



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÒGICO BOLIVARIANO
DE TECNOLOGÌA**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

**PLAN DE CAPACITACIÓN EN EL ALMACENAMIENTO DE MEDICINAS Y
EL SERVICIO AL CLIENTE QUE BRINDA LA FARMACIA ERKAN
DURANTE EL PERÍODO 2017**

Autor:

García Santana Anthony Robert

Tutor:

Dr. Simón Illescas Prieto

**Guayaquil, Ecuador
2017**



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de investigación con el tema: **“Plan de capacitación en almacenamiento de medicinas y el servicio al cliente que brinda la farmacia ERKAN durante el período 2017.”**, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El problema de investigación se refiere a: **¿Cómo mejorar el almacenamiento de medicinas y brindar un buen servicio al cliente en la farmacia ERKAN, ubicado en la ciudadela El Recreo del Cantón Durán provincia del Guayas, durante el período 2017?**

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema:

Presentado por el Egresado:

García Santana Anthony Robert

Tutor:

Dr. Simón Illescas Prieto



AUTORÍA NOTARIADA

Los criterios e ideas expuestos en el presente trabajo de graduación con el tema: Plan de capacitación en almacenamiento de medicinas y en atención al cliente que brinda la farmacia ERKAN durante el periodo 2017., de la carrera Administración de Empresas del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología, son de absoluta responsabilidad del autor y no constituye copia o plagio de otra tesis presentada con anterioridad.

Autor:

García Santana Anthony Robert

C.C. 095060632-7



DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios por darme fuerzas y la voluntad de seguir adelante para conseguir terminar mis estudios y mejorar en mi formación, a mis padres ya que ellos siempre están conmigo ayudándome con la motivación que necesito en los momentos más difíciles de mi vida y que siempre puedo contar con su apoyo.

García Santana Anthony Robert



AGRADECIMIENTO

Quiero agradece este trabajo a Dios ya que gracias a su bendición estoy cumpliendo una de mis metas más importantes de mi vida. A mis padres por sus valores, consejos y el apoyo constante que me dan en el día a día para seguir adelante y por todo el trabajo que ellos han realizado otorgándome una buena formación académica. A los maestros por compartir sus conocimientos y experiencias que aportan con nosotros para nuestra formación profesional,

García Santana Anthony Robert



ÍNDICE GENERAL

| Contenidos: | Páginas: |
|---|-----------------|
| Carátula..... | i |
| Certificación de la aceptación del tutor..... | ii |
| Autoría notariada..... | iii |
| Dedicatoria..... | iv |
| Agradecimiento..... | v |
| Índice general..... | vi |
| Índice de gráficos..... | viii |
| Índice de cuadros..... | ix |
| Resumen..... | x |
| Abstract..... | xi |

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

| | |
|--|---|
| Planteamiento del problema..... | 1 |
| Ubicación del problema en un contexto..... | 1 |
| Situación conflicto..... | 1 |
| Delimitación del problema..... | 2 |
| Formulación del problema..... | 2 |
| Variables de investigación..... | 2 |
| Evaluación del problema..... | 3 |
| Objetivos..... | 3 |
| Objetivos generales..... | 3 |
| Objetivos específicos..... | 3 |
| Justificación e importancia..... | 4 |



CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

| | |
|--|----|
| Antecedentes históricos..... | 5 |
| Antecedentes referenciales..... | 10 |
| Fundamentación teórica..... | 11 |
| Marco legal..... | 12 |
| Variables de la investigación..... | 15 |
| Definiciones y conceptos..... | 15 |
| Operacionalización de las variables..... | 17 |

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

| | |
|---|----|
| Misión..... | 18 |
| Visión..... | 18 |
| Estructura Organizativa..... | 18 |
| Plantilla de trabajadores..... | 19 |
| Cantidad de trabajadores por categoría ocupacional..... | 19 |
| Proveedores y competidores más importantes..... | 19 |
| Principales productos..... | 20 |
| Descripción del proceso objeto de estudio o puesto de trabajo.... | 20 |
| Concepto de Metodología..... | 20 |
| Diseño de Investigación | 21 |
| Población y Muestra..... | 21 |

| | |
|--|----|
| Técnicas e Instrumentos de la Investigación..... | 22 |
|--|----|

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

| | |
|--|----|
| Aplicación a las técnicas de instrumentos..... | 24 |
| Plan de Mejoras | 30 |
| Conclusiones y Recomendaciones..... | 32 |
| Bibliografía..... | 33 |



ÍNDICE DE GRÁFICOS

| Título de Gráficos | Páginas |
|-----------------------------------|----------------|
| 1. Estructura Organizativa..... | 19 |
| 2. Frecuencia..... | 25 |
| 3. Compra de Medicinas..... | 26 |
| 4. Recomendación de Farmacia..... | 27 |
| 5. Atención del Personal..... | 28 |
| 6. Personal..... | 29 |
| 7. Precios..... | 30 |
| 8. Regresar a comprar..... | 31 |
| 9. Evaluación..... | 32 |
| 10. Opinión..... | 33 |
| 11. Información..... | 34 |



ÍNDICE DE TABLAS

| Título de Tablas | Páginas |
|--|----------------|
| 1. Operacionalización de las Variables..... | 17 |
| 2. Plantilla..... | 19 |
| 3. Trabajadores..... | 19 |
| 4. Tipos de Investigación..... | 21 |
| 5. Población..... | 22 |
| 6. Técnicas e Instrumentos de Investigación..... | 23 |
| 7. Frecuencia..... | 25 |
| 8. Compra de Medicinas..... | 26 |
| 9. Recomendación de Farmacia..... | 27 |
| 10. Atención del Personal..... | 28 |
| 11. Personal..... | 29 |
| 12. Precios..... | 30 |
| 13. Regresar a comprar..... | 31 |
| 14. Evaluación..... | 32 |
| 15. Opinión..... | 33 |
| 16. Información..... | 34 |
| 17. Plan de Mejora..... | 35 |
| 18. Presupuesto..... | 37 |



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

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

Tema

“Plan de capacitación en almacenamiento de medicamentos y el servicio al cliente que brinda la farmacia ERKAN ”

Autor: García Santana Anthony Robert

Tutor: Dr. Simón Illescas Prieto

RESUMEN

El almacenamiento de medicamentos y el servicio que brinda la farmacia ERKAN ubicado en la ciudadela El Recreo del Cantón Durán provincia del Guayas, durante el periodo 2017, ha tenido pérdidas económicas debido al almacenamiento desorganizado de los medicamentos causado por el descuido de los trabajadores sobre la vida útil de los medicamentos lo que produce la caducidad de estos y que el servicio que brinda la farmacia no sea del agrado del cliente, por eso este trabajo se realiza con el propósito de proponer una mejora en el proceso de almacenamiento de medicamentos y el servicio al cliente que brinda la farmacia ERKAN, estableciendo los aspectos teóricos sobre servicio al cliente. Los tipos de investigación que se utilizarán son: exploratoria y explicativa; con los métodos deductivo, inductivo, aplicando las técnicas: la observación, la encuesta, la entrevista con su respectivo formato; se va a presentar una propuesta de mejora en los procesos de almacenamiento de medicamentos y el servicio al cliente que brinda la farmacia ERKAN, los beneficiarios de este trabajo son los clientes y el personal de la farmacia ERKAN.

Almacenamiento

Medicina

Servicio

Cliente



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

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

Tema

“Plan de capacitación en almacenamiento de medicamentos y el servicio al cliente que brinda la farmacia ERKAN ”

Autor: García Santana Anthony Robert

Tutor: Dr. Simón Illescas Prieto

Abstract

The storage of medicines and the service that offers the drugstore ERKAN located in the citadel The Playtime of the Canton Durán province of the Guayas, during the period 2017, it has had economic losses due to the disorganized storage of the medicines caused by the oversight of the workpeople on the useful life of the medicines what produces the expiration of these and that the service that offers the drugstore is not of the taste of the client, that's why this work is realized by the intention of, to propose a progress in the process of storage of medicines and the service to the client who offers the drugstore ERKAN, establishing the theoretical aspects on service to the client. The types of investigation that were using sound: exploratory and explanatory; with the deductive, inductive methods, applying the skills: the observation, the survey, the interview with its respective format; a progress proposal is going to appear in the processes of storage of medicines and the service before the client who offers the drugstore ERKAN, the beneficiaries of this work are the clients and the personnel of the drugstore ERKAN.

Storage

Medicines

Service

Customer

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Ubicación del problema en un contexto.

La farmacia ERKAN en la actualidad presenta problemas con el servicio que brinda a sus clientes como: información incorrecta de la dosis de máxima de la medicina, insatisfacción del cliente, almacenamiento inadecuado de la medicina.

Por lo cual esto indica que la farmacia ERKAN tiene un personal poco capacitado en el buen servicio que deben brindar a los clientes y en los procesos de almacenamiento de los medicamentos que deben realizar para tener un buen control sobre la vida útil de los medicamentos.

Situación conflicto

El almacenamiento inadecuado de las medicinas que tiene la farmacia ERKAN genera una gran pérdida económica para la farmacia debido al almacenamiento inadecuado de medicamentos no se puede tener un control de los fármacos sobre la fecha de caducidad y no permite un eficiente despacho en la venta.

Ya que es muy difícil mantenerse en este mercado competitivo y volver a recuperar la fidelidad de los clientes afectando a la organización tanto como en las ventas y los ingresos de la empresa. Es necesario la elaboración de la capacitación del personal permitiendo al trabajador ser eficiente en el trabajo como: en el almacenamiento de medicamentos y ofrecer un excelente servicio al cliente para que la farmacia logre grandes beneficios.

Delimitación del problema

Campo: Administración

Área: Salud

Aspectos: almacenamiento de medicamentos, Servicio al cliente

Tema: Plan de capacitación en almacenamiento de medicinas y el servicio al cliente que brinda la farmacia ERKAN durante el período 2017.

Formulación del problema

¿Cómo mejorar el almacenamiento de medicinas y brindar un buen servicio al cliente en la farmacia ERKAN, ubicado en la ciudadela El Recreo del cantón Durán, provincia del Guayas, durante el período 2017?

Variables de investigación

Variable independiente: almacenamiento de medicamentos

Variable dependiente: servicio al cliente

Evaluación del problema

Delimitado. - La farmacia ERKAN se encuentra ubicado en la ciudadela El Recreo del Cantón Durán provincia del Guayas.

Claro. - La farmacia ERKAN tiene un almacenamiento inadecuado de las medicinas y no brinda un buen servicio al cliente causando pérdidas económicas para la farmacia.

Evidente. - Incremento de pérdidas de medicamentos por la caducidad de estos y servicio poco satisfactorio que brinda al cliente.

Concreto. - Por el almacenamiento desorganizado de medicamentos y el servicio al cliente que brinda la farmacia generando un incremento de pérdidas económicos para la farmacia.

Relevante. - Este proyecto ayudará a mejorar el servicio al cliente que brinda y la disminución de productos caducados.

Factible. - El proyecto va a brindar un excelente servicio al cliente y obtendrá la farmacia mayores ingresos económicos.

OBJETIVOS

Objetivo general:

Proponer una mejora en el proceso de almacenamiento de medicamentos para brindar un buen servicio al cliente en la farmacia ERKAN.

Objetivos específicos:

- Fundamentar aspectos teóricos sobre servicios al cliente.
- Diagnosticar el almacenamiento de medicamentos y el servicio al cliente que brinda la farmacia ERKAN en el periodo 2017.
- Proponer un plan de mejora en el almacenamiento de medicamentos y el servicio al cliente que brinda la farmacia ERKAN.

JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN Y VIABILIDAD

JUSTIFICACIÓN

El mejoramiento el servicio de la farmacia ERKAN tendrá muchos beneficios para esta entidad ya que brindara un excelente servicio al cliente y tendrá un correcto almacenamiento de la medicina en bodega permitiéndoles tener todo organizado y en orden satisfaciendo las necesidades del cliente.

La relevancia social de la investigación permitirá que la empresa brinde un mejor servicio al cliente, y con un personal capacitado le va a obtener un mejor almacenamiento de las medicinas y logrando maximiza la satisfacción del cliente y un eficiente despacho en la venta.

Las implicaciones prácticas de esta investigación ayudarán a mantener un control estricto en fecha de caducidad de las medicinas y evitando que se produzcan pérdidas económicas para la empresa.

La utilidad metodológica del proyecto es por medio del grado de satisfacción que tiene el cliente al recibir la información de los medicamentos y el servicio que brinda la farmacia.

Viabilidad

El alcance del trabajo está en dependencia de las posibilidades de recursos disponibles para su realización, ya sean humanos, materiales y financieros, así como el tiempo disponible para su ejecución. La viabilidad de un proyecto depende de varios factores: técnicos, sociales, económicos.

Viabilidad Técnica: analizar cuantitativa y cualitativamente si los recursos que se van a emplear son los idóneos, así como de los productos y servicios que se pretenden obtener, también si los beneficiarios del proyecto están en condiciones y capacidad de incorporar a su actividad nuevos procedimientos e instrumentos.

Viabilidad Sociocultural: analizar el significado de las normas y costumbres sociales de la región en que se ejecutará el proyecto. Los valores culturales de las instituciones, sus características más importantes en lo que concierne a organización social, distribución de sexos, herencias culturales, patrones morales, hábitos y costumbres.

Viabilidad Económica: analizar si existe mercado y el tamaño del mismo para el producto o servicio creado, lo que es extensible a la necesidad social para proyectos no comerciales. Se deberá valorar, hasta que punto los resultados podrán ser asimilados por el público al que van dirigidos.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes Históricos

El ser humano desde la edad de piedra paleolítica se inicia el proceso de satisfacción de las necesidades del hombre por lo cual estas necesidades eran para la supervivencia del mismo ya que ellos fabricaron varios utensilios como: cuchillos , mazos, lanzas; que les sirvieron con muchos propósitos entre ellas eran: la caza de animales, protegerse de los ataques de los animales, cortar las pieles de los animales para su vestimenta y a la vez le servía para cobijarse de las incidencias del clima, también descubrió como encender el fuego, con el que se calentaba en las noches frías, calentaba y cocinaba sus alimentos e hizo pequeñas estatuillas.

El período Neolítico en esta etapa el hombre da un paso gigante, ya que se da inicio al cultivo y a la práctica de la ganadería, los alimentos producidos eran almacenados y la producción del ganado que es la leche y la carne es para el consumo humano, toda esta práctica se pudo realizar gracias a los ríos que los habitantes tenían en los alrededores y se dio inicio a la economía productora y también se originó el intercambio de bienes y alimentos desde esta etapa comenzó el trueque que era como las antiguas civilizaciones empezaron a comerciar o a intercambiar mercancías. El comercio y el trueque para las sociedades fue un cambio de forma lenta para su adaptación. En este periodo comenzaron hacer uso de los metales para la elaboración de varios utensilios y herramientas, aparte de la fabricación de objetos metálicos, fueron apareciendo las primeras monedas y se comenzó a

crear rutas de importación para facilitar el transporte de mercancías a gran escala que surgían, para cubrir la alta demanda de bienes y mercancías. En este periodo surge algo nuevo para las sociedades que es la banca ya que es un establecimiento monetario que presta una serie de servicios y facilitando mucho al comercio, la banca se originó debido a la gran evolución que tuvo el comercio y a la vez favoreciendo al crecimiento de la banca y gracias a esta evolución, la banca tuvo la oportunidad de tener un crecimiento favorable en este periodo las sociedades tuvieron un gran avance para ir enfocándose en los procesos administrativos enfocados hacia el servicio.

En la edad antigua en este periodo comenzó con la invención de la escritura también fue el desarrollo de las primeras civilizaciones antiguas, desde este periodo empiezan las civilizaciones a ampliar sus actividades como la realización de obras de arquitectura y esculturas dando a conocer el arte, ellos construyeron teatros para representar tragedias y comedias, anfiteatros, circos para divertirse, lograron crear de religiones organizadas. (Briones, J, 2013)

Todas las culturas que desarrollaron en la edad antigua fueron transmitidos a todas las civilizaciones existentes y se originó en este periodo la centralización de poderes políticos en manos de los reyes, ya que ellos crearon leyes y forma de gobierno e impusieron estas normas a todos los habitantes del territorio ellos gobernaban, con todas las invenciones que fueron surgiéndose en este periodo fue elemental para el desarrollo de la educación, cultura ya que todos estos cambios que surgieron en esta época para mejorar la calidad de vida de los habitantes y aparecieron estructuras de calidad.

En la edad media en este periodo comenzaron a surgir nuevos sistemas de productividad y tecnología que fue una revolución que las personas tardaron en adaptarse a esta evolución que se estaba dando y a la vez esto

contribuyo para mejorarlo y darle un mejor enfoque en la actualidad. Desarrollo del cliente a partir de la comercialización tuvo un poco de inconvenientes para que las personas se adapten a este nuevo cambio que se estaba dando, pero con el constante cambio de comercio que iban ocurriendo en el día a día de este periodo ya no existía el trueque sino una venta para tener una ganancia ósea un comprador tratando de satisfacer sus necesidades y vendedor para satisfacer sus necesidades.

El surgimiento de las ferias de intercambio de productos en los cruces de camino fue la nueva forma de comercializar los productos y que la clientela vaya a las ferias para comprar los productos que se comercializan para cubrir sus necesidades con un producto. Y por último en este periodo tuvo la aparición del sector de hotelería con prestación de servicios de alimentos.

En la edad moderna a partir de esta etapa surgió combinación de nuevas formas culturales esto se dio por los grandes viajes y descubrimientos. El desarrollo del sector alimentario a partir de la investigación lo cual amplio la demanda de clientes para la compra de los productos en este caso del sector alimentario. Aumento de la productividad por ende de la calidad de los productos para abastecer el mercado.

La edad contemporánea se da los círculos de calidad. Programas para el servicio y hay una mayor preparación intelectual y académica en esta parte ya se centran en la calidad del servicio que desea ofrecer las empresas a sus clientes y por ende la empresa trata de contratar o contar con un personal altamente preparado para cubrir estas necesidades. Se define los estándares de excelencia para ofrecer al cliente un producto de calidad y contar con un personal capacitado para brindar un buen servicio al cliente.

El servicio al cliente ha tenido muchos cambios a lo largo del tiempo hasta la actualidad ya que en los tiempos pasados no existía la gama de productos que existe hoy en la actualidad debido a que los productos eran limitados y

había una gran clientela por satisfacer las necesidades de los clientes aparte de esto había una oferta limitada de fabricantes. En esta década nacieron las grandes corporaciones multinacionales y también surgieron grandes industrias americanas de petróleo, minerales, farmacéuticas, de servicios, de hotelería y turísticas que en poco tiempo se expandieron en casi todo el planeta así como la producción de automóviles, la venta de muebles para el hogar, la televisión también fue parte de este periodo, los electrodomésticos eran indispensables en cualquier hogar todos estos inventos lograron dar un mejor nivel de vida o un mejor estado de confort al cliente, y las compañías por ofrecer estos productos tuvieron un gran incremento en las ventas y crecimiento en el mercado debido a que las personas comenzaban a sentir que deseaban tener un mejor nivel de vida a parte se mejoró la atención al cliente que por ende muchas compañías tuvieron gran aceptación por parte del cliente y sus productos eran novedosos para la atracción del cliente lograron un crecimiento rápido en el mercado estas compañías que no tardaron en expandirse por todo el mundo y para que estas compañías permanezcan en el mercado y sigan creciendo en el mercado extranjero se centraron en cómo ganar clientela y no perder al cliente.

Para ello en esta década comienzan a realizar estudios de cómo lograr permanecer en la mente del consumidor, analizar, a comprender las necesidades y exigencias del mercado, de todo esto dieron nacimiento a las publicidades para la difusión del producto por los medios de comunicación.

Los jóvenes comenzaron a crear necesidades y las empresas no tardaron en lograr satisfacer las necesidades ya que las empresas se estaban enfocando en el consumidor joven como hacer que este sea también parte de la clientela por eso muchas compañías no tardaron en invertir más en el servicio ya que los clientes iban aumentando ya que en esta época tuvo comienzo a surgir la tecnología y esto facilitó a que las compañías dieran a

conocer más sus productos o servicio con la publicidad por correo el correo electrónico y las empresas empezaron a notar que el producto o servicio que ellos ofrecen no lo era todo, en este periodo las grandes corporaciones se fueron infiltrando rápidamente en el mercado global.

La tecnología tuvo un gran avance y aporte para las compañías ya que esta tecnología puso al mundo al alcance de todos los que podrían tener acceso a una computadora o a otros dispositivos electrónicos que a la vez eran muy atractivos, estos nuevos dispositivos que el cliente no dudo en adquirirlo ya que muchas compañías comenzaron a dar un servicio más individual y en cierto grado privado, sin lugar a dudas los años 80 y 90 nuevas empresas surgieron dando un nuevo grado de satisfacción al cliente y por ende la creación de nuevos productos ya que estas empresas consiguieron entrar rápido en el mercado y ganar clientes con brindar un mejor servicio al cliente.

Los jóvenes son un mercado bastante fuerte que tienen algunas empresas ya que ellos tienen más conocimientos que los adultos cuales son los productos que están disponibles en el mercado, por lo tanto las empresas no se quedan atrás ellos también están en el mundo de las redes sociales para compartir cuáles son sus productos, ofertas, promociones, descuentos, dan a conocer los nuevos productos que tienen y lo que es una gran ventaja para las empresas es que dan a conocer sus productos o servicios por las redes sociales sin necesidad de que el cliente vaya a visitar las tiendas o locales y al mismo tiempo las empresas evalúan las opiniones o comentarios de los clientes.

En la actualidad la mayoría de las empresas están enfocadas en mejorar el servicio al cliente ya que en estos tiempos el producto no lo es todo, ni el precio ahora es el cliente en la actualidad las empresas estudian, analizan y aplican estrategias para brindar un buen servicio al cliente; consiguiendo que

la empresa sea parte del cliente y lograr mantenerse en un buen nivel en el mercado (Blanchard K., 2005)

Para lograr la satisfacción al cliente hay que tener en claro que hay que capacitar al grupo de trabajadores ya que de esto obtienen un conocimiento técnico de las actividades que van a desempeñar en los establecimientos, desarrollando cualidades y logrando alcanzar éxito tanto la empresa como el trabajador, practicando diversas técnicas para ser poderoso en el servicio al cliente. - (Tschohl J., 2009)

La satisfacción del cliente aumenta proporcionalmente al crecimiento de cualquier empresa debido al buen servicio que se le brinda ya que si es un cliente satisfecho el quera volver al establecimiento y contar esa experiencia positiva a otros consumidores.

Antecedentes referenciales

Realizando estudios en la biblioteca se encontró la tesis: “Plan de mejora para el servicio a los estudiantes en la Unidad académica de Educación Comercial, Administrativa y Ciencias del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano”, autora: Rodríguez Palma Ruddy Yomira, según la autora menciona que el departamento de la Unidad de Educación Comercial, Administración y Ciencias no ofrece un servicio que satisface las necesidades de los estudiantes originando un servicio de mala calidad por ende recomienda constantes capacitaciones al personal del departamento para mejorar el servicio que brindan a los estudiantes. (Ramírez R., 2015)

Según la tesis de la Sra. Ruddy Yomira indica que el servicio que ofrece el departamento de la Unidad Educación Comercial, Administración y Ciencias no satisface las necesidades de los estudiantes lo cual origina un servicio de mala calidad. La diferencia de la investigación presente es que la farmacia ERKAN brinda un servicio poco satisfactorio debido a que la entrega del

producto o de los fármacos se demora por el inadecuado almacenamiento de las medicinas generando una mala experiencia al cliente causando que el cliente no vuelva a comprar los fármacos en la farmacia y para ello el personal de ser capacitado.

La tesis “Determinación y análisis de la satisfacción del cliente sobre el servicio de la Cadena de Tiendas Créditos Económicos.”, autor: Hurtado Alcívar Pedro Maximiliano, menciona que créditos económicos presenta problemas con la satisfacción al cliente ya que es insatisfactorio y como consecuencia afecta el nivel de ventas de la empresa si se mejora el servicio se lograra la satisfacción del cliente y se asegura los puestos de trabajo quienes laboran en la actualidad en Créditos Económicos y puede crearse la oportunidad de nuevos puestos de trabajo. (Alcívar P., 2014)

Según la tesis del Sr. Hurtado Alcívar Pedro Maximiliano indica que la empresa Créditos Económicos no ofrece un buen servicio al cliente y esto causa una disminución en las ventas de la empresa. La diferencia en la investigación presente es que la farmacia ERKAN por el almacenamiento desorganizado de los medicamentos tiene un incremento de pérdidas de medicamentos por la caducidad de estos y para no tener este problema se implementará un plan de capacitación al personal para que tenga mejor conocimiento de cómo hacer las actividades en el establecimiento y brindando un mejor servicio al cliente.

Según el autor (Blanchard K., 2005) las empresas actualmente ofrecen un buen servicio para que el cliente quede totalmente satisfecho, debido al estudio que realizaron la publicidad y promociones adecuadas no son suficientes para vender el producto ahora la empresa se enfoca en lograr la satisfacción del cliente dándoles un servicio cómodo y placentero, causando un regreso del cliente para querer volver a adquirir el producto o servicio que brinda la empresa.

Fundamentación legal

Las empresas ya no ven al cliente como un simple consumidor de querer comprar cualquier producto o servicio, ahora las empresas tratan de ofrecerles un producto o servicio que les llene a nivel moral y espiritual, las empresas deben influir valores al personal para llegar más al cliente con las redes sociales las empresas pueden mejorar el servicio o producto que brindan a los clientes con los comentarios que expresan los clientes sobre la empresa y los producto que ofrecen. (Kloter Ph., 2010)

La importancia de la calidad del servicio al cliente para el funcionamiento de las empresas es de mucha importancia brindarle al cliente un servicio de calidad ya que esto es lo que te puede diferenciar de la competencia y a la vez incrementar el grado de satisfacción del cliente, dándole al cliente un asesoramiento sobre las características de los productos o servicios que comercializa o fabrica la empresa logrando de este modo cubrir y superar las expectativas del cliente permitiendo ganar la confianza y una posible fidelidad por parte del cliente ya que con el servicio de calidad que se le brinda al cliente es probable que vuelva a visitar y de querer volver a adquirir los productos o servicios de la empresa causando mayores ingresos a la compañía ofreciendo un servicio ágil, seguro y confiable, al mismo tiempo solucionando los problemas que se presenten por el servicio brindado y la empresa siempre tiene que estar bajo una mejora continua en todos sus procesos para satisfacer las necesidades del cliente. (López M., 2013)

Ley de derechos y amparo al paciente

Capítulo I

Art. 1.- Definición de centro de salud. - Centro de Salud es una entidad del sistema de servicios de salud pública o privada, establecida conforme a la Ley para prestar a las personas atención de salud integral de tipo ambulatorio y de internamiento. Es, además, un centro de formación de personal de salud y de investigación científica.

Se consideran servicios de salud a: a) Hospitales; b) Clínicas; c) Institutos Médicos; d) Centros Médicos; e) Policlínicos; y, f) Dispensarios Médicos.

Capítulo II

Derechos del paciente

Art. 2.- Derecho a una atención digna. - Todo paciente tiene derecho a ser atendido oportunamente en el centro de salud de acuerdo con la dignidad que merece todo ser humano y tratado con respeto, esmero y cortesía.

En cualquier centro de salud todo paciente tiene derecho a ser atendido con la dignidad que se merece y tratado con esmero, respeto y cortesía.

Art. 3.- Derecho a no ser discriminado. - Todo paciente tiene derecho a no ser discriminado por razones de sexo, raza, edad, religión o condición social y económica.

Los establecimientos de salud público o privado deben tratar al paciente con respeto y por ende el paciente tiene derecho a no ser tratado con discriminación sea por su condición social y económica o por razones de sexo, edad, religión, raza.

Art. 5.- Derecho a la información.- Se reconoce el derecho de todo paciente a que, antes y en las diversas etapas de atención al paciente, reciba del centro de salud a través de sus miembros responsables, la información concerniente al diagnóstico de su estado de salud, al pronóstico, al tratamiento, a los riesgos a los que médicamente está expuesto, a la

duración probable de incapacitación y a las alternativas para el cuidado y tratamientos existentes, en términos que el paciente pueda razonablemente entender y estar habilitado para tomar una decisión sobre el procedimiento a seguirse. Exceptúense las situaciones de emergencia.

El paciente tiene derecho a que el centro de salud le informe quien es el médico responsable de su tratamiento.

Todo paciente que sea atendido en cualquier dispensario médico o centro de salud sea este público o privado le deben dar al paciente la información necesaria sobre el diagnóstico del estado de salud del paciente o despejar sus dudas sobre el tratamiento a seguir o las dosis que debe administrar para su tratamiento y el cuidado que debe someterse para su recuperación.

Capítulo III

Amparo al paciente en situaciones de emergencia

Art. 8.- Todo paciente en estado de emergencia debe ser recibido inmediatamente en cualquier centro de salud, público o privado, sin necesidad de pago previo.

Art. 9.- Se prohíbe a los servicios de salud públicos y privados exigir al paciente en estado de emergencia y a las personas relacionadas con él, que presenten cheques, tarjetas de crédito, pagarés a la orden, letras de cambio u otro tipo de documento de pago, como condición previa a ser recibido, atendido y estabilizado en su salud.

Tan pronto como el paciente haya superado la emergencia y se encuentre estabilizado en sus condiciones físicas, el centro de salud tendrá derecho para exigir al paciente o a terceras personas relacionadas con él, el pago de los servicios de salud que recibió.

Reglamento de buenas prácticas de almacenamiento, distribución y transporte para establecimientos farmacéuticos

Capítulo III

Personal del establecimiento farmacéutico

Art.4.- Los establecimientos farmacéuticos, deberán contar con un personal calificado, capacitado y con el conocimiento técnico suficiente para implementar y mantener un sistema que garantice el cumplimiento de las Normas de Buenas Prácticas de Almacenamiento, Distribución y Transporte.

Art.7.- El personal del establecimiento, deberá tener claro conocimiento de sus actividades, de acuerdo con el cargo que desempeñen, cuya descripción, atribuciones y responsabilidades constará en un documento con las firmas de aceptación por parte del personal.

Art.8.- El personal deberá informar a su jefe inmediato, sobre cualquier incidente que se presente en las instalaciones, equipos y recurso humano, que pueda incidir negativamente en la calidad de los productos.

Art.9.- Los establecimientos deberán implementar un programa de capacitación para que el personal conozca y de cumplimiento de las Normas de Buenas Prácticas de Almacenamiento, Distribución y Transporte; dicha capacitación será continua y el personal será evaluado periódicamente, proceso del cual se llevarán los registros respectivos.

Variables de la Investigación

Variable independiente: almacenamiento de medicamentos

El almacenamiento de medicamentos es preservar de forma correcta los fármacos, considerando que, para la correcta conservación de los fármacos, el área donde se almacenara los medicamentos debe tener las condiciones adecuadas, garantizando las características, propiedades y calidad de los

medicamentos que dispone el establecimiento y a la vez facilita el despacho de medicamentos.

Variable dependiente: servicio al cliente

Conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece una empresa a sus clientes al momento de venderle un producto o servicio también se puede brindar el servicio al momento de atender consultas, pedidos o reclamos que tengan los clientes, cuando se brinda un buen servicio y el cliente queda satisfecho, lograr que el cliente regrese y vuelva a compra y que recomiende con otros consumidores.

Definiciones conceptuales

Plan:

Conjunto de actividades con el que se lleva o se pretende llevar a cabo alguna acción

Capacitación:

Acción y resultado de hacerse o hacer a una persona apta para realizar un trabajo determinado.

Almacenamiento:

Acción y resultado de almacenar mercancías para un fin determinado.

Medicina:

Sustancia que se aplica en el interior o en el exterior de un organismo vivo y sirve para prevenir, aliviar o curar una enfermedad o reparar sus secuelas.

Brindar:

Ofrecer una acción o situación una oportunidad o provecho de algún tipo.

Servicio:

Organización, medios y personal encargado de cuidar los intereses o satisfacer las necesidades del público o de alguna entidad oficial o privada.

Cliente: Persona que consume productos o servicios.

Operacionalización de las variables

Tabla 1: Operacionalización de las variables

| Variable Independiente | Concepto | Indicadores | Índice |
|--------------------------------|---|--|---|
| Almacenamiento de medicamentos | Acción y resultado de almacenar mercancías para un fin determinado | Almacenar mercancías | 80% |
| | Sustancia que se aplica en el interior o en el exterior de un organismo vivo y sirve para prevenir, aliviar o curar una enfermedad o reparar sus secuelas | Prevenir aliviar curar una enfermedad | 100% |
| | | Reparar secuelas | 100% |
| Variable Dependiente | Concepto | Indicadores | Índice |
| Servicio al cliente | Organización, medios y personal encargado de cuidar los intereses o satisfacer las necesidades del público o de alguna entidad pública o privada. Persona que consume productos o servicios. | Personal encargado Satisfacer las necesidades del público Entidades Consumo productos o servicios | 100% Encuestas Entrevistas Encuestas |

Elaborado por: García A.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA

La farmacia ERKAN responde al nombre de las hijas del dueño y está registrada al Ministerio de Salud desde el 27 de junio del 2000. El objeto social de la farmacia ERKAN es la venta de medicamentos registrados para el consumo humano.

Misión:

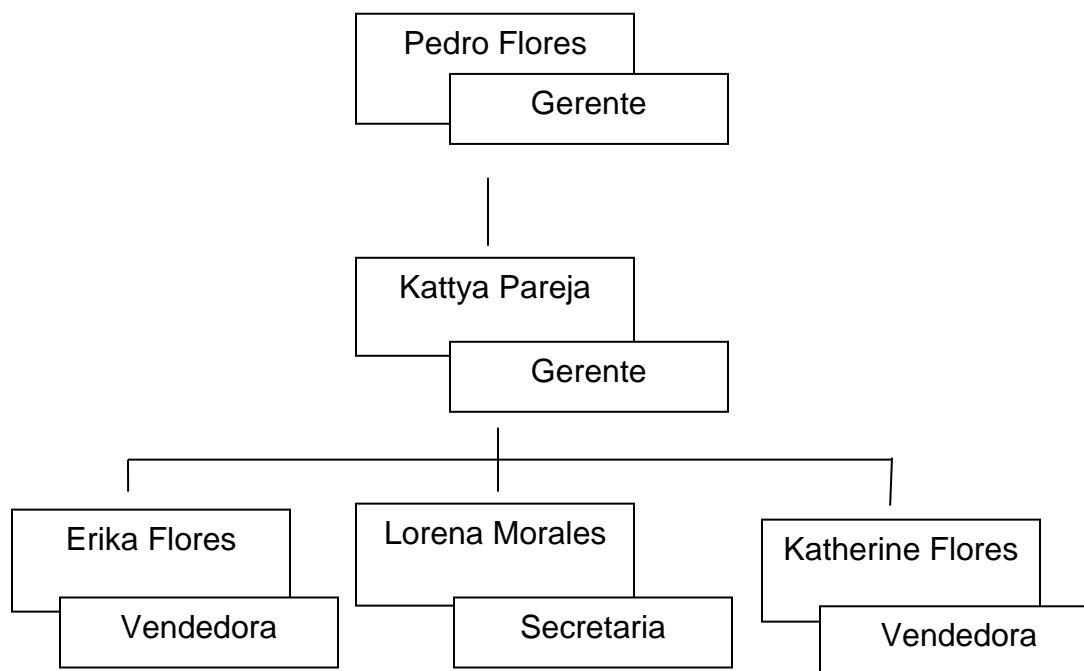
Ser una empresa distinguida en la venta de productos para la salud, con los mejores precios del mercado, brindándole al cliente bienestar y salud, con el fin de superar las expectativas de los clientes, desarrollando un negocio sustentable.

Visión:

Ser una empresa líder en la comercialización de medicinas, satisfaciendo las necesidades del cliente, brindándoles productos de calidad y nuestro personal ofreciendo un excelente servicio a la clientela.

Estructura Organizativa

Gráfico 1: Estructura Organizativa



Elaborado por: García A.

Plantilla de trabajadores

Tabla 2: Plantilla

| Trabajadores | Categoría Ocupacional |
|------------------|-----------------------|
| Pedro Flores | Gerente-Dueño |
| Katty Pareja | Gerente- Dueña |
| Erika Flores | Vendedora |
| Lorena Morales | Secretaria |
| Katherine Flores | Vendedora |

Elaborado por: García A.

Cantidad de trabajadores por categoría ocupacional

Tabla 3: Trabajadores

| Categoría Ocupacional | Cantidad |
|-----------------------|----------|
| Gerentes | 2 |
| Vendedoras | 2 |
| Secretaria | 1 |
| Total | 5 |

Elaborado por: García A.

Proveedores y competidores más importantes.

Proveedores:

- Compañía farmacéutica DIFARE
- Compañía farmacéutica DACHAFARM
- Laboratorio ROCNARF
- Laboratorio VARTRAX
- Laboratorio Bio Dental

Competidores más importantes

- Farmacias Económicas
- Farmacia Alemana
- Farmacia Santa Martha

Principales productos

Los principales productos farmacéuticos que comercializa la farmacia ERKAN son: productos OTC, equipos y accesorios de salud, productos naturales, productos dermatológicos, pañales, vitaminas y minerales, maquillaje, traumatología y ortopedia, formulas infantiles, etc., que son los principales productos farmacéuticos que se comercializan en la farmacia ERKAN.

Descripción del proceso objeto de estudio o puesto de trabajo

El objeto de estudio es: Proponer una mejora en el proceso de almacenamiento de medicamentos para brindar un buen servicio al cliente en la farmacia ERKAN.

Concepto de metodología

“Se denomina la serie de métodos y técnicas de rigor científico que se aplican sistemáticamente durante un proceso de investigación para alcanzar

un resultado teóricamente válido. En este sentido, la metodología funciona como el soporte conceptual que rige la manera en que aplicar los procedimientos en una investigación.” (Pérez J. y Gardey A., 2008)

La metodología se la realiza con el fin de que los resultados sean válidos y cumplan con los requisitos exigidos, para ello se debe realizar un conjunto de técnicas, métodos y procedimientos que servirán para recolectar la información necesaria, analizar y clasificar la información obtenida, afirmando que la investigación sea válida.

Diseño de la investigación

Tipo de investigación

Tabla 4: Tipos de Investigación

| Exploratorio | Deductivo | Explicativo | Correlacional |
|---|--|---|---|
| “Es catalogada también como un estudio de tipo aproximativo, pues se basa en las observaciones y cálculos que puede establecer el investigador en su primer contacto con aquello sobre lo cual pretende establecer una investigación.” (Group, E-Cultura, 2016) | Es aquél que parte los datos generales aceptados como valederos, para deducir por medio del razonamiento lógico, varias suposiciones, es decir; parte de verdades previamente establecidas como principios generales, para luego aplicarlo a casos individuales y comprobar así su validez. (Vásquez A., 2008) | Es el proceso orientado, a describir o hacer un acercamiento en torno a hecho específico, sino que busca establecer las causas que se encuentran detrás de éste, en fin, explica el porqué de un fenómeno o hecho determinado. (E-Cultura Group., 2016) | Tiene como finalidad medir el grado de relación entre dos o más variables. El objeto de esta investigación es saber si las variables están o no relacionadas. (Tamayo M., 2004) |

Elaborado por: García A.

El proyecto que se está realizando es factible porque se puede hacer la investigación y a la vez poder aplicar los tipos de investigación que se mencionan en la tabla 3 que sirve para recolectar la información necesaria para hacer la investigación y resolver los problemas que presenta la empresa.

Población y muestra

Población:

Población finita: “Son aquellos grupos o conjuntos de seres, que comparten atributos comunes, pero que a la vez constituyen una cantidad limitada de elementos o miembros, permitiendo su fácil identificación y contabilización. Algunos ejemplos de este tipo de poblaciones lo constituyen por ejemplo el número de estudiantes de una institución o el total de obreros de una industria.” (E-Cultura Group., 2016)

Son un conjunto de elementos que tienen las mismas características entre si y el número de ellos es limitado lo cual facilita el estudio para el reconocimiento y contabilización de los elementos.

Tabla 5: Población

| Ítem | Informantes | Población |
|--------------|-------------|-----------|
| 1 | Gerentes | 2 |
| 2 | Secretaria | 1 |
| 3 | Vendedores | 2 |
| 4 | Clientes | 45 |
| Total | | 50 |

Elaborado por: García A.

Población infinita:

“Son un conjunto de individuos, objetos o situaciones, que presentan factores comunes –más allá de su naturaleza o género, pero cuyo número se encuentra calculado más allá de cien mil elementos distintos, oponiéndose entonces al concepto de Poblaciones Finitas, conformada también por individuos con rasgos comunes, pero que cuentan con un número inferior a cien mil individuos u objetos.” (E-Cultura Group., 2016)

Son un conjunto de elementos que tienen varias características o factores comunes entre ellos y el número de estos individuos es más de cien por ende su contabilización es de mayor trabajo.

Muestra:

Como la población del proyecto es una población finita no se puede utilizar formula debido a que la cantidad de personas es limitada.

Técnicas e instrumentos de la investigación

Tabla 6: técnicas e instrumentos de la investigación

| Técnicas | Instrumentos |
|--------------------------|----------------------|
| Encuestas Observación | Cuestionario Guía |

Elaborado por: García A.

Las encuestas se van a utilizar con un cuestionario de preguntas cerradas para obtener la información necesaria sobre el grado de satisfacción del cliente y si el cliente se siente a gusto con el servicio que brinda la farmacia.

La observación servirá para recopilar información adecuada explicando y describiendo el comportamiento de los clientes y el servicio que brinda la empresa, evaluando si la empresa satisface las necesidades del cliente.

Métodos de la investigación

Método inductivo: “Es el razonamiento que, partiendo de casos particulares, se eleva a conocimientos generales. Este método permite la formación de hipótesis.” (Serrano N., 2006).

Se analizará la información obtenida de las encuestas que se hicieron a los clientes.

Método deductivo: “es el razonamiento que, partiendo de casos particulares, se eleva a conocimientos generales. Este método permite la formación de hipótesis, investigación de leyes científicas, y las demostraciones. La inducción puede ser completa o incompleta”. (E. Ander-Egg, 1997).

Por medio del método deductivo se observará el servicio que brinda la farmacia si el personal ayuda al cliente a las necesidades que requiere y el nivel de satisfacción del cliente.

Método analítico: “Se distinguen los elementos de un fenómeno y se procede a revisar ordenadamente cada uno de ellos por separado.” (Lopera J., 2010).

Por medio de este método se encontrará los diferentes problemas que presenta la farmacia, por lo que sí se puede dar mejoras y soluciones a los problemas encontrados.

Método sintético: “Es un proceso de desarticulación práctica o mental del todo en sus partes y de reunificación del todo a base de sus partes.” (Sampieri R., 2006).

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Aplicación a las técnicas de instrumentos

Encuestas

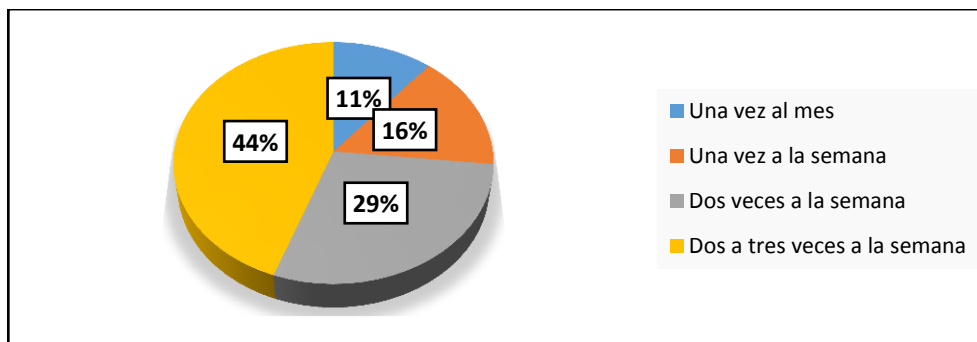
1. ¿Con qué frecuencia compra en la farmacia?

Tabla 7: Frecuencia

| Alternativas | Cantidad |
|------------------------------|-----------|
| Una vez al mes | 5 |
| Una vez a la semana | 7 |
| Dos veces a la semana | 13 |
| Dos a tres veces a la semana | 20 |
| Total | 45 |

Elaborado por: García A.

Gráfico 2: Frecuencia



Elaborado por: García A.

Interpretación

Del 100% de las personas encuestadas el 44% compra con frecuencia dos a tres veces a la semana, el 29% compra dos veces a la semana, el 16 compra con frecuencia una vez a la semana, 11% indico que compra una vez al mes con frecuencia.

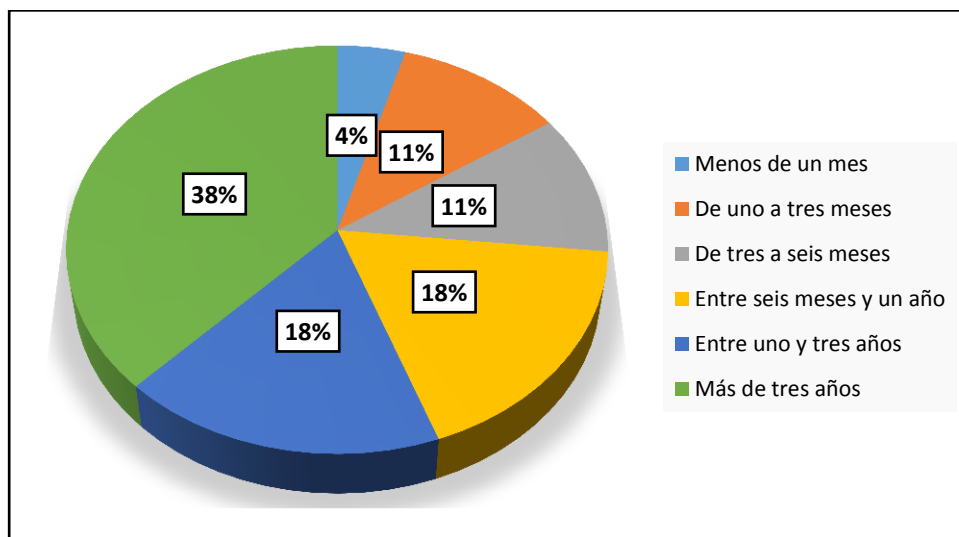
2. ¿Cuánto tiempo lleva comprando medicinas en la farmacia?

Tabla 8: Compra de Medicinas

| Alternativas | Cantidad |
|---------------------------|-----------|
| Menos de un mes | 2 |
| De uno a tres meses | 5 |
| De tres a seis meses | 5 |
| Entre seis meses y un año | 8 |
| Entre uno y tres años | 8 |
| Más de tres años | 17 |
| Total | 45 |

Elaborado por: García A.

Gráfico 3: Compra de Medicina



Elaborado por: García A.

Interpretación

Del 100% de las personas encuestadas el 38% indicó que lleva más de tres años comprando medicinas en la farmacia, el 18% indicó que lleva entre uno y tres años comprando en la farmacia, un 18% está entre los seis meses y un año comprando medicinas en la farmacia, 11% de tres a seis meses, el 11% está de uno a tres meses, 4% lleva comprando medicinas menos de un mes en la farmacia.

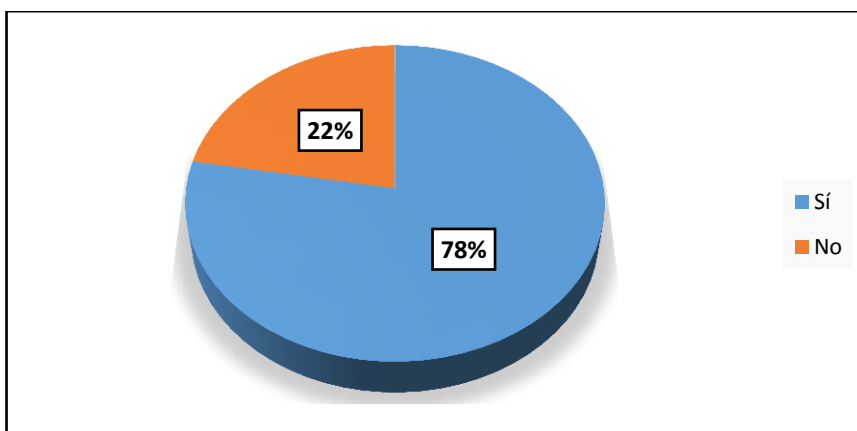
3. ¿Les recomendarías la farmacia a tus amigos?

Tabla 9: Recomendación de Farmacia

| Alternativas | Cantidad |
|--------------|----------|
| Sí | 35 |
| No | 10 |
| Total | 45 |

Elaborado por: García A.

Gráfico 4: Recomendación de Farmacia



Elaborado por: García A.

Interpretación

Del 100% de las personas encuestadas el 78% indicó que sí recomendaría la farmacia a sus amigos y un 22% indicó que no recomendaría la farmacia a sus amigos.

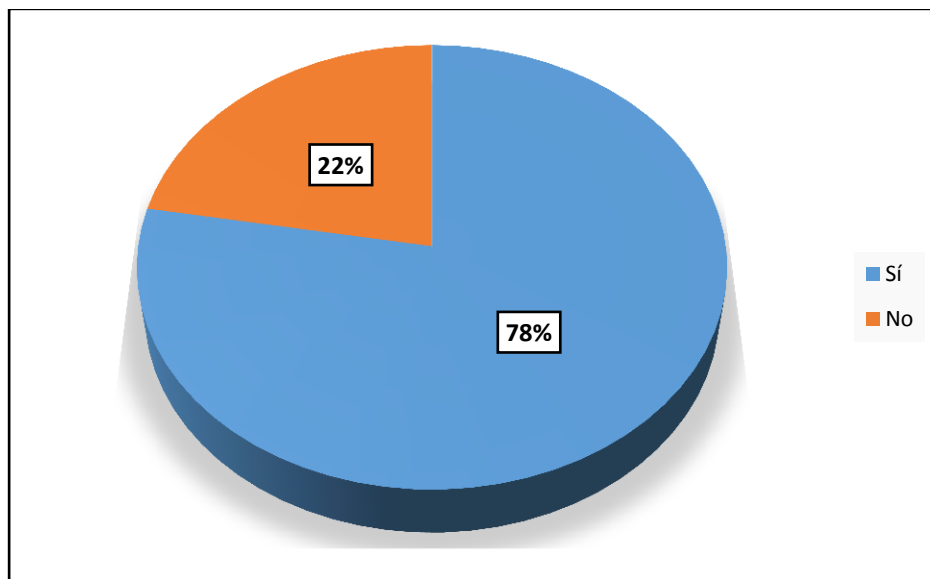
4. ¿La atención del personal fue rápida y el servicio muy eficiente?

Tabla 10: Atención del Personal

| Alternativas | Cantidad |
|--------------|-----------|
| Sí | 35 |
| No | 10 |
| Total | 45 |

Elaborado por: García A.

Gráfico 5: Atención del Personal



Elaborado por: García A.

Interpretación

Del 100% de las personas encuestadas el 78% indicó que la atención del personal es rápida y el servicio es muy eficiente, un 22% indicó que la atención y el servicio que la farmacia brinda no cumple con sus expectativas.

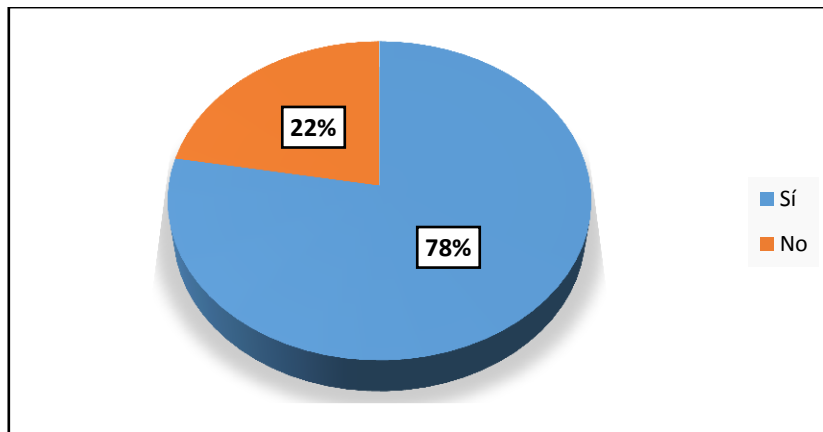
5. ¿El personal intentó ayudarme y cumplir con mis necesidades?

Tabla 11: Personal

| Alternativas | Cantidad |
|--------------|----------|
| Sí | 35 |
| No | 10 |
| Total | 45 |

Elaborado por: García A.

Gráfico 6: Personal



Elaborado por: García A.

Interpretación

Del 100% de las personas encuestadas el 78% indicó que el personal si intentó ayudarlo y cumplir con sus necesidades y un 22% que el personal no intentó ayudarlo y cumplir con sus necesidades.

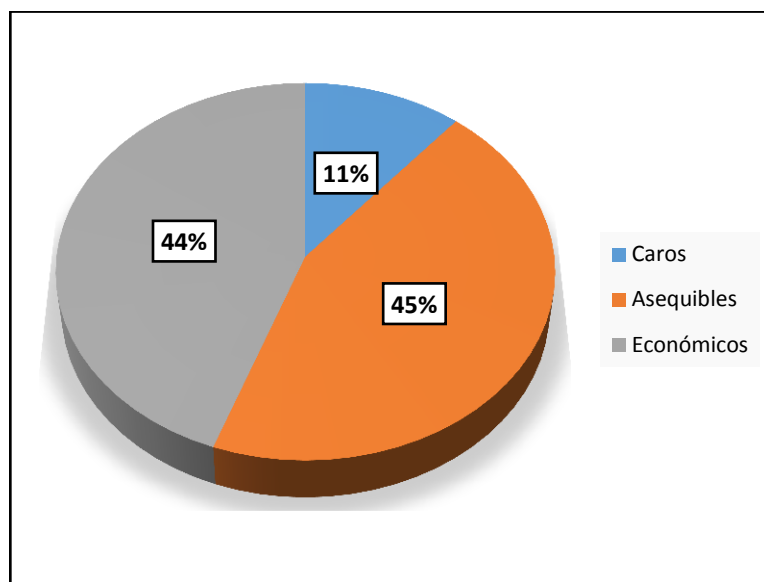
6. ¿Qué opina sobre los precios que ofrece la farmacia?

Tabla 12: Precios

| Alternativas | Cantidad |
|--------------|-----------|
| Caros | 5 |
| Asequibles | 20 |
| Económicos | 20 |
| Total | 45 |

Elaborado por: García A.

Gráfico 7: Precios



Elaborado por: García A.

Interpretación

Del 100% de las personas encuestadas el 45% indicó que los precios que ofrece la farmacia son asequibles, el 44% indicó que los precios son económicos y un 11% señaló que los precios son caros.

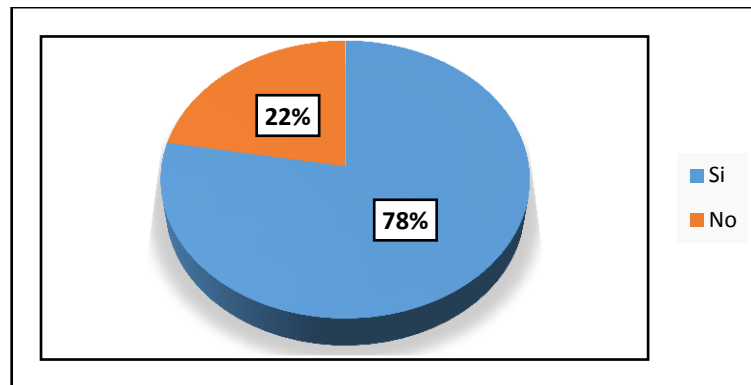
7. ¿Regresaría a comprar en la farmacia?

Tabla 13: Regresar a comprar

| Alternativas | Cantidad |
|--------------|-----------|
| Si | 35 |
| No | 10 |
| Total | 45 |

Elaborado por: García A.

Gráfico 8: Regresar a comprar



Elaborado por: García A.

Interpretación

Del 100% de las personas encuestadas el 78% indicó que los clientes si regresarían a comprar en la farmacia 22% indicó que los clientes no regresarían a comprar en la farmacia.

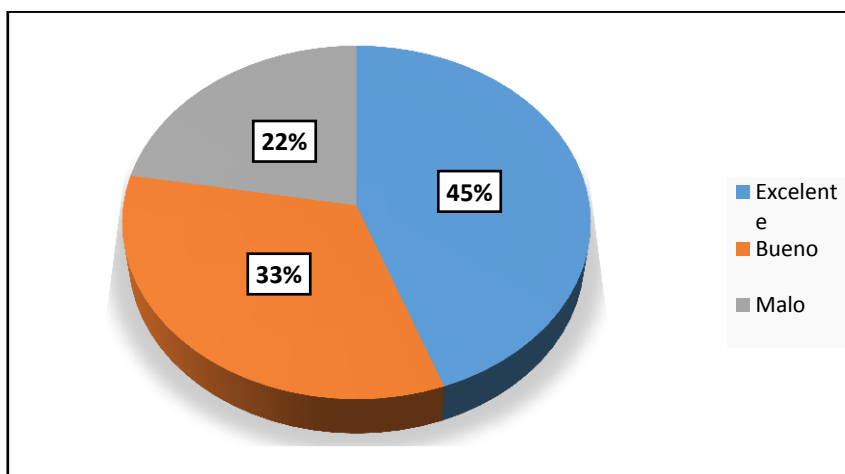
8. ¿Cómo evaluarías tu experiencia con la compra?

Tabla 14: Evaluación

| Alternativas | Cantidad |
|--------------|-----------|
| Excelente | 20 |
| Bueno | 15 |
| Malo | 10 |
| Total | 45 |

Elaborado por: García A.

Gráfico: 9: Evaluación



Elaborado por: García A.

Interpretación

Del 100% de las personas encuestadas el 45% indicó que la experiencia del cliente al momento de comprar en la farmacia es excelente, el 33% indicó que la experiencia del cliente al momento de comprar en la farmacia es buena y un 22% señaló su experiencia en compra fue mala en la farmacia.

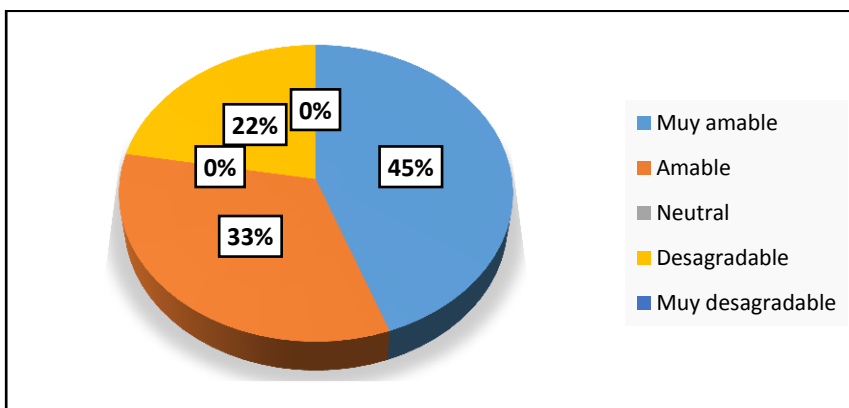
9. ¿Cuál es tu opinión sobre el personal de la farmacia?

Tabla 15: Opinión

| Alternativas | Cantidad |
|------------------|-----------|
| Muy amable | 20 |
| Amable | 15 |
| Neutral | 0 |
| Desagradable | 10 |
| Muy desagradable | 0 |
| Total | 45 |

Elaborado por: García A.

Figura 10: Opinión



Elaborado por: García A.

Interpretación

Del 100% de las personas encuestadas el 45% indicó que el personal de la farmacia es muy amable en atender, el 33% indicó que el personal es amable para atender y un 22% señaló que el personal es desagradable al atender.

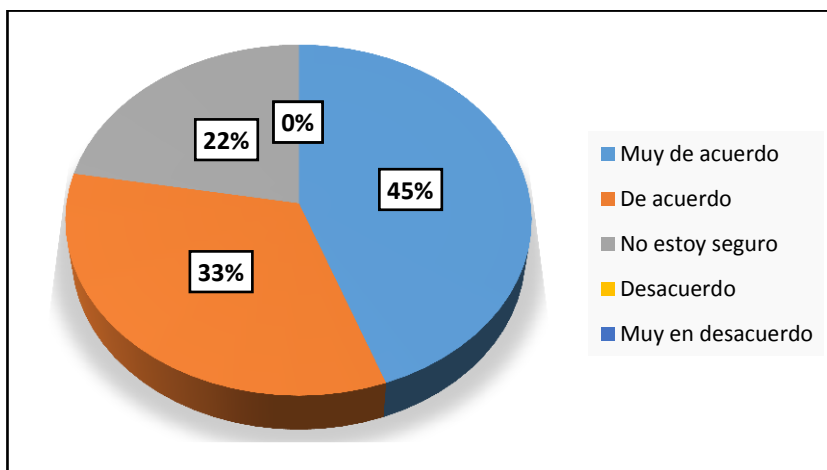
10. ¿El personal está muy bien informado y siempre explica las cosas de manera muy clara?

Tabla 16: Información

| Alternativas | Cantidad |
|---------------------|-----------------|
| Muy de acuerdo | 20 |
| De acuerdo | 15 |
| No estoy seguro | 10 |
| Desacuerdo | 0 |
| Muy en desacuerdo | 0 |
| Total | 45 |

Elaborado por: García A.

Figura 11: Información



Elaborado por: García A.

Interpretación

Del 100% de las personas encuestadas el 45% indicó que los clientes si están en muy de acuerdo que el personal si explica las cosas de manera muy clara, el 33% indicó que en de acuerdo que el personal si está muy informado y un 22% señaló que los clientes no están muy seguros si el personal está informado.

Plan de Mejoras

Tabla 17: Plan de mejoras

| Objetivo General: Proponer una mejora en el proceso de almacenamiento de medicamentos para brindar un buen servicio al cliente en la farmacia ERKAN. | | | | | |
|---|--|--|-------------|----------------|---|
| ¿Qué? | ¿Por qué? | ¿Cómo? | ¿Cuándo? | ¿Quién? | ¿Dónde? |
| <p>Mejorar la satisfacción del cliente</p> <p>El almacenamiento desorganizado de medicamentos</p> <p>Capacitación del personal</p> | Al tener un servicio eficaz el consumidor tendrá una mejor impresión de la empresa | Con un buen servicio que brinde el personal, el cliente tendrá intenciones de volver a comprar. | Agosto 2017 | Anthony García | En el departamento de servicio al cliente. |
| | Para evitar pérdidas económicas para la farmacia por la caducidad de medicamentos. | Con una atención y despacho rápido, con un servicio eficiente aumenta el número de clientes satisfechos y recomendar a más clientes. | Agosto 2017 | Anthony García | En el departamento de almacenamiento y servicio al cliente. |
| | El personal brindaría un mejor | | Agosto 2017 | Anthony García | En el departamento de |

| | | | | | |
|---------------------------------------|--|--|--------------------|-----------------------|---|
| <p>Implementar promociones</p> | <p>servicio a los clientes y trabajarían con más eficiencia.</p> <p>Aumentaría la comercialización de los productos que ofrece la farmacia</p> | <p>Capacitando a los empleados mejorarían sus conocimientos y habilidades en sus puestos de trabajos</p> <p>Ofreciendo los productos con precios accesibles al consumidor y evaluando los resultados obtenidos en el tiempo determinado.</p> | <p>Agosto 2017</p> | <p>Anthony García</p> | <p>capacitación</p> <p>Departamento de ventas</p> |
|---------------------------------------|--|--|--------------------|-----------------------|---|

Elaborado por: García A.

Presupuesto

Tabla18: Presupuesto

| Descripción | Valores |
|------------------------|--------------|
| Suministros de oficina | \$ 60 |
| Alquiler del local | \$150 |
| Capacitador | \$750 |
| Refrigerio | \$ 60 |
| Certificados | \$ 3 |
| Total | \$923 |

Elaborado por: García A.

Cronograma de actividades

| N | Actividades | Semanas | | | | | | | | | | | | |
|---|--|---------|---|---|---|------------|---|---|---|---------|---|---|---|---|
| | | Agosto | | | | Septiembre | | | | Octubre | | | | |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | |
| 1 | Evaluar el nivel de satisfacción del cliente | x | | | x | | x | | | | | x | | x |
| 2 | Verificar el correcto almacenamiento de los medicamentos | x | | | x | | x | x | | | x | | | x |
| 3 | Capacitación del personal | x | | | | | x | | | | | | x | |
| 4 | Implementación de ofertas | x | | | | x | | | | | x | | | |

Evaluación de impacto

El proyecto tuvo un efecto positivo en su entorno en términos de factores económicos la farmacia tomó la decisión de someter a sus empleados a una constante capacitación para que al momento de atender al cliente el personal, brinde un servicio óptimo y eficiente a los consumidores.

Para lograr la satisfacción de los clientes hay que mejorar día a día el servicio que brinda la farmacia para ello hay que motivar, capacitar a los empleados para que desarrollen bien sus actividades en el trabajo, y los clientes tengan una buena percepción de la farmacia.

La farmacia al tener un correcto almacenamiento de las medicinas o de los productos que comercializa la farmacia, el despacho de los productos es rápido y logra una satisfacción inmediata en los clientes.

La farmacia al realizar promociones de los productos que ofrece en cierto periodo de tiempo sea corto, mediano, largo o hasta agotar stock; atrae a los clientes a comprar y le generara más beneficios económicos.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- Los clientes no han sido atendidos de la forma en que ellos se sientan satisfechos debido a que el personal de la farmacia se demora en el despacho o la entrega del producto por la compra que hacen los clientes.
- El almacenamiento desorganizado de las medicinas de la farmacia ha causado pérdidas económicas por la caducidad de estos.
- Los trabajadores de la farmacia no han sido capacitados y por ende la farmacia sigue presentando problemas, en la atención que el personal brinda y que los clientes no se sienten satisfechos con el servicio que ofrece la farmacia.
- La farmacia no hace promociones de los productos que comercializa, ya que esto causa que no aumente sus ventas y que no sea competitivo en el mercado.

RECOMENDACIONES

- Adquisición de nuevos equipos de cómputo para mejorar el servicio de la farmacia, ayudara a la farmacia a ser más eficiente.
- Actualización constante de los equipos de cómputo que tenga la farmacia.
- Evaluar al personal en cierto periodo de tiempo para tener en cuenta su rendimiento laboral en la empresa, permitiendo mejorar su desempeño y a la vez tomar decisiones de un incentivo.
- La farmacia al hacer promociones de los productos que comercializa, incrementaría las ventas y a la vez tendría más beneficios económicos, ofreciendo los productos en precios cómodos para que el cliente los adquiera.

BIBLIOGRAFÍA

Alcívar P. (2014). Determinación y análisis de la satisfacción del cliente sobre el servicio de la cadena de tiendas Créditos Económicos. Guayaquil.

Blanchard K. (2005). Clientes incondicionales un enfoque revolucionario para la atención al cliente. Bogotá: norma.

Briones, J. (22 de agosto de 2013). prezi. Recuperado el 02 de junio de 2017, de prezi: https://prezi.com/zjt28gdq_v3e/la-edad-antigua/

E. Ander-Egg. (1997). Metodología del trabajo social. En E. Ander-Egg, Metodología del trabajo social (pág. 97). Argentina: Lumen.

E-Cultura Group. (14 de abril de 2016). El pensante. Obtenido del pensante: <https://educacion.elpensante.com/la-poblacion-finita/>

E-Cultura Group. (17 de marzo de 2016). El pensante. Obtenido de El pensante: <https://educacion.elpensante.com/la-investigacion-exploratoria/>

E-Cultura Group. E-Cultura Group. (9 de septiembre de 2016). Educación+++++. el pensante. Obtenido de educación. el pensante: <https://educacion.elpensante.com/poblacion-infinita-estadistica/>

Group, E-Cultura. (17 de marzo de 2016). el pensante. Obtenido del pensante: <https://educacion.elpensante.com/la-investigacion-exploratoria/>

<https://www.marketingdirecto.com/punto-de-vista/editorial/philip-kotler-marketing-3-0-del-cliente-a-la-persona>

Kloter Ph. (30 de septiembre de 2010). Marketing directo. Recuperado el 3 de junio de 2017, de marketing directo:

Lopera J. (2010). el método analítico. En C. A. Juan Diego Lopera, el método analítico (págs. 87-88). Medellín: Universidad de Antioquia.

López M. (2013). Importancia de la calidad del servicio al cliente, el buzón de Pacioli, 36.

Pérez J. y Gardey A. (2008). Significados, obtenido de significados: <https://www.significados.com/metodologia/>

Ramírez R. (2015). Plan de Mejora para el servicio a los estudiantes en la Unidad Académica de Educación Comercial, Administrativa y Ciencias del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano. Guayaquil.

Sampieri R. (2006). Metodología de la Investigación Científica. En Sampieri R., Metodología de la Investigación Científica. (págs. 287-288). México: Mac Graw Hill.

Serrano N. (2006). Metodología de la investigación. En N. Serrano, Metodología de la investigación (págs. 68-69). México: Mac Graw Hill.

Tamayo M. (2004). El Proceso de la Investigación Científica. En Tamayo M., El Proceso de la Investigación Científica (pág. 435). México: Editorial Limusa S.A.

Tschohl J. (2009). Cómo ser el mejor en servicio al cliente. México: pax México.

Vásquez A. (15 de abril de 2008). Colbert García. Obtenido de Colbert García: <http://colbertgarcia.blogspot.com/2008/04/metodo-deductivo-y-metodo-inductivo.html>

Anexos

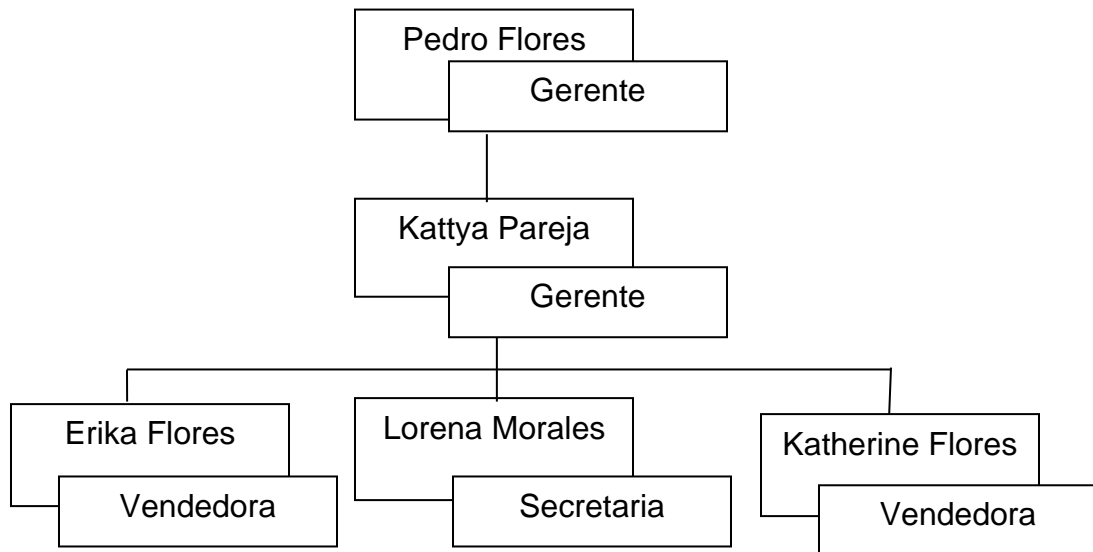
Carta de autorización

Autorizo a: **Anthony Robert García Santana**, estudiante de la carrera de: **Administración de Empresas** del: **Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología**, a utilizar información de la empresa: **farmacia ERKAN**, para el proyecto dominado: **“Plan de capacitación en almacenamiento de medicinas y el servicio al cliente que brinda la farmacia ERKAN durante el período 2017”**, para obtener el Título de: **Tecnólogo de Administración de Empresas**.

Atentamente,

Organigrama de la Empresa

Estructura Organizativa



Elaborado por: García A.

Logotipo de la Empresa



Encuesta

Estimado cliente, invierta unos pocos minutos de su tiempo para llenar esta encuesta, ayudará a mejorar el servicio que brinda la farmacia.

Marque con un visto o con una x en el paréntesis.

¿Con qué frecuencia compra medicinas en nuestra farmacia?

Una o más veces a la semana ()

Dos o tres veces al mes ()

Una vez al mes ()

Menos de una vez al mes ()

¿Cuánto tiempo lleva comprando medicinas en la farmacia?

Menos de un mes ()

De uno a tres meses ()

De tres a seis meses ()

Entre seis meses y un año ()

Entre uno y tres años ()

Más de tres años ()

¿Les recomendarías la farmacia a tus amigos?

Sí ()

No ()

¿La atención del personal fue rápida y el servicio muy eficiente?

Sí ()

No ()

¿El personal intentó ayudarme y cumplir con mis necesidades?

Sí ()

No ()

¿Qué opina sobre los precios que ofrece la farmacia?

Caros ()

Asequibles ()

Económicos ()

¿Regresaría a comprar en la farmacia?

Si ()

No ()

¿Cómo evaluarías tu experiencia con la compra?

Excelente ()

Bueno ()

Malo ()

¿Cuál es tu opinión sobre el personal de la farmacia?

Muy amable ()

Amable ()

Neutral ()

Desagradable ()

Muy desagradable ()

¿El personal está muy bien informado y siempre explica las cosas de manera muy clara?

Muy de acuerdo ()

De acuerdo ()

No estoy seguro ()

Desacuerdo ()

Muy en desacuerdo ()

Gracias por su colaboración

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de investigación con el tema: **“Plan de capacitación en almacenamiento de medicinas y el servicio al cliente que brinda la farmacia ERKAN durante el período 2017.”**, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

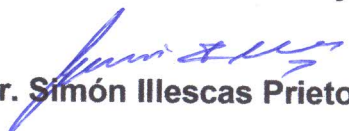
El problema de investigación se refiere a: **¿Cómo mejorar el almacenamiento de medicinas y brindar un buen servicio al cliente en la farmacia ERKAN, ubicado en la ciudadela El Recreo del Cantón Durán provincia del Guayas, durante el período 2017?**

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema.

Presentado por el Egresado:


García Santana Anthony Robert

Tutor:


Dr. Simón Illescas Prieto



Factura: 001-001-000016152

20170901070D00795

DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20170901070D00795

Ante mí, NOTARIO(A) ANGEL DE LA CRUZ NAVAS TINOCO de la NOTARÍA SEPTUAGESIMA , comparece(n) ANTHONY ROBERT GARCIA SANTANA portador(a) de CÉDULA 0950606327 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil SOLTERO(A), domiciliado(a) en DURAN-ELOY ALFARO, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de COMPARECIENTE; quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede CLAUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN, 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 Notaria, no asume responsabilidad alguna. – Se archiva un original. GUAYAQUIL, a 20 DE OCTUBRE DEL 2017, (11:15).

Anthony Garcia S.

ANTHONY ROBERT GARCIA SANTANA
CÉDULA: 0950606327



NOTARIO(A) ANGEL DE LA CRUZ NAVAS TINOCO
NOTARÍA SEPTUAGESIMA DEL CANTÓN GUAYAQUIL



NOTARIO SEPTUAGÉSIMO
DEL CANTÓN GUAYAQUIL
LXX



ANGEL NAVAS TINOCO

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Anthony Robert García Santama en calidad de autor(a) con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación Plan de capacitación en el abastecimiento de medicamentos y el servicio al cliente que brinda la farmacia Entom de la modalidad de Presencial realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de Administración de Empresas 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.

NOTARIO SEPTUAGÉSIMO
DEL CANTÓN GUAYAQUIL
LXX



Anthony García Santama

Nombre y Apellidos del Autor

Anthony García S.

Firma

No. de cedula: 0950606327

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

REPÚBLICA DEL ECUADOR

DIRECCION GENERAL DE REGISTRO CIVIL, IDENTIFICACION Y CEDULACION

CÉDULA DE No. 095060632-7

CIUDADANIA APELLIDOS Y NOMBRES

GARCIA SANTANA ANTHONY ROBERT

LUGAR DE NACIMIENTO

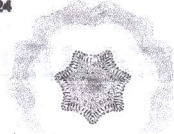
GUAYAS GUAYAQUIL PEDRO CARBO / CONCEPCION

FECHA DE NACIMIENTO 1998-12-24

NACIONALIDAD ECUATORIANA

SEXO M

ESTADO CIVIL SOLTERO



INSTRUCCION PROFESION / OCUPACION

BACHILLERATO ESTUDIANTE

APELLIDOS Y NOMBRES DEL PADRE

GARCIA GUTIERREZ FRANCISCO

APELLIDOS Y NOMBRES DE LA MADRE

SANTANA MORAN MARIA MARICEL

LUGAR Y FECHA DE EXPEDICION

GUAYAQUIL

2015-03-18

FECHA DE EXPIRACION

2025-03-18

V3339V2222

00081615

[Signature]

DIRECTOR GENERAL

Anthony Garcia

FIRMA DEL CEDULADO

CERTIFICADO DE VOTACION

ELECCIONES GENERALES 2017 2 DE ABRIL 2017



033

JUNTA No.

033 - 001

NÚMERO

0950606327

CÉDULA

GARCIA SANTANA ANTHONY ROBERT

APELLIDOS Y NOMBRES



GUAYAS PROVINCIA

CIRCUINSCRIPCION: 3

DURAN CANTON

ZONA: 1

ELOY ALFARO / DURAN PARROQUIA



ECUADOR ELIGE CON TRANSPARENCIA

ELECCIONES 2017 GARANTIZAMOS TU DECISION

CIUDADANA (O):

ESTE DOCUMENTO ACREDITA QUE USTED SUFRAGO EN LAS ELECCIONES GENERALES 2017

ESTE CERTIFICADO SIRVE PARA TODOS LOS TRAMITES PUBLICOS Y PRIVADOS

[Signature]

PRESIDENTE DE LA JURV

IMP. IGM 44.1

NOTARIO SEPTUAGÉSIMO DEL CANTÓN GUAYAQUIL LXX



ANGEL NAVAS TINOCO



DOY FE: De conformidad al Art. 18 numeral 5 de la Ley Notarial, doy fe que la (s) fotocopia(s) que antecede(n) es (son) igual(es) al(los) documento(s) original(es) que corresponde(n) a y que me fue exhibido en foja(s) útil(es), conservando una copia de ellas en el Libro de Diligencia.-GUAYAQUIL.

AB. ANGEL NAVAS TINOCO NOTARIO SEPTUAGÉSIMO DE GUAYAQUIL

GUAYAQUIL - 01



CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD



Anthony Garcia

Número único de identificación: 0950606327

Nombres del ciudadano: GARCIA SANTANA ANTHONY ROBERT

Condición del cedulaado: CIUDADANO

Lugar de nacimiento: ECUADOR/GUAYAS/GUAYAQUIL/CARBO
/CONCEPCION/

Fecha de nacimiento: 24 DE DICIEMBRE DE 1996

Nacionalidad: ECUATORIANA

Sexo: HOMBRE

Instrucción: BACHILLERATO

Profesión: ESTUDIANTE

Estado Civil: SOLTERO

Cónyuge: No Registra

Fecha de Matrimonio: No Registra

Nombres del padre: GARCIA GUTIERREZ FRANCISCO

Nombres de la madre: SANTANA MORAN MARIA MARICEL

Fecha de expedición: 18 DE MARZO DE 2015

Información certificada a la fecha: 20 DE OCTUBRE DE 2017

Emisor: ALLISON ESTHER LARA RODRIGUEZ - GUAYAS-GUAYAQUIL-NT 70 - GUAYAS-GUAYAQUIL

N° de certificado: 177-063-33527



177-063-33527

Ing. Jorge Troya Fuertes

Director General del Registro Civil, Identificación y Cedulación
Documento firmado electrónicamente

