



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE EDUCACIÓN COMERCIAL DE
ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN AL
TÍTULO DE TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Tema:

**PROPUESTA DE UN PLAN DE CAPACITACIÓN AL
PERSONAL DE FACTURACIÓN PARA
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
DE LA DISTRIBUIDORA
SUPERIOR S.A**

Autora: Mendoza Silva Alicia Carolina

Tutor: Simón Alberto Illescas Prieto

Guayaquil – Ecuador

2018

DEDICATORIA

A Dios por haberme permitido llegar hasta este punto, por darme la fortaleza e iluminarme en este camino, especialmente a mi esposo Ricardo Lozano por tanta paciencia y comprensión.

A mi mamá y mis hermanos que siempre estuvieron pendientes de mí en cada momento para darme aliento cuando ya no alcanzaba cada objetivo planteado en mi vida.

Hija mía: esto es por ti, Aliss Rachell Lozano Mendoza.

Mendoza Silva Alicia Carolina

AGRADECIMIENTO

Al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología por brindarme la oportunidad de formarme estos largos años, así como también varios docentes que impartieron sus conocimientos y darnos su apoyo.

Al tutor Dr. Simón Illescas por la paciencia para guiarme en este extenso proceso de diseño de proyecto.

Mendoza Silva Alicia Carolina



CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL 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.

CERTIFICÓ:

Que después de analizado el proyecto de investigación con el tema: **Propuesta de un plan de capacitación al personal de facturación para satisfacción del cliente de la distribuidora Superior S.A** y problema de investigación: **¿Cuál es el impacto de la elaboración de un plan de capacitación al personal de facturación?**, presentado por: **Mendoza Silva Alicia Carolina** como requisito previo para optar por el título de:

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

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

Egresada:

Mendoza Silva Alicia Carolina

Tutor:

Simón Alberto Illescas Prieto

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN



CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Mendoza Silva Alicia Carolina en calidad de autora con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación Propuesta de un Plan de Capacitación al Personal de Facturación para Satisfacción del Cliente de la Distribuidora Superior S.A., de la modalidad de Semi - Presencial 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.

Mendoza Silva Alicia Carolina

Apellidos y Nombres del Autor

Alicia Mendoza

Firma

No. de cédula: 0951538503

Dr. Jaime Pozmiño Padilla, Msc.
NOTARIO SÉPTIMO DEL
CANTÓN GUAYAQUIL

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: 001-003-000009156



20180901007D00772



DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20180901007D00772

Ante mí, NOTARIO(A) JAIME TOMMY PAZMIÑO PALACIOS de la NOTARÍA SÉPTIMA, comparece(n) ALICIA CAROLINA MENDOZA SILVA portador(a) de CÉDULA 0951538503 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil SOLTERO(A), domiciliado(a) en GUAYAQUIL, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de COMPARECIENTE; quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede CLÁUSULA 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 Notaría, no asume responsabilidad alguna. - Se archiva un original. GUAYAQUIL, a 20 DE DICIEMBRE DEL 2018, (10:23).

Alicia Mendoza.
ALICIA CAROLINA MENDOZA SILVA
CÉDULA: 0951538503



NOTARIO(A) JAIME TOMMY PAZMIÑO PALACIOS

NOTARÍA SÉPTIMA DEL CANTÓN GUAYAQUIL

Dr. Jaime T. Pazmiño Palacios, Msc

NOTARIO SÉPTIMO
DEL CANTÓN GUAYAQUIL





CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD



Alicia Mendoza.

Número único de identificación: 0951538503

Nombres del ciudadano: MENDOZA SILVA ALICIA CAROLINA

Condición del cedulado: CIUDADANO

Lugar de nacimiento: ECUADOR/GUAYAS/GUAYAQUIL/BOLIVAR
(SAGRARIO)

Fecha de nacimiento: 2 DE ABRIL DE 1994

Nacionalidad: ECUATORIANA

Sexo: MUJER

Instrucción: BACHILLERATO

Profesión: ESTUDIANTE

Estado Civil: SOLTERO

Cónyuge: No Registra

Fecha de Matrimonio: No Registra

Nombres del padre: MENDOZA ZAMBRANO KLEBER EDUARDO

Nacionalidad: ECUATORIANA

Nombres de la madre: SILVA MORA ANDREA VIRGINIA

Nacionalidad: ECUATORIANA

Fecha de expedición: 21 DE ENERO DE 2013

Condición de donante: SI DONANTE POR LEY

Información certificada a la fecha: 20 DE DICIEMBRE DE 2018

Emisor: LISSETTE DE LOS ANGELES BOHORQUEZ SOLORZANO - GUAYAS-GUAYAQUIL-NT 7 - GUAYAS - GUAYAQUIL

N° de certificado: 186-183-27874



186-183-27874

Ing. Jorge Troya Fuertes
Director General del Registro Civil, Identificación y Cedulación
Documento firmado electrónicamente



La institución o persona ante quien se presente este certificado deberá validarlo en: <https://virtual.registrocivil.gob.ec>, conforme a la LOGIDAC Art. 4, numeral 1 y a la LCE.
Vigencia del documento 1 validación o 1 mes desde el día de su emisión. En caso de presentar inconvenientes con este documento escriba a enlinea@registrocivil.gob.ec

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

CÉDULA DE CIUDADANÍA
N. 095153850-3

APellidos y Nombres: MENDOZA SILVA ALICIA CAROLINA
Lugar de nacimiento: GUAYAS
BOLIVAR RABRANOV
Fecha de nacimiento: 1994-04-02
Nacionalidad: ECUATORIANA
Sexo: F
Estado civil: SOLTERA



INSTRUCCIÓN BACHILLERATO PROFESIÓN / OCUPACIÓN ESTUDIANTE E38432222

APellidos y Nombres del Padre: MENDOZA ZAMBRANO KLEBER EDUARDO
APellidos y Nombres de la Madre: SILVA MORA ANDREA VIRGINIA
Lugar y Fecha de Expedición: GUAYAS 2019-01-21
Fecha de Expiración: 2023-01-21

Alicia Mendoza



NOTARIA SÉPTIMA DEL CANTÓN GUAYAS
Dr. Jaime Pazmiño

CERTIFICADO DE VOTACIÓN
CBE

174 JUNTA No. 174-056 0951538503 CÉDULA No.

MENDOZA SILVA ALICIA CAROLINA
APellidos y Nombres

GUAYAS PROVINCIA
GUAYAS CANTÓN
ZONA 1
CIRCUNSCRIPCIÓN



DOY FE: QUE ES FIEL
COPIA DEL ORIGINAL
De Jaime Pazmiño
NOTARIO SÉPTIMO DEL CANTÓN GUAYAS

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.

CERTIFICÓ:

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.**

Nombre y Apellidos del Colaborador
CEGESCYT

Firma



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS COMERCIALES,
ADMINISTRATIVAS Y CIENCIA**

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

TEMA:

Propuesta de un plan de capacitación al personal de facturación para satisfacción del cliente de la distribuidora Superior S.A

Autora: Mendoza Silva Alicia Carolina

Tutor: Simón Alberto Illescas Prieto

Resumen

La distribuidora Superior S.A es una farmacéutica privada que se dedicada a la venta de medicamentos genéricos y comerciales, formulas, pañales para adultos y niños, artículos de aseo entre otras cosas, en el presente proyecto se da a conocer el escaso conocimiento farmacéutico básico de los facturadores, ya que no se cuenta con una capacitación al personal sobre los medicamentos y sus dosificaciones de ellos, un protocolo de ventas establecido de la empresa a sus empleadores, esto perjudica la venta diaria de los clientes por no tener una atención de calidad. Por lo que tiene como objetivo diseñar un plan de capacitación al personal de facturación, para la mejora de la calidad de atención al cliente. Los tipos de investigación utilizados fueron de tipo descriptivo, porque se busca identificar las características de la distribuidora en cuanto a la satisfacción al cliente, además se logra equiparar los motivos o hechos que consiente el problema para recoger y examinar las muestras determinadas referente a la atención brindada. El método explicativo consiste en observar e identificar con habilidad la falta de conocimientos farmacéuticos que existe en los facturadores y así poder obtener mejores resultados en la atención con un servicio de calidad.

Capacitación

Facturadores

Satisfacción

Cliente



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS COMERCIALES,
ADMINISTRATIVAS Y CIENCIA**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO TECNÓLOGA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

TEMA:

Propuesta de un plan de capacitación al personal de facturación para
satisfacción del cliente de la distribuidora Superior S.A

Autora: Mendoza Silva Alicia Carolina

Tutor: Simón Alberto Illescas Prieto

Abstract

The distributor Superior SA is a private pharmacy that is dedicated to the sale of generic and commercial medicines, formulas, diapers for adults and children, toiletries, among other things, in this project we present the scarce basic pharmaceutical knowledge of the billers, since there is no staff training on medications and their dosages of them, a sales protocol established by the company to their employers, this hurts the daily sale of customers for not having quality care. So it aims to design a training plan for billing staff, to improve the quality of customer service. The types of research used were of a descriptive type, because it seeks to identify the characteristics of the distributor in terms of customer satisfaction, in addition it manages to match the reasons or facts that the problem allows to collect and examine the samples determined regarding the attention provided. The explanatory method consists of observing and identifying with skill the lack of pharmaceutical knowledge that exists in the billers and thus be able to obtain better results in the attention with a quality service.

Training

Billers

Satisfaction

Client

ÍNDICE GENERAL

Contenidos:	Páginas:
Portada.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Certificación de la Aceptación del Tutor.....	iv
Cláusula de Autorización para la publicación de trabajos de titulación.....	v
Certificación de Aceptación del Cegescit.....	ix
Resumen.....	x
Abstract.....	xi
Índice General.....	xii
Índice de Figura.....	xiv
Índice de Tabla.....	xv

CAPÍTULO I EL PROBLEMA

Planteamiento del Problema.....	1
Ubicación del Problema en un Contexto.....	2
Situación Conflicto.....	3
Causas del Problema y Consecuencias.....	3
Delimitación del Problema.....	4
Formulación del Problema.....	4
Variable de Investigación.....	4
Evaluación del Problema.....	4
Objetivos de la Investigación.....	5
Objetivos General.....	5
Objetivos Específicos.....	5
Interrogantes de la Investigación.....	6
Justificación e Importancia.....	6
Aspectos que Justifican la Investigación.....	7

**CAPÍTULO II
MARCO TEÓRICO
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

Antecedentes Históricos.....	10
Antecedentes Referenciales.....	27
Fundamentación Legal.....	31
Variables Conceptuales de la Investigación.....	33
Definiciones Conceptuales.....	34

**CAPÍTULO III
METODOLOGÍA**

Datos de la Empresa.....	37
Diseño de la Investigación.....	42
Tipos de Investigación.....	43
Población y Muestra.....	43
Métodos y Técnicas de Investigación.....	46
Técnicas e Instrumento Investigación.....	47
Procedimientos de la Investigación.....	47

**CAPÍTULO IV
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

Aplicación a las Técnicas e Instrumento	49
Plan de Mejoras.....	61
Conclusiones.....	68
Recomendaciones.....	69
Bibliografía.....	70

Anexos

Carta de Aceptación de la Empresa

Logotipo, Organigrama

Fotos

Instrumentos

ÍNDICE DE FIGURAS

Títulos:	Páginas:
Figura 1: Google Mapa	38
Figura 2: Google Imágenes	38
Figura 3: Organigrama de la empresa.....	40
Figura 4: Interés	49
Figura 5: Trato.....	50
Figura 6: Promociones / Ofertas.....	51
Figura 7: Revisión de Productos.....	52
Figura 8: Capacitado.....	53
Figura 9: Grado de Satisfacción.....	54
Figura 10: Recomendaciones.....	55
Figura 11: Medicamentos/Dosis.....	56
Figura 12: Capacitaciones.....	57
Figura 13: Buzón de Sugerencias.....	58

INDICE DE TABLAS

Títulos:	Páginas:
Tabla 1: Síntomas	3
Tabla 2: Clasificación.....	43
Tabla 3: Universo	45
Tabla 4: Procedimiento.....	46
Tabla 5: Interés.....	49
Tabla 6: Trato.....	50
Tabla 7: Promociones / Ofertas.....	51
Tabla 8: Revisión de Productos.....	52
Tabla 9: Capacitado.....	53
Tabla 10: Grado de Satisfacción.....	54
Tabla 11: Recomendaciones.....	55
Tabla 12: Medicamentos/Dosis.....	56
Tabla 13: Capacitaciones.....	57
Tabla 14: Buzón de Sugerencias.....	58
Tabla 15: Entrevista.....	59
Tabla 16: Plan Semanal.....	61
Tabla 17: Plan Semanal 1	62
Tabla 18: Plan Semanal 2.....	63

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del Problema

A través de la capacitación y el desarrollo, las organizaciones hacen frente a sus necesidades actuales y futuras utilizando mejor su potencial humano, el cual, a su vez, recibe la motivación para lograr una colaboración más eficiente, que naturalmente busca traducirse en incrementos de la productividad. (Silicio, 1995).

Las compañías se están enfocando que su personal tenga las herramientas completas al desempeñar su labor en si tener a su disposición conocimientos de su entorno y la mejor actitud al atender a los consumidores como el autor lo indica que todo esto se ve reflejado en el incremento de las ventas y así tener una clientela fiel.

Las empresas han comprendido la importancia de la capacitación de que no se trata de un gasto innecesario, sino de una inversión mucho más productiva, teniendo resultados positivo y con mayores beneficios en lo económico, calidad en la organización y en lo propio con el trabajador.

En México las micro, pequeños y medianos empresas han ido cambiando su esquema y su visión sobre el concepto de capacitación, a tal grado que están convencidos de que este elemento les ayuda a ser más productivos y competitivos". (González, 85)

Conuerdo con el autor que no es un gasto innecesario para las empresas en invertir en las capacitaciones para los trabajadores, dar a conocer sus reglas de protocolos en ventas y lo importante que son los consumidores, también los principios activos de los productos farmacéuticos en comercialización, al contrario, van a tener mayores

resultados positivos al satisfacer a los clientes y así pueden llegar al plus los facturadores en las ventas diarias que la farmacéutica aplica para los trabajadores, se podrá lidiar con la competencia en el mercado ya establecida en los sectores más cercanos.

Ubicación del Problema en un Contexto

La distribuidora Superior S.A fue fundada el 7 de junio del 2011, ubicada en la parroquia Bolívar, de las calles Ximena 311 y Manuel Galecio en la ciudad de Guayaquil centro de la urbe, provincia del Guayas.

Del cual se ha brindado atención al cliente con productos farmacéuticos de diferentes laboratorios ya siendo comerciales o genéricos, fórmulas para niños y adultos, pañales entre otras cosas de aseo, cubriendo las necesidades de los ciudadanos. Se ha manifestado el escaso conocimientos farmacéuticos básicos del departamento de facturación en la atención al cliente en cual no se cubre todas las necesidades obtenidas por el cliente, por el cual se va a proponer un plan de capacitación al personal con el fin de satisfacer las inquietudes del comprador.

El plan de capacitación va apoyar en instruir a los facturadores con conocimientos farmacéuticos básicos, dar a conocer los protocolos de la empresa al momento de atender al cliente. Principios activos de cada medicamento, su uso, dosificación de niños y adultos etc.

Cuando el cliente se acerque a los puntos de ventas con incertidumbres el farmacéutico lo va a poder dirigir de la mejor manera despejando sus inquietudes y no tener un personal sin conocimientos el consumidor se dará cuenta de su deterioro de preparación, así el usuario de va satisfecho con su compra que allá realizado. Así que la distribuidora Superior S.A tendrá un personal altamente capacitado para la atención del cliente y se va a diferenciar de las demás en el mercado por su alta capacidad a la hora de ser atendidos.

Situación Conflicto

Tabla 1 Síntomas

Antecedentes	Consecuencias
Falta de la iniciativa de los Supervisores y Gerentes	Desatención a los consumidores
Protocolo determinado a la atención del usuario	La cartera de clientes bajan, metas sin cumplir presupuesto
Folletos donde indiquen la dosis de medicamentos	Poca capacidad al contestar inquietudes de los clientes

Nota: Autora Mendoza, A (2018)

Causas del Problema y Consecuencias

Falta de Iniciativa de los Supervisores y Gerentes

Por el poco interés que tienen los Supervisores de la distribuidora Superior S.A, al no tener esa iniciativa de implementar capacitaciones para el personal de facturación, tener conocimientos básicos farmacéuticos en el cual le va ayudar a sus colaboradores en el trabajo diario, su consecuencia es ofrecer una mala desatención a los clientes.

Protocolo Determinado a la Atención al Cliente

Los Supervisores no han adoptado un protocolo de venta general, comenzando desde el saludo como generar una venta y concluirla con satisfacción, su consecuencia es que su cartera de clientes puede bajar y no se va a llegar a la meta mensuales de los facturadores.

Folletos de Medicación

Sería una herramienta primordial para los facturadores tener a la mano un folleto donde indiquen para qué es el uso de cada medicamento dosificación entre otras cosas, la consecuencia es no poder contestar esas inquietudes de los clientes y poder recetar algún medicamento sin ninguna duda, con toda seguridad cubrir las necesidades del consumidor.

Estos son las causas y consecuencias que tiene la distribuidora Superior S.A.

Delimitación del Problema

Campo : Administración

Área : Capacitación al Personal

Aspectos: Capacitación al Personal – Satisfacción del cliente

Tema : Propuesta de un plan de capacitación al personal de facturación para la satisfacción del cliente de la distribuidora Superior S.A

Formulación del Problema

¿Qué incidencia tendría la elaboración de un plan de capacitación al personal de facturación en productos farmacéuticos básicos, en la satisfacción del cliente, de la distribuidora Superior S.A ubicada en la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas, en el año 2018?

VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

Variable Independiente: Capacitación al Personal

Variable Dependiente : Satisfacción del Cliente

Evaluación del Problema

Claro: Evidente, que no deja lugar a duda o incertidumbre”. (DLE, 2017) “

La elaboración de un plan de capacitación es una explicación que no se debe retardar al momento de efectuar a los facturadores e incluso motivarlos con cuyos conocimientos que van adquirir. Se busca un amplio mejoramiento en la atención al cliente de la farmacéutica para que cada empleador se sienta satisfecho de su trabajo realizado, con el entorno que lo rodea y así alcance una mejora en las ventas diarias y mensuales, lograr los objetivos que el supervisor ha planteado en ese momento. Con estas capacitaciones continuas el personal de facturación y Supervisores tendrán un conocimiento más amplio de cada medicina y así poder recetarlo sin ninguna duda posible.

Factible: Señala: “Que se trata de una propuesta de acción para resolver un problema práctico o satisfacer una necesidad. Es indispensable que dicha propuesta se acompañe de una investigación, que demuestre su factibilidad o posibilidad de realización”. Arias, (2006, p. 134),

Relevante: “Lo que tiene relevancia, por lo tanto, dispone de importancia”. (definicion.de, 2010)

Es relevante porque solicita de un estudio preciso de cuyas búsquedas se basa en textos que permitan conseguir información en base al manejo de atención al cliente y un buen servicio.

Contextualmente: “Perteneiente o relativo al contexto”. (DLE, 2017)

El plan de capacitación al personal es muy importante para casi todas las organizaciones el cual se viene averiguando, este tema de estudio tanto académico como empresarial.

Concreto: Como seleccionamos a través de las técnicas de investigación los instrumentos más significativos para resolver las dificultades que tenían los facturadores en el momento de atender a los clientes.

Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Diseñar un plan de capacitación al personal de facturación, para la mejora de la calidad de atención al cliente.

Objetivos Específicos

- Fundamentar teóricamente, capacitación al personal y la satisfacción del cliente
- Diagnosticar el desarrollo de la metodología aplicada
- Elaborar plan de capacitación al personal de facturación

Interrogantes de la Investigación

- **¿Qué estrategia teórica se implementará para la satisfacción del cliente?**
- **¿Cómo se va a diagnosticar el déficit de los productos farmacéuticos?**
- **¿Cómo se va a elaborar un plan capacitación al personal de facturación?**

Justificación e Importancia

Estamos de acuerdo que en los negocios lo más importante es el cliente para toda organización así sea cualquier tipo de mercado, esto se ha convertido en una labor constante para captar clientes nuevos y mantener a los que ya son fijos, hay muchas distribuidoras farmacéuticas en la ciudad de Guayaquil con buenos precios competitivos, lo importante es brindar un buen servicio de calidad, para que así nuestro punto de venta tenga recomendaciones hacia otros clientes y cumplir con todas sus expectativas.

Philip K, (2000) (p48).” La clave para retener clientes es la satisfacción, un cliente muy satisfecho se mantiene leal más tiempo y habla bien de la empresa”.

Por eso el trabajo investigativo es provechoso porque se propone mejorar la calidad de los conocimientos básicos farmacéuticos de los facturadores en la distribuidora Superior S.A, ya que de esa manera se alcanzará obtener mejores resultados en la atención al cliente, y a su vez agiliza los movimientos de todas las medicinas adquiridas por diferentes laboratorios que tengan pocas rotaciones, y no son conocidos por el consumidor, pero su calidad será efectiva. Por medio del estudio esta propuesta optimizan la falta de conocimientos, que estará beneficiada a la distribuidora dedicada en la atención al cliente y facturación también en diversas áreas y a su vez la ciudadanía en general se vería favorecida por los cambios representativos para la empresa.

El alcance social que tendrá la ejecución de este trabajo está destinado a todos los habitantes de la ciudad de Guayaquil, en especial a los clientes estables, y nuevos clientes que llegan a los puntos de ventas y pequeños comerciantes que requieran de un servicio ágil y eficaz.

La actividad del plan de capacitación establecerá un aporte para la empresa que proporcionara un mejor servicio en la atención brindada, proponer una implementación de conocimientos a cuyos empleados del departamento de facturación, un buen servicio para lograr un mayor volumen de ventas, ya que les servirá el plan para un bienestar en la organización.

Además, ayuda a llegar al plus de los facturadores de las cuotas diarias implantadas por el supervisor de área, van a tener un buen rendimiento mensual en ventas todo esto abarca el implemento de capacitación continua que tendrán nuestros empleadores para el bienestar de la empresa y de ellos mismos como trabajadores. Se establece que con la propuesta del plan de capacitación se podrá formar una herramienta de trabajo como objetivo para la distribuidora Superior S.A en su día a día, sobre todo que se efectuará la mejora en los cargos de facturación al garantizar el servicio del cliente.

Aspectos que Justifican la Investigación.

Convivencia

Es beneficioso conservar la buena relación con los facturadores, para que ellos se sientan más implicados en su tarea diaria y laboren en un ambiente más agradable, con el fin de que nuestros clientes sean tratados con educación y darle un buen servicio de calidad.

Relevancia Social

La elaboración de este plan de capacitación para los facturadores en conocimientos farmacéuticos básicos, con esta estrategia que se va ejecutar ayudara a la captación de consumidores, y así crear una cultura de empatía con el cliente y por ende crea una situación absoluta.

Valor Teórico

Con este proyecto de investigación se planea la exploración explicativa para así conocer de qué manera aflige la falta de conocimientos farmacéuticos y también un protocolo de ventas, en la afinidad de nuevos compradores o en la pérdida de las clientelas actuales.

Utilidad Metodológica

Con los diferentes métodos aplicados que se ha realizado, sabemos que la satisfacción del cliente, se consiguió concretar que por la mala atención brindada así ellos no proceden los objetivos insuficientes y pocos claros para los colaboradores y con la poca ausencia de estimulación al personal. Se debe tener charlas motivadoras y un buen ambiente laboral, para que así los facturadores se sientan bien y puedan realizar sus actividades con normalidad y con mucha actitud.

Viabilidad Técnica

Calculando los recursos disponibles para este proyecto se tiene que empezar con el recurso humano esto conseguimos internamente en la distribuidora mencionada es lo ágil y menos costoso ya que el colaborador tiene conocimiento en su área y se sentirá motivado al saber que tendrán aprendizajes para obtener más ilustraciones que lo beneficiara.

Todos los colaboradores de esta distribuidora estarán satisfechos con este proyecto de investigación, ya que van haber un cambio positivo en todas sus actividades realizadas para así alcanzar un excelente provecho.

Viabilidad Socio Cultural

El proyecto de investigación se lleva a cabo en la ciudad de Guayaquil donde la población que lo conforma, tiene sus propias costumbres. Las tradiciones ecuatorianas hay muchas en general, pero en esta compañía todas las personas tienen el mismo respecto y nos adaptamos a los códigos de la organización.

Viabilidad Económica

El mercado es extenso en la ciudad de Guayaquil porque es la ciudad más desarrollada del Ecuador por lo que existen diversas empresas o compañías pequeñas y medianas tanto como grandes.

A los colaboradores a quienes van dirigido este proyecto de investigación podrán verificar los resultados ya que es un procedimiento de formación y a su vez desarrollar sus actividades laborales con optimismo sin crear una exigencia de labor. Al contrario, tendrá mayor rentabilidad en la distribuidora remunerando la inversión que se hizo.

Viabilidad Ambiental

En este proyecto de investigación no afectaran al medio ambiente ya que no se contará con elemento químicos que afecten a los seres vivos, con las capacitaciones que se van a ejecutar a los colaboradores.

Viabilidad Financiera

Los recursos que se manipularan en este proyecto de investigación no son de muchos gastos ya que se van utilizar folletos, proyectores, un break esto generara un consumo considerable, pero con los resultados del plan que se ejecutara generara ingresos suficientes que cubren los gastos convirtiéndolo en ingreso.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Fundamentación Teórico

Antecedentes Históricos

La historia de la farmacia como ciencia independiente es relativamente joven. Los orígenes de la historiografía farmacéutica se remontan al primer tercio del siglo XIX. Qué es cuando aparecen las primeras historiografías que si bien no toca todos los aspectos de la historia farmacéutica son el punto de partida para el definitivo arranque de esta ciencia. Hasta el nacimiento de la farmacia como ciencia independiente, existe una evolución histórica, desde la antigüedad clásica hasta nuestros días que marca el curso de esta ciencia, siempre relacionada con la medicina.

La Antigüedad Clásica

En el tercer milenio antes de Cristo se inicia el desenvolvimiento simultáneo en: India, Mesopotamia, Egipto y China. Entre los fármacos que se utilizaron están: el ruibarbo, el opio y la ephedrina sínica. En el caso de India estuvieron influenciados por la filosofía védica, por lo que la botánica tenía una función prominente y se crearon el *soma* y el *kusa*. De acuerdo con la filosofía budista, los remedios eran dulces (acónito, jengibre, lino).

En Mesopotamia existen testimonios del uso y preparación de medicamentos de más de cuatro mil años. De hecho en la cultura babilónica-asiria están los primeros indicios del uso de fármacos y detectaron la peligrosidad y dosificación de las sustancias administrándoselas a esclavos. Utilizaban ungüentos a base de planta haoma para una bebida sagrada, belladona contra los espasmos o excrementos humanos como curativos. Los sumerios llevaron a cabo las primeras operaciones farmacéuticas (deseccación, pulverización, molienda, prensado, filtración, decantación, etc.), y propusieron formas farmacéuticas como pomadas, lociones, cataplasmas, enemas, infusiones, vinos, emplastos.

En Egipto códices como el Papiro Ebers, describen la sintomatología y la prescripción para una enfermedad, así como los principios activos de plantas, animales y minerales, los alimentos que los contienen (leche, vino, miel) y la formulación y preparación de medicamentos.

Además, establecían unas pautas de administración de los medicamentos, a saber, de uso interno (tisanas, decocciones, maceraciones, píldoras) y de uso externo (cataplasmas, ungüentos, emplastos, colirios, pomadas, inhalaciones). Las enfermedades más comunes eran las oftálmicas, parasitarias y enfermedades de bajo vientre que se trataban con supositorios, enemas o laxantes. Los procedimientos torácicos se trataban con inhalaciones y las enfermedades de la piel con ungüentos. Como herramientas de trabajo usaban molinos de mano, morteros, tamices fabricados con papiro, balanzas, y para la conservación: recipientes de barro, vidrio, alabastro y serpentina, así como cajas de madera.

En China la medicina se basa en el pensamiento del Taoísmo, con su objetivo fundamental es la inmortalidad al parecer relacionado no solo con la longevidad sino también el vivir en armonía con la naturaleza o en la búsqueda del progreso personal y colectivo.

El primer libro chino sobre plantas, el Shennong Bencao Jing, compilado durante la dinastía Han, pero que data de una fecha muy anterior, lista 365 plantas medicinales y sus usos incluyendo ma-huang, el arbusto del que se obtuvo originalmente la Efedrina.

En Grecia y Roma (desde el siglo IV a. C. al año 476 d. C), se inicia la medicina racional con Alcmeón de Crotona hasta la medicina posterior con Galeno. En este período se hace notar la influencia religiosa, no existía la figura del farmacéutico como tal, pero aparece la farmacia Galénica.

Galeno da las bases técnicas para la preparación de las principales formas farmacéuticas y se conocen los primeros auxiliares a medicina: Rizotomos, Farmacopolos, los picmentarios y los ungüentarios. Se distinguen igual que en Egipto los fármacos de uso externo (pomadas, esparadrapos, ungüentos) y los de uso interno (infusiones, decocciones, fermentaciones) y se descubre la “terra sigillata”, que permite crear pastillas preparadas con la base de una arcilla blanca, el bolus alba, y empastadas con sangre de cabra. Es también en la Antigua Grecia donde surgen importantes grupos de expertos en plantas medicinales como Dioscórides y el botánico Teofrasto. (Edward Kremers, Glenn Sonnedecker (1986, p.17))

Pero fue en 754 en Bagdad donde los árabes establecen las primeras farmacias, siendo reguladas por los abásidas en el siglo IX.

Se considera a Avicena como el padre de la farmacología, y es quien consolida la separación de la farmacia y la medicina en el medio oriente, siendo los árabes los encargados de esta separación. Además, Avicena describió varias formas farmacéuticas para administrar los medicamentos: papelillos, tabletas, jarabes, polvo, ungüentos, baños aromáticos, aceites, tinturas, gotas medicinales, laxantes, lavativas, etc.

En América Precolombina la medicina consistió en una mezcla de prácticas empíricas y mágicas de acuerdo a la concepción del mundo y de las creencias religiosas de cada pueblo. Los Muisca, como lo incas, contaban con herbolarios, y como los Aztecas, usaron el baño de orina. El listado de plantas americanas medicinales es largo, pero es ínfimo si se relaciona con el potencial biológico de regiones como la Amazonia que cuenta con 80.000 especies vegetales. Aparece la figura del Chaman o el hombre encargado de conectar la parte terrenal con la espiritual invocando espíritus, con el poder de predecir sucesos y ejercer practicas curativas. (Academia Nal. De Medicina, 2003.)

Entre tanto, las bases de las medicinas de la época precolombina de México, en particular de la nahua, se derivaban de la concepción del cuerpo como una reproducción a escala del universo: la cabeza en la coronilla y la planta de los pies y el piso pélvico, el punto más profundo del inframundo; el corazón y el hígado eran equivalentes del sol del día y el de la noche, respectivamente, una idea surgida de su localización inmediatamente encima y debajo del diafragma, que era considerado como la superficie de la tierra. De este modo, la salud sería el mantenimiento del equilibrio de los diversos componentes del cuerpo, y la enfermedad, su alteración debido a acciones internas y externas. La forma más empleada de preparación de los medicamentos eran las tisanas, las infusiones obtenidas al introducir la sustancia o sustancias base en agua hirviendo, aunque también podían ser desleídas en agua tibia o fría.

La inclusión de pulque en las recetas, además de llevar consigo los principios activos que ahora reconocemos, como es el alto contenido en endorfinas, añadía las ventajas inherentes a la fermentación y al contenido en alcoholes derivado en ella. Colirios, pomadas, ungüentos y mezclas eran formas frecuentes de aplicar los medicamentos, los mismos que, por lo general, eran manejados en fórmulas muy complejas. Algunos ejemplos registrados fueron registrados en el Códice de la Cruz Badiado. (Rodolfo Rodríguez Carranza, 2014).

Edad Media (476-1453)

En un principio Bizancio conserva en fase de esterilidad la ciencia grecorromana, mientras que la civilización árabe conserva la ciencia griega, pero haciendo aportaciones y transmitiéndola al occidente. En este período se tienen los primeros indicios de la existencia de Farmacias como lugar físico en que se dispensan medicamentos. Es en 1221 cuando se tiene constancia de la primera farmacia de Europa, creada por los frailes dominicos en el convento de Santa María Novella en Florencia (Italia).

Estos frailes cultivaban hierbas y plantas y elaboraban medicinas y ungüentos para la enfermería del convento, pero no venderían al público hasta cuatro siglos después, cuando en 1658 tras el éxito de elaboraciones como Agua della Regina, Olio da bagno o Aqua di lavanda, deciden abrir el establecimiento que de hecho hoy día permanece en el mismo lugar y abierto, aunque tras 1866 propiedad del estado. Pero realmente el primer establecimiento abierto al público se sitúa en Tallin (Estonia), que desde el momento que se crea el laboratorio, se decide poner a disposición del público los medicamentos elaborados, esto es en 1422, que ya llevaban dos siglos funcionando los frailes de Florencia, pero aún no habían abierto al público.

En el año 1240, Federico II Hohenstaufen emperador del Sacro Imperio Romano Germánico promulgó un Edicto (Edicto de Salerno) por el cual se decreta la separación entre los oficios de médico y farmacéutico. (Separación de la medicina y la farmacia),(1240).

Y también se publica el "Medici Speciali" (Venecia, 1252), primer estatuto dedicado a regular el mercado farmacéutico.

Los médicos practicaban una terapéutica que se basaba en el Galenismo y observaciones simples hechas por Dioscórides. Los estudios comparativos realizados entre Dioscórides y los textos árabes de materia médica, indican que solo una cuarta parte provienen de Grecia, la mayoría son de origen persa, hindú, árabe y egipcio con el mayor número de medicamentos procedentes de las tradiciones persa e hindú, en segundo lugar, la medicación mesopotámica y en tercer término aparecen los medicamentos griegos. (Elsevier España. 2005.))

El Real Colegio de Boticarios de la Ciudad y Reino de Valencia fue fundado en 1441, considerado el más antiguo del mundo, con plenas competencias administrativas y legislativas. Los boticarios de Valencia fueron los primeros del mundo que elaboraron sus medicamentos, con los mismos criterios que actualmente se exigen en las farmacopeas oficiales.

Así mismo, cabe destacar las aportaciones del mundo islámico, el cual, si bien se inspiró en los autores griegos y romanos, no se limitó a rescatar y repetir lo que ellos habían dicho. Cabe mencionar en primer lugar, los repertorios. La expansión del Islam a Occidente promovió el contacto, y no se tardó, tanto en el califato de Bagdad como en el de Córdoba, en traducir la *Materia Médica* de Dioscórides y las obras farmacológicas de Galeno. Desde los primeros tiempos del Islam aparecen obras sobre medicamentos, en especial medicamentos simples, como es el *Kitab al-adwia al-mufrada* de Hunayn Ibn Ishaq. Poco antes del año 1000, Ibn Juljul, en Córdoba, participaba en una traducción de Dioscórides y redactaba un pequeño tratado de fármacos no mencionados por dicho autor. En el siglo XIII, Ibn al-Baytar, está vez en Málaga, componía un Libro de los nombres de los alimentos y los medicamentos simples (*Kitab al-yami li-mufradat al-adwiya*), en el cual hacía referencia a algo más de 1400 medicamentos, expuestos por orden alfabético, con los que figuró 2324 entradas. También y alrededor del año 1000 hicieron su aparición los primeros libros de farmacia propiamente dicha, en los cuales se reunían diversos recetarios, en su mayoría procedentes de los numerosos hospitales que, en todos los ámbitos del mundo islámico, tenían sus farmacias y preparaban sus medicamentos.

En esos libros se explicaba la manera de elaborar correctamente las más variadas presentaciones, que iban de medicamentos de uso tópico a píldoras y pastillas, pasando por jarabes, colirios y supositorios. La destilación y la posibilidad de hacer extractos alcohólicos fue otra gran innovación.

Otra novedad es que, a partir de los trabajos de Al-Kindi realizados en Bagdad en la primera mitad del siglo IX, se desarrolló un sistema de pesas y medidas que se orientaba a lograr la dosificación adecuada de los medicamentos, para garantizar al menos el peso exacto y la proporción que debían guardar las diversas sustancias.

En los inicios del siglo XI hicieron su aparición dos textos de importancia fundamental. En el primero, el Libro de farmacia en el arte de curar (Kitab al-Saydanah fi al-Tibb) de Al-Biruni, se incluían los nombres de los fármacos, y las relaciones y sinonimias entre los fármacos griegos, árabes y de la India. Del segundo texto, De medicinis universalibus et particularibus, de Masawayh al-Maridini, conocido como Mesué el Joven, se sabe que tuvo una gran difusión en su momento, pero no se han conservado manuscritos árabes, de manera que sus referencias proceden de códices en latín, pues fue traducida tempranamente en Venecia en 1471. (Rodolfo., Rodríguez Carranza, (2014))

Renacimiento (1453-1600)

Se inicia la ciencia moderna con la recuperación del mundo clásico. Además Vesalio, Paré y Paracelso hacen nuevas aportaciones a la anatomía humana, la cirugía y la química, respectivamente. Se inventan nuevas formas farmacéuticas como extractos sólidos o tinturas líquidas, evolucionan las farmacias y los boticarios y se descubren nuevos fármacos, pero también se abusa de los “remedios secretos”. (Consolación Martínez García. (2014.))

La primera obra de farmacia impresa en España "Antidotarium" fue publicada en Valencia en 1495, que había sido escrita en el siglo XIII por el valenciano Arnau de Vilanova (Vilanova del Grao, Valencia 1240).

Las primeras farmacopeas oficiales impresas en España y en el mundo hispánico, fueron las "Officina Medicamentorum" valencianas de 1601 y 1698. Se publica el “Recetario Florentino” (Florencia, 1498), considerado la primera farmacopea del mundo.

En España la primera fue la "Concordia Apothecariorum Barchinonensium", publicada por el Colegio de Boticarios de Barcelona en 1511. (Puerto Sarmiento FJ. (1993)).

Ilustración (1740-1800)

Se produce en Francia el movimiento llamado enciclopedismo, que preconizaba la divulgación del saber al pueblo y que todos lo aprendieran. Se dan además los primeros pasos de la revolución industrial y se inicia la medicina preventiva por introducción de la vacuna.

Emerge el vitalismo inicio en Francia siguiendo la teoría de especie morbosa, la nosotaxia *more botánico que consiste en la clasificación de las enfermedades según el modelo botánico en clases, género y especies donde acepta la fuerza sanadora de la naturaleza.*

Romanticismo (1800-1848)

Pasteur da un nuevo concepto de enfermedad: la microbiología médica. Se desarrolla la higiene pública y medicina social. Nace así la farmacología experimental y la química moderna que desarrolla el estudio de los gases y la Química Orgánica.

Un gran avance se dio a partir del aislamiento de la morfina a partir del opio, en el año de 1806, practicada por Adam Sertürner (Goerig, M.; Schulte am Esch, J. (1991))

Positivismo (1848 y 1914)

Se continúa desarrollando la medicina experimental, se identifican agentes patógenos causantes de enfermedades y su erradicación mediante vacunas. En terapéutica se desarrolla la quimioterapia sintética. Aparecen los inyectables, A. Wood inventa la aguja hipodérmica; Parvas la jeringa; Limousin las ampollas de vidrio, cachets, bolsas de oxígeno y goteros; y Denouel los extractos fluidos, tabletas y cápsulas. John Newport Langley desarrolla trabajos sobre la relación del Sistema Nervioso y los fármacos: Inicio de la farmacodinámica.

Un hito en la farmacología fue el desarrollo del concepto de la *bala mágica*, acuñada por Paul Ehrlich, quien usó este término para referirse a los «agentes terapéuticos ideales» que actúan de forma específica contra

algún patógeno en particular sin ocasionar daños en las células del huésped, contribuyendo así al entendimiento de los receptores farmacológicos, cambiando así la manera de entender la interacción de los fármacos con el organismo. (The Nobel Prize in Physiology or Medicine) (1908)

Edad Contemporánea (1914-actualidad)

Se crea una nueva disciplina: terapéutica experimental. Se desarrollan además los fármacos, como principal recurso médico. Y llega el auge de la bioquímica y la biología molecular con la revolución tecnológica aplicada a la medicina y el desarrollo de la industria farmacéutica. Los farmacéuticos en la primera mitad del siglo XX que enseñaban Farmacia en las facultades solían tener dobles licenciaturas: Farmacia-Ciencias Naturales (botánica), Farmacia-Ciencias Químicas (esta era la más frecuente por el alto contenido de materias comunes) aunque también había farmacéuticos dedicados a la galénica. Estos farmacéuticos estudiaron con el plan de 1886 (que duró 50 años). La licenciatura constaba de cinco cursos: el preparatorio que se cursaba en una Facultad de Ciencias y se estudiaba Ampliación de Física, Mineralogía y Botánica, Química general y Zoología.

- Primer curso de Farmacia. - Instrumentos y aparatos de Física aplicados a la Farmacia, Mineralogía Aplicada, y Zoología Aplicada.
- Segundo Curso de Farmacia. - Botánica descriptiva y determinación de plantas medicinales, Química Inorgánica aplicada a Farmacia.
- Tercer Curso de Farmacia. - Materia farmacéutica vegetal, y Química Orgánica aplicada a la Farmacia.
- Cuarto Curso de Farmacia. - Análisis Químico y en particular de los alimentos, medicamentos y venenos, y Farmacia práctica o galénica, Legislación relativa a la Farmacia, y Prácticas de Materia animal, mineral y vegetal.
- Curso de Doctorado. - Se estudiaba Química biológica con su análisis, e Historia crítica de la Farmacia y Bibliografía farmacéutica. (José Luis Gómez Caamaño, (1986)).

Era obligatorio realizar prácticas para obtener el doctorado y defender una tesis de investigación. Los farmacéuticos de 1890 estaban perfectamente informados de todos los acontecimientos que revolucionaron a la ciencia de la Farmacia (el avance de la Química y la aparición de la Medicina Preventiva) con las aportaciones de científicos como Edward Jenner (padre de la microbiología e inmunología que vivió en el siglo XIX), Louis Pasteur (que generalizó los experimentos de Jenner sobre vacunación).

Químicos relevantes como Claude Louis Berthollet (n. 1748, médico que se dedicó a la química), Antoine Lavoisier (ordenó la Química para que pudiera desarrollarse posteriormente), John Dalton y Jöns Jacob Berzelius (las dos grandes figuras de la química moderna), el avanzado a su época Dmitri Mendeléyev (autor del sistema periódico natural de los elementos químicos, la tabla periódica que sigue vigente en nuestros días) y Gregor Mendel (padre de la genética).

Desde finales del XIX el farmacéutico avanzado tiene detrás del mostrador, no una rebotica amable y acogedora, capaz de albergar agradables tertulias más o menos científicas, sino un auténtico laboratorio químico-farmacéutico donde puede con toda solvencia preparar nuevos medicamentos. Otros farmacéuticos se salen de la oficina de farmacia para crear laboratorios independientes. Posteriormente será la industria farmacéutica la que prepare los nuevos medicamentos relegando la actividad galénica de los farmacéuticos de Oficina de Farmacia a una importante decadencia durante el siglo XX.

La química era fundamentalmente química orgánica aplicada a la Farmacia y la botánica era una farmacognosia y fitoquímica. Tuvo un enorme impulso la Química Biológica por varios farmacéuticos que fueron pioneros en incorporarla y desarrollarla en sus planes de estudios como curso obligatorio de doctorado (antes que los químicos, biólogos e incluso médicos).

Industria Farmacéutica

La industria farmacéutica española, a finales del siglo XIX y principios del s.XX probablemente debido a la decadencia económica y social no pudo recuperar el terreno perdido que otros países habían ganado (Francia, Alemania, Inglaterra) con el desarrollo de una potente industria farmacéutica. EL único laboratorio de la postguerra civil que tenía un buen nivel científico y empresarial era el Instituto de Biología y Sueroterapia (IBYS). Durante la época franquista España era un mercado con muchas posibilidades de expansión para la industria farmacéutica internacional y nacional pero el nacionalismo imperante propugnó una expropiación, en los años 50, de las grandes multinacionales alemanas existentes en el país antes la guerra civil. Surgieron de esta forma CEPA, Explosivos y Cros, y el Instituto Español de Farmacología (IEF) vinculado al recién creado Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC). Esta estrategia no dio resultado científico ni empresarial, salvo el impulso académico del IEF en el ámbito de la fisiología.

La falta de inversión en investigación y las políticas entre multinacionales y la patronal (farmaindustria, recién creada) y la Administración Española convirtieron a España en un mercado para comercializar medicamentos, pero en detrimento de todo atisbo de investigación científica y farmacéutica.

Los años 1950 a 1970 son más bien anémicos en cuanto a ciencia farmacéutica se refiere (con la posible excepción de los farmacéuticos dedicados a la Química, ya que durante la primera mitad del s. XX había una excelente escuela de químicos españoles; destacan nombres como Enrique Gutiérrez Ríos y Manuel Lora-Tamayo o a la Bioquímica como Manuel Losada Villasante o Ángel Santos Ruiz). Posteriormente, Farmaindustria sí apoyaría el desarrollo y la investigación de las grandes multinacionales en España la industria es muy sensible al entorno regulador y se adapta rápidamente. (Puig N. La, (1914-1975).

Tanto las grandes empresas farmacéuticas (esta época es la de mayor esplendor de las multinacionales como centros de producción masiva de medicamentos) como las nacionales (originadas en su mayoría por farmacéuticos emprendedores) empleaban a farmacéuticos como responsables de la producción y desarrollo de medicamentos.

Los Orígenes en Ecuador

Los orígenes de la historia farmacéutica se remontan al primer tercio del siglo XIX, que si bien no toca todos los aspectos de la historia farmacéutica es el punto de partida para el definitivo arranque de esta ciencia. Los transmisores de este conocimiento fueron principalmente los ancianos, brujos o sacerdotes de las tribus, que a su vez eran los encargados de atender a los enfermos y heridos; los curaban, preparaban los medicamentos primitivos y se los administraban. El Dr. Anders Bjarner, farmacéutico de nacionalidad danesa, llegó a la ciudad de Guayaquil en el año 1913. Su trabajo profesional como químico farmacéutico, lo inició en la prestigiosa Botica Alemana, de propiedad en esa época, del Dr. Holge Glaesel también de nacionalidad danesa. El 8 de mayo de 1916 la Facultad de Medicina y Farmacia de la Universidad Central de Quito refrendó su título de farmacéutico obtenido en la ciudad de Copenhague. En aquella época en el Ecuador existía el único laboratorio industrial farmacéutico, el cual había empezado las actividades de producción de medicamentos desde el año de 1895, denominado Laboratorio HG, y otras pequeñas boticas que tenían una reducida escala de producción en medicamentos, debido a su baja oferta de fármacos en el mercado nacional no se podía satisfacer la demanda interna dependiendo totalmente el país de sustancias químicas del extranjero El 22 de junio de 1940 bajo escritura pública se constituye la compañía anónima "Laboratorios Industriales Farmacéuticos Ecuatoriano" LIFE. Con la creación de esta nueva empresa mixta se da inicio a la producción de una gama de medicamentos. Las enfermedades típicas de la época como el paludismo, las deficiencias nutricionales, infecciones, trastornos gastro-

intestinales y problemas en las vías respiratorias, hicieron que el nuevo laboratorio empezara a producir los primeros compuestos, como: Calcio vital (calcio), Bioton (hierro y vitaminas), Norol y Atusín Albert (antitusígenos), vacunas, antibióticos, entre otros.

Transcripción de Línea del tiempo sobre la historia de las capacitaciones

La capacitación consiste en proporcionar a los empleados las habilidades necesarias para desempeñar su trabajo. (Gary Dessler, 1998).

Proceso educativo a corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, mediante el cual las personas aprenden conocimientos, actitudes y habilidades, en función de objetivos definidos.

(Idalberto Chiavenato, 2013).

Desde la edad de piedra, conforme fue el hombre capaz de inventar sus armas, ropa, vivienda, lenguaje, la necesidad de entrenamiento se convirtió en un factor determinado para la civilización.

Código de Hammurabi: Año 2100 A.C, el código incluye ciertas pautas para regular la actividad de los aprendices y las normas que regulaban las relaciones entre el maestro y dicho aprendiz.

Capacitación en los Primeros Gremios: Entre 2.000 y 1.500 años A.C., fue la institución de los gremios la que se encargó durante siglos de proveer información a quienes se dedicaban a un oficio, se convirtieron en asociaciones con objetivos profesionales, religiosos y sociales.

Revolución Industrial: A partir del año 1775 se empezaron a cotizar de otra manera los maestros y jornaleros: eran personas especializadas que podían hacerse cargo de determinados puestos de trabajo y además dar instrucción.

Edad de Piedra Escuelas Industriales: En 1.800 se crearon las escuelas-fábricas en las que los trabajadores eran capacitados dentro de sus lugares de trabajo (Sleight D. 1993).

En la necesidad de una mayor capacitación hubo un aumento en la complejidad de maquinaria y equipos orientados a producir una cantidad mayor.

El aula que permitía capacitar muchos trabajadores al mismo tiempo y con un solo facilitador, era una organización más económica y rentable que las del Medioevo.

Influencia de las Guerras: Las guerras requirieron métodos de entrenamiento rápidos y eficaces, aproximadamente en (1.920, C. Allen), desarrollo una metodología que incluía: mostrar, decir, hacer y evaluar, estaba destinada para entrenar personal para la construcción de barcos.

Desarrollo de la Administración: Contemporáneamente al desarrollo de la Administración a finales del siglo XIX y comienzos del siglo XX que comienza con Taylor (Eficiencia en la organización), Continua con Mayo (Relaciones humanas), Weber(teoría de la burocracia), Von Betarlanfy (teoría de los sistemas), Druker(objetivos), Porter(planeamiento estratégico) y Demin (Calidad total) se producen avances que se derivan de dichas teorías en materia de formación y capacitación de personal.

Sociedad de la Información y el Conocimiento: Alrededor del año 1980 con el auge tecnológico que desencadeno la efervescente y cambiante sociedad actual, las necesidades de formación y capacitación de los individuos se prolongan más allá de los estudios universitarios y se extienden a lo largo de toda la vida.

La formación continua resulta imprescindible, tanto por las exigencias derivadas en los cambios en los entornos laborales como también para hacer frente a los cambios que se producen en el ámbito social.

Satisfacción al Cliente (Carlos Jiménez Carreno junio 29, 2017).

La historia del comercio se remonta a más de 150.000 años atrás. Y desde el momento en el que hubo clientes, siempre ha existido, como es lógico, el servicio de atención al cliente. Incluso desde que comenzaron a aparecer los primeros comerciantes profesionales hace alrededor de 3.000 años, cada intercambio de bienes y servicios se mantuvo cara a cara.

Esto suponía que cada servicio de atención al cliente se adaptaba al cliente en cuestión. Hasta hace relativamente poco, cada comerciante conocía a todos sus clientes y, por ello, tenía un interés personal en cuidar bien de ellos.

El servicio de atención al cliente ha recorrido un largo camino en los últimos 1.500 siglos. La responsabilidad de cuidar a los clientes se ha mantenido como una constante pero el cómo se lleva eso a cabo ha cambiado de forma increíble. Cuando avanzamos a la edad del comercio moderno, nos damos cuenta de cómo el servicio de atención al cliente ha evolucionado siempre al calor de la tecnología. Esto tiene sus ventajas y sus inconvenientes. Mientras que la tecnología ha permitido a las compañías atender a un mayor número de clientes más rápidamente, también ha establecido a menudo barreras entre los clientes y las propias compañías que solo hoy en día se están empezando a superar. La idea es recuperar la posibilidad de ofrecer un servicio personalizado añadiendo las ventajas que proporciona la tecnología: eficiencia y adaptabilidad.

Del Servicio Telefónico a la Era Digital (Revista Emprendedores)

La historia del comercio se remonta a más de 150.000 años atrás. Y desde el momento en el que hubo clientes, siempre ha existido, como es lógico, el servicio de atención al cliente.

Incluso desde que comenzaron a aparecer los primeros comerciantes profesionales hace alrededor de 3.000 años, cada intercambio de bienes y servicios se mantuvo cara a cara. Esto suponía que cada servicio de atención al cliente se adaptaba al cliente en cuestión.

Hasta hace relativamente poco, cada comerciante conocía a todos sus clientes y, por ello, tenía un interés personal en cuidar bien de ellos.

Si bien es verdad que se han hecho intentos para actualizar la tecnología telefónica en las empresas, muy a menudo se han quedado cortos. Las compañías que han adoptado servicios como el IVR no parecen darse cuenta de lo indirecto que puede ser este método y de lo frustrante que es para los clientes tener que apretar botones en el teléfono repetidamente para llegar a hablar con un agente. El email y las redes sociales cambiaron el juego dado que los clientes empezaron a exigir que las compañías estuvieran disponibles y fueran fáciles de contactar a través de esos canales, pero incluso hoy en día parece que muchas marcas solo se involucran con los clientes en las redes sociales cuando se ven obligadas a hacerlo.

No están aprovechando al máximo los beneficios que ofrece la tecnología del servicio de atención al cliente en redes sociales, tanto para los clientes como para los agentes. Muchas marcas que en el fondo tienen buenas intenciones no proporcionan a sus agentes las herramientas adecuadas. Si bien utilizan diferentes canales para la comunicación con el cliente, a menudo ponen poco empeño en compartir los datos entre esos canales, lo que impide que puedan crearse una mejor imagen de quiénes son sus clientes. De esta forma, los agentes no pueden trabajar de forma eficiente ya que se ven obligados a empezar de cero con cada cliente, gastando un tiempo valioso en buscar información sobre la persona con la que se están comunicando. Parece el típico caso de “un paso adelante y dos hacia atrás”.

Un servicio al cliente impulsado por las personas y perfeccionado por la tecnología.

Esto nos lleva a la actualidad. Ahora tenemos la tecnología necesaria para ofrecer un software de atención al cliente que sea realmente “omnichannel” y que se centre en los canales digitales más usados por los clientes.

El futuro del servicio de atención al cliente en redes sociales no es lineal, sino un ecosistema interactivo. Con el software adecuado, los datos de los clientes son agregados y cada solicitud es enviada al agente más adecuado para el trabajo.

De esta forma se pueden establecer conexiones personales entre los clientes y las marcas, dado que los agentes, gracias a los beneficios de la tecnología, pueden ofrecer el servicio personalizado que los clientes demandan. Se acabó la pérdida de información, los agentes sobrecargados e ineficientes y el servicio reactivo.

A partir de ahora, ofreceremos simple y llanamente un servicio de atención al cliente extraordinario, impulsado por las personas y perfeccionado por la tecnología.

Las Tres Etapas del Servicio de Atención al Cliente

- **Voz:** Servicio lineal, no interconectado, transacciones funcionales.
- **Variedad de canales:** Todavía servicio lineal, poco uso compartido de datos.
- **Tienda online:** Servicio multifacético, atención al cliente en entorno interactivo, experiencia del cliente satisfactorio.

La ironía de todo esto es que lo que quieren hoy en día los clientes es exactamente lo mismo que lo que los clientes siempre han querido: un servicio que dé resultados y que les trate y valore como individuos, no como problemas por resolver. Y dado que la mayoría de clientes utilizan en la actualidad las redes sociales y las tecnologías digitales, estos esperan ser capaces de comunicarse con las marcas con la facilidad y rapidez que esas tecnologías permiten. La mayoría de compañías saben que deberían ofrecer un servicio de atención al cliente en redes sociales efectivo pero lo que no saben es cómo hacerlo. Brand Embassy no es solo un software de atención al cliente, también ofrecemos a nuestros clientes servicios profesionales para ayudarles a integrarse con nuestro software. (Carlos Jiménez Carreno),(2017)

Antecedentes Referenciales

En la universidad de Guayaquil en la Facultad de Ciencias Administrativas año 2013 de las autoras Alvarado Rodríguez Paola Yohanna, Granados Ramírez Tatiana del Rocío y Guale Tomalá Ana Flora, plantearon el siguiente tema: **“Programa de capacitación basado en competencias laborales para el personal del departamento de talento humano de la empresa mi ángel”**.

Resumen

La compañía “Mi Ángel” traspasa por una problemática muy amplia en cuanto a sus colaboradores el mismo que requiere de conocimientos actualizados para beneficiarse y tener una excelente relación con los consumidores, es por eso que se plantea que la compañía proponga capacitaciones con el fin de mejorar las destrezas y habilidades de su personal de trabajo. Sus colaboradores de dicha compañía hoy en día, debe ser apreciado por que es factor muy importante, ya que es el intermedio por donde la compañía va a alcanzar con éxito su objetivo de producción y va a poder mantenerse en el mercado. Las capacitaciones son un instrumento primordial para el avance de la compañía, van a existir diversos prototipos de capacitaciones según la zona de trabajo que desempeña el empleado.

- La diferencia con el tema de investigación que presentan las autoras es un programa de capacitación en competencias laborales y aquí el proyecto de investigación apunta a una propuesta de un plan de capacitación al personal en conocimientos farmacéuticos, en si es para satisfacción al cliente.

En el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología año 2017 de la autora Jessica Vanessa Piguave Domo, con el tema **“Propuesta de mejora en la formación de asesores de puntos de venta en el área de consumo de farmacias fybeca en la ciudad de Guayaquil”**

Resumen

En la farmacia fybeca se gestiona examinar los conocimientos de los colaboradores del establecimiento que deben alcanzar y presentar a lo largo de su estabilidad en la farmacia, respecto al área de consumo y por otro lado el impacto que esto genera en los negocios.

Reparar destrezas adicionales a las que ya tiene efectuada la compañía, y de este modo desarrollar al personal del establecimiento, que de seguro va a permitir que los participantes pasen por un proceso integral de capacitaciones y otro tipo de modelos de instrucción para que desempeñen de forma segura su rol como vendedor, así también llegar a los objetivos de ventas y anexo a ello crear comunicación y fidelización de los clientes de la farmacia.

- La diferencia con el tema de investigación que presenta la autora es una propuesta de mejora en la formación de los colaboradores en su punto de ventas y el actual proyecto de investigación va a realizar un plan de capacitación a su personal de facturación en si los dos temas tienen semejanza ya que por el bienestar de las empresas necesitan tener un personal altamente capacitado para poder desempeñarse mejor en su área de trabajo.

En la universidad Católica de Santiago de Guayaquil año 2015 de la autora Zambrano Chumo Laura María con el tema: **“Optimización de recursos en la administración farmacéutica del hospital de especialidades de Guayaquil “Dr. Abel Gilbert Pontón”**

Resumen

En el Hospital de Especialidades de Guayaquil “Dr. Abel Gilbert Pontón” su estudio de investigación fue de calcular la gestión de medicamentos en el área de la Farmacia sus técnicas fueron con el fin de mejorar el buen manejo de recursos de medicinas farmacéuticas, para ello se examinó el servicio, la gestión farmacéutica y se evaluó el personal de enfermería en la preparación de medicamentos.

Los resultados arrojaron que los personales de enfermería no tienen juicios relacionados en la preparación de medicinas previo a la dosis en el paciente. Se perfecciona que consta la necesidad de efectuar herramientas utilizadas para iniciar el uso seguro de medicamentos y la optimización de recursos en el ambiente hospitalario.

- La diferencia con el tema de investigación planteado por la autora es de optimizar recursos en el área farmacéutica de dicho hospital para mejorar el servicio con los pacientes, al contrario del actual proyecto de investigación es mejor la atención brindada a sus clientes con un personal capacitado en conocimientos de farmacéuticos.

En la universidad de Guayaquil facultad de Ciencias Administrativas, año 2017 la autora: Betsy Carriel Robles con su tema: **“Diseño de plan estratégico de marketing para dependientes y clientes de farmacias Sana Sana los ríos a, en la localidad de Quevedo”**

Resumen

La farmacia Sana Sana va a diseñar un plan estratégico de marketing para obtener mayores clientes y un mejor rendimiento económico con las ventas, la franquicia tiene como herramienta fundamental dirigirse al consumidor, para poder sintetizar la venta de sus productos o servicios, obteniendo la ejecución perfecta con el marketing. Las redes sociales hoy en día son una herramienta muy importante en las comercializaciones llegan más rápido el mensaje a los clientes informándole sobre sus promociones entre otras cosas.

- La diferencia con este tema de proyecto de la autora es que se va a diseñar un plan estratégico de marketing para tener un buen rendimiento económico a discrepancia con el actual proyecto de investigación que se va a ejecutar un plan de capacitación a su personal para la satisfacción de sus clientes.

En la universidad Rafael Landívar Facultad de ciencias económicas y empresariales, año 2014 la autora Miriam Consuelo López de León con su tema de investigación: **"Evaluación del servicio al cliente en las empresas farmacéuticas de Coatepeque"**

Resumen

El primordial objetivo de esta investigación es valorar la forma en que se brinda actualmente el servicio al cliente en la empresa farmacéutica de Coatepeque.

Se ejecutó una indagación de tipo descriptiva y para efectuar la recolección de antecedentes se utilizó como instrumentos las encuestas a clientes, propietarios y colaboradores de las empresas farmacéuticas para revelar la apreciación que tienen los compradores del servicio que están recibiendo.

Con este estudio, se intenta detallar la forma en que se ofrece en la actualidad del servicio al usuario, para contribuir propuestas que aprovechen de guía a los dueños y logren brindar una prestación de calidad a los compradores.

- La diferencia con el tema de investigación realizado por la autora se trata de evaluar el servicio que se le está brindando a diferencia del actual proyecto de investigación que se va ejecutar en plan de capacitación para la mejora de atención al cliente en si tiene el mismo objetivo.

Fundamentación Legal

En la Constitución del Ecuador (2008)

Sección novena

Personas Usuarias y Consumidoras

Art. 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

Art. 53.- Las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias y consumidoras, y poner en práctica sistemas de atención y reparación.

El Estado responderá civilmente por los daños y perjuicios causados a las personas por negligencia y descuido en la atención de los servicios públicos que estén a su cargo, y por la carencia de servicios que hayan sido pagados.

Art. 54.- Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore.

Las personas serán responsables por la mala práctica en el ejercicio de su profesión, arte u oficio, en especial aquella que ponga en riesgo la integridad o la vida de las personas.

Art. 55.- Las personas usuarias y consumidoras podrán constituir asociaciones que promuevan la información y educación sobre sus derechos, y las representen y defiendan ante las autoridades judiciales o administrativas. Para el ejercicio de este u otros derechos, nadie será obligado a asociarse

Reglamento de Buenas Prácticas para Establecimientos Farmacéuticos

Acuerdo Ministerial 4872

Registro Oficial Suplemento 260 de 04-jun.-2014

Estado: Vigente

No. 0004872,

La Ministra de Salud Pública,

Capitulo III Personal del Establecimiento Farmacéutico

Art. 4: Los establecimientos farmacéuticos, deberán contar con 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.9: Los establecimientos deberán implementar un programa de capacitación para que el personal conozca y de cumplimiento a las normas de buenas prácticas de almacenamiento, distribución y transporte; dicha capacitación será continua y el personal será evaluado periódicamente, proceso del cual se llevara los registros respectivos.

Variables Conceptuales de la Investigación

Variable Independiente: Capacitación al Personal

La capacitación según Chiavenato (1988), Es el proceso educativo de corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, por medio del cual las personas adquieren conocimientos, desarrollan habilidades y competencias en función de objetivos definidos. la capacitación entraña la transmisión de conocimientos específicos relativos al trabajo, actitudes frente a aspectos de la organización, de la tarea y del ambiente, así como desarrollo de habilidades y competencias.

Según Ibáñez (1988): “La capacitación se considera como un proceso a corto plazo, en el que se utiliza un procedimiento planeado, sistemático y organizado, que comprende un conjunto de acciones educativas y administrativas orientadas al cambio y mejoramiento de conocimientos, habilidades y actitudes del personal, a fin de propiciar mejores niveles de desempeño compatibles con las exigencias del puesto que desempeña, y por lo tanto posibilita su desarrollo personal, y efectividad empresarial a la cual sirve.”

Variable dependiente: Satisfacción del cliente

Una sensación de placer o de decepción que resulta de comparar la experiencia del producto con las expectativas de beneficios previas.

Si los resultados son inferiores a las expectativas, el cliente queda insatisfecho. Si los resultados están a la altura de las expectativas, el cliente queda muy satisfecho o encantado. (Kotler keller p.144. (2006))

Philip Kotler, (2006) define la satisfacción del cliente como el nivel del estado de animo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas

Definiciones Conceptuales

Administración

Método por el cual un grupo de cooperación dirige sus acciones hacia metas comunes. Este método implica técnicas mediante las cuales un grupo principal de personas (los gerentes) coordinan las actividades de otras. (Joseph L. Massie 2000)

Atención farmacéutica

Es la asistencia a un paciente o grupos de pacientes, por parte del Químico Farmacéutico, en el seguimiento del tratamiento farmacoterapéutico, dirigida a contribuir con el médico tratante y otros profesionales del área de la salud en la consecución de los resultados previstos para mejorar su calidad de vida. (Cynthia Hernández 2015)

Calidad

De un producto o servicio se encuentra condicionada por tres cuestiones básicas: la perspectiva técnica (que abarca los detalles científicos y tecnológicos relacionados al producto en cuestión), la dimensión humana (la cual busca promover un vínculo positivo entre clientes y entidades empresariales) y la dimensión económica (que busca reducir los costos, tanto para la compañía como para el consumidor). (María Merino. 2008)

Competencia

Una competencia es un conjunto de atributos que una persona posee y le permiten desarrollar acción efectiva en determinado ámbito.
(Cesar Coll 2004).

Distribución

Comprende las estrategias y los procesos para mover los productos desde el punto de fabricación hasta el punto de venta (Jack Fleitman)

Elaboración

Así se denomina al proceso y el resultado de elaborar. Este verbo por su parte, alude a crear, fabricar, producir o transformar algo. (Julián Pérez Porto 2017.)

Empresa

Romero R, (2006) en su libro "Marketing", da su definición de empresa como "el organismo formado por personas, materiales, bienes aspiraciones y realizaciones comunes para dar satisfacciones a su cliente.

Investigación

Puede definirse como un esfuerzo que se emprende para resolver un problema, claro está, un problema de conocimiento Fidias A. (1997

Logística

Es el conjunto de los medios y métodos que permiten llevar a cabo la organización de una empresa o de un servicio. La logística empresarial implica un cierto orden en los procesos que involucran a la producción y la comercialización de mercancías. (Julián Pérez Porto. 2009)

Marketing

El proceso social y administrativo por el cual los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios". Philip Kotler.

Oferta

Combinación de productos, servicios, información o experiencias que se ofrece en un mercado para satisfacer una necesidad o deseo Complementando ésta definición, los autores consideran que las ofertas de marketing no se limitan a productos físicos, sino que incluyen: servicios, actividades o beneficios; es decir, que incluyen otras entidades tales como: personas, lugares, organizaciones, información e ideas. (Kotler, Armstrong, Cámara y Cruz 1998)

Plan

Es una intención o un proyecto. Se trata de un modelo sistemático que se elabora antes de realizar una acción, con el objetivo de dirigirla y encauzarla. En este sentido, un plan también es un escrito que precisa los detalles necesarios para realizar una obra. (Julián Pérez Porto. (2009))

Planificar

(IMESUN, 2016) "Significa pensar y organizar las actividades necesarias, para lograr un objetivo deseado". (p1)

Producto

Es "un artículo, servicio o idea que consiste en un conjunto de atributos tangibles o intangibles que satisface a los consumidores y es recibido a cambio de dinero u otra unidad de valor" (Kerin, Hartley.1990)

Protocolo

Es un conjunto de reglas establecidas por normas establecidas o por costumbres para ceremonias para actos oficiales o solemnes (R. A. E, 2018)

Servicios

Los servicios debido a su propia naturaleza son diferentes de sus bienes tangibles tanto en su forma de producirlos, consumirlos como evaluarlos (Pamies D, 2004(p3).

Venta

Es una función que forma parte del proceso sistemático de la mercadotecnia y la definen como "toda actividad que genera en los clientes el último impulso hacia el intercambio". Ambos autores señalan, además, que es "en este punto (la venta), donde se hace efectivo el esfuerzo de las actividades anteriores (investigación de mercado, decisiones sobre el producto y decisiones de precio)

(Laura Fischer y Jorge Espejo. 1998)

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

Datos de la Empresa

- **Nombre o Razón Social del Establecimiento:** Farmaservicio S.A
Farmacéutica y Servicio
- **Nombre del Local:** Distribuidora Farmacéutica Superior S.A
Establecimiento número cuatro
- **Nombre del Propietario o Representante Legal:** Sr. Eucebio
Agapito Orellana Méndez
- **Fecha de Fundación:** 7 de junio de 2011
- **Registro único de contribuyente:** 0992287837001

La Distribuidora Farmacéutica Superior S.A, se encuentra ubicada en la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas en las calles Ximena 311 y Manuel Galecio, donde se encuentra el mercado de las farmacéuticas. Actualmente la empresa cuenta con 22 colaboradores, El supervisor general, los supervisores júniores, facturadores, bodegueros y cajeras, dentro de sus servicios se ha brindado atención de al cliente en medicinas de marcas & genéricos, nutrición infantil, productos naturales, de aseo personal y medicación continua con precios muy bajos en el mercado.

Visión

Crecer aún más, llegar con nuestra filosofía de trabajo y servicio a todo el territorio ecuatoriano, esforzándonos hasta convertirnos en el grupo de distribuidoras aliadas de mayor reconocimiento por parte del mercado consumidor nacional y turístico.

Misión

Desde el 1ero. de mayo de 1993, nuestra misión ha tenido dos pilares fundamentales para nuestros clientes; salud y economía, siendo estos los principales elementos de nuestra misión.

Croquis de la Empresa

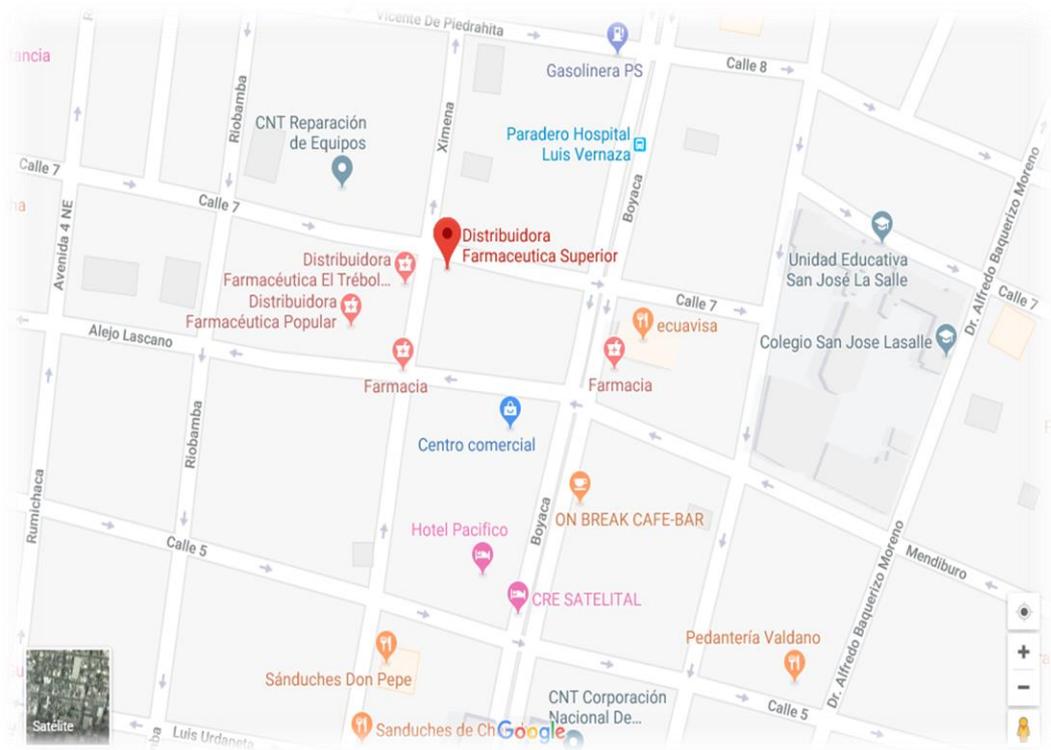


Figura 1

Nota: Google Mapa

Logotipo de la Empresa



Figura 2

Nota: Google Imágenes

Principales Clientes

La distribuidora Superior S.A, ofrece productos farmacéuticos en el cual tiene clientes fijos y buscan captar nuevos consumidores. Tenemos pequeños comerciantes que nos realizan las compras. Mayor parte abarcamos la población de la ciudad de Guayaquil.

Principales Competidores:

- La Primicia
- Yammedical
- La Rebaja
- La Popular

Proveedores

La distribuidora Superior S.A, consta con medicamentos de marcas y genéricos, nutrición infantil, cosas de aseo entre otras y se constituye de varios laboratorios:

Genéricos:

- La Sante
- Kronos
- MK
- Genfar
- Labovida

Comercial:

- Bayer
- Merck
- Life
- Grunenthal
- Acromax
- Bago
- Sanofi
- Romme
- Natures Garden
- Pharma Bran

Nutrición Infantil:

- Aspen
- Nestle
- Aboot
- Greentre
- Seres
- Mead Johnson
- Ordesa
- Nutricia

Organigrama de la Empresa

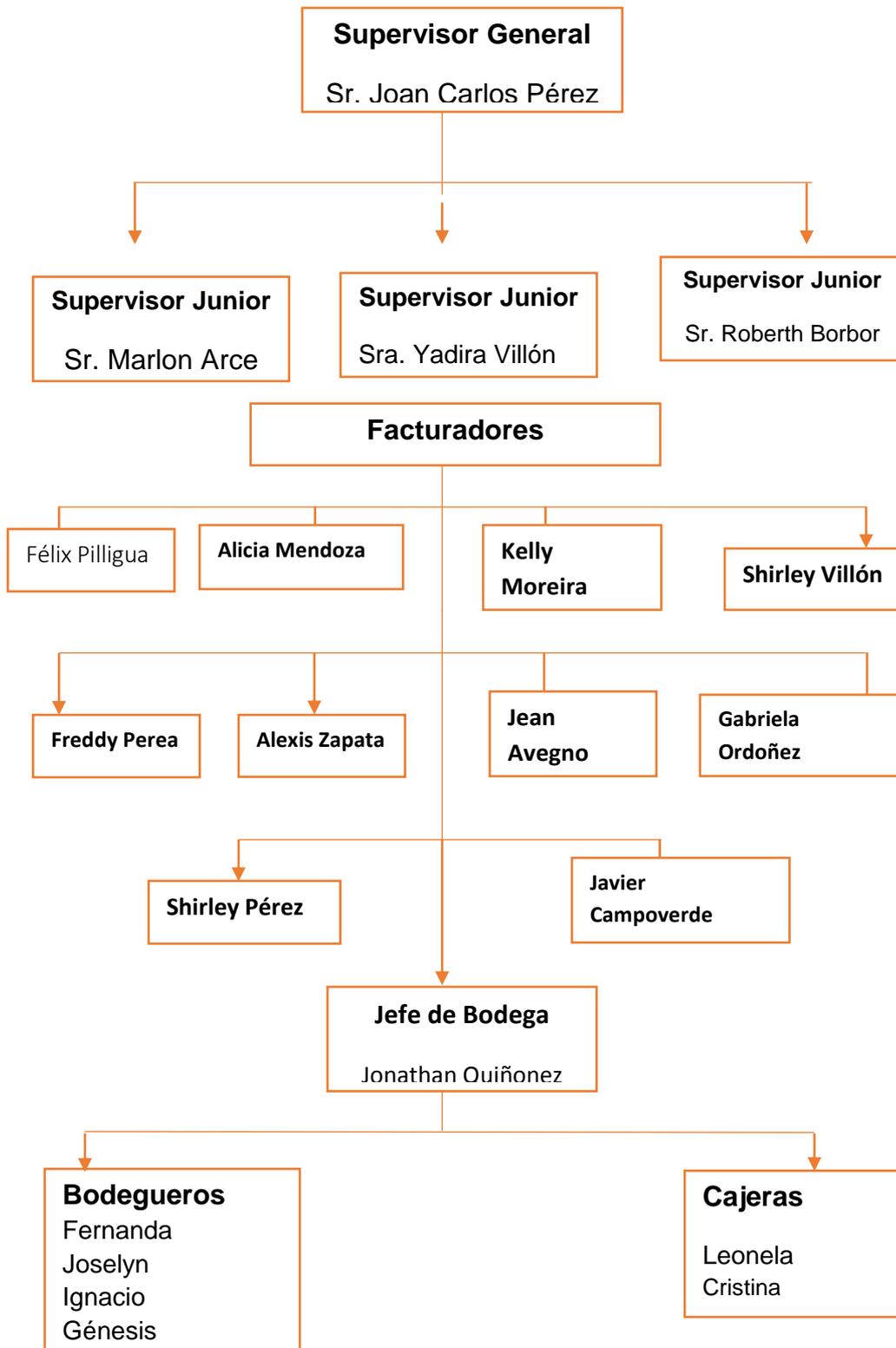


Figura 3

Nota: Autora Mendoza, A (2018)

Descripción de Actividades de los Colaboradores

Supervisor General

- Controla el ingreso de la mercadería en el sistema con factura firmada y sellada una vez aprobado por el bodeguero.
- Gestiona las ventas diarias de cada facturador que lleguen a su plus.
- Supervisa que se cumplan los objetivos planteados en el mes
- Controla recetas de psicotrópico antes de ser facturado.

Supervisores Junior

- Inspecciona el orden de las medicinas en sus perchas respectivas entre otras.
- Gestiona los movimientos de cada producto como egresos y salida.
- Analiza el comportamiento de los colaboradores y que cumplan con sus tareas.

Facturadores

- Se encargan de atender a los clientes y coger sus pedidos sea personalmente o por medio de call center.
- Facturar correctamente lo que el cliente desea.
- Sacar productos que tengan poca rotación.
- Chequear el pedido del cliente que valla correctamente.
- Mantener sus perchas en orden.

Jefe de Bodega

- Chequear la mercadería incluido fecha, lote y precios.
- Mantener en orden en la bodega con cada percha en orden alfabético.
- Que los pedidos salgan con agilidad y sin demora.
- Conservar la bodega limpia

Bodegueros

- Gestionar el percheo de las mercaderías que llega en su respectiva percha.
- Sacar la mercadería dependiendo de la factura ya realizada con mayor rapidez
- Mantener el orden

Cajeras

- Cobrar las facturas entrantes
- Gestionar los pagos de las facturas con cheques o voucher que están bien realizado fecha y firma.
- Abrir su caja y completar el cierre, enviar los reportes diarios

Diseño de la Investigación

Para la elaboración de este proyecto de investigación se va a utilizar los siguientes diseños:

Diseño Bibliográfico

Se fundamenta en la revisión sistemática, rigurosa y profunda del material documental de cualquier clase. Se procura el análisis de los fenómenos o el establecimiento de la relación entre dos o más variables. Cuando opta por este tipo de estudio, el investigador utiliza documentos, los recolecta, selecciona, analiza y presenta resultados coherentes. Según el autor (Santa Paella y Feliberto Martins, 2010, p.87)

En este esquema de proyecto se va utilizar el diseño de investigación bibliográfico porque se basa en documentos, revistas, libros, auditorías sobre las capacitaciones continuas que debe tener el personal para una mejor atención al cliente y obtener mayores beneficios, tanto los colaboradores como la empresa en sí.

Diseño de Campo

Según el autor (Santa Paella y Feliberto Martins (2010)), define: La Investigación de campo consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar las variables. Estudia los fenómenos sociales en su ambiente natural. El investigador no manipula variables debido a que esto hace perder el ambiente de naturalidad en el cual se manifiesta. (p.88)

Se elige el diseño de investigación campo, porque se va a recolectar información directamente en la Distribuidora Superior S.A para saber que tanto desconocimiento farmacéutico tienen los facturadores para así aplicar el esquema de capacitación correspondiente, con ayuda de cada representante de los laboratorios.

Tipos de Investigación

Tabla 2 **Clasificación**

Explotaría	Explicativa	Descriptiva	Correlacional
Es aquella que se efectúa sobre un tema u objeto desconocido o poco estudiado, por lo que sus resultados constituyen una visión aproximada de dicho objeto, es decir, un nivel superficial de conocimientos. Fidias G. Arias (2012),.(p.23)	Se encarga de buscar el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto. En los estudios explicativos pueden ocuparse tanto de la determinación de las causas (investigación post facto), como de los efectos (investigación experimental), mediante la prueba de hipótesis. Fidias G. Arias (2012),.(p.26).	Consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere. Fidias G. Arias (2012),.(p.24)	Se refiere al "grado de relación (no causal) que existe entre dos o más variables. Para realizar este tipo de estudio, primero se debe medir las variables y luego, mediante pruebas de hipótesis correlacionales acompañadas de la aplicación de técnicas estadísticas, Tamayo (1999),

Nota: Autora Mendoza, A (2018)

Tipo de Investigación Explicativo

Se va a elaborar en el proyecto de investigación el tipo explicativo, porque consiente en observar e identificar con habilidad la falta de conocimientos farmacéuticos básicos de los facturadores de la Distribuidora Superior S.A para cumplir con la satisfacción del cliente con un servicio de calidad.

Tipo de Investigación Descriptivo

Este tipo de investigación descriptivo con el cual se va examinar y equilibrar las características usuales de la Distribuidora Superior S.A en cuanto a la satisfacción de la clientela, además se identifican el porqué del problema, para así almacenar e investigar los modelos y acciones de la atención brindada y poder crear un tipo protocolo para el mejoramiento de la eficacia del servicio.

Población y Muestra

Población: Según Tamayo (1997), La población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación. (p.114)

Población Finita: Es aquella cuyos elementos en su totalidad son identificables por el investigador, por lo menos desde el punto de vista del conocimiento que se tiene sobre su cantidad total, por ejemplo, los libros en una biblioteca, el número de pacientes hospitalizados en una clínica. La población es finita cuando el investigador cuenta con el registro de todos los elementos que conforman la población en estudio. Sin embargo, estadísticamente se considera que una población es finita cuando está conformada por menos de cien mil elementos. Ramírez (2004)

Agrupación en la que se conoce el monto de unidades que la integran. Además, existe un registro documental de dicho total.

Población Infinita: Se considera población infinita aquellas de cuyos elementos es imposible tener un registro, ya que no existe un registro documental de estos, pues es imposible registrarlos en su totalidad. Por ejemplo, la cantidad de personas víctimas de delitos menores en una ciudad determinada, la totalidad de animales de una especie determinada. Estadísticamente, sin embargo, se considera como población infinita aquella cuya cantidad de elementos exceden de cien mil. Ramírez (2004)

Es aquella en la que se desconoce el total de elementos que la conforman, por cuanto no existe un registro documental de éstos debido a que su elaboración sería prácticamente imposible.

Tabla 3 **Universo**

Personal	Cantidad
Supervisor General	1
Supervisor Junior	3
Facturadores	10
Bodegueros	6
Cajeras	2
Total	22

Nota: Autora Mendoza, A (2018)

La población de este proyecto de investigación es finita porque consta de 22 personas incluido supervisores, junior, facturadores, bodegueros y cajeras que laboran en la distribuidora Superior S.A, en el cual se puede contar de manera fácil.

Muestra

La muestra en el proceso cualitativo es un grupo de personas, eventos, sucesos, comunidades, etc., sobre el cual se habrán de recolectar los datos, sin que necesariamente sea representativo del universo o población que se estudia. Hernández (2008), (p.562).

Muestra Estratificado: Una muestra es estratificada cuando los elementos de la muestra son proporcionales a su presencia en la población. La presencia de un elemento en un estrato excluye su presencia en otro. Para este tipo de muestreo, se divide a la población en varios grupos o estratos con el fin de dar representatividad a los distintos factores que integran el universo de estudio. Para la selección de los elementos o unidades representantes, se utiliza el método de muestreo aleatorio. Tamayo y Tamayo (1997)

Muestreo Aleatorio Simple: La forma más común de obtener una muestra es la selección al azar. Es decir, cada uno de los individuos de una población tiene la misma posibilidad de ser elegido. Si no se cumple este requisito, se dice que la muestra es viciada. Para tener la seguridad de que la muestra aleatoria no es viciada, debe emplearse para su constitución una tabla de números aleatorios. Tamayo y Tamayo (1997)

No se utiliza ninguna de estas muestras porque la población es finita.

Métodos y Técnicas de Investigación

Método Deductivo - Inductivo

De acuerdo a Ander-Egg, E. (1997, p. 97) “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”. Para Hernández Sampieri, R., et al (2006, p. 107) “el método inductivo se aplica en los principios descubiertos a casos particulares, a partir de un enlace de juicios”.

Método Analítico

Según Abad, P. (2009, p. 94) “Se distinguen los elementos de un fenómeno y se procede a revisar ordenadamente cada uno de ellos por separado”.

Técnicas e Instrumento de Investigación

Tabla 4 Procedimiento

Técnicas	Instrumentos
Entrevista	Formulario
Encuesta	Cuestionario

Nota: Autora Mendoza, A (2018)

Encuesta

Según, Kuznik, Hurtado, & Espinal, (2010) El uso de la encuesta de tipo social, “La encuesta es una técnica de recogida de datos, o sea una forma concreta, particular y práctica de un procedimiento de investigación. Se enmarca en los diseños no experimentales de investigación empírica propios de la estrategia cuantitativa, ya que permite estructurar y cuantificar los datos encontrados y generalizar los resultados a toda la población estudiada”. (p317)

Entrevista

Según Morgan R, (2012), autor del libro Teoría y técnica de la entrevista. Entrevista es la acción de reunirse, verse mutuamente. Implica la comparecencia de dos o más personas en un lugar determinado para tratar algo de interés: un encuentro cara a cara en el que se generan preguntas y respuestas sobre algún punto en común. Dialogar para saber o profundizar es la esencia de la entrevista; en este último sentido toda entrevista tiene un común denominador: gestionar información, investigar(p8)

Procedimiento de la Investigación

La encuesta estará establecida en un cuestionario para la ejecución de un estudio detallado a través de preguntas, que serán respondidas por los clientes de la empresa efectuando así medidas para obtener conclusiones para mejorar lo antes dicho.

La encuesta va estar conformada por un cuestionario de 10 preguntas entre ellas opciones múltiples en numeración de cuatro opciones para seleccionar según su valoración.

Las interrogaciones de la encuesta están orientadas en la atención del cliente y satisfacción, en el momento de dudas sobre las medicinas. Con estas encuestas nos arrojará resultados de como nuestros colaboradores están aportando a la farmacéutica y en sí, poder tener una mejora en la atención al cliente e implementar las capacitaciones a nuestros facturadores en conocimientos farmacéuticos básicos.

Con los resultados de las encuestas ya ejecutadas a los clientes, se va a sacar el porcentaje de cada una de ellas con sus respectivos gráficos y tablas formuladas, así obteniendo con mayor veracidad las deducciones.

Entrevista al Supervisor General y Supervisor Junior de la Farmacéutica Superior S.A

La entrevista es un dialogo personal entre dos personas donde se efectúa un listado de preguntas abiertas, con el propósito de conocer las opiniones del entrevistador establecer un criterio más despejado al momento de plasmar su efecto final.

El formulario estará conformado por nueve preguntas abiertas que se va a realizar al Supervisor del área y Supervisor Junior para saber sus objetivos acerca sobre la atención del cliente y satisfacción en la farmacéutica, en la cual él lograra pronunciarse de forma independiente de este modo fue considerable más factible obtener las soluciones que han sido aclaradas por el entrevistador.

Con las respuestas de las entrevistas se va a formar una tabla con sus respectivas preguntas adquiriendo lo del entrevistador lo más significativo que respondió su entrevistado, dando así por terminado la parte de la conversación ya ejecutada.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Encuesta

1. ¿Al llegar al establecimiento notó interés del facturador en atenderlo?

Tabla 5 Interés

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	50%
No	2	5%
A veces	5	15%
Siempre	8	30%
Total	25	100%

Nota: Autora Mendoza, A (2018)

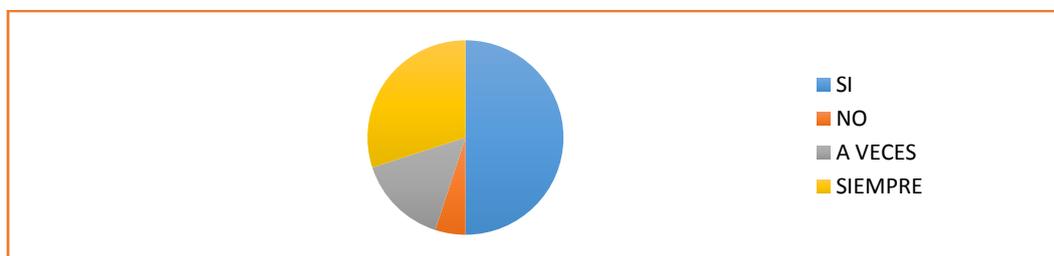


Figura 4 Interés

Nota: Autora Mendoza, A (2018)

Interpretación:

En la figura se da a conocer que el facturador si da interés a los clientes en el momento de atenderlos con si afirmativo la mayoría de las veces realizadas en las encuestas. Queda demostrado que el personal está muy atento en cada cliente que llega al punto de venta y es atendido de la mejor manera.

2. ¿Cómo fue el trato que obtuvo en el momento de realizar su pedido?

Tabla 6 **Trato**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Muy bueno	12	55%
Bueno	8	30%
Regular	4	10%
Malo	1	5%
Total	25	100%

Nota: Autora Mendoza, A (2018)

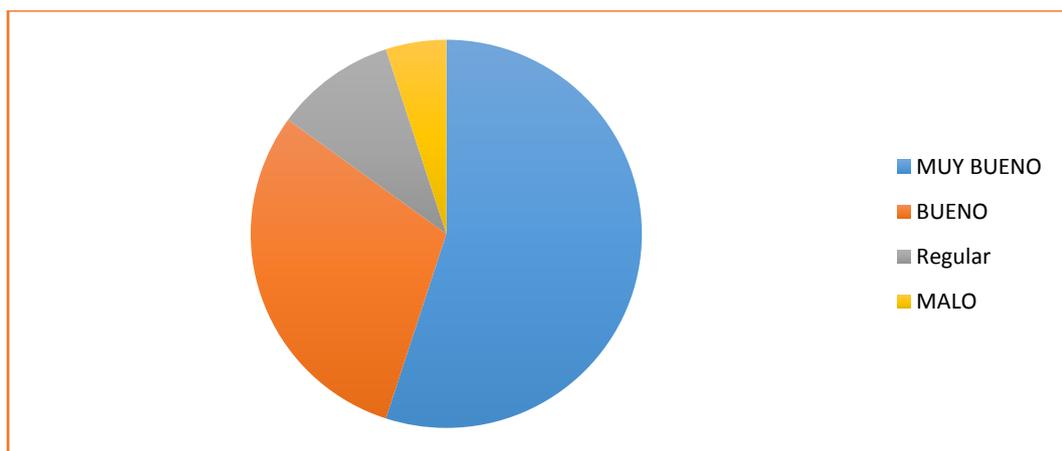


Figura 5 **Trato**

Nota: Autora Mendoza, A (2018)

Interpretación:

El resultado sobre el trato es totalmente positivo los facturadores siempre demostrando su buen desempeño en la atención del cliente, han coincidido los encuestadores.

Se va a mejorar los resultados que dieron al 10 % y 5 % que indicaron lo contrario para que así el buen trato a los clientes sea de calidad y regresen al punto de venta.

3. ¿Le dieron a conocer las promociones y ofertas que tenemos en la distribuidora?

Tabla 7 Promociones / Ofertas

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	45%
No	1	2%
A veces	2	3%
Siempre	12	50%
Total	25	100%

Nota: Autora Mendoza, A (2018)

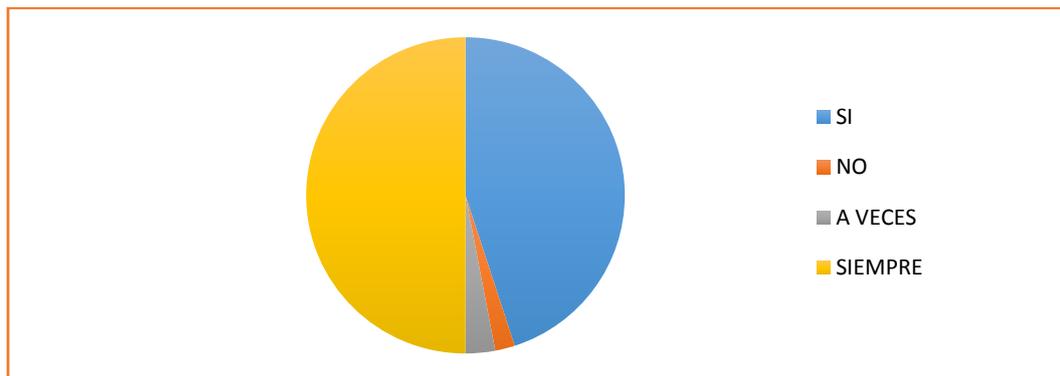


Figura 6 Promociones / Ofertas

Nota: Autora Mendoza, A (2018)

Interpretación:

La figura nos da a conocer que siempre los clientes están informados de nuestras promociones y ofertas que tenemos en el punto de venta, por los facturadores o ya sea en las redes sociales que siempre informan, según los resultados de la encuesta ya elaboradas. Seguir con estos recursos ya que es un factor muy importante en las ventas de la farmacéutica Superior S.A

4. ¿Al entregarle su compra, le revisaron que todos sus productos este en buen estado?

Tabla 8 Revisión de Productos

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	8	40%
No	2	2%
A veces	3	3%
Siempre	12	55%
Total	25	100%

Nota: Autora Mendoza, A (2018)

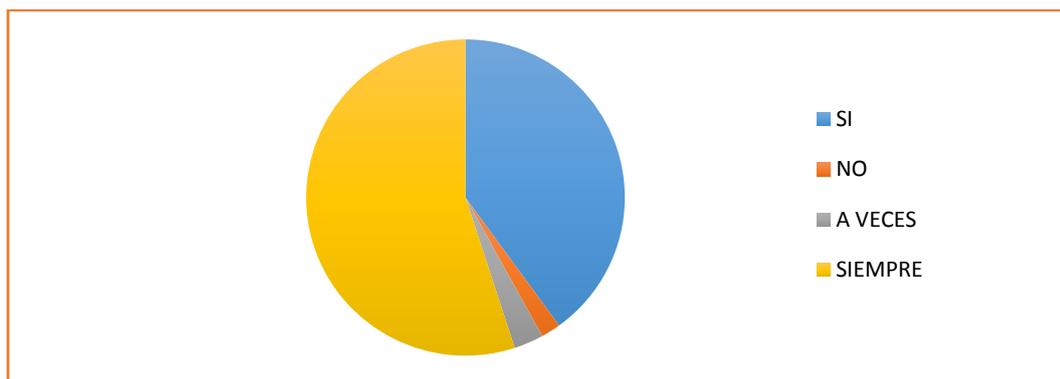


Figura 7 Revisión de Productos

Nota: Autora Mendoza, A (2018)

Interpretación:

El resultado de la encuesta da a conocer que la revisión de los productos es continua los facturadores no tienen inconveniente en chequear los productos de cada pedido antes de ser entregado al cliente, para que así el cliente no regrese por algún reclamo o novedad y no allá faltantes de productos o cruces en la bodega.

Con el único fin de obtener un buen inventario de la distribuidora Farmacéutica Superior S.A.

5. ¿Considera usted que el colaborador está altamente capacitado para este servicio de atención al cliente en la distribuidora?

Tabla 9 **Capacitado**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	2	3%
No	8	40%
A veces	10	50%
Siempre	5	7%
Total	25	100%

Nota: Autora Mendoza, A (2018)

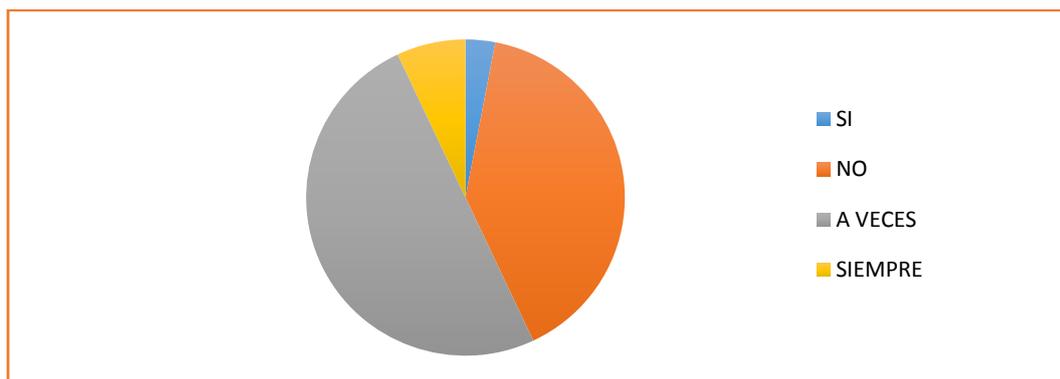


Figura 8 **Capacitado**

Nota: Autora Mendoza, A (2018)

Interpretación:

El resultado sobre si el personal está altamente capacitado es totalmente negativo hay un escaso conocimiento con la atención al cliente como podemos observar en el pastel que la totalidad de los encuestadores han coincidido que no están bien capacitados, y que se solicita realizar un compromiso urgente en la atención que se presta al cliente. El supervisor debe tomar en cuenta este factor muy importante implementar un plan urgente para recobrar esta falta tan grave.

6. ¿Cuál es su grado de satisfacción general con la distribuidora Superior S.A.?

Tabla 10 **Grado de Satisfacción**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Muy bueno	4	8%
Bueno	10	45%
Regular	10	45%
Malo	1	2%
Total	25	100%

Nota: Autora Mendoza, A (2018)

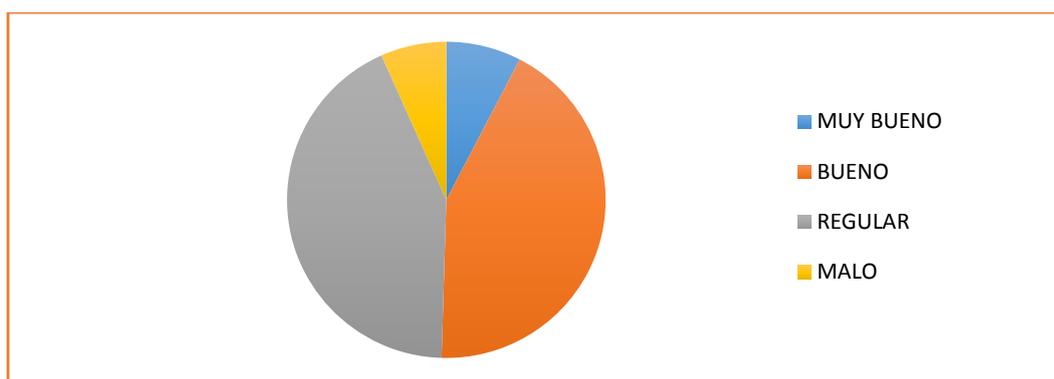


Figura 9 **Grado de Satisfacción**

Nota: Autora Mendoza, A (2018)

Interpretación:

En el grado de satisfacción en general de la distribuidora dio como resultado entre bueno y regular según los encuestadores lo que permite a los supervisores tomar en cuenta este factor importante que es la satisfacción al cliente. Mejorar este grado para que así se obtenga buenos resultados con el único fin de brindar un buen servicio de calidad a los consumidores.

7. ¿Usted recomienda nuestro servicio a sus familiares y amigos?

Tabla 11 Recomendaciones

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	8	30%
No	1	5%
A veces	6	20%
Siempre	10	45%
Total	25	100%

Nota: Autora Mendoza, A (2018)

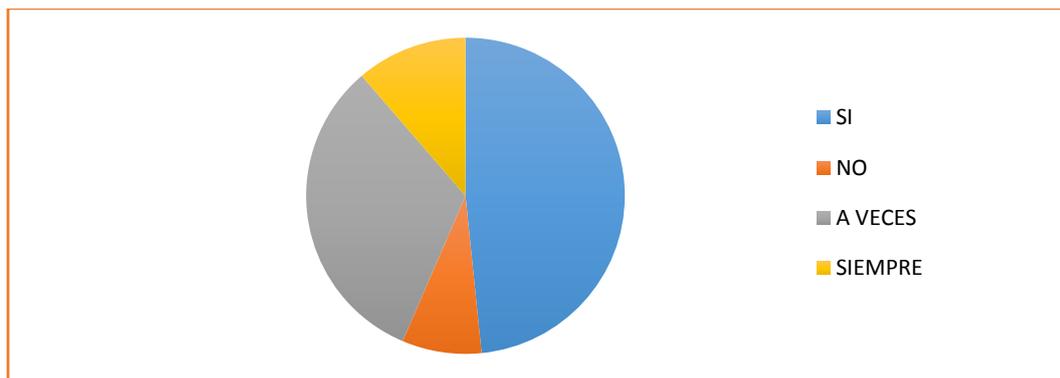


Figura 10 Recomendaciones

Nota: Autora Mendoza, A (2018)

Interpretación:

Los resultados obtenidos sobre si recomiendan el punto de venta con afirmativo lo que certifica que se va a captar mayor clientela ya sea por los buenos precios, promociones o hasta el buen trato que reciben los clientes de parte de los colaboradores.

Según los encuestadores recomiendan mucho la farmacéutica, este factor es muy importante para la compañía tener buenas referencias en el mercado que es bastante competitivo.

8. ¿Sus dudas sobre los medicamentos y dosificaciones fueron despejadas?

Tabla 12 Medicamentos/Dosis

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	15%
No	3	5%
A veces	12	45%
Siempre	6	35%
Total	25	100%

Nota: Autora Mendoza, A (2018)

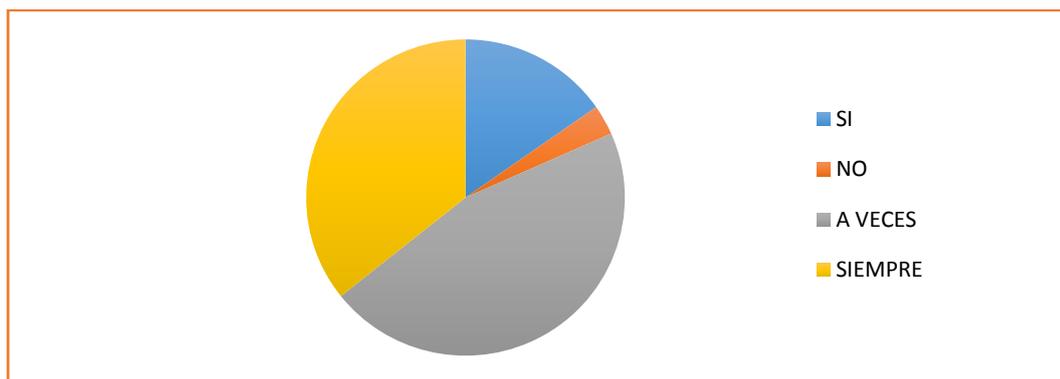


Figura 11 Medicamentos/Dosis

Nota: Autora Mendoza, A (2018)

Interpretación:

Sobre la medicación y dosis se reconoce que el personal debe mejorar sus conocimientos en el área de dosificaciones de cada medicina, para así poder despejar las dudas e inquietudes de los clientes y terminar una venta en buenos términos sin complicaciones. Los encuestadores dan a conocer sus expectativas referidas a los facturadores esto nos ayudara mejorar el servicio.

10. ¿Usted recomienda tener un buzón de sugerencias en nuestro punto de venta?

Tabla 14 Buzón de Sugerencias

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	45%
No	15	55%
Total	25	100%

Nota: Autora Mendoza, A (2018)

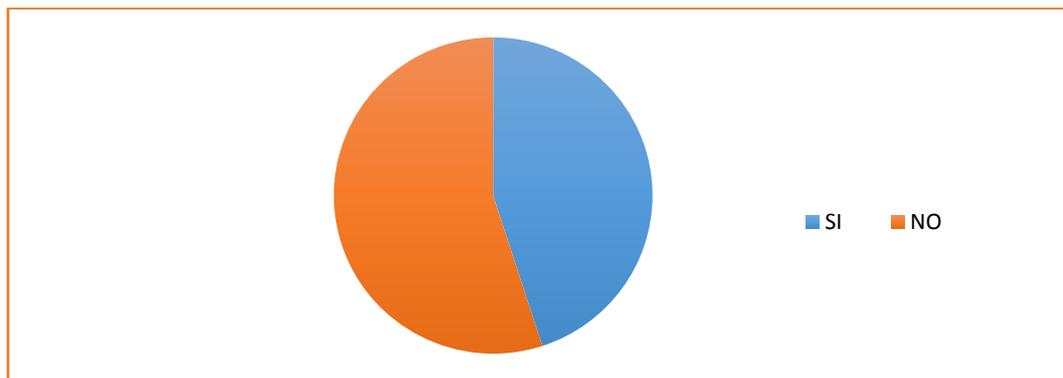


Figura 13 Buzón de Sugerencias

Nota: Autora Mendoza, A (2018)

Interpretación:

El resultado sobre tener un buzón de sugerencias en el punto de venta fue algo negativo con mayores votos, aunque fue casi un 50/50.

Si se establece este buzón se puede saber las necesidades que desean los clientes y así poder darle satisfacción en el servicio.

Análisis de Entrevista

Tabla 15

Entrevista

Preguntas	Entrevistado 1	Entrevistado2
1. ¿Creé usted que su personal de facturación está altamente calificado para la atención al cliente?	Le falta mucho por instruirse y adquirir conocimientos al pasar el tiempo.	Es un personal muy joven con muchas ganas de aprender.
2. ¿Cómo supervisor de la farmacéutica se debe tener un protocolo de ventas?	Un protocolo de ventas es muy importante para cada empresa.	Implementarlo sería un buen aporte a la distribuidora.
3. ¿Cuáles son las fortalezas y debilidades de su punto de venta? Especifique.	Reconocimiento en el mercado, equipo humano no capacitado.	Buenos precios en el mercado, personal sin conocimientos
4. El objetivo de este proyecto de investigación es implementar un plan de capacitación al personal de facturación ¿Sería útil aplicarlo?	Claro, sería bien útil aplicarlo en nuestro punto de venta.	Nuestro personal saldrá muy beneficiado, tanto como la distribuidora
5. ¿La falta de conocimientos básicos farmacéutico asocia la pérdida de los clientes?	Si afecta que el personal no tenga conocimientos básicos	Claro, porque deben estar capacitado y los clientes se dan cuenta cuando no tienen conocimientos.
6. ¿Cuáles son sus estrategias de ventas que aplica a su personal de facturación?	Darle unos tips a mis colaboradores para que se sientan seguros en el momento de cerrar un venta	Además de las promociones establecidas en el área de marketing, recordarles que ellos pueden impulsar cualquier producto.
7. ¿Cómo usted motiva a su equipo de trabajo para que rinda al 100% esto influye en el ambiente laboral?	Siempre hago reuniones antes de comenzar a laborar explicándole de promociones y motivarlos emocionalmente	Estoy con ellos en cada momento diciéndoles que ellos son las parte fundamental de la farmacéutica
8. ¿Le agrada su función que desempeña en su punto de venta?	Si me gusta mi trabajó en esta área farmacéutica	Soy nuevo en esto, pero doy lo mejor de mí. Me agrada mi puesto de trabajo
9. ¿Qué mejoraría usted en su punto de venta?	Tener un personal con buenas actitudes y ganas	Mejoraría el orden y disciplina

Nota: Autora Mendoza, A (2018)

Interpretación:

Las respuestas obtenidas por el Supervisor General y Junior dadas por la entrevista realizada permite saber del déficit exacto de la farmacéutica Superior S.A, se reconoce que el personal del área de facturación necesita tener conocimientos inmediatos de productos farmacéuticos, aunque es un buen punto de venta, tiene muchos clientes a diario sus colaboradores tienen muchas ganas de aprender son jóvenes que adquieren instrucciones fácilmente, teniendo una buena actitud por parte de ellos el supervisor certifica que es un buen equipo de trabajo comenzando desde la bodega. Con el plan de capacitación acotó el entrevistador en este caso el supervisor Junior que será un buen aporte tanto para la empresa como el ámbito profesional para cada personal que acepte la capacitación con ganas de aprender un poco más cada día. Aunque en el diario laboral se aprende mucho.

Aunque tienen una buena estrategia de ventas ya sea por redes sociales, promociones, dos por uno entre otras cosas más, tienen muchas fortalezas como punto de venta, así que con un buen plan de capacitaciones lograrán obtener mayor rentabilidad en el mercado, por que tener buenas satisfacciones del cliente es bien importante en el ámbito de lo negocios, esto traerá estabilidad, fidelidad y recomendaciones en general sobre todo el mercado de las farmacéuticas.

El supervisor delimito algo muy interesante que su equipo de trabajo son gente muy joven con ganas de aprender y seguir adelante estar rodeada de gente con tanta vitalidad crea un buen clima de ámbito laboral, cuando llega pasar algún inconveniente antes del cierre se reúnen y se hablan de las diferencias que hubo en el día y que solución se puede dar aquel problema en el instante sin necesidad que el cliente sea involucrado y allá una medida inmediata con los movimientos del día a día se aprende cada cosa según el Supervisor General de la distribuidora Superior S.A.

Plan de Mejoras

Objetivo: Obtener una mejora en los conocimientos farmacéuticos del personal del departamento de facturación para la satisfacción del cliente.

Tabla 16 **Plan Semanal**

	Contenidos	Actividades	Fecha	Horario	Lugar	Capacitador
1era Semana	Antibióticos en general	Presentación de diapositivas de los antibióticos en general	7/01	11:00 AM - 13:00 PM	Auditorio Piso 2	Lcda. Karen Estefanía Loor Torres
	Dosis, de acuerdo a la edad según medicamento	Talleres según dosis a su edad del medicamento	9/01			
	Contraindicaciones o exceso de ellos.	Formar grupos para un debate	11/01			
2da Semana	Grupos antiinflamatorios y analgésicos	Elaboración de mapas conceptuales "Grupos antiinflamatorios/ analgésicos"	14/01	11:00 AM - 13:00 PM	Auditorio Piso 2	Auxiliar en Enfermería Sra. Grace Torres Piña
	Recomendaciones según el tipo de dolor	Talleres en grupo	16/01			
	Dosis máxima por día.	Conversatorio en grupos	18/01			

Nota: Autora Mendoza, A (2018)

Tabla 17

Plan Semanal 1

	Contenidos	Actividades	Fecha	Horario	Lugar	Capacitador
3era Semana	Grupo antigripales	Revisión de folletos	21/01	11:00 AM - 13:00 PM	Auditorio Piso 2	Lcda. Karen Estefanía Loor Torres
	Dosis, de acuerdo a la edad	Presentación de diapositivas	23/01			
	Contraindicaciones o exceso de ellos.	Conversatorio	25/01			
4ta Semana	Antialérgicos/ Tipos de Alergias	Analices de los tipos de alergias	28/01	11:00 AM - 13:00 PM	Auditorio Piso 2	Auxiliar en Enfermería Sra. Grace Torres Piña
	Recomendaciones según el tipo de alergias	Realizar exposiciones	30/01			
	Dosis máxima por día.	Revisión de folletos	01/02			

Nota: Autora Mendoza, A (2018)

Tabla 18

Plan Semanal 2

	Contenidos	Actividades	Fecha	Horario	Lugar	Capacitador
5ta Semana	Protectores Hepáticos	Presentación de diapositivas, casos varios	4/02	11:00 AM - 13:00 PM	Auditorio Piso 2	Lcda. Karen Estefanía Loor Torres
	Anti gástricos	Análisis de folletos	6/02			
	Personas con diabetes	Formar esquemas de la diabetes	08/02			
6ta Semana	Antidepresivos /Medicamentos controlados	Debate de medicamentos controlados	11/02	11:00 AM - 13:00 PM	Auditorio Piso 2	Auxiliar en Enfermería Sra. Grace Torres Piña
	Presión arterial	Formación de grupos, exposición	13/02			
	Suplementos alimenticios para niños y adultos	Realizar esquemas de suplementos alimenticios	15/02			

Nota: Autora Mendoza, A (2018)

CRONOGRAMA

Tiempo	2019																		
	Enero											Febrero							
Actividades	7	9	11	14	16	18	21	23	25	28	30	1	4	6	8	11	13	15	
Presentación de diapositivas de los antibióticos en general																			
Talleres según dosis a su edad																			
Formar grupos para un debate																			
Elaboración de mapas conceptuales antiinflamatorios/ analgésicos																			
Talleres en grupo																			

Tiempo	2019																	
	Enero											Febrero						
Actividades	7	9	11	14	16	18	21	23	25	28	30	1	4	6	8	11	13	15
Conversatorio en grupos																		
Revisión de folletos																		
Presentación de diapositivas																		
Conversatorio																		
Análisis de los tipos de alergias																		
Realizar exposiciones																		
Revisión de folletos																		

Tiempo	2019																		
	Enero											Febrero							
	7	9	11	14	16	18	21	23	25	28	30	1	4	6	8	11	13	15	
Presentación de diapositivas, casos varios																			
Análisis de folletos																			
Formar esquemas de la diabetes																			
Debate de medicamentos controlados																			
Formación de grupos, exposición																			
Realizar esquemas de suplementos alimenticios																			

Presupuesto Económico

Ingresos	Egresos	Gastos
Gestión	Capacitador	
	Lcda. Loor (\$150 c/u) x 3	\$ 450
	Enfermera Torres (\$100 c/u) x 3	\$ 300
Distribuidora	Refrigerio de seis semanas	\$ 540
Superior S.A	Folletos	\$ 50
	Materiales	\$ 60
	Varios	\$ 100
\$1500		
Total: \$1500		\$ 1500

Nota: Autora Mendoza, A (2018)

La distribuidora Superior S.A cubrirá la gestión de las capacitaciones que se van a realizar en el año 2019 del mes enero y febrero con un presupuesto de \$1500 en su totalidad no hay más gastos que sobrepasen el presupuesto correspondido.

Conclusiones

- Se realizó análisis fundamentales en la teoría de capacitación al personal y satisfacción del cliente.
- Se aplicó metodológicamente, técnicas de investigación acuerdo al problema.
- Se elaboró plan de capacitación para la satisfacción de los clientes.
- La atención al cliente es agradable según las encuestas que se realizó a los consumidores de la distribuidora.
- El protocolo de chequear lo pedidos siguen en orden para mejorar satisfacción al cliente.
- Según las estadísticas de las encuestas los clientes si están al tanto de las promociones y descuentos de la distribuidora.

Recomendaciones

- Se sugiere seguir fundamentando teóricamente las variables principales del proyecto, para obtener mejoras en la atención al cliente.
- Permanecer con las técnicas de investigación, se encomienda seguir con la metodología aplicada
- Realizar un seguimiento al plan de capacitación a los empleados de la distribuidora Superior S.A
- Se considera tener siempre al personal de facturación con mucha motivación en su área, para un mejor rendimiento.
- Continuar con revisión de productos por que favorece tanto al cliente como a la distribuidora.
- Permanecer con el programa de marketing a los clientes

Bibliografía

Alcalá de Henares ,III Jornadas de la Sociedad de Docentes Universitarios de Historia de la Farmacia de (SDUHFE). Libro de ponencias. 12-13 de junio de 2014. Consultado el 01/10/2015. España-Madrid.

Alvarado Rodríguez Paola Yohanna, Granados Ramírez Tatiana del Rocío y Gualé Tomalá Ana Flora, 2013, tesis “Programa de capacitación basado en competencias laborales para el personal del departamento de talento humano de la empresa mi ángel”. Guayaquil- Ecuador.

Andrade Simón, Del libro: Diccionario de Economía, Tercera Edición, de Editorial Andrade, Págs. 438.

Arias.F. (2012). El Proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología Científica. 6ta. Edición.: Episteme Escartín, Caracas-Venezuela.

Arias, Fidias (2006). El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica. (5º. ed.) Caracas - Venezuela:

Betsy Carriel Robles con su tema: “Diseño de plan estratégico de marketing para dependientes y clientes de farmacias Sana Sana los ríos a, en la localidad de Quevedo 2017 Quevedo – Ecuador.

Constitución de la República del Ecuador. (s.f.). Jurídica del Ecuador-Guayaquil.

Consolación Martínez García. La farmacia en el Renacimiento (II). Consultado el 19/07/2014.

Chiavenato.I. (1999). Administración de recursos humanos.: lyLI Solano Arevalo Bogotá-Colombia

DLE. (3 de Diciembre de 2017). Real academia española. Recuperado el 20 de Enero de 2018, de Real academia española: <http://www.rae.es/>
España-Barcelona

Edward Kremers, Glenn Sonnedecker (1986). "Kremers and Urdang's History of pharmacy". Amer. Inst. History of Pharmacy. p.17. ISBN 0-931292-17-4

Editorial, M. (2016). Reduce el tiempo de espera en tu consultorio. Mesa ,editorial, 1.

Editorial Felix Varela,. 2004. La Habana- Cuba

Episteme. Palomar, M. y Suárez, E. (1997), Introducción al trabajo Social II. Trabajo social con individuos y familias. Alicante-España

Francisco Giral. Ciencia Española en el exilio (1939-1989). El exilio de los científicos españoles. Ed. Anthropos. 1994.

González, J. (15 de 04 de 85). paratodohayfans. Obtenido de paratodohayfans.

Gomis Blanco A, Rodríguez Nozal R (eds.). De la botica de el Escorial a la industria farmacéutica: en torno al medicamento. Universidad de Alcalá. 2015 Madrid-España.

Goerig, M.; Schulte am Esch, J. (December 1991). «[Friedrich Wilhelm Adam Sertürner—the discoverer of morphine]». Anesthesiologie, Intensivmedizin, Notfallmedizin, Schmerztherapie: AINS 26 (8): 492-498. ISSN 0939-2661. PMID 1786314. doi:10.1055/s-2007-1000624.

Grupo Nelson. (2009). wow deje al cliente boquiabierto con un servicio fuera de serie. Estados Unidos de América- Amacon.

Hernández Sampier, Roberto. Metodología de la Investigación.

Historia de los medicamentos. Academia Nal. De Medicina. 1 de enero de 2003. ISBN 9789589711798. Consultado el 9 de septiembre de 2016.

Historia de la farmacia: los medicamentos, la riqueza y el bienestar. Elsevier España. 1 de enero de 2005. ISBN 9788445814246. Consultado el 9 de septiembre de 2016.

José Luis Gómez Caamaño. Páginas de Historia de la Farmacia. Sociedad Nestlé AEPA. 1986.

Jessica Vanessa Piguave Domo, tesis "Propuesta de mejora en la formación de asesores de puntos de venta en el área de consumo de farmacias fybeca en la ciudad de Guayaquil" 2017 Guayaquil-Ecuador

Lamb Charles, Hair Joseph y McDaniel Car El Libro: «Marketing», Sexta Edición, I, International Thomson Editores, 2002.

Limusa S.A. México-Guadalajara.1997.

Laura Fischer y Jorge Espejo, autores del libro "Mercadotecnia", consideran que la venta

Mankiw Gregory Del libro: Principios de Economía, Tercera Edición, de, Mc Graw Hill, Pág. 47

Miriam Consuelo López de León con su tema de investigación: "Evaluación del servicio al cliente en las empresas farmacéuticas de Coatepeque"2014 Salvador- Guatemala

Navarro, R. (2014). Fundamentos de la estadística. Madrid- España

Puig N.La nacionalización de la industria farmacéutica en España: El caso de las empresas alemanas, 1914-1975. Fundación Empresa Pública. Documento de trabajo 2001/2.

Puerto Sarmiento FJ. La farmacia renacentista española y la botica de El Escorial. Universidad Complutense de Madrid. 1993.

Rodolfo., Rodríguez Carranza, (2014). *Guía de farmacología y terapéutica* (3a. ed edición). McGraw-Hill. ISBN 9788490225363. OCLC 882536736.

Roberto Hernández Sampier, C. F. (2010). *Metodología de la Investigación* (Quinta edición ed.). (J. M. Chacón, Ed.) México-Guadalajara McGRAW-HILL.

Philip, K. (2000). *Dirección de marketing*. S.A: Edición del Milenio.

Santos, J. (2012). *El Cuarto Pilar. Un nuevo relato para los servicios sociales*. Madrid: Paraninfo y Consejo General del Trabajo social.

Satisfacción al Cliente (Carlos Jiménez Carreno junio 29, 2017).

Silicio. (1995). *Antecedentes de la capacitación.:* cencage learning. Cancún

Tamayo y Tamayo, Mario. *El Proceso de la Investigación científica*. Editorial.

Tamayo, M. (2004). *El proceso de la investigación científica* (4ta ed.). México: Limusa.

Tamayo, M. T. (2003). *El Proceso de la Investigación Científica* (4° ed.). México : Limusa.

«The Nobel Prize in Physiology or Medicine 1908».

Zambrano Chumo Laura María tesis “Optimización de recursos en la administración farmacéutica del hospital de especialidades de Guayaquil “Dr. Abel Gilbert Pontón” 2015 Guayaquil-Ecuador

http://revistaemprendedores.co/index.php?option=com_content&view=article&id=491:el-servicio-al-cliente-en-la-era-digital&catid=38:phones-a-pdas&Itemid=112

Anexos

Carta de Autorización



CARTA DE AUTORIZACIÓN

GUAYAQUIL, 18 DE JUNIO 2018

A petición de la señorita **Mendoza Silva Alicia Carolina** portadora de la cédula N° **0961638603**, se le autoriza realizar el diseño de proyecto en la Distribuidora Superior S.A ubicada en las calles de Ximena 311 y Manuel Galecio, ciudad de Guayaquil, con el tema de "Propuesta de un plan de capacitación al personal de facturación para satisfacción del cliente de la Distribuidora Superior S.A"

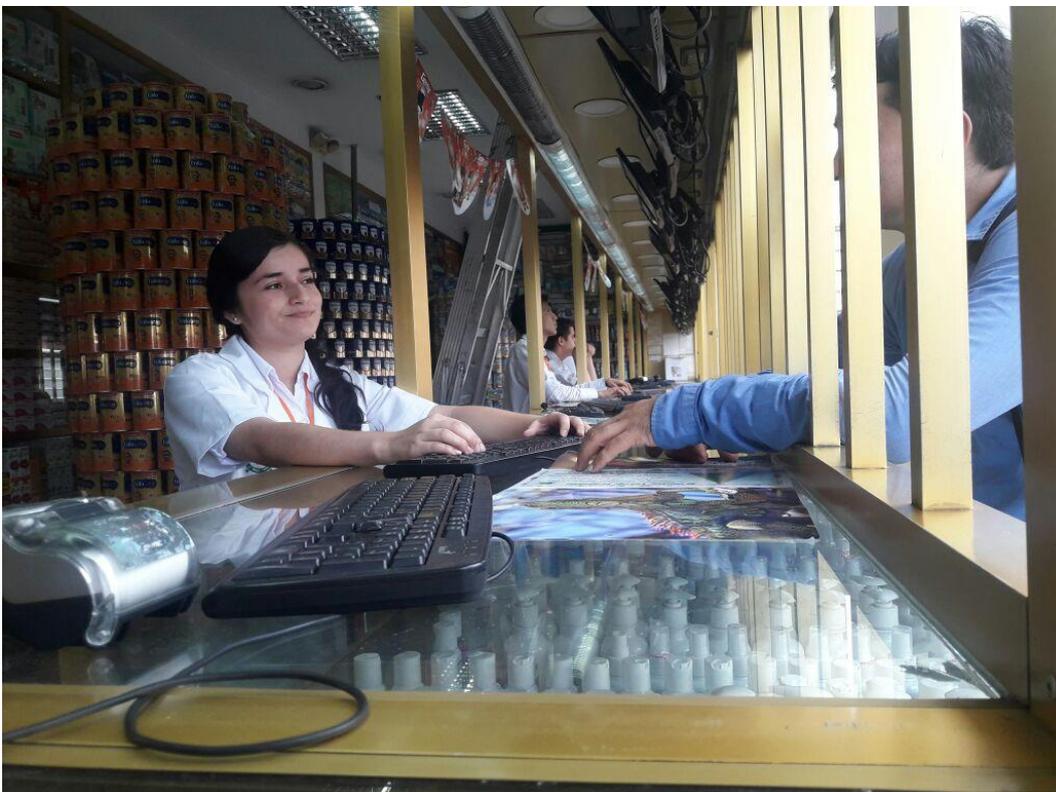
Joan Carlos Pérez

Supervisor General

Sr. Joan Carlos Pérez



**Logotipo de la
distribuidora
Farmacéutica Superior
S.A**



Facturadora de la distribuidora Superior S.A

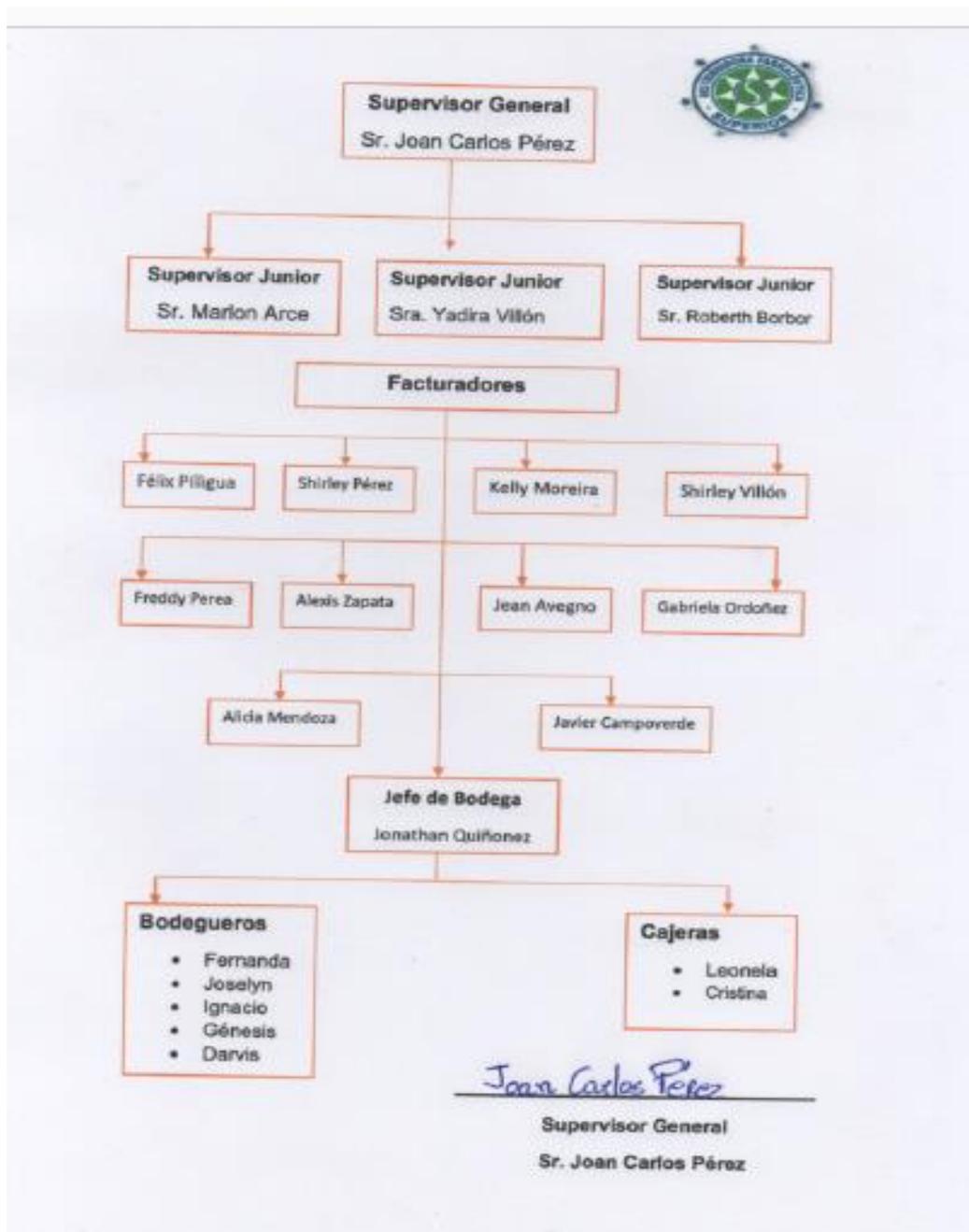


Distribuidora Farmacéutica Superior S.A



Punto de venta, ubicado en Ximena y Manuel Galecio

Organigrama de la Empresa



Encuesta de Satisfacción al Cliente

Presentación

Soy estudiante del Instituto Tecnológico Bolivariano se está realizando una encuesta para evaluar la atención al cliente en la farmacéutica. es totalmente anónima, está conformada por un cuestionario de 10 preguntas con escala Likert con cuatro opciones para seleccionar según su apreciación.

El proyecto de investigación previo a la obtención del título de tecnóloga en Administración de Empresas, los resultados obtenidos de esta encuesta son totalmente confidenciales por lo que se solicita que responda con toda claridad y sinceridad.

Con fines académicos está dirigido este sondeo que será implantado en el presente proyecto de investigación para la titulación.

Objetivo

Medir la demanda insatisfecha de los clientes y obtener una mejora en la distribuidora Superior S.A

Saludos cordiales

Alicia Carolina Mendoza Silva.

Cédula:0951538503

Instrucciones

- Lea detenidamente cada pregunta
- Utilizar esfero de color azul o negro
- Señale con un (✓) o (x) sólo una de las opciones que usted considere.
- Encontrará una escala likert que son las siguientes: Si, No, A veces, Siempre
- Son 10 preguntas con sus respectivas respuestas
- Sin tachones o se anulara la pregunta
- Cualquier duda pregunte al encuestador
- Recuerde que sus respuestas serán tomadas en cuenta para fin académico, necesitamos honestidad, ante todo.
- Su encuesta es totalmente anónima
- Tendrá 15 a 20 minutos para poder contestar
- Entregar al finalizar al encuestador

Cuestionario

1. ¿Al llegar al establecimiento noto interés del facturador en atenderlo?

Sí No A veces Siempre

2. ¿Cómo fue el trato que obtuvo en el momento de realizar su pedido?

Muy Bueno Bueno Regular Malo

3. ¿Le dieron a conocer las promociones y ofertas que tenemos en la distribuidora?

Sí No A veces Siempre

4. ¿Al entregarle su compra, le revisaron que todos sus productos este en buen estado?

Sí No A veces Siempre

5. ¿Considera usted que el colaborador está altamente capacitado para este servicio en la distribuidora?

Sí No A veces Siempre

6. ¿Cuál es su grado de satisfacción general con la distribuidora Superior S.A ?

Muy Bueno Bueno Regular Malo

7. ¿Usted recomienda nuestro servicio a sus familiares y amigos?

Sí No A veces Siempre

8. ¿Sus dudas sobre los medicamentos y dosificaciones fueron despejadas?

Sí No A veces Siempre

9. ¿Cree usted que sería bueno establecer capacitaciones para el personal de facturación?

Si No

10. ¿Usted recomienda tener un buzón de sugerencias en nuestro punto de venta?

Muy Bueno Bueno Regular Malo

Gracias por el tiempo prestado para realizar esta encuesta sus respuestas son muy importantes para saber el grado de satisfacción de la farmacéutica Superior S.A, con el único fin de mejorar la calidad del servicio y así poder implementar capacitaciones al personal de facturación por el bienestar de la empresa.

Saludos Cordiales

Alicia Carolina Mendoza Silva

Celular: 0961052157

Correo: ayr_113@hotmail.com

Entrevista a los Supervisores de la Distribuidora Superior S.A

Datos Informativos

Fecha:

Lugar:

Hora de Inicio:

Hora de Finalización:

Entrevistador: Alicia Mendoza Silva

Entrevistado:

Cargo:

Objetivo

Obtener información de provecho sobre los esquemas de servicio a la atención al cliente que brinda el personal del departamento de facturación.

Formulario

1. ¿Creé usted que su personal de facturación está altamente calificado para la atención al cliente?

2. ¿Cómo supervisor de la farmacéutica se debe tener un protocolo de ventas?

**3. ¿Cuáles son las fortalezas y debilidades de su punto de venta?
Especifique.**

4. El objetivo de este proyecto de investigación es implementar un plan de capacitación al personal de facturación ¿Sería útil aplicarlo?

5. ¿La falta de conocimientos básicos farmacéutico asocia la pérdida de los clientes?

6. ¿Cuáles son sus estrategias de ventas que aplica a su personal de facturación?

7. ¿Cómo usted motiva a su equipo de trabajo para que rinda al 100% esto influye en el ambiente laboral?

8. ¿Le agrada su función que desempeña en su punto de venta?

9. ¿Qué mejoraría usted en su punto de venta?



CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL 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.

CERTIFICÓ:

Que después de analizado el proyecto de investigación con el tema: **Propuesta de un plan de capacitación al personal de facturación para satisfacción del cliente de la distribuidora Superior S.A** y problema de investigación: **¿Cuál es el impacto de la elaboración de un plan de capacitación al personal de facturación?**, presentado por: **Mendoza Silva Alicia Carolina** como requisito previo para optar por el título de:

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

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

Alicia Mendoza.

Egresada:

Mendoza Silva Alicia Carolina

Simón Alberto Illescas Prieto

Tutor:

Simón Alberto Illescas Prieto



**CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN
DE TRABAJOS DE TITULACIÓN**

Yo, **Mendoza Silva Alicia Carolina** en calidad de autora con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación **Propuesta de un Plan de Capacitación al Personal de Facturación para Satisfacción del Cliente de la Distribuidora Superior S.A.** de la modalidad de **Semi - Presencial** 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*.

Mendoza Silva Alicia Carolina

Apellidos y Nombres del Autor

Alicia Mendoza

Firma

No. de cédula: **0951538503**


Dr. Jaime Pazmiño Palacios, M.Sc.
NOTARIO SÉPTIMO DEL
CANTÓN GUAYAQUIL

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: 001-003-000009156



20180901007D000772



DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20180901007D000772

Ante mí, NOTARIO(A) JAIME TOMMY PAZMIÑO PALACIOS de la NOTARÍA SÉPTIMA, comparece(n) ALICIA CAROLINA MENDOZA SILVA portador(a) de CÉDULA 0951538503 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil SOLTERO(A), domiciliado(a) en GUAYAQUIL, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de COMPARECIENTE; quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede CLÁUSULA 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 DICIEMBRE DEL 2018, (10:23).

Alicia Mendoza.
ALICIA CAROLINA MENDOZA SILVA
CÉDULA: 0951538503



NOTARIO(A) JAIME TOMMY PAZMIÑO PALACIOS

NOTARÍA SÉPTIMA DEL CANTÓN GUAYAQUIL

Dr. Jaime T. Pazmiño Palacios, Msc

**NOTARIO SÉPTIMO
DEL CANTÓN GUAYAQUIL**



CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD



Número único de identificación: 0951538503

Nombres del ciudadano: MENDOZA SILVA ALICIA CAROLINA

Condición del cedulao: CIUDADANO

Lugar de nacimiento: ECUADOR/GUAYAS/GUAYAQUIL/BOLIVAR
(SAGRARIO)

Fecha de nacimiento: 2 DE ABRIL DE 1994

Nacionalidad: ECUATORIANA

Sexo: MUJER

Instrucción: BACHILLERATO

Profesión: ESTUDIANTE

Estado Civil: SOLTERO

Cónyuge: No Registra

Fecha de Matrimonio: No Registra

Nombres del padre: MENDOZA ZAMBRANO KLEBER EDUARDO

Nacionalidad: ECUATORIANA

Nombres de la madre: SILVA MORA ANDREA VIRGINIA

Nacionalidad: ECUATORIANA

Fecha de expedición: 21 DE ENERO DE 2013

Condición de donante: SI DONANTE POR LEY

Información certificada a la fecha: 20 DE DICIEMBRE DE 2018

Emisor: LISSETTE DE LOS ANGELES BOHORQUEZ SOLORZANO - GUAYAS-GUAYAQUIL-NT 7 - GUAYAS - GUAYAQUIL

Alicia Mendoza.

N° de certificado: 186-183-27874



186-183-27874

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Jorge Troya Fuertes'.

Ing. Jorge Troya Fuertes
Director General del Registro Civil, Identificación y Cedulación
Documento firmado electrónicamente



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

CÉDULA DE CIUDADANÍA
 APELLIDOS Y NOMBRES
MENDOZA SILVA ALICIA CAROLINA
 LUGAR DE NACIMIENTO
GUAYAS BOLIVAR /SAGRARIO/
 FECHA DE NACIMIENTO 1994-04-02
 NACIONALIDAD ECUATORIANA
 SEXO F
 ESTADO CIVIL SOLTERA

N. 095153850-3




INSTRUCCIÓN BACHILLERATO PROFESIÓN / OCUPACIÓN ESTUDIANTE
 APELLIDOS Y NOMBRES DEL PADRE **MENDOZA ZAMBRANO KLEBER EDUARDO**
 APELLIDOS Y NOMBRES DE LA MADRE **SILVA MORA ANDREA VIRGINIA**
 LUGAR Y FECHA DE EXPEDICIÓN **GUAYAQUIL 2013-01-21**
 FECHA DE EXPIRACIÓN **2023-01-21**

E334312222

Alicia Mendoza.

FIRMA DEL CEDULADO



CERTIFICADO DE VOTACIÓN
 4 DE FEBRERO 2019

174 JUNTA No
 174 - 055 NÚMERO
 0951538503 CÉDULA

MENDOZA SILVA ALICIA CAROLINA
 APELLIDOS Y NOMBRES

GUAYAS PROVINCIA
 GUAYAQUIL CANTÓN
 XIMENA PARROQUIA

CIRCUNSCRIPCIÓN:
 ZONA: 1




**DOY FE: QUE ES FIEL
 COPIA DEL ORIGINAL**
Dr. Jaime Pazmiño Palacios, MSc
 NOTARIO SÉPTIMO DEL
 CANTÓN GUAYAQUIL

