la **Facultad de Ingeniería y Negocios** y la Escuela Académica Profesional de **Ingenierías** de la Universidad Privada Norbert Wiener declaro que la **Tesis** titulada **“Propuesta de implementación de un modelo de calidad de servicio para una empresa farmacéutica aplicando el ciclo Deming, Lima 2020”**, presentada por el estudiante **Chavez Arzapalo Sefhora Lilian**, tiene un índice de similitud de **10%** verificable en el reporte de originalidad del software turnitin.

He analizado el reporte y doy fe que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con todas las normas del uso de citas y referencias establecidas por la UPNW.




.....
 Firma
 Mg. Walter Amador Chávez Alvarado
 DNI: 09731774
 ORCID: 0000-0001-8614-482X



Huella

Lima, 10 de diciembre del 2020

	INFORME DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 13/03/2020
	CÓDIGO: UPNW-EES-FOR-016	VERSIÓN: 01 REVISIÓN: 01	

EVIDENCIA DEL PRINT PANTALLA **TESIS** - TURNITIN

