

**EVALUACIÓN DE LA ATENCIÓN PRESTADA Y EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE
LOS USUARIOS EN LA DROGUERÍA + AHORRO DE APARTADÓ**



ISNELDA DIAZ GONZALEZ

Código: 52301404

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA
ESCUELA DE CIENCIAS BÁSICAS, TECNOLOGÍA E INGENIERÍA
TECNOLOGIA EN REGENCIA DE FARMACIA
(CEAD - TURBO)**

2013

**EVALUACIÓN DE LA ATENCIÓN PRESTADA Y EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE
LOS USUARIOS EN LA DROGUERÍA + AHORRO DE APARTADÓ**



ISNELDA DIAZ GONZALEZ

Código: 52301404

Trabajo de grado

Tecnología

Presentado a:

**LEIDER CORTES CAICEDO
Químico farmacéutico**

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA
ESCUELA DE CIENCIAS BÁSICAS, TECNOLOGÍA E INGENIERÍA
TECNOLOGIA EN REGENCIA DE FARMACIA
(CEAD - TURBO)**

2013

DEDICATORIA

Es te logro va dirigido a todas las personas que creyeron en mí y me ayudaron cuando más lo necesitaba .con su constante apoyo me ayudaron a enfrentar las dificultades presentadas

CONTENIDO

AGRADECIMIENTOS	7
TITULO:.....	6
RESUMEN	8
INTRODUCCIÓN.....	9
JUSTIFICACIÓN	10
JUSTIFICACIÓN ECONÓMICA.....	12
JUSTIFICACIÓN SOCIAL.....	12
ANTECEDENTES.....	14
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	16
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	17
OBJETIVO.....	18
Objetivo general:	18
Objetivos específicos:	18
MARCO TEORICO	19
MARCO LEGAL.....	26
Funciones del servicio farmacéutico:.....	27
METODOLOGÍA	33
TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	34
Tabla 1.....	34
OBJETIVO GENERAL DE LA ENCUESTA	34
3.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	35
3.2.1 Estudio exploratorio – descriptivo.....	35
3.2.2. Investigación cuantitativa	35

3.3 POBLACIÓN	36
DISEÑO DEL CUESTIONARIO	36
ANÁLISIS DEL RESULTADO.....	37
Tabla2.....	38
FIGURA 1	38
Tabla 3.....	39
Ilustración 1.....	39
Tabla 4.....	40
Ilustración 2.....	40
Tabla 5.....	41
Ilustración 3.....	41
Tabla 6.....	42
Ilustración 4.....	42
CONCLUSIONES.....	44
BIBLIOGRAFÍA.....	45
ANEXO I	46
ENCUESTA	46
imagen 1.....	47
imagen 2.....	48
imagen 3.....	48
ANEXO II	49

TITULO:

**EVALUACIÓN DE LA ATENCIÓN PRESTADA Y EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE
LOS USUARIOS EN LA DROGUERÍA + AHORRO DE APARTADÓ**

AGRADECIMIENTOS

- ✓ Agradezco a Dios, por darme la sabiduría necesaria para la elaboración de este trabajo.

- ✓ Agradezco a mi familia, por haberme dado su apoyo sentimental tan necesario para no decaer en este trabajo.

- ✓ Agradezco a LEIDER CORTES por, haber orientado mi trabajo de la mejor manera con sus asesorías.

- ✓ Agradezco al servicio farmacéutico más ahorro, por haberme dado la oportunidad para desarrollar y realizar este trabajo.

- ✓ Agradezco a la Universidad nacional abierta y a distancia UNAD de turbo y a todo el grupo de profesores por haberme permitido adquirir los conocimientos teóricos necesarios para el desarrollo de mi práctica *académica y del proyecto de grado*.

RESUMEN

Se realizó una encuesta, la cual arrojó resultados, se desarrolló una ficha de dispensación y atención al usuario y un buzón de sugerencias. Ya que el objetivo principal es poder asegurar una atención de excelencia, más centrada en las necesidades particulares del usuario, por lo tanto resulta necesario centrar esfuerzos.

PALABRAS CLAVES Dispensar, prescripción, Suministro, Promoción, Promover, principio activo, PRUM (Problemas Relacionados con la Utilización de Medicamentos) nombre genérico nombre comercial

INTRODUCCIÓN

El servicio farmacéutico MÁS AHORRO enfrenta una situación de quejas y reclamos por parte de unos usuarios, los cuales manifiestan estar inconformes con la atención y el servicio brindado por parte del personal de dicha droguería.

Por medio de esta investigación se pretende averiguar el nivel de atención y satisfacción de los usuarios de la droguería MAS AHORRO.

Dentro de dicha investigación se realizara una encuesta, la cual arrojará los resultados de la misma, se desarrollara una ficha de dispensación y atención al usuario y un buzón de sugerencias.

Es importante, que dentro de un servicio farmacéutico se evalué continuamente todos los procedimientos para asegurar su calidad y el cumplimiento de sus funciones.

El objetivo principal es poder asegurar una atención de excelencia, más centrada en las necesidades particulares del usuario, por lo tanto resulta necesario centrar esfuerzos, en tener conocimientos en que se tiene falencias para así corregirlas.

JUSTIFICACIÓN

Aunque a menudo se escucha hablar de la importancia de la atención al cliente, éste todavía es un concepto ajeno a muchas empresas. Sin embargo, se debe tener en cuenta que, en un mundo globalizado, la oferta de productos y servicios proviene de todas partes del mundo en cantidades tales que el usuario posee amplia disponibilidad de alternativas para la selección de su mejor proveedor.

En este contexto la atención al usuario especialmente en el área de la salud con los medicamentos toma una relevancia vital, al punto de que puede llegar a ser una de las pocas herramientas que le apuntan al mejoramiento de la misma calidad de vida con diferencia entre productos y servicios de similares características. Por consiguiente, en toda organización, la calidad de la atención al usuario está directamente relacionada con su éxito. Escuchar, entender, estar predispuesto a ofrecer soluciones, respetar, ayudar, apreciar y recordar al usuario son algunas de las actitudes que hacen a una buena atención al usuario.

Estas consideraciones, permiten entender que el usuario es el núcleo en torno al cual debería girar siempre la política de cualquier empresa. Superadas las teorías que sitúan el producto como eje central, se impone un cambio radical en la cultura de las empresas.

La atención y el servicio son una de las estrategias de competitividad de las empresas en la actualidad.

A nivel social, debe tenerse en cuenta que el servicio al usuario tiene hoy día una importancia enorme debido al aumento de la competencia entre las empresas, ya que los usuarios exigen cada vez mejor servicio, por tanto, el ofrecer un producto de calidad ya no es suficiente.

Otro punto importante es que la tecnología está prácticamente al alcance de todos los fabricantes y puede ser fácilmente copiada o implementada en productos con similares prestaciones, por tanto lo que distingue a una empresa de otra es precisamente el valor agregado del producto que oferta, dentro del cual el servicio es uno de los factores más definitorios.

Brindar un buen servicio al usuario posibilita difundir la imagen de cualquier empresa y la suya propia, obtener información adecuada del mercado y apoyar la publicidad y/o promociones de ventas que la empresa realiza.

Las empresas se deben caracterizar por el altísimo nivel en la calidad de los servicios que entregan a los usuarios que compran o contratan. La calidad de los servicios depende de las actitudes de todo el personal que labora

JUSTIFICACIÓN ECONÓMICA

La calidad de servicio de acuerdo con Berry (1972) es la percepción de un cliente acerca de la correspondencia entre el desempeño y las expectativas, relacionados con el conjunto de elementos secundarios, cualitativos y cuantitativos de un producto o servicio principal. Es formulado a la luz de la percepción del consumidor y solo puede definirse con base en las expectativas que satisfagan las necesidades, por lo tanto, es el consumidor quien determina lo que es la calidad.

JUSTIFICACIÓN SOCIAL

La calidad del servicio está representada por las acciones, actitudes que ofrecen a los usuarios de acuerdo a sus necesidades y expectativas, quien las evalúa y cataloga como satisfactorias o no de acuerdo a su percepción.

Para complementar el concepto es necesario hacer referencia a conceptos como necesidades, expectativas y percepciones del cliente.

Las necesidades vienen a representar una carencia que posee el individuo sobre algún producto, servicio o bienestar fisiológico que lo conlleva a la constante búsqueda de satisfacerla.

- medicamentos de calidad.
- con un costo asequible
- una excelente atención

- en la dispensación se le brinda la información requerida como la vía de administración, la dosis adecuada, la forma de almacenar el medicamento, etc.

La calidad del servicio y satisfacción de los usuarios en un servicio farmacéutico son conceptos que están íntimamente relacionados puesto que una mayor calidad del servicio llevará a aumentar la satisfacción del usuario, es decir, que la primera debe ser tratada como un antecedente de la satisfacción.

En el **ARTÍCULO 17 DE LA RESOLUCIÓN 1403 del 2007 se habla del SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD** en ello establece que este sistema es una herramienta que permite dirigir y evaluar el desempeño del servicio farmacéutico, en términos de calidad y satisfacción social, este sistema adoptara en cada servicio un enfoque basado en los procesos que ofrecen y en las expectativas de los usuarios.

Todo servicio farmacéutico tendrá la responsabilidad de desarrollar, implementar, mantener, revisar, y perfeccionar el sistema de **GESTIÓN DE CALIDAD** de conformidad con los decretos 2200 del 2005 y 1011 de 2006 o las normas que modifiquen o sustituyan.

la resolución 1403 de 2007 en su artículo n° 18 establece que el servicio farmacéutico como servicio de atención en salud, dispondrá de mecanismos que permitan establecer la calidad de las prestaciones brindadas a los usuarios,

El Servicio Farmacéutico evaluará como mínimo los siguientes aspectos:

1. Eficiencia. Si el servicio se realizó de acuerdo a la mejor relación costos resultados.
2. Eficacia. Si los resultados previstos fueron alcanzados en términos de cantidad y calidad.

3. Efectividad. Si los resultados fueron congruentes con las demandas, apoyos y necesidades de los usuarios.

De acuerdo a lo anteriormente expresado, son muchos los factores que obligan a un servicio farmacéutico garantizar una excelente atención a sus usuarios, un servicio de calidad, por esto este trabajo quiere evaluar la calidad en el servicio farmacéutico, para determinar si están dando cumplimiento a todas sus funciones y están permitiendo que el usuario quede satisfecho con el servicio.

ANTECEDENTES

MARTINEZ Y MOSQUERA (2002) efectúan un trabajo titulado lineamientos de un programa de mercadeo dirigido a la satisfacción del cliente de la empresa INVERSIONES FATIMA C.A, ubicada en el VALLE DE LA PASCUA, estado Guárico.

En el cual reseña que la atención al usuario es un proceso social de satisfacción de deseo que incluye a los individuos y organizaciones.

Las cuales deben centrarse en determinar y satisfacer las necesidades del usuario, combinando los conocimientos, en una forma coherente y consistente. Por esto el objetivo fundamental a la siguiente investigación fue realizar un estudio de campo de carácter descriptivo y base documental donde la población estuvo conformada por todos aquellos clientes que asistieron a dicha empresa, donde fue seleccionada una muestra de 25 personas.

La estrategia metodológica utilizada es fundamento principal en la recolección de información y análisis de los datos, con la aplicación de un cuestionario a los usuarios de la empresa dicho

instrumento fue valido, para analizar los datos obtenidos de la encuesta se utilizó la tabulación de los datos mediante el uso de cuadros, la estadística descriptiva en porcentaje simple representada en gráficos de barras.

Los resultados demuestran la existencia de factores que influyeron en la satisfacción de los usuarios.

Igualmente la FARMACIA SAAS Y FARMACIA LA COROMOTO elaboraron un trabajo titulado satisfacción al cliente como ventaja competitiva en farmacia de autoservicio (Venezuela) en la empresa FARMACIA SAAS Y FARMACIA LA COROTOMA ubicada en SAN JUAN DE LOS MORROS, estado GUARICO.

El cual reseña que el mejoramiento de la satisfacción al cliente a través de la calidad del producto y en servicio, incluyendo todo lo que esto implica son prioridades.

Cumpliendo las demandas y exigencias de los nuevos mercados sin embargo se debe tener en cuenta que en un mundo globalizado la oferta de producto y servicio proviene de todas partes del mundo.

Dentro de este contexto la realización de una investigación que tiene como propósito estudiar comparativamente la satisfacción al cliente como ventaja competitiva en farmacia de autoservicio de sanjuán de los morros

Se elaboró una investigación de campo descriptivo por que se dirige a la caracterización de las variables involucradas las cuales están representadas por la atención al cliente la ventaja competitiva y la satisfacción del cliente.

Se encuestó un número de individuos u objetos seleccionados para efectos de esta investigación se seleccionaron 20 usuarios de la farmacia SAAS Y 20 usuarios de la farmacia la Coromoto. Para una totalidad de 40 usuarios.

En esta investigación la técnica de recolección de datos que se emplean es: encuesta

De acuerdo con el desarrollo de la investigación se obtuvo un diagnóstico de la atención al cliente que permitió conocer que la capacitación y profesionalismo del personal, la credibilidad, la accesibilidad a productos y servicios, la cortesía y empatía hacia el usuario, resultan indicadores de la atención al cliente que esta orientados en una misma línea, coincidiendo en muchas características; lo que permite suponer que las actividades desarrolladas por las farmacias en cuanto a la atención al usuario se en camina a identificar y satisfacer las necesidades y los usuarios

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el servicio farmacéutico + ahorro, se percibe que hay usuarios que no están satisfechos con el servicio que se les ofrece, puesto que en ocasiones han habido quejas ante la administración por mal atención.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Están los usuarios del servicio farmacéutico +ahorro, satisfechos o insatisfechos con el servicio y la atención prestada por el personal?

OBJETIVO

Objetivo general:

Evaluar la calidad del servicio farmacéutico + AHORRO de APARTADÓ con relación a la atención prestada y al nivel de satisfacción de los usuarios.

Objetivos específicos:

- Determinar el nivel de satisfacción de los usuarios del servicio farmacéutico mediante la ayuda de una encuesta.
- Detectar las falencias y fortalezas que tiene la atención prestada por el personal farmacéutico a partir de las manifestaciones de los usuarios.
- Determinar si los usuarios comprenden las indicaciones dadas por el personal farmacéutico.
- Crear un sistema de sugerencias, quejas y reclamos para asegurar la calidad en el servicio y la satisfacción de los usuarios.
- Socializar con el personal de la farmacia los resultados obtenidos a través de las encuestas para que así se pueda tomar los correctivos adecuados para el mejoramiento de dicho servicio.

MARCO TEORICO

En nuestro país se esmera para ofrecer servicio de calidad que permita la satisfacción del usuario. El interés de la calidad de la atención farmacéutica tiene su origen en la insatisfacción expresada por los usuarios de los servicios farmacéutico por ello los farmacéuticos se han planteado estrategias tendientes al rescate de la calidad, lo que implica el incremento en la satisfacción del usuario, vista como indicador de la calidad de los servicios recibidos.

Tener un sistema de gestión de calidad tiene muchos beneficios como son:

- Mayor satisfacción y lealtad al usuario
- Mayor motivación de los empleados, ya que trabajan en forma más eficiente y ayuda a centrar la empresa sobre el problema de producción de calidad

El plan estratégico de una empresa, que es su carta de presentación está lleno de buenos propósitos e intenciones. La visión y misión empresariales plantean situaciones “ideales” uno de los aspectos en los cuales se presentan más vacíos, entre lo que reza el plan estratégico y la realidad, es la atención al usuario.

Los beneficios de lograr la satisfacción de un usuario: es de vital importancia que el personal que trabaja para la empresa conozca cuales son los beneficios de lograr la satisfacción del usuario, como definirla, cuales son los niveles de satisfacción como se logra la expectativa de los usuarios.

Beneficios de lograr la satisfacción del usuario:

Estos beneficios pueden ser resumidos en tres,

- Primer beneficio: el usuario satisfecho, por lo general vuelve a comprar por tanto la empresa obtiene como beneficio su lealtad y por ende, la posibilidad de venderle el mismo u otro producto adicionales en el futuro.
- Segundo beneficio: el cliente satisfecho comunica a otros su experiencia positiva con un propósito o servicio. Por tanto la empresa obtiene como beneficio una función gratuita que el usuario satisfecho realiza a sus familiares, amistades y conocidos.
- Tercer beneficio: el usuario satisfecho deja de lado a la competencia. Por tanto la empresa obtiene como beneficio un determinado lugar en el mercado.

En síntesis toda empresa que logre la satisfacción del usuario obtendrá como beneficio

- La lealtad del usuario (que se traduce en futuras ventas)
- Difusión gratuita (que se traduce en nuevos usuarios/ clientes)
- Una determinada participación en el mercado.

Elementos que conforman la satisfacción del usuario: está conformada por tres elementos

1. El rendimiento percibido: se refiere al desempeño (es el resultado que el usuario percibe que obtuvo en el producto o servicio que adquirió).
2. Las expectativas: son las esperanzas que los usuarios tienen por conseguir algo.

- Promesa que hace la misma empresa a cerca de los beneficios que brinda el producto servicio.
- Experiencia de compra anterior
- Opiniones de amistades, familiares, conocidos, etc.
- Es de vital importancia monitorear “regularmente” las “expectativas” de los usuarios para determinar lo siguiente.
- Si está dentro de lo que la empresa puede proporcionar.
- Si están a la par, por bajo o encima de las expectativas que genera la competencia.
- Si coincide con lo que el usuario promedio espera, para animarse a comprar.

3. Los niveles de satisfacción: luego de realizar la compra o adquisición de un producto o servicio, los usuarios /clientes experimentan uno de estos tres niveles de satisfacción:

- **Inspección:** se produce cuando el desempeño percibe del producto no alcanza las expectativas del cliente o usuario.
- **Satisfacción:** se produce cuando el desempeño percibe del producto coincide con las expectativas del usuario/cliente.
- **Complacencia:** se produce cuando el desempeño percibido excede a las expectativa del cliente /usuario.

Decreto 2200 de 2005 tiene como objetivo regular las actitudes y procesos propios del servicio farmacéutico, se adoptan las siguientes definiciones

Dispensación. Es la entrega de uno o más medicamentos y dispositivos médicos a un paciente y la información sobre su uso adecuado

Problemas Relacionados con la Utilización de Medicamentos, PRUM. Corresponden a causas prevenibles de problemas relacionados con medicamentos, asociados a errores de medicación (prescripción, dispensación, administración o uso por parte del paciente o cuidador), incluyendo los fallos en el Sistema de Suministro de Medicamentos, relacionados principalmente a la ausencia en los servicios de procesos administrativos y técnicos que garanticen la existencia de medicamentos que realmente se necesiten, acompañados de las características de efectividad, seguridad, calidad de la información y educación necesaria para su utilización correcta.

Servicio de información de medicamentos. Es el conjunto de actividades informativas que hacen parte del servicio farmacéutico de una Institución Prestadora de Servicios de Salud, establecimiento farmacéutico o persona autorizada, que busca la satisfacción de las necesidades específicas de información sobre los medicamentos y su uso adecuado por parte del paciente, el equipo de salud y la comunidad. La información debe estar sustentada en fuentes científicas, actualizadas e independientes.

Servicio farmacéutico. Es el servicio de atención en salud responsable de las actividades, procedimientos e intervenciones de carácter técnico, científico y administrativo, relacionados con los medicamentos y los dispositivos médicos utilizados en la promoción de la salud y la prevención, diagnóstico, tratamiento y rehabilitación de la enfermedad, con el fin de contribuir en forma armónica e integral al mejoramiento de la calidad de vida individual y colectiva.

Requisitos del servicio farmacéutico. El servicio farmacéutico deberá cumplir, como mínimo, con los siguientes requisitos:

1. Disponer de una infraestructura física de acuerdo con su grado de complejidad, número de actividades y/o procesos que se realicen y personas que laboren.
2. Contar con una dotación, constituida por equipos, instrumentos, bibliografía y materiales necesarios para el cumplimiento de los objetivos de las actividades y/o procesos que se realizan en cada una de sus áreas.
3. Disponer de un recurso humano idóneo para el cumplimiento de las actividades y/o procesos que realice.

Obligaciones del dispensador. Son obligaciones del dispensador:

1. Verificar que la prescripción esté elaborada por el personal de salud competente y autorizado y que cumpla con las características y contenido de la prescripción, establecidos en el presente decreto.
2. Verificar que las preparaciones: magistrales, extemporáneas, estériles; nutrición parenteral; y, mezclas de medicamentos oncológicos, contengan en el rótulo o etiquetas la información sobre el paciente hospitalizado o ambulatorio, según el caso; de la preparación o de la mezcla; y, la firma del responsable.
3. Exigir la prescripción para aquellos medicamentos en los que aparezca en la etiqueta la leyenda "Venta Bajo Fórmula Médica".
4. No dispensar y consultar al prescriptor cuando identifique en una prescripción posibles errores, con el fin de no incurrir en falta contra la ética profesional.

5. Verificar y controlar que los medicamentos dispensados correspondan a los prescritos.
6. Informar al usuario sobre los aspectos indispensables que garanticen el efecto terapéutico y promuevan el uso adecuado de los medicamentos, tales como: condiciones de almacenamiento, cómo reconstituirlos, cómo medir la dosis, qué cuidados debe tener en la administración, interacciones con alimentos y otros medicamentos, advertencias sobre efectos adversos, contraindicaciones y la importancia de la adherencia a la terapia. Cuando la dirección técnica de la Droguería, esté a cargo de persona que no ostente título de Químico Farmacéutico o Tecnólogo en Regencia de Farmacia la información que debe ofrecer al paciente está señalada en el artículo 3° del presente decreto.
7. Brindar a los usuarios pautas sobre el uso adecuado de los medicamentos de venta sin prescripción facultativa o de venta libre.
8. Recibir la capacitación ofrecida por las entidades oficiales o de otros actores del Sector Salud y/o capacitarse continuamente en los conocimientos teóricos y destrezas necesarias en el ejercicio del cargo u oficio, a fin de ir aumentando progresivamente las competencias laborales.

Prohibiciones del dispensador. El dispensador no podrá:

1. Adulterar o modificar en cualquier forma la prescripción.
2. Cambiar el principio activo, concentración, forma farmacéutica, vía de administración, frecuencia, cantidad y la dosis prescrita.
3. Dispensar medicamentos alterados o fraudulentos.

4. Violar la reserva a que está obligado por razón de la función que desempeña.
5. Recomendar a los usuarios la utilización de medicamentos.
6. Tener muestras médicas de medicamentos.
7. Tener envases y empaques vacíos, en el servicio farmacéutico, o en aquellos establecimientos farmacéuticos que no estén autorizados para realizar los procesos de re envase o re empaque de medicamentos.
8. Inducir al paciente o consumidor a la compra de un medicamento que reemplace o sustituya al prescrito o al solicitado.

El servicio farmacéutico debe ofrecer a los pacientes información oportuna, completa, veraz.

Fuentes de información. El servicio farmacéutico debe contar con fuentes científicas de información y establecer canales ágiles de comunicación con los demás servicios de la institución y centros de información de medicamentos.

Este marco teórico está basado por las investigaciones realizadas sobre el problema planteado; seguidamente se reseña los resultados y conclusiones de investigaciones que sirvieron de base para el desarrollo del presente estudio.

Martin Mosquera (2002) efectuaron un trabajo titulado lineamiento de un programa de mercadeo dirigido a la satisfacción del usuario.

En la cual reseña que la atención al usuario es un proceso social de satisfacción de deseo, por ello se debe centrar en determinar y satisfacer las necesidades del usuario, combinando los esfuerzos del mercado en una forma coherente, también se tiene en cuenta las leyes que rigen las

actividades y procesos propios del servicio farmacéutico por esto, el objetivo fundamental de la siguiente investigación fue realizar un estudio de campo de carácter descriptivo donde la población estuvo conformada por los usuarios. En dicho estudio se consideraron aspectos como la importancia de poner en práctica la buena calidad de los medicamentos que dispensen a sumiendo la responsabilidad técnica por la autoridad sanitaria, la correcta conservación y almacenamiento, el fraccionamiento y el control del vencimiento de las especialidades medicinales que se encuentran disponibles en la farmacia. Esto con el fin de aumentar el nivel de satisfacción de los usuarios con relación al estado de los medicamentos que le son dispensados para así brindarles a los usuarios seguridad y confianza, etc.

MARCO LEGAL

Decreto 2200 de 2005 Las disposiciones del presente decreto se aplicaran a los prestadores de salud, a todo establecimiento farmacéutico donde se almacenen, comercialicen distribuyan o dispensen medicamentos o dispositivos médicos y tiene por objetivo regular las actitudes, procesos propios del servicio farmacéutico

Po lo tanto todo servicio farmacéutico tendrá como objetivo primordial lo siguiente.

Regular las frecuencias propias del servicio farmacéutico.

- Promover en la vida saludable.
- Prevenir el uso inadecuado de medicamentos
- Ofrece atención farmacéutica.

Funciones del servicio farmacéutico:

- Planifica organiza, coordina y controla los servicios relacionados con medicamentos.
- Promover los estilos de vida saludables y el uso adecuado sobre los medicamentos
- Seleccionar adquirir deprecionar y almacenar, distribuir y dispensar los medicamentos
- Ofrecer la atención farmacéutica los pacientes que la requieren
- Participar en comités de farmacia y terapéuticos.

Carácter de la prescripción: toda prescripción de medicamento debe hacerse por escrito, previa evaluación del paciente y se debe cumplir con los siguientes requisitos:

1. Solo podrá hacerse por personal de salud debidamente autorizado de acuerdo con su competencia.
2. La prescripción debe ser en letra clara y legible, con las indicaciones necesarias para su administración.
3. Se hará en idioma español, en forma escrita ya sea por copia mecanográfica, medio electromagnético y/o computarizado.
4. No podrá contener enmendaduras o tachaduras, siglas, claves, signos secretos, abreviaturas o símbolos químicos, con la excepción de las abreviaturas aprobadas por el Comité de Farmacia y Terapéutica de la Institución.
5. La dosis de cada medicamento debe expresarse en el sistema métrico decimal y en casos especiales en unidades internacionales cuando se requiera.

Contenido de la prescripción. La prescripción del medicamento deberá realizarse en un formato el cual debe contener, como mínimo, los siguientes datos cuando estos apliquen:

1. Nombre del prestador de servicios de salud o profesional de la salud que prescribe, dirección y número telefónico o dirección electrónica.
2. Lugar y fecha de la prescripción.
3. Nombre del paciente y documento de identificación.
4. Número de la historia clínica.
5. Tipo de usuario (contributivo, subsidiado, particular, otro).
6. Nombre del medicamento expresado en la Denominación Común Internacional (nombre genérico).
7. Concentración y forma farmacéutica.
8. Vía de administración.
9. Dosis y frecuencia de administración.
10. Período de duración del tratamiento.
11. Cantidad total de unidades farmacéuticas requeridas para el tratamiento, en números y letras.
12. Indicaciones que a su juicio considere el prescriptor.
13. Vigencia de la prescripción.

14. Nombre y firma del prescriptor con su respectivo número de registro profesional.

Resolución 1403 de 2007: la presente resolución tiene como objetivo determinar los criterios administrativos y técnicos generales del módulo de gestión del servicio farmacéutico y el manual de conocimientos esenciales y procedimientos, se aplicara a toda persona que realice una o más actividades o procedimiento de servicio farmacéutico, especialmente, a los prestadores de servicio de salud, y a todo establecimiento farmacéutico donde se almacenen, comercialicen, distribuyan o dispensen medicamentos y dispositivos médicos o se realicen cualquier otra actividad o proceso del servicio farmacéutico.

Objetivo: el servicio farmacéutico tendrá como objetivos primordiales los siguientes:

- Promoción: promover y proporcionar estilos de vida saludables y el uso adecuado de medicamentos y dispositivos médicos.
- Prevención: prevenir factores de riesgo derivados del uso inadecuado de medicamentos y dispositivos médicos, así como los problemas relacionados con su uso.
- Suministro: suministrar los medicamentos y dispositivos médicos e informar a los pacientes sobre su uso adecuado.
- Atención farmacéutica: ofrecer atención farmacéutica a los pacientes que la requieren, realizando las intervenciones necesarias para el cumplimiento de la farmacoterapia prescrita por el facultativo.

PRINCIPIOS: El servicio farmacéutico tendrá como guía permanente de sus actividades los principios fijados a continuación:

- **Accesibilidad.** El servicio farmacéutico dentro del marco de sus funciones, garantizara a sus usuarios, beneficiarios, destinatarios y a la comunidad los medicamentos y dispositivos médicos, la información y asesoría en el uso adecuado de los mismos. Para construir de manera efectiva a la satisfacción de las necesidades de atención en salud.
- **Conservación de la calidad.** El servicio farmacéutico dispondrá de mecanismos y realizara las acciones que permitan conservar la calidad de los medicamentos y dispositivos médicos que estén a su cargo y ofrecerá la información para que esta se conserve una vez dispensado. Esta responsabilidad también está a cargo de cada uno de los actores que intervengan en los procesos de recepción y almacenamiento, transporte y distribución física de medicamentos y dispositivos médicos, garantizándose las condiciones establecidas por el fabricante y la trazabilidad de los mismos.
- **Continuidad:** el servicio farmacéutico garantiza a sus usuarios, beneficiarios y destinatarios las prestaciones requeridas que se ofrezcan en una secuencia lógica y racional, de conformidad con la prescripción médica y las necesidades de información y asesoría a los pacientes.
- **Eficacia:** el servicio farmacéutico garantiza a sus usuarios beneficiarios y destinatarios el cumplimiento de los objetivos de las prestaciones ofrecidas, dando

cumplimiento a las respectivas normas sobre control, información y gestión de calidad, igualmente contribuirá en el cumplimiento del propósito de la farmacoterapia ordenada por el facultativo.

- **Eficiencia:** el servicio farmacéutico contara con una estructura administrativa racional y los procedimientos necesarios para asegurar el cumplimiento de sus funciones, utilizando de manera óptima los recursos humanos, físicos, financieros y técnicos.
- **Humanización:** el servicio farmacéutico centrara su interés en el ser humano, sin desconocer el papel importante del medicamento y el dispositivo en la farmacoterapia.
- **Imparcialidad:** en cumplimiento de sus funciones el servicio farmacéutico deberá garantizar un trato justo y sin ningún tipo de discriminación a sus usuarios, beneficiarios y destinatarios.
- **Integralidad:** los actores, actividades y procedimientos del servicio farmacéutico se desarrollaran integral mente y de manera interrelacionada, en procura del logro de su misión.
- **Investigación y desarrollo:** el servicio farmacéutico propenderá por la creación de un ambiente de investigación y desarrollo en el servicio que favorezca una mejor inserción en el dominio de la tecnología sectorial.
- **Oportunidad:** el servicio farmacéutico garantizara la distribución y dispensación de la totalidad de los medicamentos prescritos por el facultativo, sin que se presente retrasos que pongan en riesgo la salud o la vida del paciente. también garantizara el ofrecimiento inmediato de la información requerida por los otros servicios, usuarios, beneficiarios y destinatarios. contarán con medicamentos para determinar

permanente mente la demanda insatisfecha de servicio y corregir rápidamente las desviaciones que se detecten. La entidad de la que forma parte el servicio farmacéutico garantizara los recursos necesarios para que se cumplan este principio.

- **Promoción del uso adecuado:** el servicio farmacéutico promocionara en sus actividades el uso adecuado y prevendrá el uso inadecuado y los problemas relacionados con la utilización de los medicamentos y dispositivos médicos.
- **Seguridad:** el servicio farmacéutico contara con un conjunto de elementos estructurales, procesos, procedimientos, instrumentos, y metodologías basadas en evidencia científicamente probada, que minimicen el riesgo de los pacientes de sufrir eventos adversos, problemas relacionados con medicamentos (PRM) o problemas relacionados con la utilización de medicamentos (PRUM)

FUNCIONES: De conformidad con el decreto 2200 de 2005, el servicio farmacéutico realizara las siguientes funciones:

- **Administrativa:** planificación, organización, dirigir, coordinar y controlar los servicios relacionados con los medicamentos y dispositivos médicos ofrecidos a los pacientes y a la comunidad en general, con excepción de la prescripción y administración de los medicamentos.
- **Promoción:** impulsar estilos de vida saludables y el uso adecuado de los medicamentos y dispositivos médicos.
- **Prevención:** prever factores de riesgo derivados del uso inadecuado de medicamentos y dispositivos médicos, así como los problemas relacionados con su uso.

- **Suministro:** seleccionar, adquirir, recibir y almacenar, distribuir y dispensar medicamentos y dispositivos médicos. En las funciones de selección y adquisición, la participación del servicio farmacéutico será de carácter técnico, sin perjuicio de la decisión de la organización en sentido contrario.
- **Atención farmacéutica:** ofrecerá a los pacientes que la requieran.
- **Información:** obtener y difundir conocimientos sobre medicamentos y dispositivos médicos, especialmente, informar y educar a los miembros del grupo de salud, el paciente y la comunidad sobre el uso adecuado de los mismos.

METODOLOGÍA

A raíz de unas quejas que se produjeron en la gerencia de la DROGUERIA + AHORRO por parte de unos usuarios acerca de la atención prestada, el servicio farmacéutico por esta causa, se decide entonces a evaluar la calidad en la atención prestada y la satisfacción de los usuarios que asisten LA DROGUERIA + AHORRO de APARTADO.

Este trabajo se desarrolla con la recolección de información llamada encuesta, se elaboró en el transcurso de una semana con los usuarios que asistieron a la DROGUERÍA MAS AHORRO DE APARTADO. Consta de 7 preguntas, la 1,2 y 5 son preguntas de selección múltiple, la 3 - 4 son preguntas cerradas, la 6 -7 son preguntas abiertas.

TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Clasificar	hora	lunes	martes	miércoles	jueves	viernes	sábado	total
Usuarios con tiempo disponible	10am-	6	4	7	5	9	5	36
	12am							
	2:pm-7:pm	6	9	9	10	4	10	48
Usuarios de prisa	10am-	1	0	0	0	0	0	1
	12am							
	2:pm-7:pm	0	0	0	0	1	0	1
Usuarios que frecuentan para cotizar	10am-	3	4	3	2	0	0	12
	12am							
	2:pm-7:pm	2	5	2	3	0	0	12

Tabla 1**OBJETIVO GENERAL DE LA ENCUESTA**

Establecer las razones por la que los usuarios de la droguería más ahorro de APARTADO compra medicamentos a esta empresa.

Indagar las razones por las que los usuarios tanto actuales como potenciales realizan o no compras a más ahorro.

Determinar las razones de preferencia que los usuarios reciben por parte del personal que labora en más ahorro.

Precisar los atributos diferenciadores que debe tener una droguería.

Establecer el concepto de los usuarios de MAS AHORRO acerca de sus fortalezas y debilidades.

Determinar hábitos de compra de los no clientes de MAS AHORRO

3.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

3.2.1 Estudio exploratorio – descriptivo. Toda investigación debe basarse primero en un estudio exploratorio que, por limitado que este sea, proporcione al investigador un panorama amplio y general a cerca del fenómeno que pretende estudiar. Los estudios exploratorios se efectúan, normalmente, cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o que ha sido abordado antes.

Los estudios exploratorios se realizan para aclarar la naturaleza de un problema, para comprender mejor la situación de un mercado, para descubrir nuevas ideas y proporciones pautas para posteriores investigaciones si fuera necesarias.

Teniendo en cuenta que no existe un estudio relacionado con la evaluación de la atención prestada y el nivel de satisfacción de los usuarios en la droguería + ahorro de partido, se hizo necesario el uso de una investigación exploratoria.

También descriptiva porque de esta forma es su base estadística la cual nos detalla los comportamientos estadísticos de compra y consumo de un segmento o categoría dada.

3.2.2. Investigación cuantitativa se refiere a estudio de grupos relativamente grandes. Su objetivo es extraer datos que sean representativos estadísticamente de la población objeto de estudio para ser cuantificado. Este tipo de investigación posee 3 técnicas y herramientas de investigación: encuestas, experimentos y observaciones. Para este estudio la técnica usada fue la encuesta.

El objetivo de la investigación cuantitativa para este estudio es recoger información de los usuarios que compran medicamentos, para conocer las razones de compra, preferencia, etc., de los usuarios de la DROGERIA MAS AHORRO.

3.3 POBLACIÓN

La población objeto de la investigación está constituida por:

- Los usuarios que nos frecuentan.

DISEÑO DEL CUESTIONARIO

Para realizar la investigación se hizo el cuestionario (ver ANEXO II)

Todas las formas de investigación mediante la encuesta exigen un cuestionario. Esto asegura que se formulara la misma serie de preguntas a todos los entrevistados.

La pregunta 1, 2 y 5 corresponde a preguntas de selección múltiples con única respuesta 1 se quiere saber cómo los usuarios califican la atención prestada por parte del personal que allí labora, la 2 pregunta se indaga con qué frecuencia visitan a la DROGUERÍA MAS AHORRO. La 5 pregunta se quiere saber qué tan satisfechos o insatisfechos están los usuarios con la atención prestada en el servicio farmacéutico MAS AHORRO. La primera tiene como objetivo saber como califican los usuarios la atención prestada por parte del personal que allí labora. La 2 el objetivo es visualizar la frecuencia de los usuarios a la droguería mas ahorro. La 5 pregunta muestra que tan satisfechos o insatisfechos están los usuarios de la droguería mas ahorro con la atención prestada por parte del personal que allí labora. La pregunta 3 y 4 son preguntas cerradas. La 3 pregunta muestran que tan eficiente es el personal que labora en dicha droguería ya que es un factor importante el tiempo que se les da a los usuarios en el momento de la

atención. La pregunta 4 muestra si los usuarios están entendiendo las indicaciones dadas por los auxiliares de dicha farmacia, la 6 y 7 son preguntas abiertas que tienen como objetivo indagar sobre las razones de preferencia de los usuarios a dicha droguería, o la que ellos visitan, también se trata de saber las sugerencias para poder mejorar la atención, según lo sugerido por los usuarios.

Después de recolectar la información se hace la tabulación en gráficas y se analiza los diferentes datos que arroja la encuesta

ANÁLISIS DEL RESULTADO

Los resultados son mostrados en forma tabular y textual para una mejor comprensión de información.

Desarrollo de la encuesta.

De las personas que fueron encuestadas 60 de ellas equivalente al 54.55% del total de encuestados manifestaron que la calidad de la atención prestada en el servicio farmacéutico MAS AHORRO es excelente, 33 de ellas equivalente al 30% manifestaron que la atención es buena, y 17 de ellas equivalente al 15.46% manifestaron que la atención es regular. Ninguna persona manifestó que la atención fuera mala. Figura 1

1. ¿Cómo califica la atención prestada en el servicio farmacéutico MAS AHORRO?		
	Nº de encuestados	Porcentaje (%)
Excelente	60	54.55%
Buena	33	30%
Regular	17	15.46%
Mala		
Total	110	100%

Tabla1

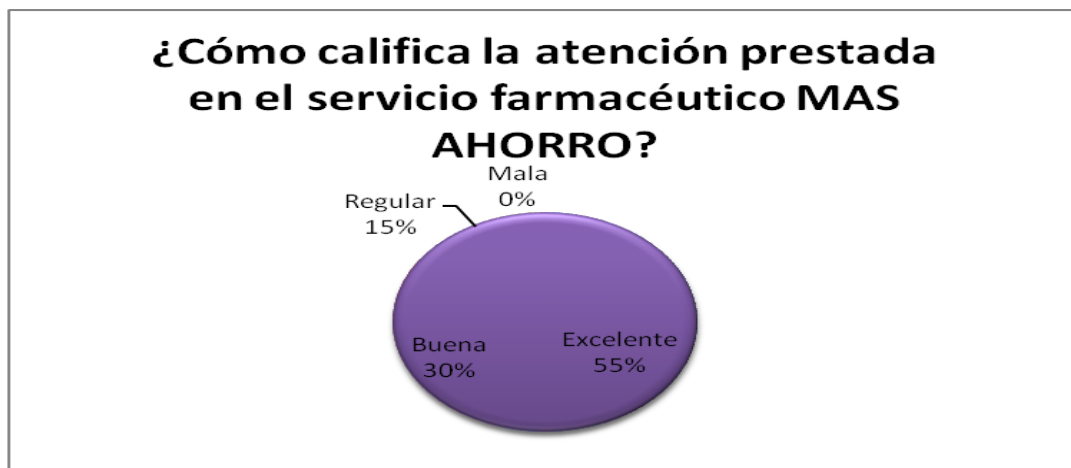


FIGURA 1

2. ¿con que frecuencia visita la droguería MAS AHORRO?			
	Nº de encuestados	Porcentaje (%)	
Entre 1 y 5 veces al mes	62	56.36%	
Entre 5 y 10 veces al mes	30	27.28%	
Más de 10 veces al mes	14	12.73%	
No la visita	4	3.64%	
TOTAL	110	100%	

Tabla 2



Ilustración 1

Hubo unos encuestados que manifestaron no tener conocimiento de dicha droguería.

Otros manifestaron que es la que más frecuentan ya que les gusta la atención brindada y los precios asequibles al público. Ilustración 1

3. ¿Cómo califica el tiempo de espera para la atención?		
	Nº de encuestados	Porcentajes (%)
Oportuno	110	100%
Tardío	0	0%
Total	110	100%

Tabla 3

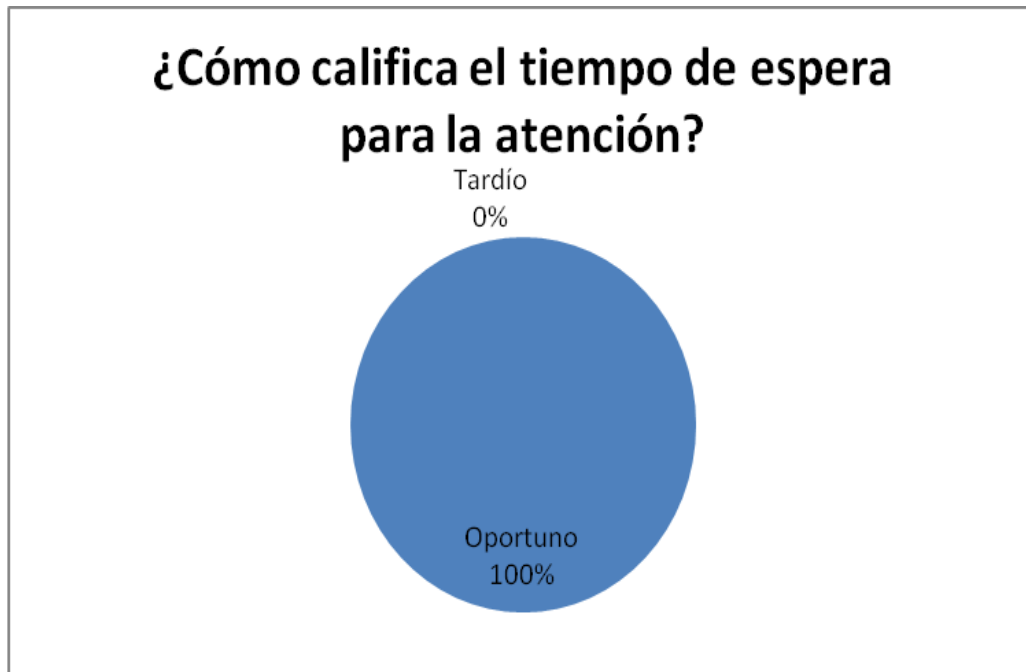


Ilustración 2

El 100% de los encuestados manifestaron que el tiempo de espera es oportuno para el reclamo de los medicamentos ilustración 2

4. ¿Logra entender claramente las indicaciones dadas por el personal farmacéutico?		
	Nº de encuestados	Porcentaje (%)
Si	105	95.46%
No	5	4.55%
Total	110	100%

Tabla 4

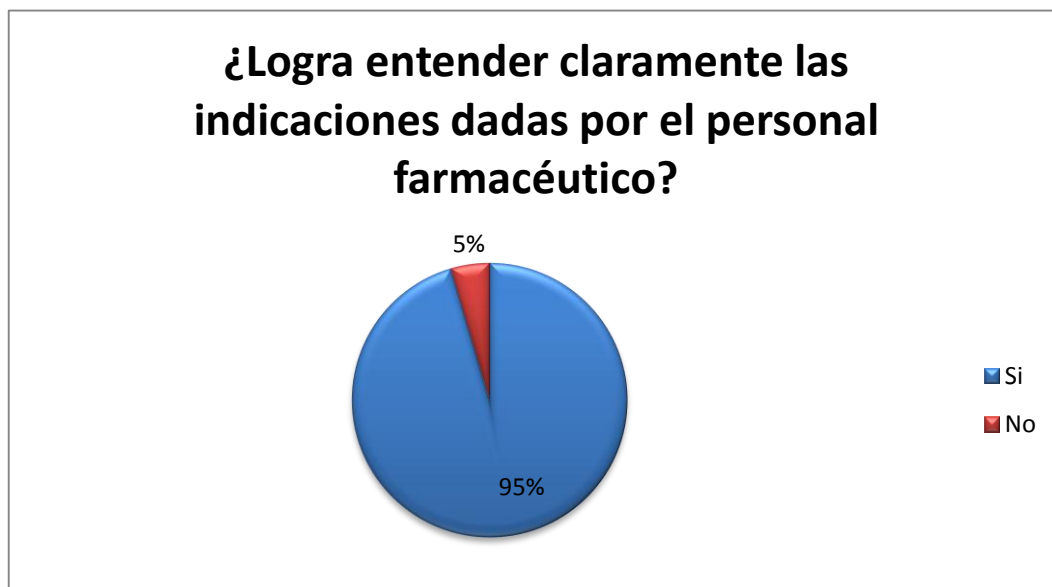


Ilustración 3

A la pregunta de lograr entender claramente las indicaciones dadas por el personal farmacéutico, 105 encuestados equivalente al 95.46% respondieron si, mientras que 5 equivalente al 4.55% de ellos manifestó lo contrario. Ilustración .3

5. ¿Qué tan satisfecho o insatisfecho esta con la atención prestada en el servicio farmacéutico?		
	Nº de encuestados	Porcentaje (%)
Muy satisfecho	59	53.64%
Satisfecho	40	36.37%
Ni satisfecho, ni insatisfecho	11	10%
Total	110	100%

Tabla 5

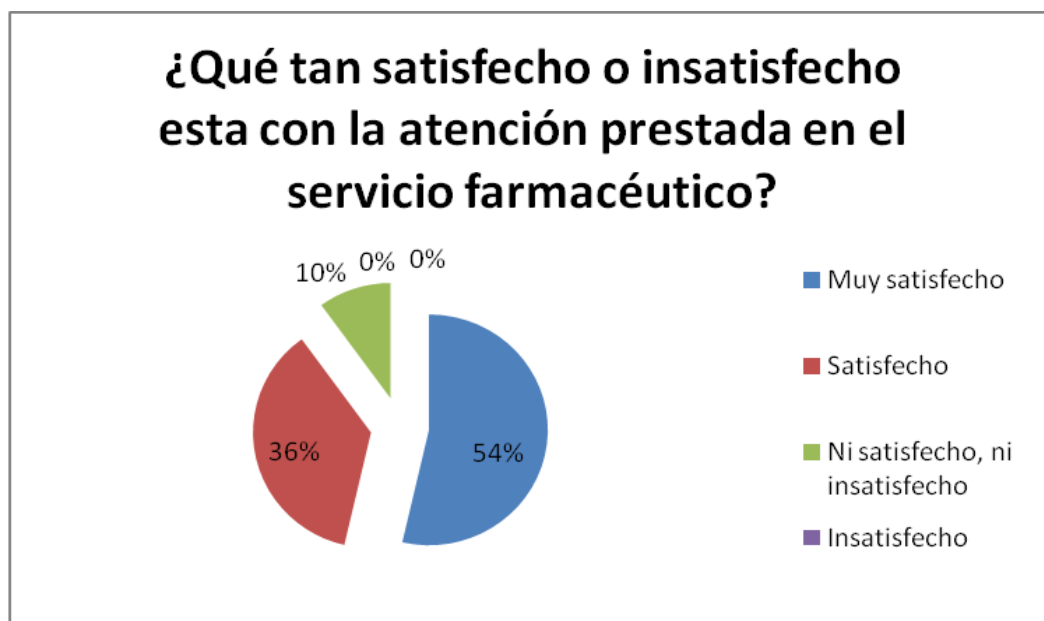


Ilustración 4

A la pregunta del nivel de satisfacción, los encuestados respondieron de la siguiente manera: 59 encuestados equivalente al 53.64% manifestaron estar muy satisfechos, 40 encuestados equivalente al 36.37% manifestaron estar satisfecho, 11 encuestados equivalente al 10% manifestaron estar ni satisfecho, ni insatisfecho. Ningún encuestado manifestó estar insatisfecho o muy insatisfecho. Ilustración 4

6. ¿Qué crítica o sugerencia le haría al servicio farmacéutico?

Frente a esta pregunta fueron pocas las personas que dieron su crítica o sugerencia al servicio farmacéutico, estas fueron las críticas o sugerencias de algunos encuestados:

“Continuar ejerciendo la labor y seguir mejorando cada día al talento humano y la calidez”; “que sean un poco más cordiales, es un valor agregado que se le da al servicio”; “que expliquen bien y más tiempo al usuario”.

El 97% de los encuestados no manifestaron tener una crítica o sugerencia al servicio farmacéutico, por lo contrario argumentaron que el servicio está muy bien.

7. ¿Cuál es su droguería preferida y por qué?

Con relación a la droguería de preferencia los encuestados manifestaron que prefieren la droguería MAS AHORRO por su calidad, su buena atención y los precios asequibles, por su calidad en medicamentos. Por prestar los servicios de encargo de medicamentos ya que la droguería solicita los medicamentos a la distribuidora o a sus puntos de venta más cercanos y se le hace llegar el medicamento al usuario.

CONCLUSIONES

De acuerdo con el desarrollo de la investigación y las evidencias a través de la encuesta, se concluye que el diagnóstico de la atención al usuario en la droguería MAS AHORRO permitió conocer que la farmacia es una entidad promotora de servicio a la comunidad con el fin de cubrir las necesidades del consumidor para tal fin se creó y se diseñó elementos y técnicas que concluyan al mejoramiento de la farmacia, obteniendo como resultado un servicio de buena calidad teniendo siempre presente que el usuario es el motor de la empresa.

Al destacar los resultados de la encuesta se logra entender que los usuarios no siempre se satisfacen cabalmente sus necesidades y no se excede sus expectativas como consumidor.

Es necesario destacar que los usuarios presentaron diferentes características en cuanto al sexo, edad, nivel socio económico y ocupación. Además, al momento de responder el cuestionario unos se negaron a dar su opinión, manifestando que disponían de poco tiempo.

La encuesta nos arrojó que es de importancia tener en cuenta los siguientes puntos:

- Los conocimientos del personal de ventas, es decir: conocimientos del producto en relación a la competencia, y el enfoque de ventas; deben estar concentrados en identificar y satisfacer las necesidades del consumidor.
- Mantener un estricto control sobre los procesos internos de atención al usuario. El seguimiento continuo de las políticas de atención, de sus mecanismos y del capital humano involucrado es necesario para mantener un nivel de calidad del servicio siempre superior a la competencia

BIBLIOGRAFÍA

http://bvs.sld.cu/revistas/far/vol142_3_08/far06308.htm

<http://www.portalfarma.com/Inicio/atencionfarmaceutica/planestrategico/Paginas/planestrategicoindex.aspx>

<http://www.portalfarma.com/inicio/atencionfarmaceutica/forodeattfarma/Paginas/forodeatencionfarmaceutica.aspx>

<http://www.plusformacion.com/Recursos/r/Satisfaccion-al-cliente-como-ventaja-competitiva-farmacias-autoservicio-Venezuela>

www.google.com.co/search?q=DECRETO+1403&aq=f&oq=DECRETO+1403&aqs=chrom

<https://www.google.com.co/search?q=DECRETO+2200&aq=f&oq=DECRETO+2200&aqs=chrome.0.57j013.7930j0&sourceid=chrome&ie=UTF-8>

http://biblioteca.icap.ac.cr/BLIVI/TESINA/2008/Gonzalez_Mendez_Elizabeth_TS_SA.pdf

<http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/satisfaccion-cliente.htm>

Uribe Vélez Álvaro (2005) decreto número 2200 de 2005. Diario oficial n° 45.954 recuperado de [www.google.com.co/search?q=ministerio+de+protección+social+república+de+colombia+\(2005\)](http://www.google.com.co/search?q=ministerio+de+protección+social+república+de+colombia+(2005))

ANEXO I**ENCUESTA**

1. ¿Cómo califica la atención prestada en el servicio farmacéutico MAS AHORRO?
 - a. Excelente ____
 - b. Buena ____
 - c. Regular ____
 - d. Mala ____
 - e. No la conoce-----

2. ¿con que frecuencia visita la droguería MAS AHORRO?
 - a. Entre 1 y 5 veces al mes ____
 - b. Entre 5 y 10 veces al mes ____
 - c. Más de 10 veces al mes ____
 - d. No la visita -----

3. ¿Cómo califica el tiempo de espera para la atención?
 - a. Oportuno ____
 - b. Tardío ____

4. ¿logra entender claramente las indicaciones dadas por el personal farmacéutico?
 - a. Si ____
 - b. No ____ ¿Por qué?

5. ¿Qué tan satisfecho o insatisfecho está con la atención prestada en el servicio farmacéutico MAS AHORRO?

- a. Muy satisfecho
- b. Satisfecho
- c. Ni satisfecho, ni insatisfecho
- d. Insatisfecho
- e. Muy insatisfecho

6. ¿Qué crítica o sugerencia le haría al servicio farmacéutico MAS AHORRO?

7. ¿Cuál es su droguería que preferida y por qué? _____



Imagen 1



Imagen 2



Imagen 3

ANEXO II**FICHA DE DISPENSACION Y ATENCION AL USUARIO****Lineamientos a seguir**

Saludarlo (*buenos días, buenas tardes, buenas noches*) con amabilidad y entusiasmo.

Asegurarse que tenga el nombre del o los principios activos o denominación común internacional del medicamento, según la legislación vigente, con la dosis, concentración, forma farmacéutica (cuando corresponda) y cantidad de unidades (*litro, mililitros, miligramos, gramos, etc.*), seguidos de la fecha, firma y sello con los datos del prescriptor, señalados en la ley pertinente. Observar si el médico consignó las instrucciones para el uso del medicamento y el diagnóstico presuntivo ó definitivo.

Asegurarse que el nombre, la concentración, la forma farmacéutica y la presentación del medicamento que se dispensará corresponden a lo prescripto.

Comprobar que el medicamento tenga el aspecto adecuado y verificar que los envases primario y secundario estén en buenas condiciones, que el nombre, concentración, forma farmacéutica y número de lote y fecha de vencimiento descrito en la caja sean iguales a los de la etiqueta del frasco, ampolla o blíster que contiene en su interior.

Brindar al usuario la información verbal y escrita necesaria para administrarse y conservar correctamente el medicamento. Verificar que el paciente haya comprendido la información brindada.

Entregar el medicamento en envoltorio seguro para su conservación y traslado, respetando la cadena de frío cuando corresponda.

Instruir al paciente para que vuelva a la farmacia si presenta algún problema relacionado con el o los medicamentos o si

necesita mayor información. Aplicar el proceso de atención farmacéutica, cuando corresponda y con el consentimiento del paciente.