



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR BOLIVARIANO

DISEÑO DE PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tema:

“Diseñar un plan de mejoras orientado al rendimiento del personal, para elevar la productividad en las ventas de la Farmacia Cruz Azul CG316 #7”.

Autora:

Jiménez Burgos Gisela Delzabeth

Tutora:

PH. D Beatriz Rodríguez Herkt

Guayaquil-Ecuador

2019



DEDICATORIA

Este proyecto va dirigido a tres personas importantes: hija, madre y novio, han sido quienes apoyaron durante todo este periodo, a pesar del poco tiempo que les he dedicado por mi trabajo y estudios, este esfuerzo tiene su recompensa cumpliendo una meta más en mi vida.

Jiménez Burgos Gisela Delzabeth



AGRADECIMIENTO

Al Instituto Tecnológico Boliviano por brindar esta gran oportunidad de formar profesionales en horarios accesibles, mi tutora PH. D Beatriz Rodríguez Herkt por su guía, por toda la paciencia y su tiempo brindado y a la empresa Difare S.A, por darme la oportunidad de adquirir conocimientos que nos enriquecen como personas de forma intelectual.

Jiménez Burgos Gisela Delzabeth



CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DE TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por la Comisión de Culminación de Estudios del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTÍFICO:

Que después de analizado el proyecto de investigación con el tema: **Diseñar un plan de mejora orientado al rendimiento del personal, para mejorar la productividad en las ventas en la Farmacia Cruz Azul CG316 #7 en el cantón Milagro.** y problema de investigación: **¿Cómo afecta la no existencia de un plan de mejoras orientado al rendimiento del personal, para elevar la productividad en las ventas de la Farmacia Cruz Azul CG316 #7, ubicada en el cantón Milagro, Provincia del Guayas en el año 2019?**, presentado por **Jiménez Burgos Gisela Delzabeth** como requisito previo para optar por el título de:

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA

El mismo cumple con los requisitos establecidos, en el orden metodológico científico-académico, además de constituir un importante tema de investigación.

Jiménez Burgos Gisela Delzabeth

Egresada:

PH. D Beatriz Rodríguez Herkt

Tutora

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, **Jiménez Burgos Gisela Delzabeth** en calidad de autora con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación "**Diseñar un plan de mejoras orientado al rendimiento del personal, para elevar la productividad en las ventas de la Farmacia Cruz Azul CG316 #7**" de la modalidad **Semipresencial** realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de **Tecnología en Administración de Empresa**, de conformidad con el *Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN* reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo/autorizamos al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología para que digitalice y publique dicho trabajo de titulación en el repositorio virtual de la institución, de conformidad a lo dispuesto en el *Art. 144 de la LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR*.



Gisela Delzabeth Jiménez Burgos

Firma

No. de cedula: 0925005944

Nota: La presente cláusula de autorización, con el correspondiente reconocimiento de firma se adjuntará al original del trabajo de titulación como una página preliminar más



Factura: 001-002-000011963



20190910001D00267



DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20190910001D00267

Ante mí, NOTARIO(A) CAROLA PATRICIA ORELLANA ARGUDO de la NOTARÍA PRIMERA , comparece(n) GISELA DELZABETH JIMENEZ BURGOS portador(a) de CÉDULA 0925005944 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil SOLTERO(A), domiciliado(a) en MILAGRO, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de COMPARECIENTE; quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede , es(son) suya(s), la(s) misma(s) que usa(n) en todos sus actos públicos y privados, siendo en consecuencia auténtica(s), para constancia firma(n) conmigo en unidad de acto, de todo lo cual doy fe. La presente diligencia se realiza en ejercicio de la atribución que me confiere el numeral noveno del artículo dieciocho de la Ley Notarial -. El presente reconocimiento no se refiere al contenido del documento que antecede, sobre cuyo texto esta Notaría, no asume responsabilidad alguna. – Se archiva un original. MILAGRO, a 6 DE MARZO DEL 2019, (11:45).



GISELA DELZABETH JIMENEZ BURGOS
CÉDULA: 0925005944

NOTARIO(A) CAROLA PATRICIA ORELLANA ARGUDO
NOTARÍA PRIMERA DEL CANTÓN MILAGRO



ESPACIO
EN
BLANCO

REPÚBLICA DEL ECUADOR
DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO CIVIL,
IDENTIFICACIÓN Y CEDULACIÓN

CÉDULA DE
CIUDADANÍA
APellidos y Nombres
**JIMENEZ BURGOS
GISELA DELZABETH**
LUGAR DE NACIMIENTO
**GUAYAS
MILAGRO**
FECHA DE NACIMIENTO **1986-09-11**
NACIONALIDAD **ECUATORIANA**
SEXO **MUJER**
ESTADO CIVIL **SOLTERO**

Nº **092500594-4**




INSTRUCCIÓN **BACHILLERATO** PROFESIÓN / OCUPACIÓN **EMPLEADO PRIVADO** **V333332242**

APellidos y Nombres del Padre **JIMENEZ S SANTIAGO FELICIANO**

APellidos y Nombres de la Madre **BURGOS M DELZABETH DEL ROCIO**

LUGAR Y FECHA DE EXPEDICIÓN
**MILAGRO
2018-08-13**

FECHA DE EXPIRACIÓN
2028-08-13

000843418




DIRECTOR GENERAL DIRECTORA DEL REGISTRO

CERTIFICADO DE VOTACIÓN
4 DE FEBRERO 2018

008 JURTA No. 008 - 321 NUMERO 0925005944 CÉDULA

JIMENEZ BURGOS GISELA DELZABETH
APELLIDOS Y NOMBRES

GUAYAS PROVINCIA CIRCUNSCRIPCIÓN:
MILAGRO CANTÓN ZONA: B
MILAGRO PARROQUIA





DOY FE QUE ESTE DOCUMENTO ES FIEL COPIA DE
SU ORIGINAL QUE ME FUE EXHIBIDO EN 1 FOJA(S)

Milagro,

06 MAR 2018



Carola Orellana Argudo
Ab. Carola Orellana Argudo
NOTARIA PRIMERA DE MILAGRO



CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD

Número único de identificación: 0925005944

Nombres del ciudadano: JIMENEZ BURGOS GISELA DELZABETH

Condición del cedulado: CIUDADANO

Lugar de nacimiento: ECUADOR/GUAYAS/MILAGRO/MILAGRO

Fecha de nacimiento: 11 DE SEPTIEMBRE DE 1986

Nacionalidad: ECUATORIANA

Sexo: MUJER

Instrucción: BACHILLERATO

Profesión: EMPLEADO PRIVADO

Estado Civil: SOLTERO

Cónyuge: No Registra

Fecha de Matrimonio: No Registra

Nombres del padre: JIMENEZ S SANTIAGO FELICIANO

Nacionalidad: ECUATORIANA

Nombres de la madre: BURGOS M DELZABETH DEL ROCIO

Nacionalidad: ECUATORIANA

Fecha de expedición: 13 DE AGOSTO DE 2018

Condición de donante: SI DONANTE

Información certificada a la fecha: 6 DE MARZO DE 2019

Emisor: MARLENE ESPERANZA ARGUDO RODRIGUEZ - GUAYAS-MILAGRO-NT 1 - GUAYAS - MILAGRO



N° de certificado: 194-203-43689



194-203-43689

Lcdo. Vicente Taiano G.



CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

En calidad de colaborador del Centro de Gestión de la Información Científica y Transferencia de Tecnológica (CEGESCIT) nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que el trabajo ha sido analizado por el URKUND y cumple con el nivel de coincidencias permitido según fue aprobado en el **REGLAMENTO PARA LA UTILIZACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO INSTITUCIONAL EN LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y TRABAJOS DE TITULACIÓN Y DESIGNACIÓN DE TUTORES del ITB.**

Gisela Delzabeth Jiménez Burgos
CEGESCYT

Firma



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Proyecto previo a la obtención del título de: Tecnóloga en Administración de Empresas

Tema

“Diseñar un plan de mejoras orientado al rendimiento del personal, para elevar la productividad en las ventas de la Farmacia Cruz Azul CG316 #7”.

Autora: Jiménez Burgos Gisela Delzabeth

Tutora: PH. D Beatriz Rodríguez Herkt

RESUMEN

El presente proyecto de investigación se desarrolló en la Farmacias Cruz Azul Cg316 #7 en el cantón Milagro, que presenta una baja productividad en las ventas debido al mal rendimiento del personal entre compañeros y en ocasiones un mal servicio al cliente en punto de venta.

Se aplicaron técnicas y métodos de investigación que permitieron adquirir información concreta a través de la entrevista, encuestas dando solución a la problemática que es el bajo rendimiento en el personal y productividad de ventas en la farmacia.

Por lo que, se propone diseñar un plan de mejoras orientado al rendimiento del personal que permita elevar la productividad en las ventas y cumplir con el presupuesto proyectado.

Rendimiento	Productividad	Ventas	Plan de mejoras
--------------------	----------------------	---------------	------------------------



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Proyecto previo a la obtención del título de: Tecnóloga en Administración
de Empresas

Tema

“Diseñar un plan de mejoras orientado al rendimiento del personal, para elevar la productividad en las ventas de la Farmacia Cruz Azul CG316 #7”.

Autora: Jiménez Burgos Gisela Delzabeth

Tutora: PH. D Beatriz Rodríguez Herkt

ABSTRACT

The present research project was developed in the Farmacias Cruz Azul Cg316 # 7 in the canton Milagro, which presents a low productivity in sales due to poor performance of staff between colleagues and sometimes poor customer service at the point of sale.

Research techniques and methods were applied that allowed acquiring specific information through the interview, surveys giving solution to the problem that is the low performance in the personnel and productivity of sales in the pharmacy.

Therefore, it is proposed to design an improvement plan aimed at the performance of the personnel that allows to increase sales productivity and meet the projected budget.

Performance

Productivity

Sales

Improvement Plan

ÍNDICE

CARATULA.....	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DE TUTOR.....	iv
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT.....	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
ÍNDICE	viii
CAPÍTULO I	1
Situación conflicto	2
Servicio al Cliente.....	3
Equipo tecnológico	3
Competencias de mercado	3
Formulación del problema	4
Delimitación del problema	4
Variable de la Investigación.....	4
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	5
Objetivos General:.....	5
Objetivos Específicos:.....	5
EVALUACIÓN DEL PROBLEMA	5
JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	6
CAPÍTULO II	8
MARCO TEÓRICO	8
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	8
Antecedentes Históricos	8
Antecedentes Referenciales	11
FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	18
CONCEPTUALIZACION DE VARIABLES.....	21
Variables Independientes. - Rendimiento del Personal	21
Variables Dependientes. - Productividad de Ventas.....	21
GLOSARIO	21

CAPÍTULO III	23
PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA	23
Misión:	24
Visión:	24
NUESTRO VALORES	25
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	29
Diseño Cuantitativo.-	29
Diseño Cuantitativo.-	29
TIPO DE INVESTIGACIÓN	30
Investigación Explicativa.-	30
Investigación descriptiva.-	30
Investigación correlacional.-.....	30
POBLACION Y MUESTRA	31
Población. -	31
Muestra.	31
TIPO DE MUESTRA	32
Probabilístico. -	32
MÉTODOS Y TÉCNICAS APLICADOS A LA INVESTIGACIÓN	33
• Métodos aplicados en la Investigación	33
• Técnicas aplicadas en la Investigación	33
CAPÍTULO IV	35
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	35
•Análisis de la productividad en las ventas periodo 2016-2017.....	35
•Presupuesto Anual del periodo 2016-2017.....	37
•Análisis periodo 2018	38
•Análisis de la encuesta realizada	50
•Diagnóstico de la encuesta realizada a 20 clientes.....	51
PLAN DE MEJORAS APLICANDO LA TÉCNICA 5W+2H	52
TECNICA 5W+2H	53
CONCLUSIONES	56
RECOMENDACIONES	57
Bibliografía.....	58
ANEXOS	

Análisis FODA.....	60
Logotipo de la Marca.....	66
Imagen de la Empresa	66

TABLAS

Tabla 1 Tabla de Población	31
Tabla 2 Tabla de Muestra	31
Tabla 3 Selección de muestra	32
Tabla 4 Ventas diarias.....	35
Tabla 5 Ventas Periodo 2016-2017	36
Tabla 6 Presupuesto periodo 2016-2017	37
Tabla 7 Pregunta 1.....	42
Tabla 7 Pregunta 1.....	42
Tabla 8 Pregunta 2.....	43
Tabla 9 Pregunta 3.....	43
Tabla 10 Pregunta 4.....	44
Tabla 11 Pregunta 5.....	45
Tabla 12 Pregunta 6.....	46
Tabla 13 Pregunta 7.....	46
Tabla 14 Pregunta 8.....	47
Tabla 15 Pregunta 9.....	48
Tabla 16 Pregunta 10.....	49
Tabla 17 Encuesta realizada a clientes	50
Tabla 18 PLAN DE MEJORAS APLICANDO LA TÉCNICA 5W+2H	54

GRÁFICOS

Gráfico 1 Organigrama de la empresa.	26
Gráfico 2 Plantilla de trabajadores	28
Gráfico 3 Espina de Ishikawa	34
Gráfico 4 Ventas diarias	35
Gráfico 5 Ventas Periodo 2016-2017	36
Gráfico 6 Presupuesto periodo 2016-2017	37
Gráfico 7 Ventas periodo 2018	38
Gráfico 8 Tickets y Transacciones periodo 2018.....	39
Gráfico 9	42

Gráfico 10	43
Gráfico 11	44
Gráfico 12	44
Gráfico 13	45
Gráfico 15	46
Gráfico 16	47
Gráfico 17	47
Gráfico 18	48
Gráfico 19	49
Gráfico 20 Encuesta realizada a clientes.....	50

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Ubicación del problema en un contexto

La alta competitividad en el sector farmacéutico en el mercado Milagreño, se encuentra afectado por la disminución de clientes que están atravesando, que en muchos casos los adultos se limitan a comprar toda la medicina para tratarse la enfermedad. Esto disminuye la productividad en las ventas sobre todo en la farmacia Cruz Azul.

La farmacia Cruz Azul es una de las cadenas farmacéuticas más grandes del país que cuenta con 900 farmacias en 165 poblaciones en todas las regiones, se encuentra ubicada en el cantón Milagro en las calles García Moreno, 12 de febrero entre Miguel Valverde Mzn 215.

Actualmente el punto de venta CG316 tiene 12 años de funcionamiento comercializando medicamentos genéricos, comerciales, cuidado personal, formulas infantiles servicios de operadoras entre otros.

En los primeros meses del año 2018 la problemática del rendimiento del personal en la productividad de venta ha venido incrementando de una manera sorprendente, lo que puede desencadenar a futuro un problema en el área de trabajo.

Consideramos que en el clima laboral intervienen algunos factores entre ellos son jornadas laborales largas, falta de capacitación, cargas excesivas de trabajo, período de descansos cortos, malas condiciones laborales, desmotivación, más competidores en el mercado.

Podemos incluir un factor secundario que nos afecta es la falta de apoyo en la demás área, como abastecimiento, tecnológico, financiero y de recursos humanos especializado en el área de farmacéutico.

Otra razón es la falta de conocimiento del personal de venta que estrategias utilizar para mejorar la atención al cliente y la debida manipulación de los productos o medicamentos a ofrecer, situación que afectan en el ámbito laboral produciendo el descontento pago de sus incentivos ocasionando malestares económicos.

Los trabajadores a quienes miden constantemente su productividad se ha detectado que carecen de predisposición en su jornada, siendo ellos una parte fundamental para la evolución de la empresa, otra causa es que no están acostumbrados a explotar su potencial.

Todas estas causas conllevan a perder la visión del negocio, como resultado produce efectos negativos en el servicio al cliente que finalmente crea una perspectiva desorientada de los clientes hacia la cadena de Farmacias Cruz Azul.

Los empleados necesitan desarrollar sus capacidades que les permita relacionar productivamente en lo laboral y en lo personal.

Situación conflicto

En la actualidad la problemática en la farmacia Cruz Azul cg316 se viene presentando desde inicio del año 2018, puesto que se reflejan una baja considerable en las ventas y una leve disminución de los clientes, lo que afecta llegar a la meta establecida por la farmacia. A esto se suma la inadecuada gestión de control por parte de la administración en la toma de decisiones.

Se realizó un análisis FODA para identificar los puntos fuertes y débiles de la farmacia a fin de poder identificar las debilidades del punto de venta CG316 (Ver anexo 1)

Recurso humano

- Personal desmotivado por falta de incentivos económicos.
- Problemas de comunicación entre compañeros debido a que se pelean el cliente.

- No existe un programa de capacitación dirigido a mejoras en las técnicas de atención y servicio al cliente.
- Alta rotación de vendedores por no cumplir la meta.
- Los vendedores no dominan el software de pedidos, proformas y ventas.

Servicio al Cliente

- Mala atención al cliente lo que genera contratiempos en los despachos del pedido.
- No siempre se aplica el protocolo de servicio al cliente, por lo que el cliente se va insatisfecho.

Equipo tecnológico

- El sistema informático está desactualizado debido a que la red de conexiones no es de calidad.
- Los equipos de cómputo ya se pasaron con el tiempo de depreciación.

Competencias de mercado

- La empresa no cuenta con plan estratégico de marketing.
- Excesivo precio en los productos farmacéuticos.
- Poco compromiso por parte de los demás departamentos para ayudar a impulsar los proyectos en ejecución.

De acuerdo a estas valoraciones se puede percibir un impacto negativo en la rentabilidad de la farmacia debido al bajo desempeño de los vendedores, puesto que el nivel de ventas va disminuyendo visiblemente, de la misma manera no contar con el personal idóneo para el cargo finalmente ocasionan una perspectiva errónea hacia el cliente de la cadena de farmacia cruz azul.

Formulación del problema

¿Cómo afecta la no existencia de un plan de mejoras orientado al rendimiento del personal, para elevar la productividad en las ventas de la Farmacia Cruz Azul CG316 #7, en el periodo 2018?

Delimitación del problema

Campo: Administración

Área: Rendimiento del Personal

Aspectos: Ventas

Periodo: 2018

País: Ecuador

Provincia: Guayas

Cantón: Milagro

Lugar: Farmacia Cruz CG316 #7

Se investigará las variables precisas de esta problemática para diseñar un plan de mejoras orientado al rendimiento del personal, para elevar la productividad en las ventas de la Farmacia Cruz Azul CG316 #7 en el cantón Milagro Provincia de Guayas.

Variable de la Investigación

Variabes Independientes

- Rendimiento del Personal

Variabes Dependientes

- Productividad en las Ventas

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivos General:

Diseñar un plan de mejora orientado al rendimiento del personal, para elevar la productividad en las ventas de la Farmacia Cruz Azul CG316 #7.

Objetivos Específicos:

1. Fundamentar los aspectos teóricos sobre el rendimiento del personal y productividad en las ventas.
2. Analizar la productividad en las ventas y cómo afecta en el rendimiento personal.
3. Diagnosticar el bajo rendimiento del personal de la farmacia Cruz Azul.
4. Proponer acciones de mejoras orientadas al rendimiento del personal con el fin de elevar la productividad en las ventas.

EVALUACIÓN DEL PROBLEMA

Delimitado. - El problema se presenta en el cantón Milagro en la Farmacia Cruz Azul CG316 #7, donde la falta de un plan de mejora orientado al rendimiento del personal, que afecta la baja productividad en las ventas.

Claro. - Este proceso de estudio vamos a detectar en que estamos fallando y solucionar todas estas situaciones que está generando la limitación de compra por parte de los clientes y ambiente laborar dentro del punto de venta y cabe recalcar que debemos mantener las políticas y procesos de la empresa.

Evidente. - En el problema podemos encontrar la necesidad de diseñar un plan mejora orientado al rendimiento del personal, para elevar la productividad en las ventas de la Farmacia Cruz Azul.

Concreto. – El problema inicia desde el decrecimiento en el periodo 2018 en las ventas y la rentabilidad de la farmacia.

Relevante. - Es de valiosa importancia para la Farmacia Cruz Azul Cg316#7 mejorar todas las debilidades para recuperar la rentabilidad y productividad, de

manera que se evidencie un posterior desempeño adecuado del personal interno del punto de venta y de tal manera se obtenga la recuperación del mercado.

Original. – En la actualidad es la primera vez que se realiza un estudio interno y externo del rendimiento y la productividad de ventas con el personal, con el fin de cambiar todos estos aspectos que están dando resultados negativos en la farmacia.

Factible. - La Farmacia Cruz Azul CG316 #7 cuenta con todos los recursos para el diseño e implementación del plan de mejoras orientado al rendimiento del personal.

Variable. - Se investigó la fundamentación teórica de las variables Rendimiento del Personal - Productividad en las Ventas y su relación entre ellas para poder contribuir a las acciones de mejoras a desarrollarse en el plan de mejoras.

JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Es **conveniente** porque se realizará una mejora en la productividad en el desempeño de los vendedores que nos permita tener mayor crecimiento en las ventas contribuyendo a la rentabilidad en el punto de venta.

La **Relevancia social** nos beneficiará en los resultados de la investigación utilizando procedimientos y las mejoras continuas de todo en función a marketing, atención al cliente, abastecimientos y productividad, esta situación en la farmacia se fortalecerá y habrá un gran cambio y como resultados tendrá un gran impacto, con un servicio eficiente y atención personalizada de primera calidad en la Farmacia Cruz Azul CG316 #7 para nuestros nuevos y futuros clientes Milagreños.

Las **implicaciones prácticas** a efectuarse es diseñar un plan de mejoras utilizando los métodos y técnicas de la investigación durante todo este proyecto, esto conlleva a analizar y detectar en qué influye el rendimiento del personal en la productividad en las ventas.

El **valor teórico** que aporta la investigación es que se regularicen los conocimientos y crear nuevas estrategias en el punto de venta, de cada área de apoyo-

La **utilidad metodológica** es la herramienta que vamos a utilizar para la elaboración del plan mejora a implementarse en el punto de venta. Integra la medida estratégica sobre cuáles van a ser los resultados que deben incluirse en los diferentes procesos de la empresa, esto sean trasladados en un mejor servicio percibido tanto interno como externo.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Antecedentes Históricos

En el mercado farmacéutico mundial ha tenido un crecimiento rentable los últimos años, los países con mayor porcentajes rentabilidad en este sector y líderes en ventas Estados Unidos es el país que más gasta en medicamentos del mundo, seguido de China, Japón, Alemania y Francia. El sector farmacéutico en el mundo ha experimentado una expansión sin precedentes en diferentes aspectos, principalmente en el incremento del acceso a la atención sanitaria a nivel mundial en los últimos diez años, de cientos de millones de personas en países de bajos, altos y medianos recursos que obtienen acceso a través de programas del gobierno o privados.

En Ecuador es uno de los países sudamericanos con mayor consumo de medicamentos per cápita y su mercado farmacéutico tiene características únicas en comparación con el resto del mundo: sus empresas -tanto nacionales como multinacionales- generan millones de dólares en fármacos de marca registrada, mientras que la medicina genérica alcanza niveles muy bajos de consumo, convirtiendo a la salud en un derecho fácilmente vulnerable.

Mercado farmacéutico ecuatoriano refleja el panorama nacional de la oferta y la demanda de salud, promoviendo el diálogo reflexivo sobre la política pública de suministro, registro, control y producción de medicamentos en Ecuador.

Catedrático de la Universidad Católica de Quito y quien realizó otro estudio Pablo Dávalos, 'Concentración y centralización del capital en el sector salud', afirma que esta "concentración de capital" en un puñado de empresas en el sistema de salud del país se da en un sector con altas tasas de rentabilidad. "La industria de la salud no recupera el doble, recupera 10 y hasta 15 y 20 veces más de lo que invierte, es decir, es uno de los negocios más lucrativos del sistema capitalista".

Allí se determinó, por ejemplo, que una sola industria farmacéutica privada tenía el 86% de los ingresos nacionales generados por la fabricación industrial de medicinas.

Tesis: Universidad Privada Antenor Orrego, “Factores que influyen en la rentabilidad por línea de negocio en la Clínica Sánchez Ferrer en el periodo 2009-2013” sr. Carlos Alejandro Medina Ramírez Sr. Giancarlo Fabrizio Mauricci Gil. (Medina Ramirez, 2014)

El presente trabajo de investigación manifiesta a la necesidad de conocer y obtener concretos conocimientos de los procedimientos que ayudan al desarrollo económico del negocio, de allí se justifica la importancia del manejo de los recursos para el control oportuno del mismo, de esta manera mejorará sus utilidades y el desempeño al final de cada periodo.

Análisis: Nos ayudará a estudiar los factores que afectan al rendimiento en la productividad de este negocio, pautas que nos permitirá optimizar costo de la empresa del mismo modo la expansión y crecimiento del negocio.

Tesis: Universidad Técnica de Ambato, “La estandarización de procesos y su incidencia en el equilibrio de la productividad de la empresa Franquicia Cruz Azul Luis Bonifaz”. Sr Álvaro Joaquín Bonifaz Orellana periodo 2013. (Bonifaz Orellana, 2013)

El presente Trabajo de Investigación contiene elementos distinguidos que sirven de pauta para la empresa en estudio, y además como base para toda organización que busca el perfeccionamiento continuo y un desarrollo beneficioso sostenido; a través de la aplicación de instrumentos administrativas que advierten la obtención de mejores resultados.

Análisis: Este proyecto nos guiara al estudio profundo del funcionamiento administrativo y con resultados positivos, identificando el problema fundamental, se procede analizar el punto de venta aplicando cuestionarios como método principal de investigación.

Tesis: Diseño de un plan de mejoramiento administrativo para los departamentos de compra, logística, abastecimiento, atención al cliente y recursos humanos, de la empresa MAYORFARMA S.A. Sr. Johanna Denisse Medina. (Medina, 2015)

Este proceso de investigación adopta diversas causas, algunos de ellos de gran relación en la rentabilidad, recursos humanos y demás departamentos. Se refleja la contradicción, ser más rentables y a la vez productivos con el propósito de mejorar las estrategias, explotar las fortalezas e ir mejorando sus debilidades.

Análisis: El diseño propuesto permite actuar enfrentando varias situaciones que observan en estas áreas, encaminada a ofrecer la información competente para el mejoramiento de la gestión administrativa de una empresa esta investigación será realizada de la mano de los departamentos evaluados, será una herramienta útil de control y apoyo para la toma de decisiones en la farmacia

Antecedentes Referenciales

Rentabilidad

En la literatura económica, aunque el término rentabilidad se utiliza de forma muy variada y son muchas las aproximaciones doctrinales que inciden en una u otra faceta de la misma, en sentido general se denomina rentabilidad a la medida del rendimiento que en un determinado periodo de tiempo producen los capitales utilizados en el mismo.

Según el autor Pedreira manifiesta que “la rentabilidad económica mide la capacidad de los activos de una empresa para generar valor, independientemente de cómo hayan sido financiados y de las cuestiones fiscales” (Pedreira, 2003, pág. 64)

“Una rentabilidad económica pequeña puede indicar: exceso de inversiones en relación con la cifra de negocio, ineficiencia en el desarrollo de las funciones de aprovisionamiento, producción y distribución, o un inadecuado estilo de dirección” (Solis, 2008, pág. 39)

La rentabilidad económica pretende medir la capacidad del activo de la empresa para generar beneficios, que al fin y al cabo es lo que importa realmente para poder remunerar tanto al pasivo, como a los propios accionistas de la empresa.

La rentabilidad es la relación que existe entre la utilidad y la inversión necesaria para lograrla, ya que mide tanto la efectividad de la gerencia de una empresa, demostrada por las utilidades obtenidas de las ventas realizadas y utilización de inversiones, su categoría y regularidad es la tendencia de las utilidades. (Sanchez, 2002, pág. 67)

Estas utilidades a su vez, son la conclusión de una administración competente, una planeación integral de costos y gastos y en general de la observancia de cualquier medida tendiente a la obtención de utilidades. La rentabilidad también es entendida como una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan los medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener los resultados esperados. (Fernandez Josefina, 2015, pág. 40)

Rentabilidad es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan unos medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener unos resultados. (Sanchez Ballestas, 2002, pág. 21)

Esto supone la comparación entre la renta generada y los medios utilizados para obtenerla con el fin de permitir la elección entre alternativas o juzgar la eficiencia de las acciones realizadas, según que el análisis realizado. (Sanchez, 2001, pág. 87)

A manera de conclusión la rentabilidad permite medir la eficiencia con la que una empresa utiliza los recursos si los aprovecha bien o por el contrario los desperdicia una empresa, la misma que tiene que controlar las inversiones que permitirá tomar decisiones y corregir cualquier anomalía que se presente en el indicador (rentabilidad).

- **Rentabilidad Financiera**

“Cuando se compara el beneficio neto (después de pagar los intereses de las deudas) con los recursos propios o recursos invertidos por quien realiza la inversión, obtendremos la rentabilidad financiera o rentabilidad del accionista”. (Pedreira, 2003, pág. 67)

La Rentabilidad Financiera es una disposición perteneciente a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento obtenido por los capitales propios, generalmente con independencia de la distribución del resultado.

En palabras del autor Araujo manifiesta que: “La rentabilidad financiera mide la rentabilidad de los accionistas o rentabilidad del capital propio, la rentabilidad económica mide la capacidad generadora de renta de los activos de la empresa, con independencia de la clase de financiación utilizada (propia o ajena) y su coste. (Araujo, 2004, pág. 58)

Indicadores

En palabras del autor Solís, manifiesta que un indicador es la principal herramienta con la que cuenta la gestión financiera, ya que a través de ella podrá

saber el gerente y los directivos hacia donde se está direccionando la empresa”. (Solis, 2005, pág. 24)

Dentro de los atributos de los indicadores podemos encontrar la función descriptiva, que consiste en dar una descripción de lo que está pasando en ese momento dentro de la organización y la función valorativa en la que se a través de la información obtenida y descripta se pueda dar un juicio de valor de manera objetiva sobre el desempeño de cada uno de los procesos.

Mediante los Indicadores de “Rentabilidad” podemos establecer el grado de rentabilidad que reciben los accionistas y al mismo tiempo el regreso de la reinversión que se realizó.

Podemos decir que los indicadores para ser calificados como “buen indicador” deben poseer los siguientes atributos: medible; preciso; consistente; y sensible. Los indicadores deben ser medibles de forma cuantitativos o cualitativos. (Rojas, 2001, pág. 23)

Es muy importante recalcar que un indicador debe ser útil para hacer una comparación entre la situación real y la situación que se esperaba obtener. Usualmente el diseño de los indicadores permite mucha elasticidad de acuerdo a lo que se quiere controlar y evaluar.

Las tipologías de indicadores están incorporadas en tres aproximaciones que son:

- a) La posición relativa que ocupan los indicadores en el proceso de trabajo que es objeto de monitoreo o evaluación.
- b) El objetivo de análisis pretendido con el uso de indicadores.
- c) El ámbito de medición de los indicadores.

Dentro del análisis financiero, se puede constituir tantos indicadores como se considere necesario y sobre todo útil.

Para tener un panorama más claro respecto a los conceptos de los indicadores financieros, se los ha agrupado en cuatro grupos de la siguiente manera:

1. Indicadores de liquidez
2. Indicadores operacionales o de actividad
3. Indicadores de endeudamiento
4. Indicadores de rentabilidad

Los indicadores nos ayudan a evaluar y expresar en forma numérica o en porcentajes el comportamiento de las variables sea al nivel general, operativo o macro de una empresa, es importante establecer indicadores en la organización para saber cómo estamos en el momento y verificar situaciones en años anteriores y tener mejoras continuas.

Productividad

Es la “Capacidad para producir más bienes o servicios con menos mano de obra y demás insumos. Es la relación entre la producción económica y los recursos invertidos para generarla, que depende de la capacidad para innovar productos y servicios de un valor agregado creciente, mientras la eficiencia en el uso de insumos de producción se optimiza al máximo”. (Blanca Tejada, 1992, pág. 66)

La productividad es directamente proporcional al mejoramiento de la calidad. Ya que decrecen los costes porque hay menos reprocesos, menos equivocaciones, menos retrasos y pegas, y se utiliza mejor el tiempo-máquina y los materiales. Así se conquista el mercado con la mejor calidad y el precio más bajo; lo que nos permite mantenernos en el negocio y por ende habrá más y más trabajo. (Edward Deming, 1986, pág. 78)

Tipos de Productividad

Productividad Total. - Es el resultado de dividir las salidas entre las entradas, es decir, el valor de los productos vendidos entre el valor de los productos comprados. (Pastor y Pérez, 1992, pág. 41)

Si compra más de lo que vende, la empresa no debe reflejar la acumulación de inventarios como un aumento de la productividad total de la empresa, por el concepto moderno de lo negativo que representa esto para la empresa. (Jiménez Francisco, 2007, pág. 29)

Productividad Parcial. - Únicamente consideran las entradas. (Pastor y Pérez, 1992, pág. 42)

La productividad parcial mide la cantidad de producción elaborada por cada unidad de un insumo individual, no usan precios de insumos. (Horngren, Charles, 2007, pág. 55)

- En este análisis de la productividad estudiaremos factores tanto como materiales, técnicos, laborales y financieros nos ayudará a medir y utilizar los recursos en una forma eficiente en nuestra farmacia, y saber optimizar tiempos, esto es de gran importancia porque resaltarán las problemáticas a mejorar dando un mejor seguimiento y proyectar una evolución del negocio.
- Productividad está relacionada al desempeño del personal nos ayuda a medir el tiempo óptimo de los resultados y mejor uso de los recursos, también conocemos tres tipos de productividad parcial, total y productividad total de los factores: La parcial es la relación entre una salida específica generada para un tipo o una clase de entrada, por ejemplo, la productividad laboral que es la más conocida y la más utilizada equivale a las unidades producidas por un proceso versus las horas laborada por el personal y la total son todas las entradas y salidas

Atención al Cliente

“El movimiento de producto terminado a los clientes es la atención al cliente, En esta área, el embarque hacia el lugar del cliente representa el destino final. La disponibilidad de un producto es una parte vital del esfuerzo de comercialización de cada participación de un canal. Si el producto no se entrega de manera eficiente, cuando se necesitan, se podrá en riesgo gran parte del esfuerzo general de comercialización. A través del proceso de atención al cliente, la ubicación oportuna y geográfica del negocio se vuelve una parte integral de la comercialización”. (Bowerson Donald, 2007, pág. 93)

Como proyectamos la atención, que es lo que hacemos sentir al cliente nuestro lenguaje corporal, gestos, sonrisa, el silencio la forma de escuchar, el

compromiso que tenemos con el cliente, la despedida todo esto tiene conjunto de actitudes.

Servicio al Cliente

El principal valor es atender los requerimientos del cliente al mismo tiempo que mantiene la eficacia en los costos. Aunque casi todos los administradores principales coinciden en que el servicio al cliente es importante, a veces le resulta muy difícil explicar qué es y cómo se hace. Si bien algunas definiciones comunes del servicio al cliente son “alguien con quien es fácil hacer negocios” y “ser reactivos para los clientes”, se requiere un sistema más detallado para comprender por completo este concepto.

Filosóficamente, el servicio al cliente representa la función de la logística para satisfacer el concepto de mercadotecnia. (Bowerson Donald, 2007, pág. 63)

El servicio al cliente es un conjunto de actividades interrelacionadas que se ofrecen con el fin que ofrecemos al cliente, que obtenga un producto o servicio en el momento y en un lugar adecuado también atender consultas de recetas, pedidos o reclamos.

Satisfacción al Cliente

El método más sencillo y más aceptado de definir la satisfacción del cliente se conoce como confirmación de la expectativa. En otras palabras, si se cumplen o se superan las expectativas del cliente acerca del desempeño del proveedor, el cliente estará satisfecho.

Por el contrario, si el desempeño percibido por el cliente es menor que el esperado, estará insatisfecho. (Bowerson Donald , 2007, pág. 87)

La satisfacción de cliente y conocer su opinión nos ayuda a la empresa porque genera rentabilidad el cliente vuelve a comprar y recibe su lealtad él comunica a otros sus experiencias positivas recibidas en la farmacia con el producto o servicio que adquirió como resultado la empresa obtiene la transmisión gratuita publicitaria que genera con sus amistades, familiares y conocidos.

La Motivación en el Entorno Laboral

La creciente preocupación por las necesidades, no solamente económicas de los trabajadores y el deseo de desarrollar mecanismos que incrementen o al menos mantengan los niveles de eficacia laboral en un entorno de competencia, han hecho que la motivación laboral se considere el proceso micro más estudiado en la psicología del trabajo.

El objeto de estudio de la Psicología de la Motivación es conocer porqué los seres humanos se comportan y piensan de la forma en que lo hacen, porqué las personas y los animales inician, eligen o persisten en realizar acciones específicas en circunstancias determinadas. Otras facetas de la Psicología también se ocupan de esto, como son la psicología de la personalidad o la del aprendizaje. Sin embargo, a pesar de las numerosísimas teorías existentes y la gran cantidad de investigaciones que éstas han generado, existe una falta de progreso teórico y claridad conceptual en el área de la motivación (Belenguer, 2012, pág. 50)

Para mejorar el entorno laboral debe haber una buena comunicación entre todo el personal amplia y suficiente, esto como efecto tendrá una mejor productividad obteniendo confianza y credibilidad determinando una relación con jefes y compañeros de trabajo importante considerar ser empáticos al momento de compartir la información.

FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Ley Orgánica de Defensa del Consumidor

Art. 75.- Servicios Defectuosos; Cuando los servicios prestados sean manifiestamente defectuosos, ineficaces, causen daño o no se ajusten a lo expresamente acordado, los consumidores tendrán derecho, además de la correspondiente indemnización por daños y perjuicios, a que le sea restituido el valor cancelado.

Código de Trabajo

Art. 33.- Jefe de Equipo; El jefe elegido o reconocido por el equipo representará a los trabajadores que lo integren, como un gestor de negocios, pero necesitará autorización especial para cobrar y repartir la remuneración común.

Constitución de Ecuador (2018)

Art. 329.- Formas de trabajo y su retribución; Los procesos de selección, contratación y promoción laboral se basarán en requisitos de habilidades, destrezas, formación, méritos y capacidades. Se prohíbe el uso de criterios e instrumentos discriminatorios que afecten la privacidad, la dignidad e integridad de las personas.

Ley que regula el funcionamiento de las empresas privadas de salud y medicina prepagada

(Ley No. 98-08) Art. 1.- Las empresas de salud y medicina preparada, son sociedades constituidas en el territorio nacional y que, en virtud del pago de cotizaciones o aportaciones individuales, otorgan a sus afiliados el financiamiento para el servicio de salud y atención médica en general. La presente Ley regula la organización y funcionamiento de las empresas privadas de salud y medicina prepagada que financian la prestación de servicios de salud y, garantiza los derechos y obligaciones de los afiliados a estas empresas.

Art. 2.- Para efectos de esta Ley, al usuario del servicio de las empresas de salud y medicina prepagada también se lo llamará contratante, beneficiario, cotizante, afiliado o dependiente. Para estos mismos efectos a los servicios de salud y medicina prepagada, también se los denominará como sistemas o planes.

Art. 3.- Los planes de salud y medicina prepagada son sistemas establecidos legalmente, por los cuales el afiliado como titular del derecho, su cónyuge o conviviente legal, sus hijos, padres u otros familiares o cargas legales, que en calidad de dependientes reciben a cambio de una cotización o aportación individual, cuyo monto dependerá del plan o sistema contratado, las prestaciones y beneficios oportunos y de calidad en centros de atención médica y de laboratorios agregados o no al sistema, así como de provisión de medicinas. El afiliado, podrá también incorporar como beneficiarios de un plan a todos los que, sin tener la condición de carga legal, sean aceptados por las empresas de medicina prepagada.

Ley orgánica de la salud de los establecimientos farmacéuticos.

Art. 24.- Las personas que atiendan el expendio de medicamentos en las farmacias deberán haber completado el bachillerato como mínimo y haber realizado un curso especial de capacitación en el manejo de medicamentos, dictado por las direcciones provinciales de salud, luego de lo cual estas les otorgarán el correspondiente carné que les faculta para el desempeño de esta actividad.

Art. 25.- La Dirección Provincial de Salud respectiva, elaborará el calendario de turnos para las farmacias, el que es de obligatorio cumplimiento. Las farmacias de turno atenderán durante las veinticuatro horas del día, siete días consecutivos. Las farmacias que no estén de turno atenderán al público mínimo doce horas diarias ininterrumpidas, de lunes a viernes y para atender en sábados, domingos y feriados deberán comunicar a la Dirección Provincial de Salud correspondiente, señalando el horario de atención.

Art. 26.- En las farmacias no se despacharán recetas ilegibles, que no sean claras, estén alteradas o en clave. Despachada una receta en ningún caso se podrá devolverla o repetir su preparación.

Art. 27.- Las recetas en las que se prescriban sustancias estupefacientes y psicotrópicas o medicamentos que las contengan, serán prescritas de conformidad con lo establecido en la ley y sus respectivos reglamentos. Las recetas magistrales y oficinales serán archivadas cronológicamente de acuerdo

con su despacho y se conservarán por el lapso de un año. Para el despacho de una receta que contenga una fórmula magistral se la copiará textualmente, adhiriéndola al envase, juntamente con la indicación médica, el nombre del profesional que la prescribió, su uso, el nombre del profesional químico farmacéutico o bioquímico farmacéutico que la preparó.

Art. 28.- Para el despacho de medicamentos que puedan ser vendidos al detal, la farmacia utilizará sus propios envases en donde constará: el nombre del medicamento, la cantidad despachada, el número del lote y fecha de expiración del producto y el sello o etiqueta de la farmacia. Dicho despacho se hará únicamente tomándolo de los envases originales.

Art. 29.- Es prohibido la venta de los medicamentos que no reúnan los requisitos y condiciones establecidas en la Ley Orgánica de Salud y sus reglamentos.

Art. 30.- Todos los medicamentos deberán llevar impreso en el envase interior, así como, en el envase exterior, de manera que no pueda ser removido, el precio vigente fijado por el Consejo Nacional de Fijación y Revisión de Precios de Medicamentos de Uso y Consumo Humano; no se debe utilizar tickets o adhesivos para este fin. Dé conformidad con lo previsto en la ley, se prohíbe alterar los precios o colocar adhesivos que los modifiquen.

Art. 31.- En los establecimientos autorizados por la Ley Orgánica de Salud para la venta de medicamentos es obligatoria la entrega de la factura o nota de venta, en la que constará el nombre del medicamento, la cantidad y su precio.

Art. 32.- El propietario o representante legal de una farmacia durante los primeros ciento ochenta días del año solicitará a Vigilancia Sanitaria Provincial de la correspondiente Dirección Provincial de Salud la renovación del permiso de funcionamiento anual. La solicitud será firmada por el químico farmacéutico o bioquímico farmacéutico responsable y se acompañará de los requisitos señalados en el Capítulo II del presente reglamento.

Art. 33.- Los cambios de ubicación de farmacias de un sector a otro están sujetos al estudio de sectorización aprobado por el Proceso de Control y Mejoramiento en Vigilancia Sanitaria. Los cambios de ubicación dentro de un mismo sector

serán autorizados por el Director o Directora Provincial de Salud y no requerirán de la aprobación en el estudio de sectorización.

CONCEPTUALIZACIÓN DE VARIABLES

Variables Independientes. - Rendimiento del Personal

“Cuando se nombra el concepto de rendimiento laboral se hace referencia a los resultados. No se centra en la forma de realizarlos, ni en el esfuerzo realizado para conseguirlo, sino en la consecución final de estos”. (Ricards, 2008, pág. 79)

Variables Dependientes. - Productividad de Ventas

“Una de las principales labores de todo gerente o administrador es optimizar los sistemas de producción para hacer un uso más eficiente de cada recurso y obtener la mayor cantidad de producto invirtiendo la menor cantidad de recursos, es decir, hacer más productiva la empresa”. (Fernandez, 2010, pág. 24)

GLOSARIO

Estrategias. –Es el conjunto de acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado fin.

Indicadores de rentabilidad. -Los indicadores de rendimiento, denominados también de rentabilidad o lucrativa, sirven para medir la efectividad d la administración de la empresa para controlar los costos y gastos de esta manera convertir las ventas en utilidades.

Inversión. –En el sentido económico, es una colocación de capital para obtener ganancias futuras. Esta colocación supone una elección que resigna un beneficio inmediato por uno futuro y por lo general improbable

Medicina Prepagada. - Asistencia sanitaria privada, atención de salud privada, mercado privado de la salud, medicina prepaga o medicina privada es la asistencia sanitaria proporcionada por entidades distintas al gobierno, empresas privadas.

Plan estratégico de marketing. -Es un documento en el que debes detallar objetivos de tu empresa, que acciones de marketing has llevado a cabo y cuáles planeas implementar, con qué inversión y recursos, cuentas, etc.

Productividad de Ventas. – Es un factor clave para el éxito de cualquier negocio y se mide por la tasa en la que un vendedor aumenta los ingresos de la empresa.

Productividad. -La productividad se define como la cantidad de producción de una unidad de producto o servicio por insumo de cada factor utilizado por factor tiempo.

Rendimiento del Personal. – Es el producto del trabajo de un empleado o grupo de empleados, el desempeño se estima la manera en que cumplen las tareas y funciones encomendadas.

Rentabilidad. -Relación existente entre los beneficios que proporciona a una determinada operación o cosa y la inversión o esfuerzo que se ha hecho; cuando se trata del rendimiento financiero, se suele expresar con porcentajes.

Servicio al cliente. –El servicio al cliente es toda actividad que una empresa ofrece a un cliente en busca de su satisfacción y se constituye en el mismo instante en el que se ofrece.

Usuarios. –Individuo que utiliza de forma recurrente o consume un determinado producto o servicio, también tenemos usuarios en términos de seguridad con terminal de acceso para ingresar a un software por medio de claves y una contraseña individual bien sea en una red o de manera local.

Utilidad. –Se refiere a las ganancias que genera un negocio, empresa o activo determinado genera a lo largo de un periodo y tiempo.

Ventas. -Es un proceso que permite que el vendedor de bienes o servicios identifique, anime y satisfaga los requerimientos del comprador con beneficio mutuo y en forma permanente.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA

Las farmacias cruz azul perteneciente al Grupo DIFARE fundada en el año 2000, y tras 17 años de operaciones se ha logrado convertir en la farmacia del ciudadano promedio, dirigido a un entorno familiar de clase baja y media.

Es un conjunto de empresas ecuatorianas, que con más de 30 años se han dedicado a desarrollar el mercado farmacéutico en el país, especializándonos en la distribución y abastecimiento de productos para las farmacias del país. A través de un servicio especial, rápido, y frecuente de logística, el desarrollo e implementación de tecnología a la farmacia para la administración de su negocio, y un amplio surtido de productos con los mejores descuentos, han logrado posicionarse en la farmacia, consolidándose como líderes en el mercado de distribución farmacéutica en el Ecuador.

Presentación de la empresa

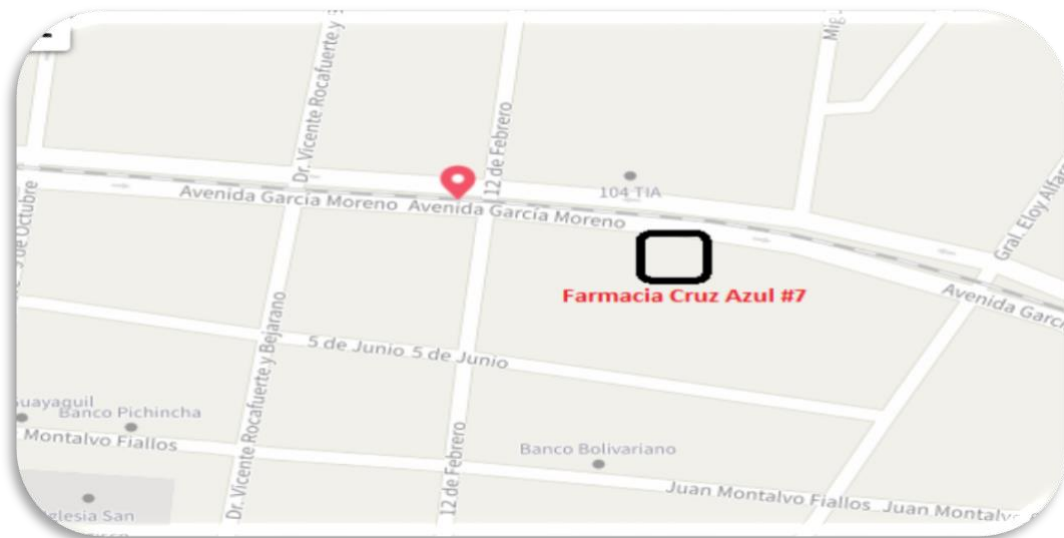
Farmacia Cruz Azul cg316 Milagro #7 ubicada en calles García Moreno y 12 de febrero entre Miguel Valverde Mzn 21; franquicias pertenecientes a la empresa DIFARE SA pertenece al sector farmacéutico con 35 años en el mercado.

Objeto Social. -Mejoras de vida con soluciones de salud y bienestar ofrecidas para sus clientes y comunidad.

Imagen 1 Farmacia Cruz azul Cg316



Imagen 2 Dirección de la Farmacia Cruz Azul Cg316



Fuente: Google mapa

Misión: Somos dueños de farmacia que integramos la primera y más grande franquicias del país, compartiendo los mismo valores y estrategias; contribuyendo a mejorar la salud de los ecuatorianos.

Visión: Perennizar y fortalecer la presencia de nuestras cadenas en todo el país, manteniendo los estándares de calidad en el servicio y brindado beneficio

profesional a la comunidad permanentemente, para convertimos en líderes del mercado.

NUESTRO VALORES

El trabajo que realizamos día a día se sustenta en los siguientes valores corporativos que compartimos para que el resultado de nuestra gestión nos permita sentirnos orgullosos de lo que logramos.

Imagen 3 Valores



Fuente: Grupo Difare S.A

Desarrollo de Nuestros Colaboradores

Estamos comprometidos con la formación personal y profesional de nuestros colaboradores en un ambiente laboral de respeto y confianza.

Excelencia en el Servicio

Satisfacemos las necesidades y superamos las expectativas de nuestros clientes internos y externos mediante procesos de calidad y con gran vocación de servicio.

Compromiso con la Comunidad

Nos esforzamos permanentemente por contribuir con la salud, bienestar de la comunidad y la preservación de nuestro entorno ambiental.

Iniciativa

Somos proactivos para proponer ideas y emprender acciones a favor de las personas creando así soluciones y nuevas oportunidades de mejoras.

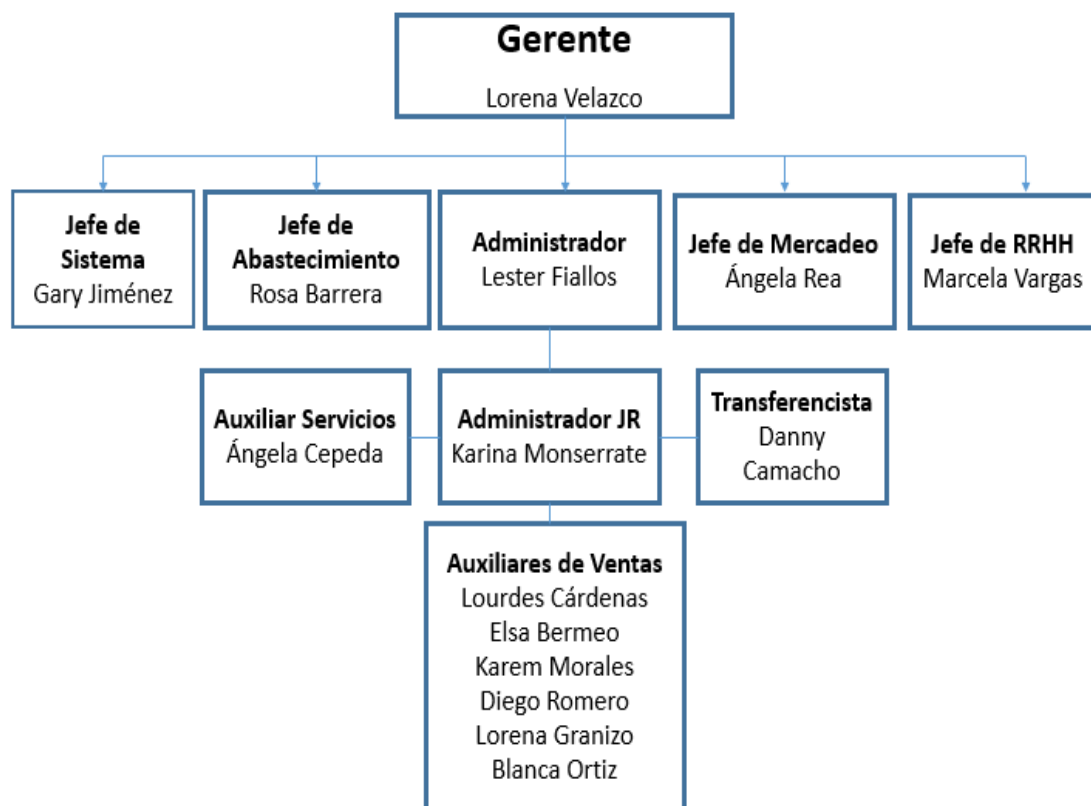
Orientación al Consumidor

Nos acercamos a nuestros consumidores para conocerlos y trabajamos para ofrecerles los mejores productos y servicios para su salud y bienestar.

Rendición de Cuentas

Somos responsables de nuestras decisiones y respondemos por nuestro desempeño ante nuestros grupos de interés.

Gráfico 1 Organigrama de la empresa.



Elaborado por: Gisela Jiménez

- **Proveedores del punto de venta**
 - Arca Continental
 - The Thesalia Sprint Company
 - Pepsico
 - Sumesa
 - Dipor
 - Unilever

- **Competencias**
 - Farmacia Cruz Azul Franquicias
 - Farmacias Sana Sana
 - Farmacias Económicas
 - Farmacias 911
 - Farmacias Keyla
 - Farmacia Santa Martha
 - Farmacia Bolívar
 - Farmacia Divino Niño

- **Talento humano**
 - **Gerente Zonal**
Lorena Velazco Ronquillo

 - **Administradores**
Lester Fiallos Burgos
Karina Monserrate

 - **Auxiliares de Ventas**
Lourdes Cárdenas Satán
Elsa Bermeo Lucero
Karem Morales Cabezas
Diego Romero Zurita
Lorena Granizo Vargas
Blanca Ortiz Sánchez

 - **Auxiliar de Servicios Generales**
Ángela Paredes Gómez

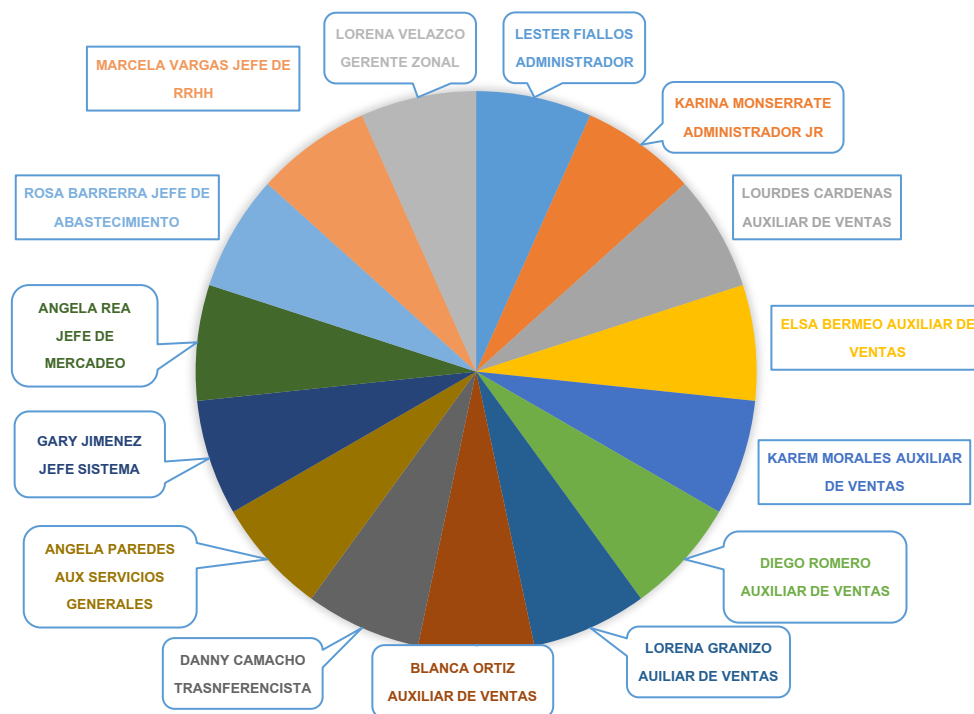
 - **Transferencista**
Danny Camacho Vélez

 - **Jefe de Sistema**
Gary Jiménez Campos

- **Jefe De Mercadeo**
Ángela Rea Mora
- **Jefe De Abastecimiento**
Rosa Barrera Coronel
- **Jefe De RR.HH.**
Marcela Vargas

Gráfico 2 Plantilla de trabajadores

TALENTO HUMANO



Elaborado por: Gisela Jiménez.

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

“Es un conjunto de estrategias procedimientos y metodologías definidas y elaboradas previamente para desarrollar el proceso de la investigación” (Moreno, 2012, pág. 15)

El diseño de esta investigación incluye varios procedimientos y técnicas nos permite recolectar nuestra la información y se detectará las diferentes situaciones y causas que existen en la farmacia por el bajo rendimiento y productividad del personal, bajo estos parámetros y herramientas a utilizar se obtendrá la información exacta.

El presente proyecto de investigación se respalda estos dos diseños cualitativo y cuantitativo:

Diseño Cuantitativo.- Es una investigación que con el uso de las estadísticas y el análisis de los datos pretende establecer leyes generales. (Ponce.C Vicente, 2009, pág. 27).

Diseño Cuantitativo.- Es una investigación interpretativa que genera teorías, hipótesis y que se refiere a un sujeto en particular en los que los resultados deben ser sometidos a la investigación para evitar la subjetividad del investigador. (Ponce.C Vicente, 2009, pág. 28).

- Permitiendo analizar y observar comportamiento de los empleados de la farmacia, opinión de los clientes y el servicio que se ofrece al consumidor final estos datos adquiridos por medio de encuestas y entrevistas, y la validación de esta información se obtendrá los cálculos y tabulaciones estadísticos de esta problemática.

TIPO DE INVESTIGACIÓN

La investigación responde a Los siguientes tipos de investigación:

Investigación Explicativa.- Se encarga de buscar el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto. (Fideas G.Arias, 2012, pág. 35)

- En este tipo de investigación la información la obtendremos de la espina de Ishikawa(causa-efecto) para identificar de donde nace los problemas y debilidades presentadas ¿Qué influencia tendría en diseñar un plan de mejora orientado al rendimiento del personal, para mejorar la productividad de ventas en la Farmacia Cruz Azul CG316 #7?

Investigación descriptiva.- Se efectúa normalmente cuando el objetivo a examinar un tema o problema de investigación es poco estudiado, del cual se obtiene muchas dudas o no se ha abordado antes. (Hernández, 2003, pág. 113)

- Permitió analizar y describir la situación conflicto que se han originado por el mal manejo de la gestión administrativa en el punto de venta y la disminución de clientes dando como resultado el incumplimiento de las metas de la farmacia.

Investigación correlacional.- Es un tipo de estudio en que tiene como propósito evaluar la relación que exista entre las dos variables en un contexto particular. (Hernández, 2003, pág. 113)

- Se logra relacionar las dos variables a estudiar que son rendimiento del personal y la productividad de ventas y que se efectúen las acciones de mejora en estas situaciones dando solución al problema de este proyecto de investigación.

POBLACION Y MUESTRA

Población. - Es el conjunto de todos los individuos (objetos personas, eventos, etc.) en los que se desea estudiar el fenómeno. Éstos deben reunir las características de lo que es un objeto de estudio. (Larrote,Rincon y Arnal, 2003, pág. 77). Se asume la población finita.

- En la actualidad constan 11 trabajadores en la farmacia Cruz Azul Milagro#7.

Tabla 1 Tabla de Población

CARGOS	PERSONAS
Administrador	1
Administrador junior	1
Auxiliar de venta	1
Auxiliar de venta	1
Auxiliar de venta	1
Auxiliar de venta	1
Auxiliar de venta	1
Auxiliar de venta	1
Transferencista	1
Auxiliar de servicios	1
Gerente zonal	1
CLIENTES	20
TOTAL	31

Elaborado por: Gisela Jiménez.

Muestra. –Conjunto de cosas extraídos de una población, seleccionados por algún método de muestreo. (Larrote,Rincon y Arnal, 2003, pág. 78).

- Se realiza 1 entrevista al gerente y 10 encuestas a los trabajadores de la farmacia Cruz Azul Milagro#7.

Tabla 2 Tabla de Muestra

PERSONAL	POBLACIÓN
GERENTE	1
PERSONAL ADMINISTRATIVO Y OPERATIVO	10
CLIENTES	20
TOTAL	31

Elaborado por: Gisela Jiménez.

TIPO DE MUESTRA

Probabilístico. -La elección de los miembros para el estudio dependerá de un criterio específico del investigador, lo que significa que no todos los miembros de la población tienen igualdad de oportunidad de conformarla. (Tamayo, 2013, pág. 51).

Se asume en esta investigación el **Muestreo Aleatorio simple**.

Cabe resaltar, que este tipo de muestra no se necesita formulas, debido a que la población es menos de 100 personas.

- **Proceso de selección de la muestra**

Se asume que este proyecto de investigación es de tipo no probabilístico o muestreo aleatorio simple el cual se desarrolla por medio de encuestas dirigida, 1 entrevista dirigida al gerente y a 20 clientes. **Total 31 personas**

En este procedimiento no se utiliza formula por el tamaño de la población que es menor de 100 personas.

Se apoyada con un cuestionario de preguntas cerrada de 5 alternativas, tales como:

- 1.-Nada Satisfactorio
- 2.-Poco Satisfactorio
- 3.-Indiferente
- 4.-Satisfactorio
- 5.-Muy Satisfactorio

Tabla 3 Selección de muestra

PERSONAL	ENTREVISTADO	ENCUESTADOS	TOTAL
GERENTE	1	-	1
PERSONAL ADMINISTRATIVO Y OPERATIVO	-	10	10
CLIENTES	-	20	20
TOTAL		30	31

Elaborado por: Gisela Jiménez.

MÉTODOS Y TÉCNICAS APLICADOS A LA INVESTIGACIÓN

- **Métodos aplicados en la Investigación**

Método Lógico. - Se evaluaron los conceptos y teorías de las variables dependiente (productividad de ventas) e independiente (rendimiento del personal) que se encuentran establecidas en este proyecto de investigación para identificar las anomalías que está presentado la farmacia y obtener las conclusiones generales de esta problemática

Método análisis-síntesis. - Se analizaron varios estudios respectivos a las dos variables, que nos permitió identificar qué acciones tomar para mejorar de la forma más adecuada esta problemática y como aplicarlas en la farmacia Cruz Azul CG316 Milagro#7 adicional como explicar los resultados de la entrevista y las encuestas realizadas.

Método análisis de los documentos. - Se estudiaron las leyes y sus artículos que permitió desarrollar el marco legal de la investigación.

Método de la observación. – Este método nos permite detectar el elemento fundamental a investigar que nos ayuda a describir y seleccionar datos correctos sobre conductas y comportamientos que se están llevando a cabo en las funciones, procedimientos y de desempeño de los auxiliares de la farmacia Cruz Azul.

- **Técnicas aplicadas en la Investigación**

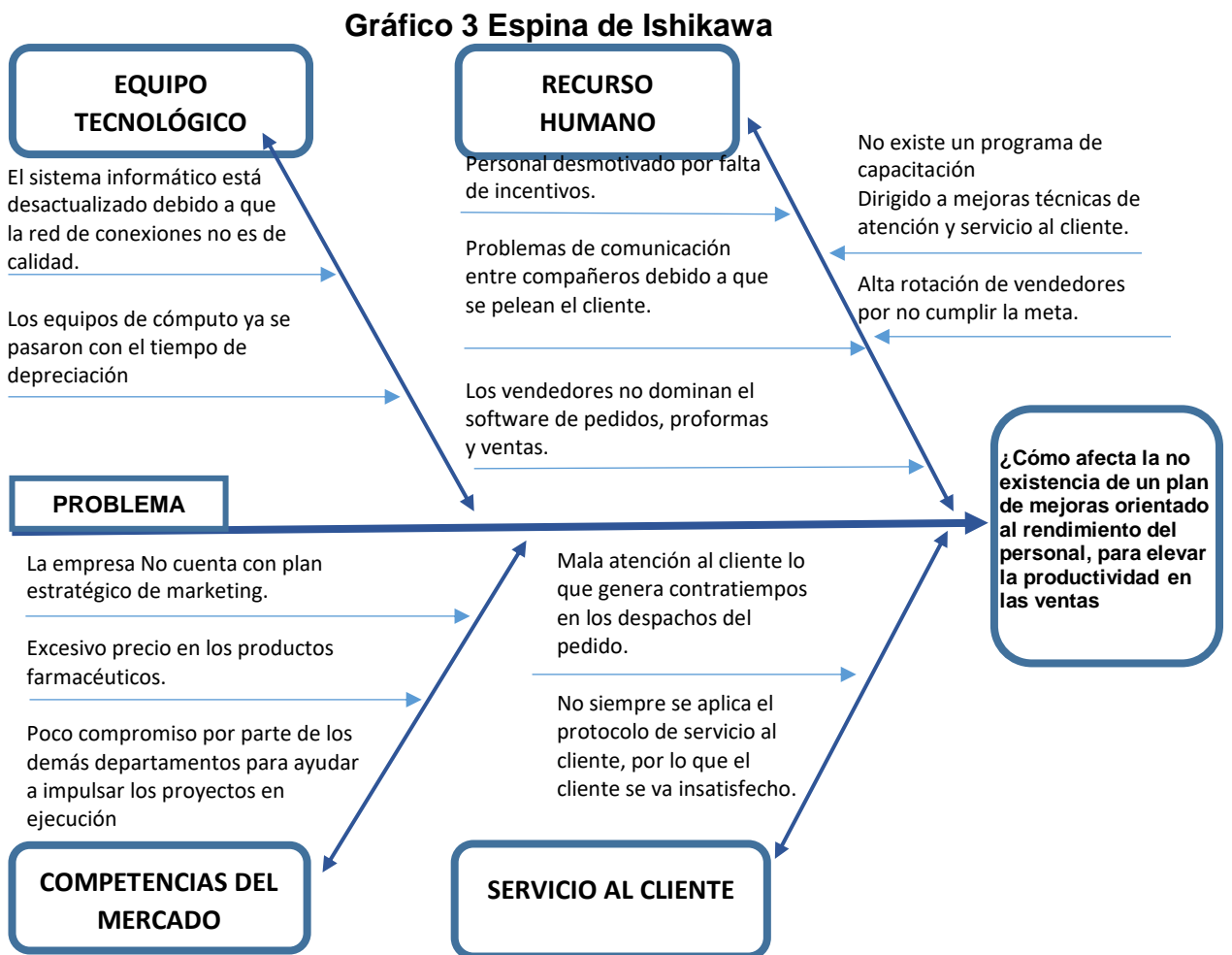
Técnica de Campo. - Se elaboró con el propósito de recopilar la información sobre la situación en la farmacia Cruz Azul CG316 Milagro#7 en el cantón Milagro, lo que permitió obtener la información concreta aplicando las siguientes técnicas: entrevista, encuestas, cuestionarios y diagrama de Ishikawa.

Encuesta. - La encuesta conformada con 10 preguntas se realizó a 10 trabajadores de la farmacia Cruz Azul CG316 Milagro#7.

Entrevista. - Se efectúa (1) una entrevista al gerente del punto de venta con el objetivo de conocer el comportamiento y necesidades de la farmacia.

Cuestionario. - Se elaboró un cuestionario de preguntas para distribuir las encuestas de los clientes, trabajadores y entrevista para gerente zonal de la farmacia.

Diagrama de Ishikawa. - Con esta herramienta nos permite investigar las causas y efectos, que se detectaron durante este periodo de decrecimiento y la solución a la problemática del bajo rendimiento en el personal y productividad de ventas. Se aplicó la técnica espina de Ishikawa para identificar la raíz de los problemas y debilidades presentadas, para dar solución de una manera más eficaz a los problemas.



Elaborado por: Gisela Jiménez

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

- **Análisis de la productividad en las ventas periodo 2016-2017**
 - **Ventas diarias**

A continuación, se detallan las transacciones de las ventas diarias promedio que se realizaron durante el periodo 2016-2017.

Tabla 4 Ventas diarias

PERIODO	2016	2017	CRE/DREC
transacciones día	534	440	-18%
venta día	\$ 3.212,76	\$ 3.086,90	-4%

Elaborado por: Gisela Jiménez

Gráfico 4 Ventas diarias



Elaborado por: Gisela Jiménez

- En el año 2016, se emitieron 534 transacciones al día con un promedio de ventas diarias de \$ 3.212,16 ctvs, mientras que en el año 2017 se ejecutó 440 transacciones al día con un valor total de \$ 3.086,90, alcanzando un decrecimiento de transacciones en un 18% y 4% de decrecimiento en las ventas y transacciones diarias.
- Podemos apreciar que en las ventas diarias, estamos bajando considerablemente el valor venta día y transacciones año 2016 y 2017.

- **Transacciones**

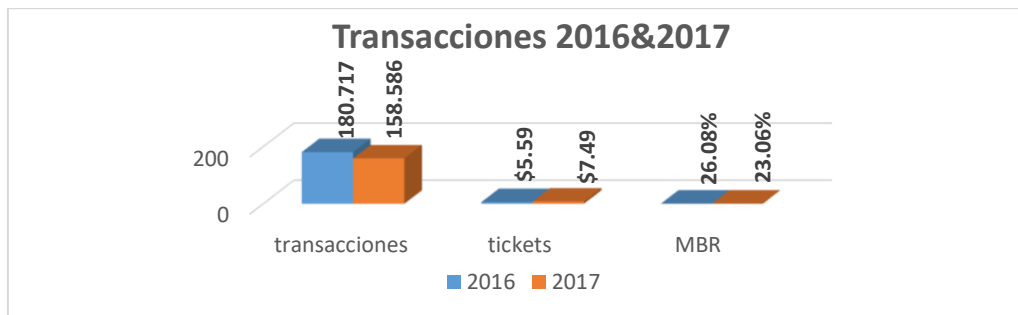
Se revisaron las transacciones para identificar los aspectos que están afectando en la meta a la Farmacia Cruz Azul. Para lo cual el presente gráfico se detalla las transacciones del presupuesto de los periodos 2016 – 2017.

Tabla 5 Ventas Periodo 2016-2017

PERIODO	2016	2017	CRE/DECR
transacciones	180,717	158,586	-12%
tickets	\$ 5,59	\$ 7,49	34%
MBR	26,08%	23,06%	-12%

Elaborado por: Gisela Jiménez

Gráfico 5 Ventas Periodo 2016-2017



Elaborado por: Gisela Jiménez

En el año 2016 se realizó 180.717 transacciones, mientras que en el año 2017 solo se efectuó 158,586, teniendo como pérdida 22.131 transacciones en el año, equivalente a 1.844 clientes por mes.

Los tickets que equivalen a mínimo valor de compra en el 2016 el ticket promedio fue de \$5,59 y el año 2017 es de \$7,49 teniendo un incremento en este indicador de \$1,90 esto quiere decir que hemos perdido clientes, pero a su vez los pocos que hemos atendido han incrementado el volumen de compra por persona.

El siguiente indicador es el margen bruto real nos muestra la rentabilidad de los productos con más ganancia para la venta que ofrecemos al consumidor final, en el año 2016 hubo una mayor rentabilidad de un 26,08% mientras que el año

2017 solo fue de 23,06% según el análisis de este periodo vendimos más volumen, pero hubo decrecimiento en productos que son de mayor rentabilidad para el negocio.

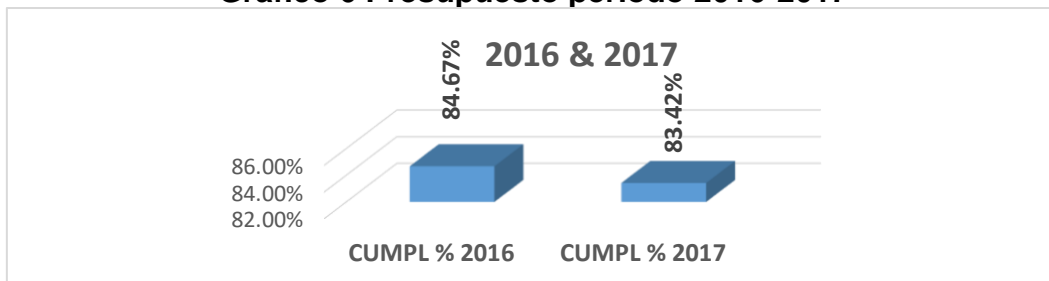
- **Presupuesto Anual del periodo 2016-2017**

Tabla 6 Presupuesto periodo 2016-2017

PRESUPUESTO 2016	META 2016	CUMPL %
\$ 1.100.000,00	\$ 931.320,00	84,67%
PRESUPUESTO 2017	META 2017	CUMPL %
\$ 1.210.000,00	\$ 1.009.385,00	83,42%

Elaborado por: Gisela Jiménez

Grafico 6 Presupuesto periodo 2016-2017



Elaborado por: Gisela Jiménez

Durante el periodo 2016 se planteó el presupuesto anual de \$1'100.000,00 distribuido este valor por cada mes del año tomado en cuenta meses de mayor impacto como ingresos a clases, feriados, festividades, pagos de utilidades, décimos y etapa de más flujo de dinero para la zona de Milagro, ejemplo cuando inicia la zafra los clientes tienen más poder adquisitivo para satisfacer sus necesidades, obteniendo una venta total generada en el año de \$931.320,00 con un cumplimiento del 84,67% en ventas.

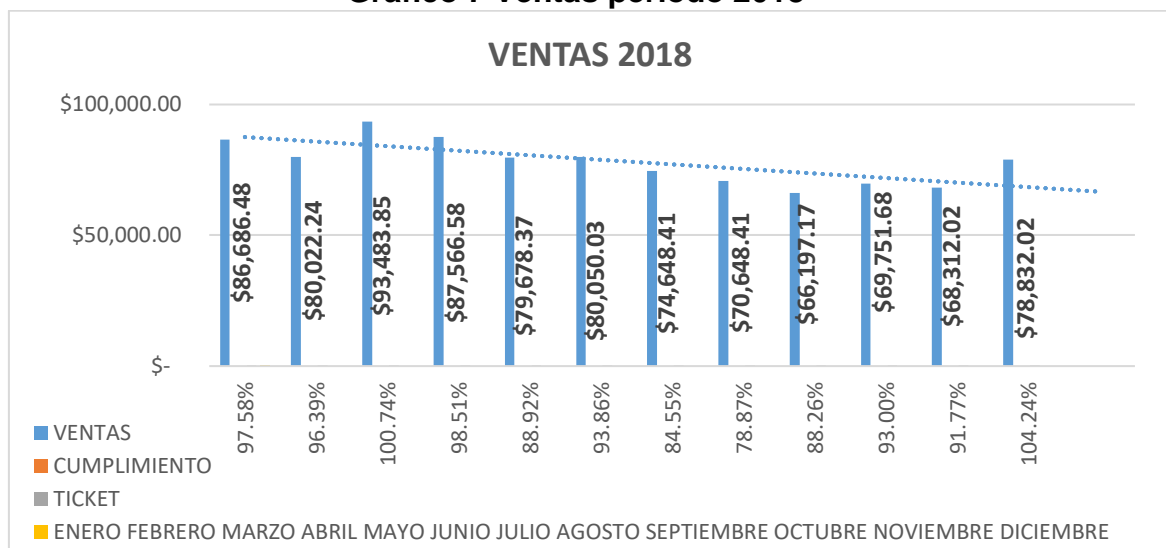
En el periodo 2017 como es de regularidad incrementar el valor cada año del 10% del presupuesto anterior en este se fijó el valor de \$1'210,000.00 podemos observar el cumplimiento que se obtuvo, una venta total generada en \$1'009,385.00 llegando a un cumplimiento del presupuesto de 83,42%, comparando estos valores año 2016 & 2017 se tiene una diferencia de valor en \$78,065.00 teniendo un crecimiento del 8,4% en las ventas generales.

Como se detalla en los resultados estos dos históricos de ventas se han visto afectados en el cumplimiento, indicador que afecta a la parte interna de la empresa.

- **Análisis periodo 2018**

Las ventas 2018 ha experimentado un comportamiento descendiente en los 12 meses, aquí queda demostrado que acciones debemos estudiar e identificar las causas que están provocando el incumplimiento de las ventas.

Gráfico 7 Ventas periodo 2018



Elaborado por: Gisela Jiménez

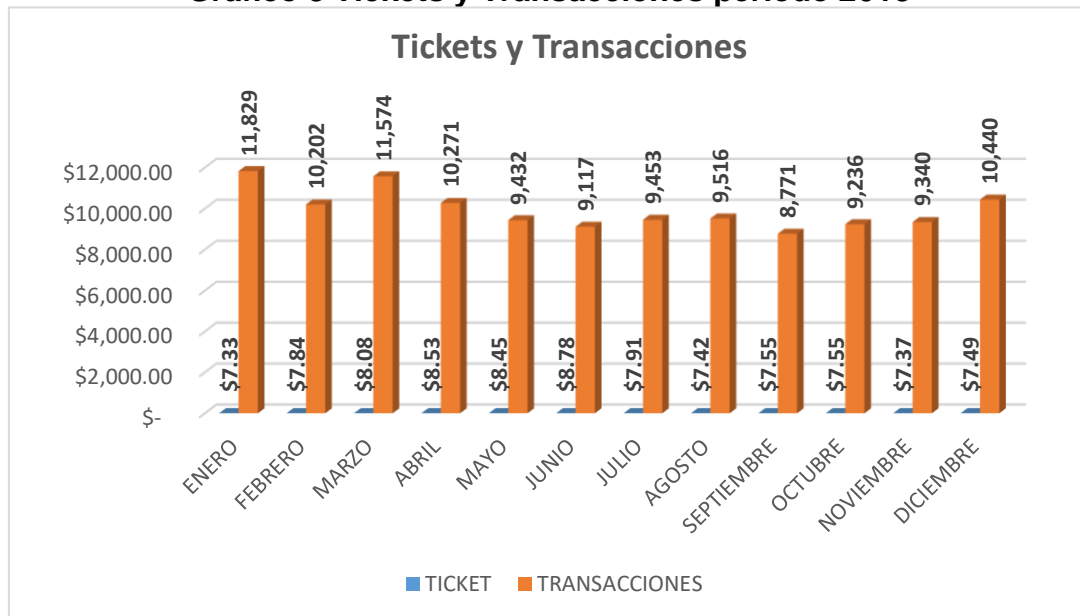
Podemos darnos cuenta que los cumplimientos de estos meses del 2018 solo dos es el cumplimiento del 100% dando como resultado que al pasar cada mes hay un decrecimiento en ventas.

Al inicio del año se vendió \$86,686.48 con un cumplimiento del 97.58%, mientras que el mes de diciembre fue de 78,832.02 con un cumplimiento de 104.24% del presupuesto de venta, la diferencia de venta del mes de enero comparado al de diciembre es de \$7,854.46 menos de comparación.

Así como nace este conflicto en la parte interna, también tenemos que tomar en cuenta las deficiencias del control con las demás áreas de apoyo, la poca

coordinación de estos departamentos involucrados se ha notado la deficiencia en el manejo en la distribución, abastecimientos y tecnología esto provoca la insatisfacción de poder brindar un servicio de calidad en la farmacia cruz azul.

Gráfico 8 Tickets y Transacciones periodo 2018



Elaborado por: Gisela Jiménez

Podemos apreciar en el gráfico una variación en ticket y transacciones

Transacciones: El mes de enero se emitieron 11.829 en diciembre 10.440 con una diferencia de 1.389 en ese periodo, perdida promedio de cada mes de 116 clientes por mes.

Ticket: En el mes de enero \$7.33 a diciembre \$7.49 teniendo como diferencia 0.16 centavos de crecimiento, esto no hace referencia que hemos atendido menos clientes, pero el volumen de venta incremento comparado a los clientes atendidos a inicio de año en la farmacia

El seguimiento que se realizó en todo el periodo 2018 es notorio la diferencia de cómo ha decaído los resultados en estos indicadores de gestión, estas son las consecuencias que se obtuvieron por la mala administración y seguimiento de las actividades y funciones de la empresa.

- **Entrevista realizada al gerente del punto de venta (Anexo 2)**

1.- ¿Qué causas han provocado el bajo rendimiento del personal de ventas?

R//. Una de las causas es la desmotivación, un personal desmotivado no es productivo que provocan puede ser problemas personales, inconformidad con el sueldo, horarios o con el líder del equipo.

2.- ¿Qué acciones tomaría usted para mejorar el rendimiento del personal de ventas?

R//. Qué acciones tomar es el seguimiento, conversar con el personal si se siente a gusto en el punto de venta y realizar un plan de acción debe ser medible con tiempo determinado y un objetivo alcanzar.

3.- ¿Qué procedimientos usted utiliza para mejorar la productividad de ventas?

R//. Los procedimientos a utilizar son los portales de ventas, ppm, compras, productos estratégicos es realizar el seguimiento y detectar que persona no está cumpliendo o aportando con el objetivo de ventas.

4.- ¿Qué aspectos teóricos considera que hacen falta para mejorar el rendimiento de personal y la productividad de ventas?

R//. Aspecto teórico para mejorar las ventas no todo el personal está capacitado, enfocar más el tema de capacitaciones o cursos de atención al cliente, liderazgo, trabajo en equipo, ventas etc.

5.- ¿Qué herramientas usted maneja para llevar el control de las ventas y la productividad?

R//. Como se lleva el control con los utilitarios(Excel)de esta manera se pueden ver proyecciones, adicional la productividad de cada recurso podemos detectar si es o no productivo dentro del punto de venta, la farmacia puede ser rentable, pero en ocasiones no todo el personal lo es por eso es importante el control.

6.- ¿Cuáles son las estrategias que usted utiliza para ser diferentes a las demás competencias que existen en el mercado?

R//. Como se diferencia con la competencia es el servicio al cliente, todas las farmacias deberían tener un protocolo de servicio establecido y aplicarlo donde el cliente se sienta especial y regrese.

7.- ¿Con que constancia usted reúne a su equipo de trabajo para revisar y proporcionar la información de las proyecciones de ventas?

R//. Las reuniones se las debe aplicar semanalmente debe haber esa retroalimentación dentro del equipo de trabajo revisar presupuestos, proyecciones.

8.- ¿Qué decisiones ha tomado usted para mejorar el ambiente laboral dentro de la farmacia?

R//. En el ambiente laboral se debe ser equitativo si se sanciona a uno por una falta se sancione a todos no se puede ser injusto y cumplir los reglamentos de forma estricta.

9.- ¿Con que frecuencia el personal de ventas recibe capacitaciones sobre los programas y servicio al cliente?

R//. Las capacitaciones deben ser de forma mensual actualmente tenemos el plan de capacitación como “actualízate” pero se debe reforzar las técnicas a utilizar para que esto sea más dinámico y atractivo para el personal del punto de venta.

10.- ¿Qué tan favorable para su empresa es diseñar un plan mejora orientado al rendimiento del personal, para mejorar la productividad de las ventas?

R//. Es favorable e importante diseñar un plan de mejora para el personal entre más capacitado se encuentre y obtenga un mayor rendimiento va a general mayor utilidad y margen a la empresa, adquiriendo un crecimiento tanto personal y en lo organizacional.

- Análisis de la encuesta realizada al personal de farmacia Cruz Azul Cg 316 Milagro #7 (Anexo 3)

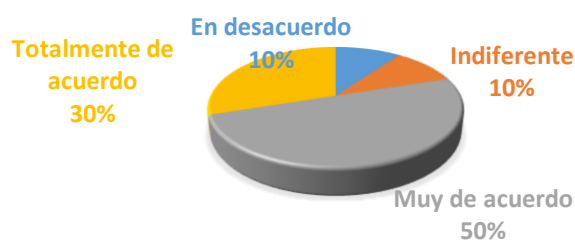
1.-Es de su agrado el trabajo que desempeña

Tabla 7 Pregunta 1

Descripción	Cantidad
En desacuerdo.	1
Indiferente.	1
Muy de acuerdo.	5
Totalmente de acuerdo	3
Total	10

Elaborado por: Gisela Jiménez.

Gráfico 9



Elaborado por: Gisela Jiménez.

Análisis: Según los encuestados tenemos el 30% que están totalmente de acuerdo, el 50% que está muy acuerdo, el 10% le es indiferente y el 10% en desacuerdo con el trabajo que desempeñan.

Interpretación: En este indicador verificamos que en la mayoría afirman que es de su agrado el trabajo que desempeñan, y el resto del personal no está a gusto, esto puede ser motivo del que el personal no está comprometido para llegar a sus metas.

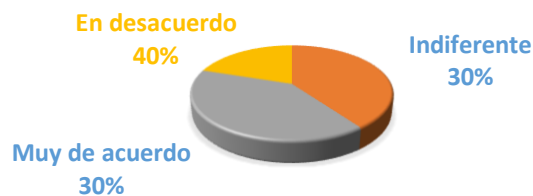
2.- Cuenta usted con el apoyo de sus compañeros de trabajo para realizar alguna labor

Tabla 8 Pregunta 2

Descripción	Cantidad
En desacuerdo	4
Indiferente	3
Muy de acuerdo	3
Totalmente de acuerdo	0
Total	10

Elaborado por: Gisela Jiménez.

Gráfico 10



Elaborado por: Gisela Jiménez.

Análisis. –De los encuestados el 30% muy acuerdo ,40% en desacuerdo y 30% indiferente.

Interpretación. – Como se observa en los siguientes resultados podemos darnos cuenta que el personal de farmacia no se brindan apoyo entre compañeros para realizar alguna actividad esto fomenta un mal ambiente laboral.

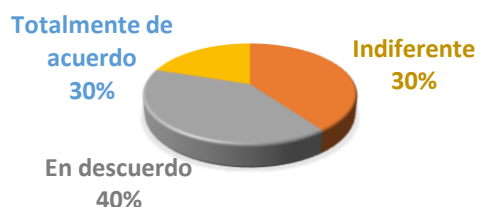
3.-Recibe usted, ayuda o asesoría de sus superiores cuando lo necesita

Tabla 9 Pregunta 3

Descripción	Cantidad
En desacuerdo	4
Indiferente	3
Muy de acuerdo	0
Totalmente de acuerdo	3
Total	10

Elaborado por: Gisela Jiménez.

Gráfico 11



Elaborado por: Gisela Jiménez.

Análisis. – Según los datos el 30% está totalmente de acuerdo, 30% le es indiferente, y el 40% se encuentra en desacuerdo.

Interpretación. – En los datos se visualiza que los auxiliares reciben muy poca asesoría de sus superiores esto es lo que desencadena una práctica en los procesos de ventas o actividades de la farmacia.

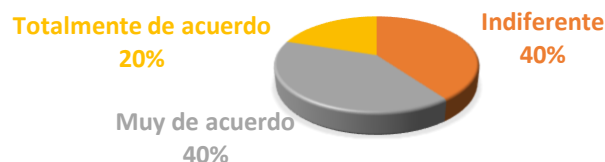
4.-Considera usted que existe comunicación efectiva dentro del área de trabajo

Tabla 10 Pregunta 4

Descripción	Cantidad
En desacuerdo	0
Indiferente	4
Muy de acuerdo	4
Totalmente de acuerdo	2
Total	10

Elaborado por: Gisela Jiménez.

Gráfico 12



Elaborado por: Gisela Jiménez.

Análisis. –Según los datos obtenidos a los encuestados el 20% están totalmente de acuerdo el 40% muy de acuerdo y el 40% considera indiferente.

Interpretación. –La cantidad encuestada da como deducciones que no es un punto fuerte la comunicación efectiva en el área de trabajo, con el pasar del tiempo se debe mejorar estos resultados.

5.-Está usted de acuerdo con el sueldo que recibe

Tabla 11 Pregunta 5

Descripción	Cantidad
En desacuerdo	7
Indiferente	3
Muy de acuerdo	0
Totalmente de acuerdo	0
Total	10

Elaborado por: Gisela Jiménez.

Gráfico 13



Elaborado por: Gisela Jiménez.

Análisis. –Según la opinión de la mayoría el del 70% que se encuentra en desacuerdo y el 30% le es indiferente.

Interpretación. – En los datos se detalla en general el personal no está de acuerdo con el sueldo que reciben, por lo tanto, obtenemos un personal desmotivado por un sueldo no digno.

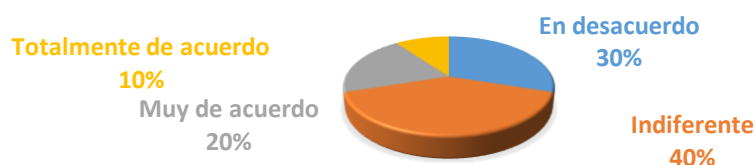
6.-Los beneficios que reciben son tan buenos como lo adoptan otras empresas

Tabla 12 Pregunta 6

Descripción	Cantidad
En desacuerdo	3
Indiferente	4
Muy de acuerdo	2
Totalmente de acuerdo	1
Total	10

Elaborado por: Gisela Jiménez

Gráfico 15



Elaborado por: Gisela Jiménez.

Análisis. – El resultado de los encuestados en esta pregunta el 1% está totalmente de acuerdo, 2% muy de acuerdo, 4% indiferente y el 3% en desacuerdo.

Interpretación. – Según los encuestados el personal de venta en su mayoría les parece indiferente los beneficios que reciben dentro de su empresa como en otras que ofrecen.

7.-Las tareas que a usted le asignan son explicadas oportunamente por sus superiores.

Tabla 13 Pregunta 7

Descripción	Cantidad
En desacuerdo	2
Indiferente	2
Muy de acuerdo	4
Totalmente de acuerdo	2
Total	10

Elaborado por: Gisela Jiménez

Gráfico 16



Elaborado por: Gisela Jiménez.

Análisis. – De la cantidad encuestada el 2% está totalmente de acuerdo, el 4% muy de acuerdo, el 2% indiferente, el 2% en desacuerdo.

Interpretación. – La información que se adquiere en esta pregunta los auxiliares de farmacia no reciben la adecuada información de las tareas a realizar, esto provoca el retraso de las actividades al no ser explicadas de la manera correcta de parte de los superiores.

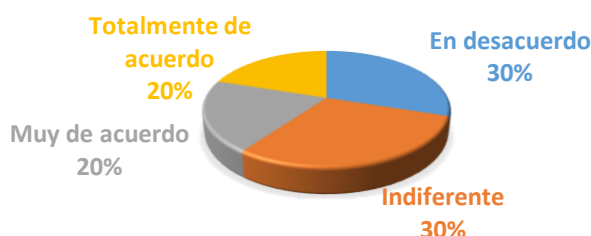
8.- Usted cuenta con los recursos necesarios para realizar sus funciones.

Tabla 14 Pregunta 8

Descripción	Cantidad
En desacuerdo	3
Indiferente	3
Muy de acuerdo	2
Totalmente de acuerdo	2
Total	10

Elaborado por: Gisela Jiménez

Gráfico 17



Elaborado por: Gisela Jiménez.

Análisis. – Según las opiniones de los encuestados el 2% está totalmente de acuerdo, el 2% muy de acuerdo, el 3% indiferente y el 3% en desacuerdo

Interpretación. –En los resultados detallados podemos observar que los recursos que brinda la empresa no están aptos para realizar las funciones dentro del punto de venta el personal de venta esto afecta al momento de realizar toda clases de funciones.

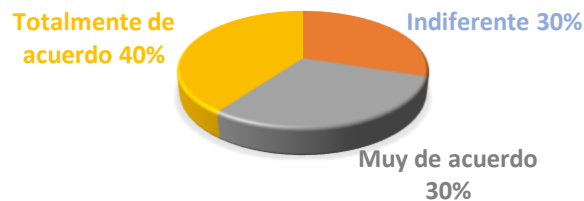
9.-Se da a conocer las estrategias de ventas para llegar al cumplimiento de la meta

Tabla 15 Pregunta 9

Descripción	Cantidad
En desacuerdo	0
Indiferente	3
Muy de acuerdo	3
Totalmente de acuerdo	4
Total	10

Elaborado por: Gisela Jiménez

Gráfico 18



Elaborado por: Gisela Jiménez.

Análisis. – Del 100% de las encuestas realizadas el 40% está totalmente de acuerdo, el 30% muy de acuerdo y el 30% le es indiferente.

Interpretación. –Según los datos nos da como resultados la gran parte del personal está consciente de la información que se comparte para llegar a los cumplimientos de ventas y que estrategias utilizar, aunque esta información debería ser más continua, los que permitirá mejorar o sobrepasar los cumplimientos de las metas.

10.-Tiene usted en claro los objetivos de la empresa

Tabla 16 Pregunta 10

Descripción	Cantidad
En desacuerdo	0
Indiferente	4
Muy de acuerdo	4
Totalmente de acuerdo	2
Total	10

Elaborado por: Gisela Jiménez

Gráfico 19



Elaborado por: Gisela Jiménez.

Análisis. – Según los resultados el 20% está totalmente de acuerdo, el 40% está muy de acuerdo y el otro 40% es indiferente.

Interpretación. – Como resultado de esta pregunta los encuestados no tienen totalmente claro el conocimiento de los objetivos de la empresa, esta falta de interés por parte de los empleados, fomenta la falta de compromiso dentro del área de trabajo.

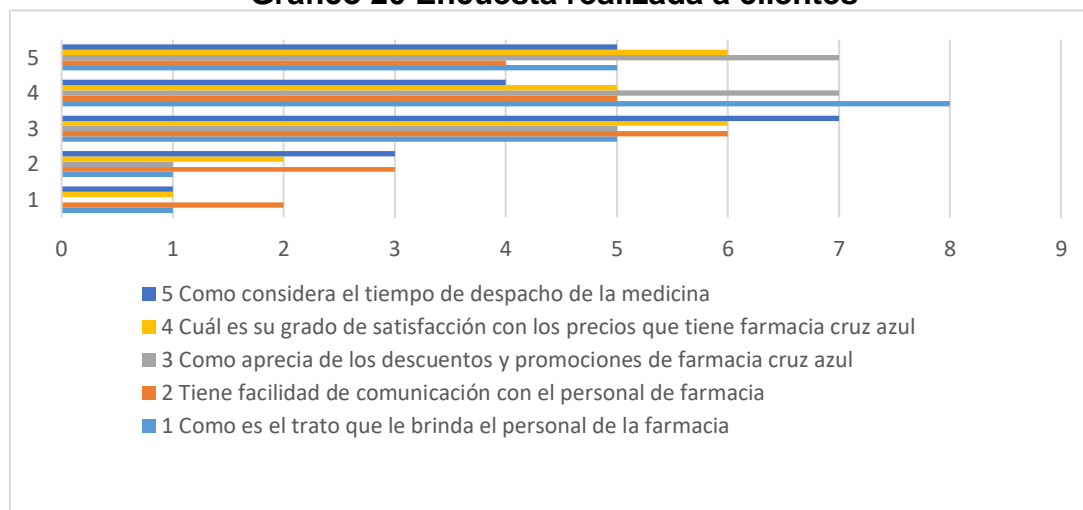
- **Análisis de la encuesta realizada a 20 clientes de la farmacia Milagro cg316 #7 (Anexo 4)**

Tabla 17 Encuesta realizada a clientes

N°	PREGUNTAS	Nada satisfactorio	Poco satisfactorio	indiferente	Satisfactorio	Muy satisfactorio	TOTAL
1	Como es el trato que le brinda el personal de la farmacia	1	1	5	8	5	20
2	Tiene facilidad de comunicación con el personal de farmacia	2	3	6	5	4	20
3	Como aprecia de los descuentos y promociones de farmacia cruz azul	0	1	5	7	7	20
4	Cuál es su grado de satisfacción con los precios que tiene farmacia cruz azul	1	2	6	5	6	20
5	Como considera el tiempo de despacho de la medicina	1	3	7	4	5	20

Elaborado por: Gisela Jiménez.

Gráfico 20 Encuesta realizada a clientes



Elaborado por: Gisela Jiménez.

Análisis: De las preguntas realizada a los clientes podemos observar que la cantidad de persona que contestaron en esta encuesta 27 clientes se sienten muy satisfechos ,29 respuestas con resultados buenos, 32 de forma regular, 10 que lo tomaron mal y 5 clientes que recibieron una mala atención.

- **Diagnóstico de la encuesta realizada a 20 clientes de la farmacia Milagro cg316 #7 (Anexo 4)**

La atención al cliente que se está brindando hay que reforzar son pocos los que han tenido inconvenientes con este servicio, se recomienda vigilar y dar retroalimentación al personal de ventas sobre las consecuencias que está produciendo y accionar para que esto mejore.

En base a la encuesta dirigida al personal de la farmacia podemos definir qué funciones utilizar para mejorar el entorno interno en la farmacia Milagro #7.

PLAN DE MEJORAS APLICANDO LA TÉCNICA 5W+2H

La Planificación nos ayuda a obtener varios propósitos como el compromiso de las partes implicada, reconocimiento a los trabajadores por su trabajo, avance si estamos progresando en nuestras responsabilidades.

- El cumplimiento de nuestras metas, esto debe ser planteada de una forma detalla y entendible para obtener un excelente resultado.
- Es fundamental monitorear los presupuestos de ventas de una forma continua y así evitamos el incumplimiento de las misma para el pago de los incentivos.
- Capacitar y actualizar la información al personal de farmacia.
- La mala comunicación es lo que está generando malestares en el área de trabajo y esto está produciendo los malestares entre compañeros.
- Los administradores de farmacia deben amparar más de los objetivos que requiere la empresa y hasta donde queremos llegar los colaboradores que son una de la parte fundamental de nuestra organización.
- Mantener el pago de incentivos es de gran importancia ya que esto mejora el desempeño del trabajador dando como reconocimiento o premio por la labor realizada.
- La diseñar un del plan mejora ayudará a disminuir la falencias y conflictos que se está generando en la farmacia.
- Se sugiere implementar este diseño para mejorar el control de la actividad tanto internas como externas, servicio al cliente, como renovar con nuestras competencias de mercado y tener una mejor relación entre compañeros de trabajo.

TECNICA 5W+2H

Este tipo de técnica nos ayuda a la ejecución de actividades dentro del plan de mejoras de la farmacia Cruz Azul CG316 #7 considerando las 5 preguntas que a continuación se detallan:

1. ¿Qué? -hacer
2. ¿Cómo? Hacerlo
3. ¿Por qué? Hacerlo
4. ¿Quién? Debe hacerlo
5. ¿Cuánto? Hacerlo

Para una empresa que anhela crecimiento, a través de una buena planificación estratégica, la utilización de la técnica 5W2H se hace necesaria, que permite una mejor organización al proceso y por ende a la toma de decisiones.

¿En qué nos ayuda este plan?

Este plan de acción ayudará a transformar los resultados de la farmacia Cruz Azul CG316 #7 a fin de ir disminuyendo los problemas identificados.

El plan de mejoras puede describirse como la formulación de un plan formal con estrategias y objetivos ya sean de corto y largo plazo en una organización.

Beneficios:

- Aumentar la rentabilidad de una empresa.
- Aumentar la base de datos de clientes de una empresa.
- Realizar la planificación de actividades.
- Realizar la planificación de la reducción de gastos de una empresa.
- Definir la estrategia de venta de una empresa.
- Planear el mantenimiento de equipo.

Tabla 18 PLAN DE MEJORAS APLICANDO LA TÉCNICA 5W+2H

Oportunidad de Mejora: Proponer acciones de mejoras orientadas al rendimiento del personal con el fin de elevar la productividad en las ventas.					
Meta: Elevar en un 60% la productividad para cumplir con el presupuesto de ventas anual.					
Responsable: Administrador del Punto de Venta					
					Presupuesto: total \$ 2,000
¿Qué?	¿Quién?	¿Cómo?	¿Por qué?	¿Cuándo?	Presupuesto Anual
Diseñar un plan de mejora orientado al rendimiento del personal, para elevar la productividad en las ventas de la Farmacia Cruz Azul CG316 #7.	Administrador de Punto de Venta	Analizar la productividad en las ventas de los últimos 2 periodos de la Farmacia Cruz Azul CG316 #7.	No se consideran los resultados de ventas para perfeccionar la toma de decisiones, sino que se aplican de manera lineal lo que ordena la Alta Gerencia.	2019	\$ 800
		Diagnosticar el bajo rendimiento del personal de la farmacia Cruz Azul a través de las ventas personales reportadas.	No se evalúa correctamente el desempeño de los vendedores, simplemente vendió poco y no analiza las razones del porqué.		
		Mejorar las estrategias de precios en los productos para elevar la productividad en las ventas.	El líder no tiene autoridad para modificar ningún aspecto relevante del plan de ventas. Solo debe limitarse a cumplir.		
		Perfeccionar el plan de ventas en sus objetivos y metas establecidas puesto			

		que no están acorde a la demanda del sector donde se encuentra la Farmacia Cruz Azul.			
Diseñar un plan de Capacitación para mejorar el rendimiento de los vendedores en el punto de venta de la Farmacia Cruz Azul.	Administrador de Punto de Venta	<p>Capacitar al equipo de vendedores para perfeccionar las técnicas de ventas y protocolo.</p> <p>Implementar charlas motivadoras a primera hora de la mañana.</p> <p>Cumplir con el programa de incentivos y de reconocimientos a los trabajadores.</p> <p>Crear instrumentos de control y supervisión para registrar adecuadamente las novedades diarias.</p>	<p>No se está capacitando correctamente al personal de ventas.</p> <p>El líder no motiva a sus vendedores porque considera que cada cual conoce su trabajo y está demás que se lo diga.</p> <p>No se cumple con los bonos ofrecidos a tiempo, y en ciertas ocasiones no dan el valor ofrecido.</p> <p>El líder no registra en una bitácora o formato aspectos importantes del día.</p>	2019	\$ 1.200

CONCLUSIONES

- Se fundamentaron los aspectos teóricos, conceptuales y legales sobre el rendimiento del personal y productividad en las ventas que permitieron desarrollar el plan de mejoras aplicando la técnica 5W+2H.
- Resultados del análisis de las ventas diarias, tickets, transacciones y presupuesto anual se pudo detectar la problemática por la mala administración en las ventas y actividades propia de la de la farmacia Cruz Azul CG316 #7.
- Resultados de los métodos y técnicas aplicados en la investigación se pudo diagnosticar el bajo rendimiento del personal de la farmacia Cruz Azul CG316 #7.
- Por lo que, se propone diseñar un plan de mejora orientado al rendimiento del personal, para mejorar la productividad en las ventas en la Farmacia Cruz Azul CG316 #7.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda apoyar a las demás áreas del departamento de talento humano, abastecimientos, técnicos y administrativos, a fin de mejorar los procesos y procedimientos que garanticen los objetivos estratégicos.
- Efectuar controles permanentes en las ventas y productividad de los auxiliares de ventas.
- Liderar el equipo de trabajo y fomentar la comunicación dentro del equipo, con el transcurso del tiempo se verán reflejado los resultados.
- Capacitar y entrenar a todo el personal de venta sobre protocolo de servicio y atención al cliente, de esta manera formaremos un personal idóneo para nuestro consumidor final.
- Se recomienda monitorear el plan de mejora orientado al rendimiento del personal, para mejorar la productividad y elevar las ventas en la Farmacia Cruz Azul CG316 #7.

Bibliografía

Araujo, J.; R. Arancibia, y R. Torricella (2005). "Estudio de la producción científica de los investigadores" cubanos durante el periodo 1988-2004.

Codificación 17 Registro Oficial Suplemento 167 de 16-dic.-2005 Última modificación: 06-abr.-2018

Fernández Guadaño, Josefina. (2015) Rentabilidad.

Hernández-Samperio, R., Fernández-Collado, C. y Baptista-Lucio, P. (2014). Selección de la muestra. En Metodología de la Investigación (6ª ed., pp. 170-191). México: McGraw-Hill.

Jiménez, B. (1994). "Elementos para evaluar la productividad individual: investigación del docente universitario". Revista Espacios Digital, vol. 15, núm. 3.

Ley Orgánica De La Salud Registro Oficial Suplemento 423 De 22-Dic.-2006 Última Modificación: 24-Ene.-2012

Ley que regula las empresas privadas de salud y medicina prepagada Ley 8 Registro Oficial 12 de 26-ago.-1998.

RIVAS GALARRETA, E. (1994). La investigación bibliográfica y los textos académicos. En U. P. Orrego (Ed.), Metodología de la investigación. bibliográfica (págs. 11-14). Trujillo

Rojas Víctor, Metodología de la Investigación-Bogotá Ed (2001).

Sánchez Ballesta, Juan Pedro(2002)."Análisis de Rentabilidad de la Empresas".

Tejada Blanca Dolly Administración DE sistema de servicios de alimentación, calidad, nutrición, productividad y beneficios Ed (1992).

Universidad Nacional del Centro del Perú "Gestión de personas su impacto en la rentabilidad de la empresa" Famacin Sac 2016. sr Enrique Ronald Michue Poma.

Universidad Privada Antenor Orrego, "Factores que influyen en la rentabilidad por línea de negocio en la Clínica Sánchez Ferrer en el periodo 2009-2013" sr. Carlos Alejandro Medina Ramírez Sr. Giancarlo Fabrizio Mauricci Gil.

ANEXOS

Anexo 1 Análisis FODA

FODA	
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Posicionamiento de la marca Cruz Azul en la mente del consumidor	Alianzas estratégicas con laboratorios
Promociones, Planes de medicación frecuente	Convenios con empresas externas
Cuenta con una extensa base de clientes	Apertura de más sucursales
Ahorro, cercanía, variedad.	Precios competitivos
DEBILIDADES	AMENAZAS
Comunicación deficiente en la parte interna	Aparición de nuevos competidores en el mercado farmacéutico
Persona poco capacitado para atención y servicio al cliente	Competencias de precios
Sistema de software desactualizado	Situación económica del país
No cuenta con un plan estratégico de marketing	Innovación en calidad de servicio en la competencia

Anexo 2 Entrevista dirigida al Gerente

Fecha:10/12/2018

Nombre del Entrevistado: Lorena Velasco Ronquillo.

Cargo: Gerente

Empresa: Farmacia cruz azul.

- 1.- ¿Qué causas han provocado el bajo rendimiento del personal de ventas?
- 2.- ¿Qué acciones tomaría usted para mejorar el rendimiento del personal de ventas?
- 3.- ¿Qué procedimientos usted utiliza para mejorar la productividad de ventas?
- 4.- ¿Qué aspectos teóricos considera que hacen falta para mejorar el rendimiento de personal y la productividad de ventas?
- 5.- ¿Qué herramientas usted maneja para llevar el control de las ventas y la productividad?
- 6.- ¿Cuáles son las estrategias que usted utiliza para ser diferentes a las demás competencias que existen en el mercado?
- 7.- ¿Con que constancia usted reúne a su equipo de trabajo para revisar y proporcionar la información de las proyecciones de ventas?
- 8.- ¿Qué decisiones ha tomado usted para mejorar el ambiente laboral dentro de la farmacia?
- 9.- ¿Con que frecuencia el personal de ventas recibe capacitaciones sobre los programas y servicio al cliente?
- 10.- ¿Qué tan favorable para su empresa es diseñar un plan mejora orientado al rendimiento del personal, para mejorar la productividad de las ventas?

Anexos 3 Encuesta dirigida a los trabajadores

Subrayar la respuesta:

- (1) En desacuerdo.
- (2) Indiferente.
- (3) Muy de acuerdo.
- (4) Totalmente de acuerdo

1.-Es de su agrado el trabajo que desempeña

- En desacuerdo.
- Indiferente.
- Muy de acuerdo.
- Totalmente de acuerdo.

2.-Cuentas usted con el apoyo de sus compañeros de trabajo para realizar alguna labor.

- En desacuerdo.
- Indiferente.
- Muy de acuerdo.
- Totalmente de acuerdo

3.-Recibe usted ayuda o asesoría de sus superiores cuando lo necesita.

- En desacuerdo.
- Indiferente.
- Muy de acuerdo.
- Totalmente de acuerdo

4.-Considera usted que existe comunicación efectiva dentro del área de trabajo.

- En desacuerdo.
- Indiferente.
- Muy de acuerdo.
- Totalmente de acuerdo

5.-Está usted de acuerdo con el sueldo que recibe.

- En desacuerdo.
- Indiferente.
- Muy de acuerdo.
- Totalmente de acuerdo

6.-Los beneficios que reciben son tan buenos como los adoptan otras empresas.

- En desacuerdo.
- Indiferente.
- Muy de acuerdo.
- Totalmente de acuerdo

7.-Las tareas que a usted le asignan son explicadas oportunamente por sus superiores.

- En desacuerdo.
- Indiferente.
- Muy de acuerdo.
- Totalmente de acuerdo

8.-Usted cuenta con los recursos necesarios para realizar sus funciones.

- En desacuerdo.
- Indiferente.
- Muy de acuerdo.
- Totalmente de acuerdo

9.-Se da a conocer las estrategias ventas para llegar al cumplimiento de la meta

- En desacuerdo.
- Indiferente.
- Muy de acuerdo.
- Totalmente de acuerdo

10.-Tiene usted claro los objetivos de la empresa

- En desacuerdo.
- Indiferente.
- Muy de acuerdo.
- Totalmente de acuerdo

Anexo 4 encuesta dirigida a los clientes

Por favor indicar tu situación de nuestros servicios, subrayar con una de las alternativas:

1.-Como es el trato que le brinda el personal de la farmacia

- 1.-Nada Satisfactorio
- 2.-Poco Satisfactorio
- 3.-Indiferente
- 4.-Satisfactorio
- 5.-Muy Satisfactorio

2.-Tiene facilidad de comunicación con el personal de farmacia

- 1.-Nada Satisfactorio
- 2.-Poco Satisfactorio
- 3.-Indiferente
- 4.-Satisfactorio
- 5.-Muy Satisfactorio

3.-Como aprecia de los descuentos y promociones de farmacia cruz azul

- 1.-Nada Satisfactorio
- 2.-Poco Satisfactorio
- 3.-Indiferente
- 4.-Satisfactorio
- 5.-Muy Satisfactorio

4.-Cuál es su grado de satisfacción con los precios que tiene farmacia cruz azul

- 1.-Nada Satisfactorio
- 2.-Poco Satisfactorio
- 3.-Indiferente
- 4.-Satisfactorio
- 5.-Muy Satisfactorio

5.-Como considera el tiempo de despacho de la medicina

- 1.-Nada Satisfactorio
- 2.-Poco Satisfactorio
- 3.-Indiferente
- 4.-Satisfactorio
- 5.-Muy Satisfactorio

Muchas gracias por tu colaboración, es muy importante para nosotros.

Anexo 5 Fotos

Entrevista con el Gerente



Encuestas al Personal



Logotipo de la Marca



Imagen de la Empresa



CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DE TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por la Comisión de Culminación de Estudios del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTÍFICO:

Que después de analizado el proyecto de investigación con el tema: **Diseñar un plan de mejora orientado al rendimiento del personal, para mejorar la productividad en las ventas en la Farmacia Cruz Azul CG316 #7 en el cantón Milagro.** y problema de investigación: **¿Cómo afecta la no existencia de un plan de mejoras orientado al rendimiento del personal, para elevar la productividad en las ventas de la Farmacia Cruz Azul CG316 #7, ubicada en el cantón Milagro, Provincia del Guayas en el año 2019?**, presentado por **Jiménez Burgos Gisela Delzabeth** como requisito previo para optar por el título de:

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA

El mismo cumple con los requisitos establecidos, en el orden metodológico científico-académico, además de constituir un importante tema de investigación.



Jiménez Burgos Gisela Delzabeth

Egresada:



PH. D Beatriz Rodriguez Herkt

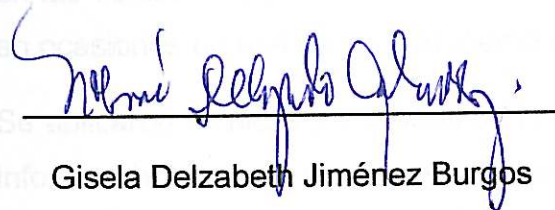
Tutora

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

En calidad de colaborador del Centro de Gestión de la Información Científica y Transferencia de Tecnológica (CEGESCIT) nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que el trabajo ha sido analizado por el URKUND y cumple con el nivel de coincidencias permitido según fue aprobado en el **REGLAMENTO PARA LA UTILIZACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO INSTITUCIONAL EN LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y TRABAJOS DE TITULACIÓN Y DESIGNACIÓN DE TUTORES** del ITB.


Gisela Delzabeth Jiménez Burgos

CEGESCYT



Rendimiento: