

UNIVERSIDAD PERUANA DE LAS AMÉRICAS



ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente de la Botica

Rodríguez, Jaén- Cajamarca, 2020

**PARA OPTAR EL GRADO DE BACHILLER EN CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS Y GESTIÓN DE EMPRESAS**

AUTORA:

RODRIGUEZ AMARI, YERID GASDALY (0000-0003-3705-913X)

ASESORA:

Mg. ENCISO HUAMÁN, MIRIAN JULIA (0000-0002-5156-8478)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Planeamiento Estratégico y desarrollo institucional

LIMA, PERÚ

MARZO, 2021

Resumen

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo principal identificar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la Botica Rodríguez, Jaén-Cajamarca, 2020. Dicha investigación, contó con toda la información documental y logística por parte de la gerencia.

La Botica Rodríguez, es una empresa familiar, que tiene 8 años de funcionamiento, dicha empresa ha crecido hasta convertirse en una de las mejores empresas de la provincia de Jaén y a la vez tiene clientes fidelizados por años.

La metodología de la presente investigación fue de nivel descriptivo y se basó en una recopilación de distintas fuentes información de investigaciones científicas, como antecedentes, libros, e instituciones del sector público, para lo cual se presentaron citas en las bases teóricas. También ayudó a comprender el fundamento de las variables calidad de servicio y satisfacción del cliente.

Este trabajo de investigación es un aporte para todas las cadenas de boticas, empresas farmacéuticas, instituciones que venden medicinas para el ser humano, asimismo es un documento que sirve como referencia en cómo desarrollar la calidad de servicio y cómo lograr la satisfacción de los clientes.

Palabras claves: Calidad de servicio, satisfacción del cliente, salud, medicinas.

Abstract

The main objective of this research was to identify the relationship between quality of service and customer satisfaction of Botica Rodríguez, Jaén-Cajamarca, 2020. This investigation included all the documentary and logistical information from the management.

Botica Rodríguez is a family business, which has 8 years of operation, this company has grown to become one of the best companies in the province of Jaén and at the same time has loyal customers for years.

The methodology of this research was descriptive and was based on a compilation of different sources of scientific research information, such as background, books, and public sector institutions, for which citations were presented in the theoretical bases. It also helped to understand the fundación of the quality of service and customer satisfaction variables.

This research work is a contribution to all the chains of pharmacies, pharmaceutical companies, institutions that sell medicines for the human being, is also a reference document on how to develop quality of service and how to achieve customer satisfaction.

Keywords: Quality of service, customer satisfaction, health, medicines.

Tabla de Contenidos

Resumen.....	ii
Palabras clave.....	ii
Abstract.....	iii
Keywords.....	iii
Tabla de contenidos.....	iv
1. Problema de la Investigación.....	1
1.1 Descripción de la realidad problemática.....	2
1.1.1 Formulación del problema general.....	3
1.1.2 Problemas específicos.....	3
1.2 Objetivo de la investigación.....	3
1.2.1 Objetivo general.....	3
1.2.2 Objetivos específicos.....	4
1.3 Justificación e importancia de la investigación.....	4
2. Marco Teórico.....	6
2.1. Antecedentes.....	6
2.1.1. Internacionales.....	6
2.1.2 Nacionales.....	9
2.2. Bases teóricas.....	13
2.3. Definición de términos básicos.....	20
3. Cronograma de actividades	
4. Recursos y presupuestos	
5. Referencias bibliográficas	
6. Aporte científico o académico	
7. Recomendaciones	
8. Anexos	

1. Problema de la Investigación

1.1.Descripción de la Realidad Problemática

La importancia de ofrecer servicios de salud con calidad es cada vez más indispensable. Los usuarios son exigentes según la noción de lo que implica calidad.

La calidad en el cuidado de la salud involucra aspectos como responder con prontitud, eficiencia; con medicamentos de calidad, que incluya variedad y cantidad de los mismos. Se debe anotar que en la calidad de la prestación de servicios de salud está implícita la ética, y va más allá de satisfacción del usuario.

Según EL País (25 de enero de 2021) la periodista María Fernández, explica que la satisfacción del cliente en adquirir productos farmacéuticos, ha decrecido de manera preocupante en el mundo, debido a la situación de la Pandemia del covid-19, también muchas boticas pequeñas han perdido clientes porque no contaban con el delivery y tuvieron que cerrar. Asimismo las cadenas de boticas grandes sus ventas se incrementaron, porque si cumplieron con una buena calidad de servicio. Por lo tanto está claro que las empresas que venden medicinas y productos similares no a todos por igual les ha ido bien.

Según Andina (21 de mayo de 2020) menciona que el estado de emergencia que está pasando actualmente el Perú, por la presencia del coronavirus; actualmente las farmacias y boticas han tenido que reforzar su calidad de servicio para lograr satisfacer a sus clientes, sobretodo en ofrecer medicinas que estén a precios razonables, para ello Indecopi decidió supervisar a todas las cadenas de farmacias y boticas a nivel nacional para verificar que estas empresas se comprometan en mejora la calidad de servicios, tanto por delivery o presencial, y sobretodo que los precios estén al alcance del bolsillo del cliente peruano.

La Botica Rodríguez, es una empresa familiar que se inauguró el 07 de Junio de 2013 en la ciudad de Jaén-Cajamarca tiene 8 años de funcionamiento ubicada en Jr. Santa Rosa. N°380, con el paso de los años, ha crecido hasta convertirse en una de las mejores empresas de la provincia de Jaén y tener muchos clientes fidelizados. La Botica Rodríguez genera ventas todo el año, pero los meses de menor venta, son los meses de enero y febrero. El 2020 recibió el premio de Buenas Prácticas de Oficina Farmacéutica por la DIGEMID. El año 2020, la Botica Rodríguez, se enfrentó a la presencia de la pandemia Covid-19, donde tuvo que implementar muchos cambios, para hacer frente a esta situación y seguir funcionando. Por lo tanto se tomaron nuevas medidas enfocada en la calidad de servicio y satisfacción al cliente. Pero a pesar de hacer cambios estratégicos en la Botica Rodríguez, aun existían algunos inconvenientes, siendo los siguientes problemas:

- ✓ Desabastecimiento de medicamentos.
- ✓ Incremento de precios de los medicamentos de parte de los proveedores.
- ✓ Poco stock de medicina genérica.
- ✓ Falta de publicidad masiva.
- ✓ No cuenta con local propio.
- ✓ Existe una situación de incertidumbre que afronta el país por la pandemia del coronavirus del Covid-19.

Finalmente, la Botica Rodríguez está tomando todas las medidas necesarias para continuar atendiendo a todos los consumidores con una buena calidad de servicio y se sientan satisfechos de cada compra que hagan.

Toda esta problemática que se ha redactado, en el presente trabajo de investigación tiene por finalidad identificar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la Botica Rodríguez, Jaén-Cajamarca, 2020.

Formulación del problema general

¿Qué relación existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la Botica Rodríguez, Jaén-Cajamarca, 2020?

1.1.2. Problemas específicos

¿Qué relación existe entre la confiabilidad y la satisfacción de los clientes de la Botica Rodríguez, Jaén-Cajamarca, 2020?

¿Qué relación existe entre la tangibilidad y la satisfacción de los clientes de la Botica Rodríguez, Jaén-Cajamarca, 2020?

¿Qué relación existe entre la seguridad y la satisfacción de los clientes de la Botica Rodríguez, Jaén-Cajamarca, 2020?

¿Qué relación existe entre la empatía y la satisfacción de los clientes de la Botica Rodríguez, Jaén-Cajamarca, 2020?

1.2. Objetivo de la investigación

1.2.1. Objetivo general

Identificar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la Botica Rodríguez, Jaén-Cajamarca, 2020.

1.2.2. Objetivos específicos

Identificar la relación que existe entre la confiabilidad y la satisfacción de los clientes de la Botica Rodríguez, Jaén-Cajamarca, 2020.

Identificar la relación que existe entre la tangibilidad y la satisfacción de los clientes de la Botica Rodríguez, Jaén-Cajamarca, 2020.

Identificar la relación que existe entre la seguridad y la satisfacción de los clientes de la Botica Rodríguez, Jaén-Cajamarca, 2020.

Identificar la relación que existe entre la empatía y la satisfacción de los clientes de la Botica Rodríguez, Jaén-Cajamarca, 2020.

1.3 Justificación e importancia de la investigación

1.3.1. Justificación teórica

Desde el punto de vista teórico, la presente investigación permitirá medir la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la Botica Rodríguez, es por esta razón, que este trabajo de investigación se menciona aportes teóricos, conceptos, definiciones de varios autores. Por lo tanto este trabajo, servirá como antecedente para que futuros investigadores, se interesen en seguir desarrollando más investigaciones que tengan relación con el rubro de la empresa en mención.

1.3.2. Justificación práctica

La presente investigación es importante porque brindará a futuro recomendaciones y posibles soluciones para la Botica Rodríguez acerca de su problemática, como por ejemplo implementar estrategias para ofrecer una buena calidad de servicio y lograr la satisfacción de los clientes. También este trabajo de investigación es relevante, porque en la práctica se

pretende que sirva como un antecedente, modelo y/o ejemplo para otras empresas que también son del mismo rubro de la empresa en mención.

1.3.3. Justificación metodológica

La presente investigación se justifica metodológicamente, porque se pretende brindar a futuros investigadores nuevas propuestas de instrumentos de evaluación y nuevos métodos para la medición de las variables en estudio, pero antes deberán ser confiables y validados. Y así tener la certeza de poder emplear en otros trabajos de investigación, similar a la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes y con el rubro de la Botica Rodríguez.

2. Marco Teórico

2.1. Antecedentes de la Investigación

2.1.1. Antecedentes Internacionales

Álvarez (2017) realizó una investigación de título: “Satisfacción del servicio de Hospitalización privada, sobre la calidad de atención recibida en el Hospital Militar “Escuela Dr. Alejandro Dávila Bolaños. Managua, Nicaragua, febrero- marzo 2017. Para optar por el título de Máster en Administración en Salud. El objetivo principal fue evaluar el grado de satisfacción de los usuarios del servicio de Hospitalización privada, sobre la calidad de atención recibida en el Hospital Militar Escuela Dr. Alejandro Dávila Bolaños, Managua, Nicaragua, febrero-marzo 2017. El diseño fue un estudio descriptivo transversal, donde la población evaluada fue de 36 pacientes hospitalizados. Para la recopilación de datos se aplicó el instrumento la encuesta con el método SERVQUAL, donde el índice de calidad del servicio fue de 0.08, por lo tanto los usuarios se encontraron satisfechos en el hospital a nivel general.

Esta tesis es muy importante para todos los centros de salud, ya que el servicio al cliente es imprescindible en cualquier tipo de negocio u organización, de eso depende el triunfo o la quiebra de la misma. Sin embargo para que una organización tenga frutos, es vital que el cliente se sienta satisfecho en todos los servicios, que se le ofrece.

Carpio (2016) realizó una investigación de título: “Gestión de calidad en la atención de farmacia. Propuesta de un manual para usuarios externos del hospital Teófilo Dávila”. Para optar el grado de Magister en Gestión Pública, en la Universidad de Guayaquil – Ecuador. El objetivo general fue plantear la utilización de un manual de atención a los usuarios externos, dirigido a los empleados de la farmacia del Hospital Teófilo Dávila, que posibilite optimizar la calidad del servicio que se brinda . La metodología de la investigación fue de

tipo cualitativa. El tesista concluyó que hay una poca capacitación y adiestramiento del personal, lo cual se refleja en los esfuerzos que poseen en el trato con los usuarios. Además se encontraron contradicciones en las respuestas que se proporcionan, se evidenció una falta de funcionamiento en la atención al cliente.

El tesista recomienda que se debería capacitar a todo el personal administrativo y de servicio, monitoreando mensualmente los resultados. Esto quiere decir que es importante que se motive al personal y se brinde seguridad a los clientes una capacitación continua dentro de la asociación SHARE, y debe estar considerado dentro del plan operativo anual (POA), para fortalecer las deficiencias y para garantizar la satisfacción del cliente en la calidad del servicio.

Choque et al. (2019) realizaron una investigación titulada: “Satisfacción percibida del servicio de farmacias comunitarias independientes de la Ciudad de Sucre”. Para la Revista científica Bio Scientia de Bolivia. El objetivo de la investigación fue determinar el grado de satisfacción percibida del cliente interno y externo de las farmacias comunitarias privadas de la Ciudad de Sucre 2019. La metodología de la investigación fue de enfoque cuantitativo, nivel correlacional y de corte transversal. Él estudió se aplicó a 53 farmacias de la ciudad de Sucre. Las entrevistas se realizaron a 1 cliente interno por farmacia y 108 clientes externos mayores de 18 años. El resultado principal fue que la mayoría de los clientes internos y externos son del sexo femenino, la mayoría considera que la localización, la facilidad de acceso a la farmacia, el horario de atención, el trato y amabilidad del personal farmacéutico es considerado como muy bueno. Pero sin embargo califican de regular el ambiente de la sala de espera. La conclusión de esta investigación, fue que los clientes externos e internos se sienten satisfechos, por la atención recibida.

Esta investigación científica es trascendental, porque demuestra que la satisfacción del cliente es importante, para fidelizar a los clientes, sobre todo cuando existe un trato inadecuado

al cliente, por parte de la competencia. Por lo tanto las capacitaciones en el buen trato y amabilidad, ofrecer horarios más extensos y flexibles, y que la ubicación de las farmacias se ubiquen en zonas más asequibles, favorece en la satisfacción del cliente, porque de lo contrario el cliente no regresa a comprar.

León (2016) realizó una tesis para obtener el título de Especialista en Gerencia Estratégica de Negocios para la Industria Farmoquímica, Alimentaria y Cosmética; para la Universidad Central de Venezuela, de título: “Estrategias para establecer una cultura de calidad de servicio al cliente en la farmacia Farmaclip C.A”. El objetivo general fue proponer un grupo de estrategias para establecer una cultura de calidad de servicio. La metodología de investigación fue de enfoque cuantitativo, de nivel descriptivo. Para la recopilación de datos se encuestó a todos los clientes regulares y potenciales, así como también trabajadores de la farmacia.

La conclusión de la tesis fue que la calidad de servicio en la farmacia Farmaclip C.A., es que los trabajadores y dueños de la empresa, no llegan a satisfacer las necesidades de los clientes. Por lo tanto esta situación, se convirtió en un factor de riesgo para el posicionamiento de la farmacia como una marca.

Esta investigación es importante para todas las farmacias, porque se demostró que la calidad de servicio tiene deficiencias. Por lo tanto todos los empresarios deben tomar conciencia para capacitar a su personal, y así lograr una mejor atención. Asimismo se debe orientar con paciencia y empatía a todo tipo de clientes que compra en las farmacias. También esta tesis recomienda activar las normas de calidad y constantes capacitaciones a los empleados, con el fin de lograr mejorar la atención y el cambio de imagen frente a sus clientes.

Núñez (2016) realizó una tesis para optar el grado académico de Magister en Gerencia de Instituciones de Salud, para la Universidad Técnica de Ambato de Ecuador, de título: “La

fidelización de clientes y su relación en el incremento de ventas de la Farmacia Patty's” El objetivo principal fue determinar cómo influye la fidelización de clientes en el volumen de ventas de la Farmacia Patty's.

La metodología de la investigación fue de tipo cuantitativo, exploratoria, descriptiva y correlacional. Se aplicó una encuesta a los clientes internos y externos, siendo una población de 383 clientes externos de la empresa. La conclusión de la tesis fue que la atención profesional es una necesidad, que tiene que recibir el cliente al momento de obtener sus productos, brindando familiaridad y tranquilidad. Siendo este un indicador de fortaleza que tiene la farmacia Patty's, esta debe ser utilizada para fidelizar a todos los clientes

Esta investigación es importante, porque el tesista nos indica que la gestión de relación con los clientes, es importante para poder fidelizarlos. Asimismo, es imprescindible crear un plan de beneficios para todos los clientes fieles para que se fortalezca la relación entre la compañía y cliente.

2.1.2. Antecedentes Nacionales

Aliaga (2018) realizó una tesis de título: “Gestión de Calidad bajo en enfoque de atención al cliente de las Mypes del sector comercio, rubro Boticas del Distrito de Manantay, 2017”. Para optar el título profesional de Licenciado en Administración, para la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. En cual tuvo como objetivo general determinar la influencia de la calidad de atención al cliente en la gestión de las empresas Mypes del sector comercio, del Rubro Boticas del Distrito de Manantay año 2017. La metodología de investigación fue de enfoque cuantitativo, de nivel descriptivo, de corte transversal y de diseño no experimental. El muestreo fue solo a 45 Mypes. Las preguntas se basaron sobre gestión de calidad y atención al cliente. La conclusión principal fue que las capacitaciones al personal resultaron ser muy

escasas, y se evidenció la carencia de un manual para la atención al cliente, perjudicando la calidad de servicios.

Por lo tanto, esta investigación pone énfasis que el cliente, para que se lleve una buena impresión en la primera compra, depende de la empresa en aplicar varias estrategias de fidelización. Entonces, es importante implementar valores como la responsabilidad, capacidad, prontitud, información concreta, las cuales beneficiarán a todo tipo de empresa para alcanzar sus objetivos y metas, y así lograr elevar la satisfacción del cliente.

Barrientos (2018) realizó una tesis para obtener el grado de Maestro en Gestión de los Servicios de la Salud, para la Universidad César Vallejo, de título: “Calidad de atención y satisfacción del usuario del servicio de farmacia del Centro de Salud Laura Caller-Los Olivos, 2018”. El objetivo de la tesis fue determinar la relación entre la calidad de atención y la Satisfacción del usuario en el servicio de farmacia del Centro de Salud Laura Caller, Los Olivos – 2018. La metodología que se aplicó fue un estudio de enfoque cuantitativo, de diseño no experimental, de corte transversal, de nivel descriptivo correlacional. Para la recolección de datos se encuestó a una población fue de 60 personas.

La conclusión general fue que existe una correlación muy alta entre las variables calidad de atención y la satisfacción del usuario del servicio. Por lo tanto se deduce que, a mejor calidad de atención, mejor satisfacción de usuario del servicio de farmacia del Centro de Salud Laura Caller- Los Olivos.

Esta tesis es muy importante, porque es un aporte valioso para todas los Centros de salud, farmacias y boticas del Perú, porque recomienda realizar distintas actividades de capacitación. Para lograr un alto nivel de satisfacción de los clientes, que por lo general son pacientes y ellos son el motor para el funcionamiento de una entidad farmacéutica.

Briones (2017) realizó una tesis de título: “Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las Mypes del sector comercial boticas del distrito San Juan Bautista - Iquitos, año 2017”. Para optar el título profesional de Licenciado de Administración, en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. El cual tuvo como objetivo general determinar la Gestión de la Calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las Mypes del sector comercial, boticas del distrito San Juan Bautista Iquitos, año 2017. La metodología de la investigación fue descriptivo – correlacional – no experimental. La población de estudio, se aplicó a 10 Mypes, y a la vez también, fue considerado muestra por conveniencia. La conclusión principal, fue que existe una carencia de capacitación y preparación para atender al público, también no cuentan con protocolos de atención al consumidor, sobretodo, cuando se presentan conflictos o comportamientos negativos en el momento de brindar un servicio al consumidor. No recogen recomendaciones, ni reclamos del consumidor, y existe falta de voluntad en el servicio de atención al cliente.

La satisfacción del cliente es lo más importante, en una empresa. Por consiguiente el tesista recomienda implementar y desarrollar un sistema informático Customer Relation Ship Management (Gestión de Relación con los Clientes) y charlas a todos los clientes para de esta manera poder fidelizarlos. También recomienda que es imprescindible crear un plan de beneficios para todos los clientes fieles, para fortalecer la relación entre compañía y cliente.

Pacheco (2018) realizó una tesis de título: “Satisfacción del usuario con la calidad de atención odontológica en el centro de salud “Aclas Huancan” distrito de Huancan, provincia de Huancayo, región Junín, julio 2018”. Para optar el título profesional de Cirujano Dentista, en la Universidad Católica los Ángeles Chimbote. El cual tuvo como objetivo general determinar la Satisfacción del usuario con la calidad de atención odontológica en el Centro de Salud “Aclas Huancan” Distrito de Huancan, Provincia de Huancayo, Región Junín, julio 2018.

La metodología de la investigación fue descriptivo-observacional-prospectivo - transversal. Se encuestó en total a 80 pacientes del centro de salud. La conclusión principal fue que el 63 % de los usuarios consideraron que la satisfacción del usuario fue malo, con respecto a la atención odontológica en el Centro de Salud.

Por lo tanto, el tesista pone énfasis que el servicio al usuario es indispensable en cualquier empresa, de ello depende el éxito o el fracaso de la misma. Para una organización es importante que un cliente se sienta satisfecho, y de esta forma, recomiende a otros clientes, para el beneficio de la empresa, y de esta forma aumentar su rentabilidad y transmitir una imagen exitosa.

Ramírez (2016) realizó una tesis para optar el grado académico de Magister en Gestión Pública de título “Calidad de servicio y satisfacción del usuario del área de Farmacia del Hospital Santa Gema de Yurimaguas, 2016”. El objetivo principal fue determinar una relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de la Farmacia del hospital Santa Gema. La metodología de la investigación fue de tipo descriptivo correlacional, con una población de 120 usuarios que reciben servicios de la farmacia del Hospital Santa Gema. La muestra fue el 25% del total de la población, el muestreo fue probabilístico, la técnica de recolección de datos fue la encuesta con su instrumento el cuestionario.

Las conclusiones fueron que existe una relación directa y positiva, entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario del área de Farmacia del hospital Santa Gema de Yurimaguas, 2016. Además, se identificó que existe relación directa entre la satisfacción del usuario y las dimensiones de tangibilidad y confiabilidad de la calidad de servicio del área de Farmacia.

El tesista recomienda a los responsables de dirigir el Hospital Santa Gema, prever con antelación la necesidad de cada área, para evitar la discontinuidad en la atención de los

medicamentos en farmacia, también recomienda analizar y gestionar la mejora de los aspectos débiles dentro de cada área para otorgar seguridad y confianza a los pacientes.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Calidad de servicio

2.2.1.1. Definición de calidad de servicio

Según el Ministerio de Salud (MINSa, 2019) explica que la calidad de servicio es fundamental en una organización, si hay alguna falla se tiene que mejorar para ofrecer un buen servicio a las personas. Por lo tanto también explica que la calidad de servicio, es prioridad para la atención de los ciudadanos por que mediante los servicios que ofrecen, habrá una buena calidad de vida.

Según Oteo (2015) considera que la calidad de servicio es un elemento que abarca la captación y sensación de lo que ofreces, de esta forma se puede establecer si se está satisfaciendo al cliente o se tiene que hacer alguna mejora para beneficio de la empresa.

Parasuraman (como se citó en Dávila, 2012), La calidad de servicio implica la gestión y el grado de disconformidad entre la percepción del cliente y sus expectativas. Por lo tanto la calidad del servicio se entiende que es el resultado del cumplimiento, que se le hace al consumidor.

2.2.1.2 Importancia de la calidad de servicio en las empresas farmacéuticas y boticas

Según Sánchez (2016) explica que la satisfacción del cliente se muestra en todo instante, en el ámbito del sector salud como hospitales, consultorios, farmacias, boticas y otros. Ya que es importante que el cliente reciba de una manera positiva una buena atención, Así mismo las cadenas de farmacias y boticas reciben a muchos clientes que cada día son exigentes, porque siempre buscan un servicio de calidad. Por lo tanto los empresarios farmacéuticos deben implementar estrategias, para lograr que su empresa sea más competitiva. Hoy en día las farmacias y boticas no solo tienen demanda de medicinas, sino también de productos de cuidado personal.

Según La Organización Mundial de Salud (OMS, 2020) considera que la calidad de la atención de salud es indispensable para todo ser humano y que adquiera los servicios de manera abierta y con una atención buena para que así, llegue a satisfacer al cliente. También la OMS, explica que todas las farmacias buscan atender, a un nuevo tipo de cliente. En la actualidad los clientes están en busca de nuevas experiencias, nuevos servicios y ofertas, para el bienestar de su salud. En el siglo XXI, los clientes son buscadores de información virtual y actualizada. La OMS menciona, que el año 2019, cadenas de farmacias y boticas. Brindaron atención a millones de personas, en el mundo, siempre con una buena calidad de servicio y con medicamentos de calidad y seguros para mejorar el bienestar de la salud.

2.2.1.3 Dimensiones de la calidad de servicio

- ✓ **Confiabilidad:** Según Zeitman, Valerie y Bitner, (2002) consideran que confiabilidad es una técnica para realizar el servicio que se brinda de forma segura.

- ✓ Tangibilidad: Según Medina & González (2016) explican que los atributos tangibles son puntos precisos que influyen en la decisión para el diseño de producto o servicio por medio de cualidades e inclinación por parte del cliente.
- ✓ Seguridad : Según Orozco (2018) considera que la seguridad es un aspecto con diversas propiedades, y que una persona puede estar en un espacio definido sin ningún riesgos.
- ✓ Empatía: Según Balart (2018) explica que la empatía es una destreza para saber la conducta de los individuos, tanto como sus emociones o necesidades, ponerse en la piel del otro para hacer que se sienta feliz.

2.2.1.4. Como medir la calidad de servicio

La calidad de servicio contribuye en la apreciación del valor y en las ganas de querer comprar. Por consiguiente, el razonamiento que tiene cada persona sobre el comerciante es clave a la hora de adquirir el producto o servicio.

Según los investigadores De Jesús, et al. (2017). Para la medición de la calidad del servicio, existen muchos modelos, pero los más usados son, el modelo SERVQUAL y SERVPERF, los inicios de estos modelos, son aproximadamente del año 1985, para lograr medir la calidad del servicio, se tiene que formular una serie de preguntas y respuestas. Los investigadores que diseñaron estos modelos fueron a Parasuraman, Zeithaml y Berry para la Universidad de Texas.

2.2.1. 4. Calidad de servicio de los clientes peruanos con respecto a la compra de medicinas

Según Rojas (2007) Explica que la calidad de servicio en los centro de salud, todos los que pertenecen a ello sean doctores, vigilantes etc. Hacen esfuerzos internos para que el paciente o cliente pueda sentirse bien a la hora de adquirir el producto o servicio.

Según la Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas (DIGEMID, 2020) resalta, que lo importante que es brindar una calidad de servicio al cliente peruano, por lo tanto resalta que:

- La salud de todos los peruanos es vital para el Estado, para lo cual es fundamental que DIGEMID vigile y evalúe la seguridad de los productos farmacéuticos, dispositivos médicos y productos sanitarios, con el compromiso de velar por la salud de todos los peruanos.
- Considera que las farmacias ayudan y cooperan al derecho de la salud, ya que brindan medicamentos de buena calidad para el consumo humano.
- Explica que las personas tienen derecho a comprar medicamentos de buena calidad, eficaces y aptos para el consumo. Ya que de eso depende la satisfacción del consumidor.

Según el Minsa (2020) La prestación de los servicios para la salud, tienen que ser con una buena supervisión del control de medicinas y con una atención adecuada para el público. Así lo establece la Resolución Ministerial N° 351-2020-MINSA., la finalidad es brindar atención oportuna y segura con medicamentos, dispositivos Médicos y productos sanitarios, durante la emergencia sanitaria declarada ante la existencia del Covid-19.

2.2.2. Satisfacción del cliente

2.2.2.1. Definición de Satisfacción del cliente

Según Mejías y Manrique (2011) define que la satisfacción en los clientes es el valor que la empresa brinda al consumidor, mediante un servicio o producto, y que dicha expectativa que tiene el consumidor, se cumpla.

Según Gómez (2013) considera que un cliente satisfecho siempre es positivo para una organización, ya que un cliente satisfecho recomendará el lugar por su atención y servicio, y será negativo para la competencia.

Según Ros (2016) define que la satisfacción es la impresión que recibe el comprador acerca de los insumos o servicios que le brinda la empresa y donde busca encontrar la satisfacción que espera .

2.2.2.2. Dimensiones de la satisfacción del cliente

- Rendimiento percibido: Según Vargas (2018) define que la percepción es el desarrollo cognitivo de cada ser humano, que percibe y reconoce las cosas buenas o malas a base de lo que observa o percibe, así sea bueno o malo.
- Cumplimiento de ofertas o Promociones: Según Rubin (2017) considera que en la actualidad todo va de la mano como, buen servicio a los consumidores, buenas promociones que ofrezca cada empresa, para clientes frecuentes o simplemente para atraer más clientes y poder fidelizarlos, ya que hoy en día las personas buscan ofertas y con un precio adecuado, ya que es muy fundamental para poder satisfacerlos. Teniendo en cuenta que da cierto tiempo se tienen que innovar las promociones.

2.2.2.3. Satisfacción del cliente peruano en la compra de medicamento en boticas y farmacias en el Perú en tiempos de Pandemia del Covid-19

Según DIGEMID (2020) considera que hoy en día debido a la pandemia del Covid-19, la compra de medicamentos se incrementó. Por lo tanto, las boticas, farmacias y centros de salud tienen que respetar las normas, decretos superemos y leyes establecidos por el gobierno peruano, sobretodo en vender medicina de buena calidad, con todos los requisitos establecidos por ley y con un precios accesibles a la economía del ciudadano peruano.

Según MINSA (2019) Todas las personas tenemos derecho a tener servicios y medicinas de buena calidad. Por ende todo ciudadano que tenga alguna enfermedad tienen que ser atendidos con productos médicos, productos farmacéuticos buenos y con la atención oportuna .Así lo establece la Resolución Ministerial N° 337-2019-Minsa.

2.2.2.4 Beneficios de la satisfacción del cliente

Según kotler y Armstrong (2008) explican que la satisfacción del comprador, depende de las expectativas, que perciba el cliente, de un producto o servicio. A la vez también la satisfacción del cliente hace referencia a los costos, al momento de pagar por el producto o servicio. Si el producto o servicio no llega a las expectativas, lamentablemente el consumidor quedará insatisfecho. Si el producto o servicio coincide con las expectativas, el consumidor quedará satisfecho. Si el producto o servicio rebasa las expectativas, el consumidor quedará encantado. Por ende, los clientes satisfechos volverán a comprar y comunicar a otras personas sus beneficios y expectativas positivas con el producto o servicio.

Según el MINSA(2019) Explica que todos los ciudadanos tienen que tener acceso a medicina de buena calidad, buen precio y lo más importante que se sientan satisfechos de cada compran que hacen , ya que de ello depende mucho la estabilidad de su empresa.

Según DIGEMID (2018) considera que los consumidores siempre buscan ofertas, promociones, buen precio, buen producto o servicio. Por ello, para que sus clientes se sientan satisfechos de cada compra que hacen, las empresas peruanas, tienen que actualizar cada cierto tiempo su catálogo, cumpliendo con las ordenas por ley, porque de ello depende la estabilidad de su compañía.

2.2.2.5. Consecuencias de la insatisfacción del cliente

Según kotler y Armstrong (2008) explican que los clientes tienen una gran variedad de productos y servicios que podrían satisfacer una necesidad. Los consumidores toman elecciones de compra basado en las expectativas que se forman sobre el costo y la satisfacción que las diferentes ofertas de mercado que les proporcionan. Los consumidores satisfechos vuelven a comprar y cuentan sus vivencias positivas. Los consumidores insatisfechos constantemente se van con la competencia y hablan mal. El costo y la satisfacción de los consumidores son bloques de creación clave para desarrollar y regir las colaboraciones con los consumidores.

Según DIGEMID (2019) explica que vender medicamento vencido representa un peligro para el consumo humano. Por lo tanto, las empresas farmacéuticas, cadena de boticas y establecimientos que vendan medicinas en mal estado, vencidos, adulterados y con registro sanitario falso, los clientes se llevarán una mala imagen, no volverán a comprar más, tendrá mala reputación y serán sancionados severamente por las autoridades competentes. También considera que la salud de los seres humanos es muy importante, por lo tanto es vital observar e investigar que todos los medicamentos no estén vencidos y tengan una buena calidad, para que las personas no se sientas insatisfechas por cada medicamento que compran.

Según Robbins y Judge (2013) consideran que existe varios tipos de clientes insatisfechos. A continuación se explican los siguientes:

- Cliente no contento; esto sucede, cuando el cliente aceptó el producto o servicio, pero no cumplió con sus expectativas.
- Cliente disgustado; esto sucede cuando se origina algún inconveniente, durante el proceso de entrega, y el cliente considera que la empresa, pudo esmerarse en evitar que se produzcan percances.
- Cliente enojado; esto sucede cuando se origina un problema muy grande. Y lamentablemente el cliente piensa que has sido engañado y estafado por parte de la empresa.

2.3 Definición de términos básicos

- **Botica:** Establecimiento donde se venden medicamentos (Zeitman & Bitner, 2002).
- **Cliente:** Persona que compra en una bodega o en un centro comercial lo que necesita. (Zeitman & Bitner, 2002).
- **COVID-19:** Es la enfermedad infecciosa causada por el coronavirus que se ha descubierto más recientemente. Tanto este nuevo virus como la enfermedad que provoca eran desconocidos antes de que estallara el brote en Wuhan (China) en diciembre de 2019. Actualmente la COVID-19 es una pandemia que afecta a muchos países de todo el mundo. (Organización Mundial de la Salud, 2019).
- **Insatisfacción:** Es un sentimiento interior de una persona cuando no cumple sus deseos, y siente disgusto por el producto o servicio (Robbins y Judge, 2013).
- **Medicamento Genérico:** Según la OMS (2020) un medicamento genérico es igual que a un medicamento de marca tiene la misma composición y tiene el mismo beneficio. Por lo tanto, se puede sustituir el medicamento de marca por un medicamento genérico.
- **Mejora continua:** Es un proceso que pretende mejorar los productos o servicios de una empresa. (Zeitman & Bitner, 2002).

- **Mercado:** Lugar público donde venden alimentos y otros productos que las personas consumen. (Zeitman & Bitner, 2002)
- **Oferta técnica:** Es una propuesta para seducir a las personas cuando hacen compras. (Zeitman & Bitner, 2002)
- **Precio:** Es la cantidad de dinero que se cobra cuando se ofrece un producto o servicio. Los precios tienen un impacto muy importante en las empresas. Para fijar los precios las empresas se basan en la percepción de los clientes. (Kotler y Armstrong, 2008).

3. Cronograma de actividades

Actividades	Set.	Oct.	Nov.	Dic.	Ener.	Feb.	Producto/ Resultado
	2020	2020	2020	2020	2021	2021	
1. Problema de la investigación	X						
1.1 Descripción de la realidad problemática	X						
1.2 Planteamiento del problema		X					
1.2.1 Problema general			X				
1.2.2 Problemas específicos							
1.3 Objetivos de la investigación			X				
1.3.1 Objetivo general			X				
1.3.2 Objetivos específicos							
1.4 Justificación e importancia de la investigación				X			
2. Marco teórico				X			
2.1 Antecedentes				X			
2.1.1 Internacionales				X			
2.1.2 Nacionales							
2.2 Bases teóricas				X			
2.3 Definición de términos					X		
3. Conclusiones					X		
4. Recomendaciones					X		
5. Aporte científico o socio cultural del investigador					X		

4. Recurso y presupuesto

Partida presupuestal*	Código de la actividad en que se requiere	Cantidad	Costo unitario (en soles)	Costo total (en soles)
Recursos humanos	01	1	S/ 3000.00	S/ 3000.00
Bienes y servicios	02	-	-	-
Útiles de escritorio	03	2	S/ 20.00	S/ 20.00
Mobiliario y equipos	04	2	S/ 20.00	S/ 20.00
Pasajes y viáticos	05	2	S/ 50.00	S/ 50.00
Materiales de consulta (libros, revistas, boletines, etc.)	06	1	S/ 20.00	S/ 20.00
Servicios a terceros	07	1	S/ 250.00	S/ 250.00
Otros	-	-	-	-
Total				S/ 3360.00

*El costo del presupuesto fue financiado en su totalidad por el investigador.

*Los recursos son propios.

5. Referencias Bibliográficas

- Álvarez, R. (2017). *Satisfacción del servicio de Hospitalización privada, sobre la calidad de atención recibida en el Hospital Militar “Escuela Dr. Alejandro Dávila Bolaños. Managua, Nicaragua, febrero- marzo 2017* [Tesis de maestría, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua]. Repositorio institucional. <https://repositorio.unan.edu.ni/7928/>
- Aliaga, J. E. (2018). *Gestión de calidad bajo en enfoque de atención al cliente de las MYPES del sector comercio, rubro boticas del distrito de Manantay, 2017* [tesis de pregrado, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. Repositorio institucional <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/4947?show=full>
- Barlart, M. (15 de 11 de 2018). La empatía: La clave para conectar con los demás. Claves del poder personal, 50, 2. Obtenido de http://www.gref.org/nuevo/articulos/art_250513.pdf
- Barrientos, J. (2018). *Calidad y de atención y satisfacción del usuario del servicio de farmacia del centro de salud laura caller-los olivos, 2018* [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo]. Repositorio institucional https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/30674/Barrientos_VJD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Briones, C. L. (2018). *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector comercial boticas del distrito San Juan Bautista - Iquitos, año 2017*. [Tesis de pregrado, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote]. Repositorio institucional <https://n9.cl/v0ulr>

Carpio, K. (2016). Gestión de calidad en la atención de farmacia. Propuesta de un manual para usuarios externos del hospital Teófilo Dávila. [Tesis de Maestría, Universidad de Guayaquil]. Repositorio institucional. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/47370>

Choque, E., Peñaranda, R., Sivila, Y. y Vargas, Y. (2019). Satisfacción percibida del servicio de farmacias comunitarias independientes de la Ciudad de Sucre. *Revista Bio Scientia*. 2(4). 19-29. <https://revistas.usfx.bo/index.php/bs/article/view/327>

Dávila C. (2012). Las dimensiones de la calidad del servicio en el proceso de distribución y comercialización de energía eléctrica. *Contaduría y Administración* 57(3), 175-195. <http://www.scielo.org.mx/pdf/cya/v57n3/v57n3a8.pdf>

Descentralización de la salud mejorará la calidad de atención de los peruanos (21 de febrero 2019) Minsa <https://www.gob.pe/institucion/minsa/noticias/25873-ministra-de-salud-descentralizacion-de-la-salud-mejorara-la-calidad-de-atencion-de-los-peruanos>

De Jesús, A., Vargas, J.A. y Gaytán-Cortez (2017). SERVPERF: Medición de la satisfacción del servicio en un hospital público. *Política macroeconómica para el fortalecimiento de la competitividad*. https://www.researchgate.net/publication/319880589_SERVPERF_Medicion_de_la_satisfaccion_del_servicio_en_un_hospital_publico.

Dirección General de Medicamentos Insumos y Drogas (2018). *Minsa: AhorroMED 2.0 permite conocer los precios más bajos de los medicamentos en todo el país*. <http://www.digemid.minsa.gob.pe/Main.asp?Seccion=3&IdItem=2143>.

Dirección General de Medicamentos Insumos y Drogas (2020). *Por la mejora continua de los servicios que brinda a la población a fin de garantizar el acceso a medicamentos Digemid revalida certificación ISO 9001-2015 al Sistema de Gestión de la Calidad hasta el 2022.* <http://www.digemid.minsa.gob.pe/Main.asp?Seccion=3&IdItem=2233>

Dirección General de Medicamentos Insumos y Drogas (2020). *Usuarios adquirieron medicamentos esenciales de calidad a bajo precio* <http://www.digemid.minsa.gob.pe/Main.asp?Seccion=3&IdItem=2205>

Dirección General de Medicamentos Insumos y Drogas (2019). *Gobierno publica reglamento para mejorar el acceso a medicamentos genéricos* <http://www.digemid.minsa.gob.pe/Main.asp?Seccion=3&IdItem=2202>

Dirección General de Medicamentos Insumos y Drogas (2019). *Ambientes remodelados permiten atender a más de 250 usuarios diariamente* <http://www.digemid.minsa.gob.pe/Main.asp?Seccion=3&IdItem=2159>

Dirección General de Medicamentos Insumos y Drogas (2020) *.Se fiscaliza cumplimiento de reporte de stock y precios.* <http://www.digemid.minsa.gob.pe/Main.asp?Seccion=3&IdItem=2219>

Dirección General de Medicamentos Insumos y Drogas (2019). *Se incautaron dispositivos médicos y productos de procedencia desconocida Intervienen 30 puestos de galería “El Canchón” de la Av. Emancipación.* <http://www.digemid.minsa.gob.pe/Main.asp?Seccion=3&IdItem=2153>

Indecopi apoyará en supervisar información que farmacias deben entregar (21 de mayo de 2020). *Andina.* <https://andina.pe/agencia/noticia-indecopi-apoyara-supervisar-informacion-farmacias-deben-entregar-798390.aspx>

Gómez, B., (2013). *Personalización Masiva: Cómo gestionar con éxito la producción de productos y servicios personalizados masivamente*. Alfaomega Grupo Editor S.A.

Kotler, P. y Armstrong, G.(2008). *Fundamento de Marketing*.
<https://drive.google.com/file/d/1e3H2aU8rXIjPiJJSou7En1pz5-lAi4Hm/view>

León, J. (2016). *Estrategias para establecer una cultura de calidad de servicio al cliente en la farmacia Farmaclip C.A.* [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio institucional http://saber.ucv.ve/bitstream/123456789/16013/1/T026800016818-0-leoncandelario_finaldefensa.pdf-000.pdf

Fernández, M. (2021, 25 de enero). Las farmacias viven el efecto suflé. *El País*.
<https://elpais.com/economia/2021-01-24/las-farmacias-viven-el-efecto-sufle.html>

Mejías, A. y Manrique, S. (abril, 2011). Dimensiones de la satisfacción de clientes bancarios universitarios: una aproximación mediante el análisis de factores. *Revista Ingeniería Industrial*, vol. 32(1). 43-47 <https://www.redalyc.org/pdf/3604/360433575007.pdf>

Medina, A. L., y Gonzáles, J. R. (2016). Determinación sistémica de valores tangibles e intangibles y atributos clave. *Systems & Design: Beyond Processes and Thinking*. 26 (18). <http://ocs.editorial.upv.es/index.php/IFDP/IFDP/paper/viewFile/2471/2089>

Ministerio de salud (2020). Resolución Ministerial N°351-2020. *Disposiciones y Medidas para la Atención Oportuna y Segura con Medicamentos*. <https://www.gob.pe/institucion/minsa/normas-legales/633098-351-2020-minsa>

Ministerio de salud (2019). Resolución Ministerial N° 337-2019/MINSA. <https://www.gob.pe/institucion/minsa/normas-legales/273735-337-2019-minsa>

Normas de Calidad de Servicio Farmacéuticos, Buenas Prácticas de Farmacia. Informe OMS, Tokio septiembre de 1993. OPS/HSS/HSE 95.01, WHO Pharm. /94.569, OPS/HSS/94.49. <https://iris.paho.org/handle/10665.2/40024?locale-attribute=es>

Núñez, B. (2016). *La fidelización de clientes y su relación en el incremento de ventas de la Farmacia Patty's*. [Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Ambato de Ecuador]. Repositorio institucional <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/23026/1/20%20GIS.pdf>

Oteo, L. (2015). *Calidad y servicio: Conceptos y herramientas*. Bogotá: Ecoe Ediciones. <https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2015/07/Calidad-y-servicio-3ra-Edicio%CC%81n.pdf>.

Organización mundial de la salud (2019). *Preguntas y respuestas sobre la enfermedad por coronavirus (COVID-19)*. <https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/q-a-coronaviruses>

Organización mundial de la salud (2016). Temas de Salud. Enfermería. <http://www.who.int/topics/nursing/es/>

- Pacheco, Y.(2018). *Satisfacción del usuario con la calidad de atención odontológica en el centro de salud “Aclas Huancan” distrito de Huancan, provincia de Huancayo, región Junín, julio 2018*. [Tesis de pregrado, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote]. Repositorio institucional <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/5900?show=full>
- Ramírez, V. (2016). *Calidad de servicio y satisfacción del usuario del área de farmacia del hospital Santa Gema de Yurimaguas*. Peru.2016. [Tesis de Maestría, Universidad Cesar Vallejo] <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/1797>
- Robbins, S. y Judge, T. (2013). *Comportamiento Organizacional*. Pearson. https://www.academia.edu/36832545/Comportamiento_Organizacional_15edi_Robbis
- Rojas, J. (2007). *Gestión por procesos y atención al usuario en los establecimientos del Sistema Nacional de Salud*. Limusa.
- Ros, A. (2016). *Calidad percibida y satisfacción del usuario en los servicios prestados a personas con discapacidad intelectual*. [Tesis de doctorado, Universidad Católica de Murcia] Repositorio institucional <http://repositorio.ucam.edu/bitstream/handle/10952/1638/Tesis.pdf?sequence=1&isAll> owe d=y [Consulta: 17 de enero del 2019].
- Rubín, F. (2017, 31 de marzo). *Identidad de marca, la promesa que le hacemos a nuestro cliente*. Marca2.0. <https://www.merca20.com/identidad-marca-la-promesa-le-hacemos-a-nuestro-cliente/>

Sánchez, V. (2016). *Calidad de Atención y Satisfacción del Usuario, en atención de parto del servicio de hospitalización de obstetricia del Hospital Iquitos "Cesar Garayar García"*. [Tesis de pregrado, Universidad Científica del Perú]. Repositorio institucional <http://renati.sunedu.gob.pe/bitstream/sunedu/52743/1/CS-TIT-S%C3%81NCHEZ>

Vargas, L. (2018). *Sobre el concepto de percepción*. *Alteridades*, 4, 47-53. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/747/74711353004.pdf>

Zeitman, Valerie y Bitner. (2002). *Marketing de servicios*. Mc. Graw - Hill Interamericana.

6. Aporte Científico o académico

El presente trabajo de investigación brinda un aporte científico porque facilita a comprender definiciones, conceptos de la calidad de servicio y la satisfacción del cliente. El objetivo de este estudio fue identificar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la Botica Rodríguez, Jaén-Cajamarca, 2020.

Ramírez (2016) plantea la siguiente problemática: En la situación del Nosocomio Santa Gema, el análisis llevado a cabo muestra denuncias de las personas externas, en relación a la calidad de la atención médica y falta de medicamentos, por otro lado, tiene carencias de equipamiento moderno, por último no cuenta con los estudios basados al nivel de satisfacción del usuario y calidad de servicio.

Y las soluciones que brinda el tesista Ramírez (2016) a la problemática mencionada, es que el gerente del Nosocomio Santa Gema y a todo el personal, principalmente deben brindar un óptimo trato a los pacientes, donde la calidad de servicio sea de forma personalizada, para lograr la satisfacción del cliente. También el gerente de negociar con los proveedores, para que no haya desabastecimiento de medicinas y que realice los trámites para que haya mejora en los equipos médicos.

En el presente trabajo de investigación, a la Botica Rodríguez, ubicado en Jaén-Cajamarca, también se le propone las siguientes soluciones: Debe diseñar un sistema de adquisición de medicamentos a base de convenios con proveedores, con la finalidad de que no haya desabastecimiento de medicamentos y los clientes, queden satisfechos. También debe invertir en áreas cómodas y esterilizados, para los clientes que deseen una atención más personalizada.

Estas propuestas de soluciones a problemas mencionados, será un gran aporte científico o académico para todas las empresas del rubro farmacéutico. Y tiene relación con el presente trabajo de investigación.

7. Recomendaciones

Se recomienda que la Botica Rodríguez, capaciten a los profesionales Químicos farmacéuticos, que laboran en la atención al público, con respecto a mejorar la calidad de servicio, con una atención personalizada para lograr resolver las necesidades de los clientes. Cabe resaltar que el tesista Barrientos (2018) también recomienda que todas las farmacias deben capacitar a su personal.

Se recomienda que la Botica Rodríguez, diseñe un sistema de adquisición de medicamentos, como convenios con proveedores, con la finalidad de que no haya desabastecimiento de medicamentos y los clientes, queden satisfechos. Y asimismo se recomienda implementar ambientes esterilizados, destinados para brindar atención de inyectables y medición de la presión de los clientes. Y también implementar una ventanilla para atención preferencial y de esta manera lograr la satisfacción del cliente. Cabe resaltar que el tesista Ramírez (2016) también recomienda que se debe evitar el desabastecimiento de medicamentos en las farmacias, y gestionar en ofrecer áreas cómodas y protegidas para que el cliente se sienta en confianza.

Se recomienda que la Botica Rodríguez, adquiera una base de datos, de todos los clientes, para enviar información de las ofertas, promociones y descuentos, así como saludarlos por su cumpleaños o en fechas especiales, con la finalidad de que el cliente sienta que es importante. Por lo tanto también es necesario implementar un buzón de quejas y sugerencias y que esté al alcance el libro de reclamaciones. Siempre con el objetivo de lograr fidelizar a los clientes. Cabe resaltar que los investigadores Choque et al. (2019) también recomiendan que es vital la fidelización de los clientes, en satisfacer todas las necesidades de los clientes y queden satisfechos.

8. Anexos



Anexo N° 1. Carta de autorización de la Botica Rodríguez, ubicado en Jr. Santa Rosa N°380, Provincia de Jaén-Cajamarca.

Fuente: Elaboración propia.



Anexo N° 2. Botica Rodríguez, ubicado en Jr. Santa Rosa N°380, Provincia de Jaén-Cajamarca. Atención personalizada.

Fuente: Elaboración propia.



Anexo N° 3. Botica Rodríguez, ubicado en Jr. Santa Rosa N°380, Provincia de Jaén-Cajamarca. Venta de productos de calidad y autorizado por DIGEMID.

Fuente: Elaboración propia.



Anexo N° 4. Botica Rodríguez, ubicado en Jr. Santa Rosa N°380, Provincia de Jaén-Cajamarca. Servicios complementarios de primeros auxilios.

Fuente: Elaboración propia.



Anexo N° 5. Botica Rodríguez, ubicado en Jr. Santa Rosa N°380, Provincia de Jaén-Cajamarca. Atención personalizada con horarios flexibles.

Fuente: Elaboración propia.

