



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES

PROYECTO DE GRADUACIÓN

**“DIAGNÓSTICO DE ALTERNATIVAS DE MEJORA CONTINUA EN
EMPRESAS CON PROCEDIMIENTOS CONSERVADORES”**

SUSTENTADO POR

**LAURA NOELIA GALE PERDOMO
ISIS GABRIELA SANTOS RODRÍGUEZ**

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE LICENCIATURA EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEGUCIGALPA HONDURAS, C.A.

DICIEMBRE, 2023

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA	xviii
AGRADECIMIENTO.....	xix
RESUMEN EJECUTIVO	xx
ABSTRACT	xxi
CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN.....	1
1.1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.2. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA.....	2
1.3. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA.....	2
1.3.1 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	3
1.4. OBJETIVOS DEL PROYECTO	3
1.4.1 OBJETIVO GENERAL	3
1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	3
1.5. JUSTIFICACIÓN.....	4
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	5
2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL	5
2.1.1. ANTECEDENTES DE LA EMPRESA	5
2.1.1.1. BREVE DESCRIPCIÓN HISTÓRICA	6
2.1.1.2. PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECE	7
2.1.1.3. LOGOTIPO DE LA EMPRESA	8
2.1.1.4. UBICACIÓN DE LA EMPRESA	8

2.2. PROCESO ACTUAL	9
2.2.1. DESCRIPCIÓN DE LOS PROCESOS RELACIONADOS CON EL PROBLEMA. ...	9
2.3. TEORÍA QUE SUSTENTA LA INVESTIGACIÓN	12
2.4. CONCEPTUALIZACIÓN	1
2.5. INSTRUMENTOS UTILIZADOS	3
2.6. MARCO LEGAL	3
CAPITULO III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	4
3.1. METODOLOGÍA: MIXTA.....	4
3.1.1 TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN	5
3.1.2 DESCRIPCIÓN DEL ÁMBITO DE LA INVESTIGACIÓN	5
3.1.3 POBLACIÓN Y MUESTRA	5
3.1.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS	7
3.1.5 PLAN DE RECOLECCIÓN Y PROCESAMIENTO DE DATOS	7
CAPITULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS.....	8
4.1 MÉTODO DE MEDICIÓN APLICADO.....	8
4.1.1 JUSTIFICACIÓN.....	8
4.1.2 APLICACIÓN.....	8
4.2 RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	9
4.2.1 RESULTADOS DE LA ENTREVISTA AL DUEÑO DE MEDICINAS J Y M:	9
4.2.2 RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS A COLABORADORES DE MEDICINAS J	
Y M:	11
4.2.3 RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS A CLIENTES DE MEDICINAS J Y M....	26

4.3 PROPUESTA DE MEJORA	37
4.4 IMPLEMENTACIÓN DE LOS CAMBIOS	38
4.4.1 CRONOGRAMA DE APLICACIÓN	38
4.4.2 DETALLE DE CAMBIOS Y RESPONSABLES DE SU EJECUCIÓN	39
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	41
5.1 CONCLUSIONES	41
5.2 RECOMENDACIONES	42
BIBLIOGRAFÍA.....	43
ANEXOS.....	45
ANEXO 1: FORMATO DE LAS HERRAMIENTAS DE INVESTIGACIÓN.....	45
ENTREVISTA PARA EL DUEÑO DE MEDICINAS J Y M.....	45
CUESTIONARIO PARA CLIENTES DE MEDICINAS J Y M	46
CUESTIONARIO PARA LOS EMPLEADOS DE MEDICINAS J Y M.....	48
ANEXO 2: FACHADA E INTERIOR DEL NEGOCIO	50
.....	51
RESPUESTAS DE LA ENTREVISTA DUEÑO DE MEDICINAS J Y M.....	51
RESPUESTAS DEL CUESTIONARIO EMPLEADOS DE MEDICINAS J Y M	2

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Fuente: Medicinas J&M.....	8
Ilustración 2 Fuente: Google maps.....	9
Ilustración 3 Libro Administración. Fuente: Hernández Sampieri, R. (2010)	13
Ilustración 4 Libro Introducción a la administración teoría general administrativa: origen, evolución y vanguardia. Fuente: Hernández & Rodríguez (2011).....	14
Ilustración 5 Libro Introducción a la administración teoría general administrativa: origen, evolución y vanguardia. Fuente: Hernández & Rodríguez (2011).....	16
Ilustración 6 Fuente: Tamaño de la muestra, QuestionPro.....	6
Ilustración 7 Fuente: Calculadora de tamaño de muestra, QuestionPro.....	6
Ilustración 8 Fuente: Autoría propia.....	7
Ilustración 9 Conoce la cultura organizacional de la empresa Fuente: autoría propia.	12
Ilustración 10 Conoce la misión y visión de Medicinas J y M Fuente: autoría propia.	13
Ilustración 11 Conocimiento de los procesos del negocio por parte de los empleados. Fuente: autoría propia.....	14
Ilustración 12 Orden en las responsabilidades del puesto de trabajo Fuente: autoría propia.	15
Ilustración 13 Disponibilidad de las herramientas y conocimientos para el desempeño del puesto Fuente: autoría propia.....	16
Ilustración 14 Espacio de trabajo confortable para el desarrollo de las labores del empleado Fuente: autoría propia.....	17
Ilustración 15 El ambiente laboral refleja la cultura de la organización Fuente: autoría propia	18
Ilustración 16 Calificación de la libertad para la toma de decisiones en el trabajo Fuente: autoría propia.....	19
Ilustración 17 Buena comunicación entre los empleados de medicinas J y M.....	20

Ilustración 18 Las órdenes del jefe son claras y específicas para la ejecución del trabajo Fuente:
autoría propia..... 21

Ilustración 19 Opinión acerca de la importancia del puesto del empleado en la empresa Fuente:
autoría propia..... 22

Ilustración 20 Las ideas del empleado son tomadas en cuenta por parte de la gerencia de la empresa
Fuente: autoría propia..... 23

Ilustración 21 CRONOGRAMA DE APLICACIÓN 38

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Descripción de la operacionalización de las variables	18
Tabla 2 Frecuencia de género de los empleados de Medicinas J y M	11
Tabla 3 Frecuencia de la cultura organizacional de Medicinas J y M	11
Tabla 4 Conocimiento de la cultura organizacional de parte del empleado	12
Tabla 5 Conoce la misión y visión de Medicinas J y M.....	13
Tabla 6 Conocimiento de los procesos del negocio por parte de los empleados.....	14
Tabla 7 Orden en las responsabilidades del puesto de trabajo	15
Tabla 8 Disponibilidad de las herramientas y conocimientos para el desempeño del puesto	16
Tabla 9 Espacio de trabajo confortable para el desarrollo de las labores del empleado.....	17
Tabla 10 El ambiente laboral refleja la cultura de la organización.....	18
Tabla 11 Calificación de la libertad para la toma de decisiones en el trabajo	19
Tabla 12 Buena comunicación entre los empleados de medicinas J y M.....	20
Tabla 13 Las órdenes del jefe son claras y específicas para la ejecución del trabajo.....	21
Tabla 14 Opinión acerca de la importancia del puesto del empleado en la empresa.....	22
Tabla 15 Las ideas del empleado son tomadas en cuenta por parte de la gerencia de la empresa .	23
Tabla 16 Opinión de los empleados acerca de cambios que deberían de darse dentro de la empresa	24
Tabla 17 Opinión de los empleados acerca de la importancia de la empresa.....	25
Tabla 18 Frecuencia del género de los clientes de Medicinas J y M.....	26
Tabla 19 Calificación general de los productos y servicios.....	26
Tabla 20 Calificación hacia el producto y servicio de la empresa por parte de los clientes.....	27
Tabla 21 Recomendación del negocio hacia otras personas por parte de los clientes.....	27
Tabla 22 Expectativas de los clientes hacia el producto y servicio	27

Tabla 23 Problema que haya tenido el cliente con el producto o servicio que le brinda la empresa	28
.....
Tabla 24 Calificación de la amabilidad y eficacia del servicio al cliente	29
Tabla 25 Calificación hacia la atención al cliente	29
Tabla 26 Experiencia del cliente en el negocio	29
Tabla 27 ¿Los productos se entregaron según su pedido?	30
Tabla 28 Calificación del proceso de compra	30
Tabla 29 Problema en el proceso de compra	31
Tabla 30 Comentario acerca de algún problema en el proceso de compra	31
Tabla 31 ¿Recibió información clara y completa sobre el producto?	32
Tabla 32 ¿Cómo calificaría la comunicación por parte de los empleados en general?	32
Tabla 33 ¿Sigue nuestras redes sociales?	32
Tabla 34 Preferencia acerca de las redes sociales por parte de los clientes	33
Tabla 35 Tiene alguna sugerencia para hacer que su experiencia sea aún mejor	33
Tabla 36 Hay algo más que le gustaría compartir sobre su experiencia con la empresa	35

DEDICATORIA

A Dios, porque durante el colegio siempre desee entrar a la universidad y él me dio la oportunidad de entrar y ha sido quien me ha dado las fuerzas de continuar adelante durante estos años de estudio los cuales no fueron fáciles para mí, pero que sin su ayuda, amor, protección y provisión económica ni hubiesen podido ser culminados con éxito.

A mi mamá, por ser madre y padre para mí y brindarme todo lo necesario para terminar esta carrera que ha sido para ambas todo un reto. Gracias por tus cuidados, paciencia, amor, ayuda, etc. Mis éxitos te pertenecen. A mi abuela, que ha sido fuente de inspiración diaria en todos los aspectos de mi vida. Gracias por sus oraciones, cariño, ánimos y todo lo que ha hecho por mí. Gracias por siempre confiar en mis capacidades.

Laura Noelia Gale Perdomo

A Dios señor nuestro, quien me ha dado la fuerza y sabiduría para lograr culminar esta etapa profesional, por proveerme siempre para invertir en mi educación.

A mis Padres Espirituales Apóstol Edwin Canales y Profeta Ruth de Canales quienes me impulsaron a continuar con mis estudios, a mi Madre Isabel Rodriguez por siempre estar al pie de la batalla apoyándome, orando por mi vida, brindándome todo para poder estudiar, a mi Padre Salvador Santos por ser un motivo de honra, a mi Padrastro Fernando Matamoros por ser un apoyo incondicional, y a mis hermanos Roberto Santos y Fernanda Matamoros que siempre han estado para ayudarme y motivarme, y a todos mis amigos que fueron parte de este trayecto de muchas dificultades y retos que me llevaron a un nuevo nivel de madurez personal y profesional.

Isis Gabriela Santos Rodríguez

AGRADECIMIENTO

A mi mejor amigo, porque estuvo conmigo durante los últimos años de la carrera los cuales fueron cruciales para mi crecimiento como persona y profesionalmente. Gracias por sus consejos y compañía porque pude superar muchos obstáculos que iba encontrando en mi camino debido a su apoyo. Gracias por animarme cada vez que lo necesité, por nunca dejarme sola y siempre creer en mí.

A mi familia y amistades, porque moral y espiritualmente me apoyaron mucho. Gracias por abrirme las puertas de su casa y sus vidas. Gracias por amarme mucho y acompañarme en todo este proceso que ha sido muy importante para mí.

Laura Noelia Gale Perdomo

A Dios mi padre Celestial, quien me dio la bendición de gozar con salud, inteligencia, sabiduría, fuerzas para alcanzar este éxito.

A toda mi familia natural y espiritual por ser el motor que me impulsaba siempre, por darme su apoyo incondicional hasta el último momento.

A mis amigos que me apoyaron en cada etapa de esta carrera con sus consejos, apoyo emocional y espiritual al orar por mi vida.

A nuestra asesora la Doctora Silvia Elizabeth Vallejo Cerrato, por el apoyo durante este periodo en nuestro proyecto de graduación para poder presentar la tesis de la mejor manera y nos deja una gran enseñanza y experiencias que nos ayudaran en nuestro crecimiento profesional.

Isis Gabriela Santos Rodríguez

RESUMEN EJECUTIVO

Se realizó la investigación en la empresa Medicinas J y M que opera en el municipio de San Marcos, Santa Bárbara, Honduras. Con el objetivo de identificar y diagnosticar la situación actual de la organización, de esta manera poder identificar los procesos que ejecutan dentro de la misma para el buen funcionamiento de las operaciones que aportan a su beneficio y crecimiento en sus ingresos.

La comercialización de medicamentos en las zonas foráneas del país se encuentra en pequeñas comunidades de manera independiente, puesto que las cadenas de farmacias reconocidas se encuentran en ciudades principales de cada departamento dejando la oportunidad de negocio para los microempresarios locales de cada uno de los municipios que no cuentan con estos servicios tal es el caso de la empresa Medicinas J y M. Este tipo de empresa son fundamentales en sistema económico y de salud en Honduras, brindan empleos creando fuentes de ingresos, brindan servicios de primera necesidad a sus pobladores dándoles acceso a la salud mediante la venta de medicamentos.

Este estudio permitió identificar algunas dificultades a las que se han enfrentado como empresa, entre las principales podemos mencionar la mala administración de sus procesos, falta de personal e instalaciones no adecuadas para brindar un servicio al 100% en calidad y satisfacción al cliente.

ABSTRACT

The research was carried out in the company Medicinas J y M that operates in the municipality of San Marcos, Santa Bárbara, Honduras. With the objective of identifying and diagnosing the current situation of the organization, in this way being able to identify the processes that they execute within it for the proper functioning of the operations that contribute to their benefit and growth in their income.

The marketing of medicines in foreign areas of the country is found in small communities independently, since the recognized pharmacy chains are found in the main cities of each department, leaving the business opportunity for local microentrepreneurs in each of the municipalities that They do not have these services, such is the case of the company Medicinas J y M. This type of company is fundamental in the economic and health system in Honduras, they provide jobs, creating sources of income, they provide essential services to their residents, giving them access to health through the sale of medicines.

This study allowed us to identify some difficulties that they have faced as a company, among the main ones we can mention the poor administration of their processes, lack of personnel and facilities that are not adequate to provide 100% quality service and customer satisfaction.

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. INTRODUCCIÓN

En Honduras el sector farmacéutico está evolucionando debido a la demanda y globalización por lo que actualmente existen varias farmacias las cuales son reconocidas por poseer varios establecimientos en el territorio nacional, son empresas muy organizadas puesto que cuentan con procesos establecidos y documentados que contribuye a la gestión de sus operaciones, sin embargo, en las farmacias pequeñas y medianas que son administradas bajo un núcleo familiar en la mayoría desde los casos, estas carecen en su gestión interna de calidad documentada en sus procesos, al no contar con este sistema formal que soporta cada actividad y tarea dentro de las operaciones de las farmacias provocan fallas en la correcta administración del negocio y sus recursos.

En el municipio de San Marcos, Santa Bárbara existe una población aproximada de 16,494 personas, las cuales no contaban con un servicio farmacéutico cercano, por lo que ellos se movilizaban a la comunidad más cercana para adquirir sus medicamentos, actualmente la empresa Medicinas J y M es la única que brinda el servicio que requiere el municipio, por lo cual debe funcionar de manera correcta para satisfacer las necesidades de sus pobladores.

El presente estudio tiene como finalidad identificar si la empresa Medicinas J y M tiene un buen funcionamiento que le permita suplir las necesidades de los servicios farmacéuticos en la comunidad de San Marcos, Santa Barbara. Dicho estudio brinda resultados que permitan poder detectar las oportunidades de mejora en la empresa.

1.2. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

Medicinas J y M surge de esta necesidad en el año 2007, su dueño Francisco Martín Altamirano junto con su esposa Jenny Cruz (Lic. en Enfermería) identificaron la gran demanda que había en su comunidad, iniciando la idea del negocio para ofrecer este servicio a la localidad junto al conocimiento en el área de salud de la Señora Jenny Cruz.

Se establecieron de una manera convencional utilizando herramientas tradicionales como cuadernos, hojas de papel, post-it, talonarios de facturas, grapadoras, folders y todo tipo de materiales de oficina.

Al utilizar estas herramientas convencionales existe un riesgo de pérdida de documentos importantes como facturas emitidas, ordenes de pedidos, documentos legales, facturas de compra de productos entre otros. Por consiguiente, la empresa debe tener sus procesos establecidos y documentados mediante un sistema de gestión de calidad.

1.3. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

Medicinas J y M es un negocio con 16 años de operación siendo el único establecimiento de venta de medicamentos en el municipio de San Marcos, Santa Bárbara, el cual ha estado trabajando de manera tradicional sin un orden presentando debilidades tales como: en ocasiones el cliente se acerca al establecimiento en busca de algún medicamento y los dueños no se dan cuenta de la falta de este por la falta de control de inventario, ausencia de comunicación interna, deficiencia en las estrategias de venta y distribución en el municipio, falta de personal, no existe dominio del tiempo al atender al cliente, entre otros; por lo que es necesario investigar la razón por la que no está funcionando correctamente según los estándares de la calidad.

1.3.1 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

- ¿Cuál es la estructura de Medicinas J y M?
- ¿Cómo administran las operaciones dentro de la empresa?
- ¿Qué estrategias utilizan para la atención de los clientes?

1.4 OBJETIVOS DEL PROYECTO

1.4.1 OBJETIVO GENERAL

Analizar e identificar el funcionamiento actual de la empresa Medicinas J y M con el fin de comprender el origen de sus procesos convencionales y comprender como estos son desarrollados dentro de la misma.

1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Examinar las prácticas y tareas de administración de las operaciones con el fin de identificar la calidad de los productos y servicios.
- Analizar la gestión de recursos con el propósito de identificar como son distribuidos dentro de la gestión comercial de la empresa.
- Conocer la opinión de los clientes y empleados con el fin de medir su nivel de satisfacción con el servicio y los productos que brinda la empresa.

1.5 JUSTIFICACIÓN

El estudio de los procedimientos en la empresa Medicinas J y M, es de suma importancia para poder determinar si la misma puede suplir la necesidad de los pobladores del municipio de San Marcos, Santa Bárbara de acuerdo con los requerimientos de la gestión de la calidad. Es preciso que mediante esta investigación obtengamos un diagnóstico que permita determinar si existen falencias por parte de la administración del núcleo familiar, esto dará oportunidad de poder tomar decisiones oportunas que ayuden a la mejora en la empresa.

Mediante las mejoras se pueden prevenir pérdidas financieras, de inventario, documentación, pérdida de clientes, en cuanto a la comunicación pueden existir malentendidos, errores de operación y falta de alineación en base a los objetivos de la empresa.

Así mismo, ayudará a reducir el uso de las herramientas convencionales que afectan al medio ambiente por ser nocivos como ser papel, materiales de aluminio, material no degradable, entre otros. También se podrá apoyar a la comunidad de San Marcos, Santa Bárbara para que gocen de un servicio de calidad que les brinde la mejor experiencia de compra en la empresa.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

El acceso a medicamentos es uno de los principales problemas que enfrenta la población hondureña debido al sistema de salud actual en el que se encuentra, diferentes detonantes como la situación política, geográfica, socioeconómica, cultural y étnica entre otras. A pesar de que el país cuenta con un mercado de medicamentos relativamente amplio, la oferta está frecuentemente representada por productos farmacéuticos importados de alto costo y con una red de distribución y comercialización limitada a las áreas geográficas de mayor concentración poblacional. Según estudio Análisis del sector farmacéutico. Estudio de Mercado - Honduras. (Concha Gaviria, 2004).

Dentro de este mercado se encuentra la empresa Medicinas J y M que brinda servicios en la comunidad de San Marcos, Santa Bárbara. En este municipio no existen otros establecimientos que proporcionen el servicio de venta de medicamentos, lo que lo convierte en un establecimiento importante para la comunidad, debido a esta situación se considera un monopolio o en defecto como un mercado cautivo, sin posibilidad de tener competidores dentro del municipio.

2.1.1. ANTECEDENTES DE LA EMPRESA

La empresa es del sector privado, con un giro comercial y de servicio ya que se establecieron como una organización dedicada al comercio minorista de medicamentos y otros productos en la comunidad de San Marcos, Santa Bárbara; con el fin de atraer a sus clientes con la facilidad de brindarles productos farmacéuticos de primera necesidad y poder satisfacer la necesidad que se encontraba en el municipio al no contar con estos servicios, se apertura en el año 2007 con un horario de Lunes a Sábado de 6:30 am a 9:00 pm y los días domingos de 8:00 am a 5:00 pm, con recesos de 12:00 pm a 3:00 pm. Su organización es de índole familiar y con pocas

mejoras en sus actividades y operaciones desde sus inicios han mantenido sus costumbres organizacionales.

2.1.1.1. BREVE DESCRIPCIÓN HISTÓRICA

En San Marcos, Santa Bárbara; Medicinas J y M abre sus puertas al público en 2007, su dueño Francisco Martin Altamirano debido a nula venta de medicamentos en el municipio concluyó que se necesitaba un establecimiento donde las personas pudieran adquirir medicamentos por lo que se motivó a incursionar en este rubro y con el respaldado de su esposa Jenny Cruz, licenciada en enfermería que poseía todos los conocimientos y contactos para adquirir y distribuir medicamentos, decidieron abrir e incursionar en el mundo empresarial. Se inició con pocos estantes de medicamentos y con los productos más conocidos en el sector, a medida fue pasando el tiempo el negocio ha crecido en número de clientes, en los medicamentos que manejan ya que también pasaron a vender productos del cuidado personal, medicamentos de manejo de enfermedades crónicas y servicios financieros, entre otros. El establecimiento en los últimos 5 años ha hecho mejoras en su infraestructura para brindarle una experiencia única a través de un mejor espacio, comodidad y satisfacción al cliente. En la actualidad el negocio busca expandirse a otras zonas del occidente del país abarcando también la zona de los valles y a largo plazo aspira a consolidarse como una farmacia no solo por cumplir todos los estándares de la gestión de la calidad, sino ofrecer servicios esenciales a la comunidad a los mejores precios del mercado.

MISIÓN

Somos una empresa comprometida a brindar servicios de salud, dedicada a la venta de fármacos y productos varios, comprometidos con nuestros clientes en brindarles una atención personalizada, ofreciéndole al cliente el trato ideal que merece.

VISIÓN

Ser líderes a nivel nacional en el rubro de la salud, dándonos a conocer como un emprendimiento de venta de medicinas, cumpliendo con los estándares de calidad del negocio, para superar las expectativas, necesidades y demandas de nuestro mercado meta y, a su vez, añadir valor a nuestros clientes.

VALORES ORGANIZACIONALES

- Compromiso: Llevamos las palabras a hechos, dando voz a las promesas.
- Integridad: Somos fieles a nuestro pensar y actuar, respecto a lo que creemos que es correcto.
- Respeto: Le damos valor a los clientes considerando sus peticiones y sugerencias.
- Excelencia: Nos enfocamos en ir un paso adelante, respecto a las necesidades y peticiones de los clientes.
- Solidaridad: Siempre dispuestos a brindar nuestra ayuda de manera imparcial al público.

2.1.1.2. PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECE

Productos farmacéuticos: antibióticos, analgésicos, antiácidos, vitaminas, anticonceptivos, estimulantes del apetito, antialérgicos, gotas óticas, equipo médico, relajantes musculares, antihipertensivo, etc.

Productos del cuidado personal: crema corporal, cepillos, shampoo de cabello y acondicionador, gel íntimo, pasta dental, corta uñas, etc.

Cosméticos: crema facial, polvo, sombras, rímel, protector solar, etc.

Servicios financieros: Tigo money, agente Atlántida y cobros con POS.

2.1.1.3. LOGOTIPO DE LA EMPRESA



Ilustración 1 Fuente: Medicinas J&M.

2.1.1.4. UBICACIÓN DE LA EMPRESA

San Marcos, Santa Bárbara, Barrio El Centro, Calle Principal, tres calles arriba de la Iglesia Católica contiguo a Ferretería El Roble.

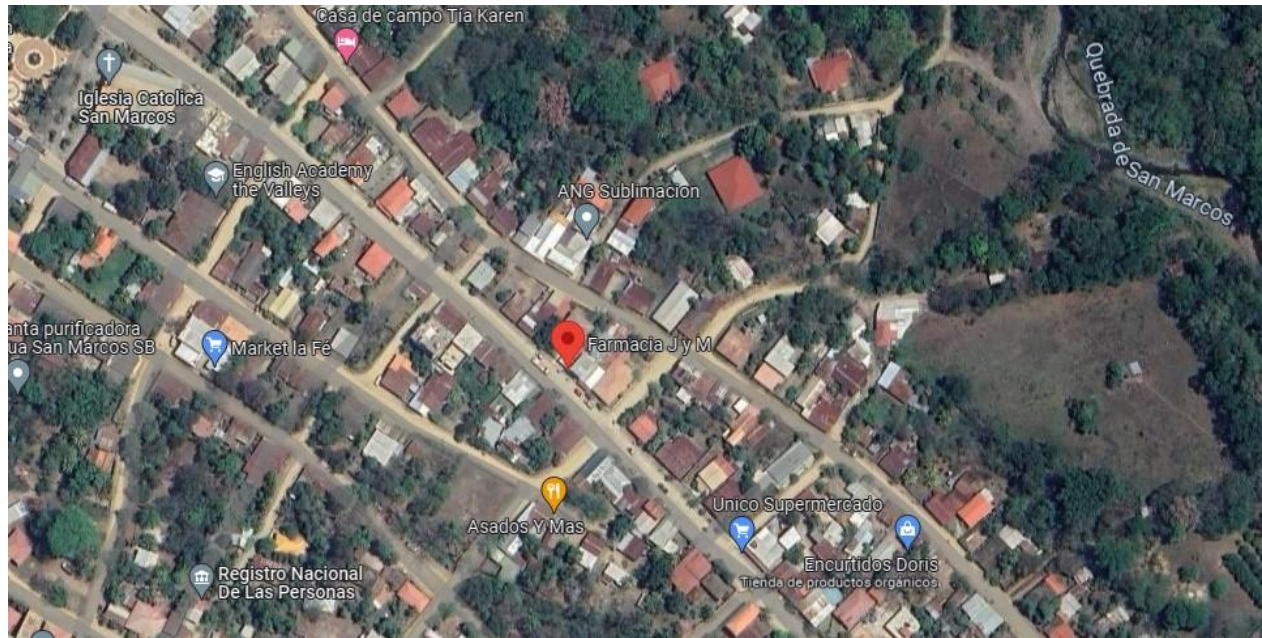


Ilustración 2 Fuente: Google maps

2.2. PROCESO ACTUAL

Como se ha mencionado anteriormente la empresa, ha manejado sus operaciones de manera tradicional sin incursión a la modernización de las herramientas de calidad.

2.2.1. DESCRIPCIÓN DE LOS PROCESOS RELACIONADOS CON EL PROBLEMA.

- **ADMINISTRACIÓN GENERAL**

La administración desorganizada afecta a la toma de decisiones ya que se altera la calidad de la información disponible, la claridad de roles y responsabilidades, la eficiencia de los procesos, la comunicación interna y la capacidad de centrarse en la estrategia de la organización. Es importante establecer estructuras organizativas sólidas y promover prácticas de gestión eficaces para mejorar la toma de decisiones en la organización.

Dentro de las compañías existe un elemento importante que es la cultura organizacional la cual se define de acuerdo a los valores, costumbres, principios y tradiciones que influyen directamente en los empleados y que al ser fuerte permite un alto desempeño ya que los miembros del equipo saben que deben hacer y lo que se espera de ellos.

- **OPERACIONES**

Las empresas se basan en la función y responsabilidad de cada una de las áreas en las que se dividen producción, operación de compra y venta, logística entre otras, para poder abastecer sus procesos en cada una de las cadenas de servicio.

El área de venta se encarga de generar los ingresos que generen rentabilidad que permita la expiación de las operaciones, mediante el control, planificación y estandarización de inventarios que le permitan cumplir con la demanda de sus clientes generando la captación y fidelización de sus consumidos, posicionando a la empresa como su primera opción de compra.

El rendimiento financiero es la clave para hacer crecer el capital de una empresa y disminuir el riesgo que este implica administrando de manera correcta los recursos económicos.

- **PROCESOS**

Dentro de la empresa los procesos son medios por los cuales se pueden lograr los objetivos principales mediante el uso correcto de los recursos humanos y materiales, para que estos puedan transformar los resultados finales en rentabilidad financiera para la empresa. Una organización debe describirse por el conjunto de procesos que ejecuta, y un abordaje que facilita la integración de las áreas, minimizando las interrupciones del flujo de trabajo, garantizando la continuidad de sus procesos.

- ORGANIZACIÓN

Dentro de la organización de la empresa hablamos del organigrama de la estructura de la misma, tiene diversos propósitos que contribuyen al manejo correcto de la empresa y sus recursos, cuando los responsables realizan cambios o crean esta estructura hacen uso del diseño organizacional, que es un proceso que implica decisiones con respecto a seis elementos clave: especialización del trabajo, departamentalización, cadena de mando, tramo de control, centralización y descentralización, y formalización.

- CALIDAD

La calidad de los productos es un factor fundamental para el éxito de cualquier empresa; en las ventas de medicinas hondureñas se manejan inventarios de gama baja, media y alta de laboratorios farmacéuticos con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes. Estas son algunas de las marcas más conocidas en

Honduras: Caplin Point, MK, MC, ANPHAR, Bayer, Calox, Merck, Sanofi, AstraZeneca, Pfizer, Roche, Menarini, Selectpharma, Corinfar, Finlay, Ultimate, Phil, etc.

Parte del proceso que se desarrolla para la adquisición de productos es seleccionar los mejores proveedores teniendo como criterios como: los estándares de calidad, confiabilidad, tiempos de entrega, formas de pago, que su inventario sea extenso, los mejores precios entre muchos otros factores que influyen al momento de seleccionar el abastecedor.

Uno de los requerimientos del cliente en base a calidad es la satisfacción que encuentra al ser atendido en el establecimiento de forma inmediata y con mucha amabilidad, sin embargo, el tiempo que se tardan en una venta de medicamentos para atender al cliente varía porque existen casos donde se debe asesorar al consumidor aunque en otros casos se realiza de forma inmediata porque son medicamentos ya recetados, también se desea encontrar el lugar ordenado, con una

ambientación que concuerde con el tipo de negocio entre otros cumpliendo así con las necesidades básicas de los clientes.

2.3. TEORÍA QUE SUSTENTA LA INVESTIGACIÓN

1) Administración y gestión de las empresas según Hernández Sampieri, R. (2010), afirma:

De acuerdo con el enfoque de las funciones, los gerentes realizan ciertas actividades o funciones mientras coordinan eficiente y eficazmente el trabajo de otros. ¿Cuáles son estas funciones? A principios del siglo veinte, Henri Fayol, un empresario francés, propuso por primera vez que todos los gerentes ejecutan cinco funciones: planear, organizar, mandar, coordinar y controlar. Hoy en día estas funciones se han resumido a cuatro: planeación, organización, dirección y control (ver figura 3). Veamos brevemente cada una de estas funciones. Si no tiene un destino específico en mente, entonces bastará cualquier camino. Sin embargo, si quiere llegar a algún lado en particular, necesita planear la mejor ruta para llegar ahí. Como una organización existe con el fin de lograr algún propósito en particular, alguien debe definir dicho propósito y los medios para lograrlo.

La administración es ese alguien. Como los gerentes se ocupan de la **planeación**, definen objetivos, establecen estrategias para lograrlos y desarrollan planes para integrar y coordinar las actividades. Los gerentes también son responsables de acordar y estructurar el trabajo para cumplir con las metas de la empresa. A esta función la llamamos **organización**. Cuando los gerentes organizan, determinan las tareas por realizar, quién las llevará a cabo, cómo se agruparán, quién le reportará a quién y dónde se tomarán las decisiones. Toda empresa cuenta con personal, y el trabajo de un gerente es trabajar con personas y a través de ellas cumplir con los objetivos. Ésta es la función de **dirección**. Cuando los gerentes motivan a sus subordinados, ayudan a resolver

conflictos en los grupos de trabajo, influyen en los individuos o equipos cuando trabajan, seleccionan el canal de comunicación más efectivo o lidian de cualquier forma con asuntos relacionados con el comportamiento del personal, están dirigiendo. La función final de la administración es el control. Una vez que los objetivos y planes están establecidos (planeación), las tareas y acuerdos estructurales dispuestos (organización), y la gente contratada, entrenada y motivada (dirección), debe haber alguna evaluación para ver si las cosas marchan según lo planeado. Para asegurarse de que los objetivos se están cumpliendo y que el trabajo se está llevando a cabo como debe ser, los gerentes deben dar seguimiento y evaluar el rendimiento. El rendimiento real debe compararse con los objetivos establecidos. Si dichos objetivos no se están logrando, es trabajo del gerente reajustar el trabajo. Este proceso de seguimiento, comparación y corrección es la función de **control**.

La administración de empresas contempla las siguientes funciones:

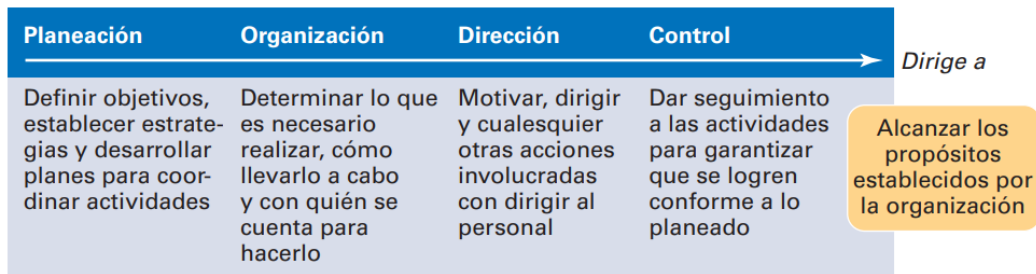


Ilustración 3 Libro Administración. Fuente: Hernández Sampieri, R. (2010)

2) Introducción a la administración teoría general administrativa: origen, evolución y vanguardia según Hernández & Rodríguez (2011) afirman:

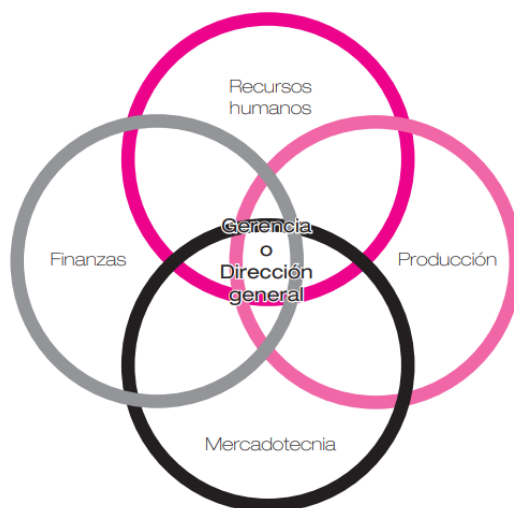
Áreas básicas o funcionales (ver figura 4)

Las empresas se estructuran según su tamaño y recursos a través de áreas funcionales. Se conoce como área funcional o clave al campo administrativo (área) de trabajo especializado en que se dividen las actividades productivas en las organizaciones básicamente empresariales, por departamentos o gerencias: finanzas, producción-operaciones, mercadotecnia o comercialización, personal o recursos humanos.

Gerencia y áreas funcionales

La gerencia general de una empresa no se considera un área funcional conforme a la teoría administrativa tradicional; sin embargo, tiene la responsabilidad general de la coordinación de todas las áreas, la toma de decisiones estratégicas y la representación legal de la empresa, entre otras actividades centrales. Las empresas y la dirección general se apoyan en las siguientes áreas básicas o funcionales, que de ordinario son: producción, mercadotecnia, finanzas y recursos humanos.

Áreas funcionales de las empresas



Áreas funcionales de las empresas

Ilustración 4 Libro Introducción a la administración teoría general administrativa: origen, evolución y vanguardia. Fuente: Hernández & Rodríguez (2011)

Descripción de las áreas funcionales de las empresas:

- **Área básica de producción/operaciones:** las empresas requieren de una función o área que se encargue de la producción, o bien, de las operaciones de compra y logística de abastecimiento para comercializar, como es el caso de las cadenas de autoservicio. Esta área se conoce con el nombre de función de producción, sobre todo en las empresas manufactureras. En las empresas de servicios se le conoce como autoservicio (comercializadoras), hotelería, transportes (aéreo y terrestre), y en otras similares se llama operaciones; en los hospitales es la dirección o subdirección médica.
- **Área básica de mercadotecnia:** la mercadotecnia, como función en una empresa, es el conjunto de actividades que se realizan en una organización y están encaminadas al logro de las metas de venta de sus productos y servicios mediante canales de distribución y la determinación del volumen del mercado, en términos monetarios, de piezas o servicios a producir; asimismo, administra la fuerza de ventas. Otras funciones de mercadotecnia en las grandes empresas son: fijación del precio de venta, publicidad y promoción, relaciones públicas, renovar o generar productos nuevos, servicios; calcular el ciclo de vida de sus productos y de las curvas de costos y utilidades que se espera obtener.
- **Área básica de finanzas:** como área funcional en la empresa, el área de finanzas es la responsable de la administración y dirección de todas las actividades relacionadas con los sistemas de información contable, cálculos financieros de operación y de proyectos de inversión, control interno (busca el resguardo de los activos de la empresa) y tesorería. También el área de finanzas tiene la responsabilidad del manejo correcto de las obligaciones fiscales. Algunas empresas cuentan con áreas de auditoría interna. El nombre del área

cambia con su tamaño. En las pequeñas se llama contabilidad, en las medianas y grandes se conoce como finanzas o contraloría.

- Área básica de recursos humanos: el área de recursos humanos ha cambiado de nombre a través del tiempo. En un inicio se denominó administración de personal, posteriormente recursos humanos o relaciones industriales. Actualmente, en muchas empresas grandes, al área se le denomina como gestión del conocimiento. A manera de descripción objetiva, la función central del área radica en encontrar, mantener y desarrollar el capital humano de la empresa (personal), motivado e integrado por valores morales mediante el establecimiento de mecanismos de remuneración, conforme al sistema de sueldos, salarios y prestaciones. Administra la nómina y las relaciones laborales individuales y colectivas dentro del ámbito legal.

Organigrama por áreas funcionales. Las áreas básicas de los diversos departamentos y sus componentes en una empresa se representan por medio de un organigrama, que también indica los niveles jerárquicos y flujos de la comunicación formal en la empresa (ver figura 5).

Organigrama de los niveles jerárquicos de una empresa y los flujos de comunicación formal:

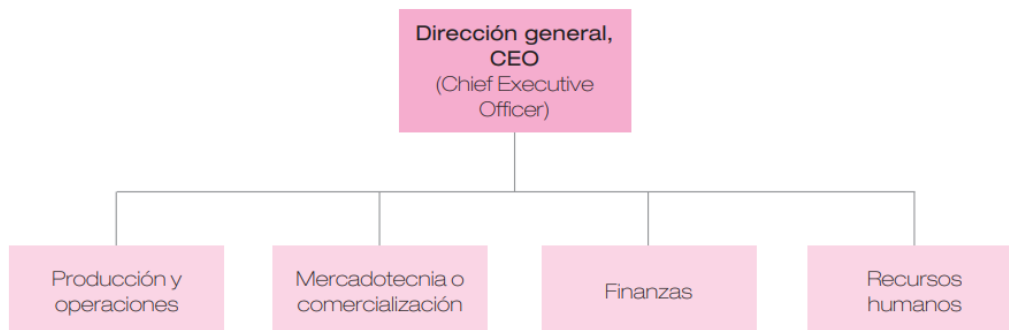


Ilustración 5 Libro Introducción a la administración teoría general administrativa: origen, evolución y vanguardia. Fuente: Hernández & Rodríguez (2011)

2.3.1. ANTECEDENTES DE ESTUDIOS PREVIOS

- El estudio realizado en UNITEC “Incidencias del cambio de prescripciones medicas de línea MK de Bayer, por dependientes de farmacias de Tegucigalpa” en julio de 2015, afirma:

El objetivo de la investigación es determinar la influencia del cambio en la prescripción médica de los productos MK de Bayer por parte de los empleados en las cadenas de farmacias de Tegucigalpa. La recopilación de información para la investigación se realizó mediante fichas de observación, utilizando la técnica del cliente oculto, con un enfoque cuantitativo para medir la incidencia del respeto a la prescripción médica de MK.

Como resultado de la investigación descubrieron que todas las cadenas farmacéuticas del país si no tienen el medicamento que busca el paciente de la marca de MK le sugiere otro elaborado por la cadena o por algún otro laboratorio. El servicio al cliente está enterado que MK es un mejor laboratorio, líder en el mercado y que el producto es realmente bueno, pero debido a los convenios que tienen les ofrecen a los clientes un medicamento de otra casa farmacéutica siendo lo mismo y más barato sin respetar la orden médica.

- El estudio realizado en UNITEC “Diagnóstico de la competitividad de las cadenas de farmacias en Tegucigalpa” en abril de 2020, afirma:

La investigación se realizó en el sector de las cadenas de farmacias en Tegucigalpa, Francisco Morazán, con el propósito de analizar la competitividad y funcionamiento entre ellas e identificar el diagnóstico de su entorno, así como examinar la utilización de programas de promoción, precios y descuentos por parte de estas cadenas para su propio beneficio y el aumento en producción e ingresos.

Se concluyó que las cadenas farmacéuticas del sector tienen entre 4 a 7 empleados por sucursal haciendo la mayoría turnos rotativos, consideraron que sus precios son justos y accesibles para sus clientes, el servicio al cliente contesta encuestas del desempeño laboral de forma anual, los problemas dados se resuelven en equipo en su mayoría, etc. Se encontró que existe parte de la de la población siendo un aproximado del 25% de los encuestados que no está satisfechos con las cadenas farmacéuticas.

2.3.2. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

Hi: Medicinas J&M no cuenta con una estructura administrativa.

Hi: La administración de las operaciones de Medicinas J&M se realiza de forma empírica.

Hi: La empresa carece de estrategias para la atención al cliente.

2.3.3. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Tabla 1 Descripción de la operacionalización de las variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTO
Administración	Es una disciplina que combina aspectos de ciencias sociales, económicas y técnicas. Su meta fundamental radica en alcanzar el beneficio óptimo para una entidad, logrando este objetivo a través de la coordinación, planificación, supervisión y regulación de los diversos recursos disponibles, como los humanos, económicos y tecnológicos.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Organizar. 2. Planear. 3. Controlar. 4. Dirigir. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Satisfacción al cliente. 2. Productividad. 3. Aceptación del mercado. 4. Eficiencia. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cuál es la estructura organizacional de su empresa? 2. ¿De qué forma manejan los procesos de la empresa? 3. ¿cómo calificaría la facilidad del proceso de compra? 4. ¿Conoce los procesos del negocio? 	Cuestionario y entrevista.
Recursos de la empresa	Son todos los componentes esenciales para llevar a cabo las actividades diarias y alcanzar los objetivos establecidos. Estos elementos pueden abarcar desde maquinaria y programas informáticos hasta recursos financieros y personal.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Administrar el recurso. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Inventarios 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cómo aborda la gestión del talento en su empresa? 2. ¿cómo se aborda la fijación de precios para hacer que los medicamentos sean accesibles para un público más amplio? 	Cuestionario y entrevista.
Clientes	Son individuos que adquieren productos o servicios ofrecidos por dicha empresa. Los clientes son fundamentales para el éxito de cualquier negocio, ya que representan la demanda de los productos o servicios que la empresa proporciona.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Satisfacer las necesidades. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Satisfacción al cliente. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cómo recopila y utiliza la opinión de los clientes para mejorar sus servicios? 2. ¿Cómo calificaría la amabilidad y eficacia de nuestro equipo de atención al cliente? 	Cuestionario y entrevista.
Proveedores	Son entidades que suministran bienes o servicios a una empresa. En el ámbito empresarial, desempeñan un papel crucial al proporcionar los elementos esenciales para la producción de bienes o la prestación de servicios.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Suplir las necesidades de la demanda con productos y/o servicios. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Inventarios 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cómo gestiona las relaciones con sus proveedores para garantizar la calidad y el abastecimiento de suministros? 	Entrevista.
Marketing	Son un conjunto de actividades y técnicas que una empresa lleva a cabo para promocionar, vender y distribuir sus productos o servicios. Este campo abarca una amplia gama de actividades, incluyendo la investigación de mercado, la publicidad, la gestión de marca, las relaciones públicas, la planificación estratégica y la venta.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Vender. 2. Promociones. 3. Redes sociales. 4. Comunicación. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Satisfacción al cliente. 2. Productividad. 3. Eficiencia. 4. Gestión interna. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cuáles son sus estrategias clave de marketing? 2. ¿Cómo calificaría la comunicación por parte de los empleados de la empresa en general? 3. ¿Cómo calificaría la calidad de nuestro producto y servicio? 	Cuestionario y entrevista.

Fuente: autoría propia.

2.4. CONCEPTUALIZACIÓN

Administración de Empresas:

Proceso mediante el cual se planifican, organizan, dirigen y controlan los recursos de una empresa u organización con el fin de alcanzar los objetivos de manera eficiente y eficaz. Es una de las operaciones más importantes dentro de la organización encargada de organizar y dirigir el trabajo individual y colectivo efectivo en términos de objetivos estratégicos que permitan alcanzarlos.

Dentro de la planificación se establecen metas y objetivos, así como determinar las acciones necesarias para lograrlos. Mediante la planificación las empresas se anticipan a posibles escenarios futuros y desarrollan estrategias para enfrentarlos.

Una estructuración de los recursos disponibles de la empresa se debe organizar, como personas, tiempo, tecnología y dinero para lograr los objetivos y metas de la organización. Esto conlleva a la creación de una estructura organizativa, la asignación de tareas y la definición de responsabilidades.

Gestión de la calidad:

Enfoque empresarial que tiene como objetivo mejorar continuamente la calidad de los productos o servicios proporcionados por la organización. Esto incluye implementar prácticas y procesos diseñados para garantizar que los productos o servicios cumplan con los estándares de calidad establecidos y cumplan con las expectativas del cliente. La gestión de la calidad se aplica a todas las industrias y tipos de organizaciones, desde empresas manufactureras hasta proveedores de servicios y organizaciones sin fines de lucro.

Dentro de la misma se evalúan los procesos que son una serie de acciones o actividades interrelacionadas que se realizan de forma secuencial o simultánea para lograr un objetivo específico. En un entorno empresarial y organizacional, los procesos son esenciales para el

funcionamiento eficiente de una empresa, ya que ayudan a coordinar y dirigir actividades para lograr objetivos específicos.

Procesos empresariales:

Una serie de actividades interrelacionadas que se llevan a cabo en una organización para lograr objetivos específicos. Estos procesos son esenciales para el funcionamiento de cualquier negocio porque representan la forma en que se realizan las tareas y se obtienen los resultados. Los procesos de negocio pueden abarcar una amplia gama de actividades, desde la producción de bienes hasta la prestación y administración de servicios.

Para toda empresa deben existir procedimientos que generen ingresos, como ser las ventas que es el proceso de intercambio de bienes, productos o servicios por valor monetario entre un vendedor y un comprador. Este proceso es una parte importante de la actividad económica y empresarial porque impulsa el flujo de productos y servicios en la economía. Las ventas pueden tener lugar en diversas circunstancias, desde una transacción personal entre un comprador y un vendedor hasta un acuerdo comercial más complejo entre empresas.

Mercado Cautivo:

Es aquel en el que hay proveedores que controlan el suministro de bienes específicos. Este escenario se traduce en una alta demanda de la poca oferta disponible. Los clientes no tienen más opción que comprar sus productos y servicios en un solo lugar. Esto conduce a precios más altos con una diversificación limitada para los consumidores en alguno de los casos, se considera como una empresa monopolizada.

2.5. INSTRUMENTOS UTILIZADOS

Toda medición o instrumento de recolección de datos debe reunir tres requisitos esenciales: confiabilidad, validez y objetividad.

Para poder cumplir con estos requisitos se utilizarán cuestionarios de satisfacción del cliente y la opinión del dueño de la empresa, que permitan la medición del grado de aceptación de la empresa Medicinas J y M.

La entrevista cualitativa es más íntima, flexible y abierta que la cuantitativa (Savin-Baden y Major, 2013; y King y Horrocks, 2010). Se define como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados). En el último caso podría ser tal vez una pareja o un grupo pequeño como una familia o un equipo de manufactura. En la entrevista, a través de las preguntas y respuestas se logra una comunicación y la construcción conjunta de significados respecto a un tema (Janesick, 1998). (pág. 408 Sampieri).

Un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir (Chasteauneuf, 2009). Debe ser congruente con el planteamiento del problema e hipótesis (Brace, 2013). (pág. 217 Sampieri)

2.6. MARCO LEGAL

Dentro del marco legal, la empresa Medicinas J y M es regulada a través de:

- Código de salud
- Ley de municipalidades y su reglamento

- Ley de impuesto sobre la renta y sus reformas
- Secretaria de finanzas mediante el ACUERDO No. 481-2017

Estas regulaciones son las que permiten operar a la empresa según los requisitos de sanidad, económicos y socioeconómicos. Permiten controlar y vigilar el funcionamiento del negocio, la distribución y venta de medicamentos al detalle.

Se establecen las obligaciones tributarias del negocio a través de la compra y venta de medicamentos a sus proveedores y clientes, así como sus contribuciones a la comunidad.

CAPITULO III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. METODOLOGÍA: MIXTA.

En esta investigación se estará usando una metodología mixta, con herramientas de encuestas con un enfoque cuantitativo y entrevistas con un enfoque cualitativo.

La investigación cualitativa se enfoca en comprender los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con su contexto. El enfoque cuantitativo se fundamenta en un esquema deductivo y lógico que busca formular preguntas de investigación e hipótesis para posteriormente probarlas. (pág. 358 Sampieri).

El alcance del proyecto de la investigación se realizó considerando el objetivo general, siendo de carácter descriptivo y busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice describe tendencias de un grupo o población. Por lo anteriormente mencionado, se comprende que el enfoque de una investigación descriptiva se basa en conclusiones concretas de una persona, grupo o cosa, que trabaja sobre realidades de hecho y su característica fundamental es la presentación clara y correcta. (pág. 92 Sampieri).

3.1.1 TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN

El proyecto de investigación es de tipo descriptivo porque el tema de estudio acerca del funcionamiento y proceso operativo de la empresa Medicinas J y M.

3.1.2 DESCRIPCIÓN DEL ÁMBITO DE LA INVESTIGACIÓN

En el municipio de San Marcos, Santa Bárbara se realiza una investigación a nivel local con la empresa Medicinas J y M y los clientes siendo así dos poblaciones estudiadas que permite obtener información del estado actual de la empresa. El enfoque es descriptivo y se utilizan preguntas como ser: ¿por qué?, ¿para qué?, ¿Cómo? con el fin de describir los procesos de la empresa.

3.1.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

Población

La investigación utiliza un tipo de muestreo no probabilístico. La población se divide en dos que son los empleados de la empresa siendo un total de 4 personas entre los cuales son dos fijos y 2 ocasionales, la segunda población son los clientes de los cuales 170 de ellos serán encuestados de una población de 300 clientes frecuentes. (ver figura 7).

Muestra

Muestra no probabilística es un subgrupo de la población en la que la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de las características de la investigación (pág. 176 Sampieri). Para calcular la muestra se utilizó la fórmula para población finita, es decir contable o aquella en la que se conoce el total de la población como en este caso de investigación:

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

Ilustración 6 Fuente: Tamaño de la muestra, QuestionPro

Donde:

- 1) N = Total de la población de clientes (300).
- 2) Za = 1.96 valor correspondiente a la distribución de Gauss (si el nivel de confianza es del 95%)
- 3) p = probabilidad de éxito (p=0.5)
- 4) q = probabilidad de fracaso: 1-p (q=0.5)
- 5) d = precisión. Error máximo admisible en términos de proporción (0.05) Por lo tanto, para el cálculo de la muestra se tomó en cuenta el nivel de confianza del 95% y un margen de error de 5%, de esta forma se obtuvo una muestra de ciento setenta (170) clientes para encuestar (ver figura 7).

Calculadora de muestra

Nivel de confianza: ? 95% 99%

Margen de Error: ?

Población: ?

Tamaño de Muestra:

Ilustración 7 Fuente: Calculadora de tamaño de muestra, QuestionPro

3.1.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS

En la investigación se recolectan datos a través de entrevistas para él dueño de la empresa, los empleados y cuestionario a los clientes.

3.1.5 PLAN DE RECOLECCIÓN Y PROCESAMIENTO DE DATOS

Plan de recolección y procesamiento de datos:

El plan de recolección de datos está basado en obtener información que permita identificar la problemática mediante la percepción del dueño, empleados y los clientes de medicinas J y M.

Calendario de tareas para recolección de datos				
TAREAS	SEMANA 4	SEMANA 5	SEMANA 6	SEMANA 7
Propuesta de metodología	01-06/11/23			
Correcciones de los instrumentos para recopilación de datos		06-13/11/23		
Recopilamos los contactos de las personas a encuestar			13-20/11/23	
Aplicación de encuestas y la entrevista				20-27/11/23

Ilustración 8 Fuente: Autoría propia.

La aplicación de la entrevista y las encuestas se realizan por medio Google forms siendo responsables de su correcta implementación Laura Noelia Gale Perdomo e Isis Gabriela Santos Rodríguez. El procesamiento de datos se realiza mediante Excel y SPSS.

CAPITULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS

4.1 MÉTODO DE MEDICIÓN APLICADO

El método de medición que se utilizó para este estudio es la herramienta de entrevista para poder obtener datos que sean medidos a través de la metodología descriptiva, ya que permite extraer información sobre los datos obtenidos de una tendencia sobre las entrevistas realizadas. Hace referencia al análisis, resumen y la presentación de los resultados logrados en la investigación mediante las preguntas relacionadas con un conjunto de muestras del dueño, empleados y clientes frecuentes de la empresa Medicinas J y M.

4.1.1 JUSTIFICACIÓN

Se realizó una investigación de enfoque cualitativa con la finalidad de entender la apreciación de las personas involucradas en este proceso, así como identificar posibles oportunidades de mejora sobre el problema. El enfoque es de tipo descriptivo ya que se describe a detalle ciertas variables relevantes para el estudio, como características generales, fenómenos específicos, etc. Es decir, se centra en una representación precisa y detallada de los acontecimientos observados sin intentar establecer relaciones causales.

4.1.2 APLICACIÓN

Estas entrevistas se trabajaron en 3 segmentos propietario, empleados y clientes en el municipio de San Marcos, Santa Bárbara, se identificó que el número de clientes frecuentes es de 300 personas

aproximadamente de la cual se tomó una muestra de 170 personas de acuerdo al cálculo de muestra (ver figura 6) con un 95% de confianza y 5% de margen de error; el número de empleados es de 3 y su propietario; se utilizó la aplicación de WhatsApp enviando un link de Google forms a los segmentos descritos anteriormente y que estos respondieran las preguntas de forma fácil y rápida.

Durante la recopilación de datos surgió la dificultad de contactar a los 170 clientes del cálculo de muestra donde obtuvimos 91 respuestas, ya que, las responsables Laura Gale e Isis Santos se encuentran en diferentes zonas del país dificultando el seguimiento de los clientes.

El estudio con solamente 91 encuestados es un tamaño insuficiente de la muestra, podría existir un parámetro con poca precisión o quizás no se pueda detectar diferencias entre los clientes, conduciendo a conclusiones erróneas ya que solamente se cubre el 53.5%.

La recolección de datos realizó en el rango de fechas del 22 al 27 de noviembre de 2023 donde obtuvimos el 53% de respuestas de clientes frecuentes, 100% de empleados y propietario.

4.2 RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

4.2.1 RESULTADOS DE LA ENTREVISTA AL DUEÑO DE MEDICINAS J Y M:

Conforme a la entrevista al propietario de Medicinas J y M, Francisco Altamirano explico que su estructura está organizada de la siguiente manera:

- Gerente
- Asistente de gerencia
- Empleados

Dentro de la empresa se toman las decisiones analizando la información con la asistente de la empresa e involucra a los empleados para poder tener varios puntos de vista y poder tomar la mejor decisión para toda la empresa.

En cuanto al crecimiento de la gestión del talento humano, Don Francisco opta por dar nuevas responsabilidades para que ellos puedan formarse en su asignación.

Don Francisco considera que los procesos son rápidos y eficientes, sin embargo, no hace uso de la tecnología y si lo hace es poco; no ha implementado en 16 años ninguna mejora en tecnología para optimizar los procesos.

Solamente considera los comentarios o recomendaciones de manera personal de sus clientes para ir mejorando, en cuanto a la relación proveedor - empresa la comunicación es mediante contacto teléfono y algunas visitas para entrega de productos.

El señor Francisco considera que la calidad del producto, buen precio y buena atención son estrategias de marketing que ayudan al crecimiento de la empresa. Como herramientas de marketing utilizan Facebook y WhatsApp para promocionar el servicio de la empresa.

En cuanto a la gestión financiera declaró que se sostienen a través de fondos propios y financiamiento bancario, generando flujos de efectivo para cubrir la demanda del negocio. Los precios los establece con un porcentaje de ganancia razonable para poder un equilibrio de compra y venta con sus clientes.

En el marco legal indica que se cumplen según el requerimiento de cada regulación, sin embargo, una de las dificultades a las que se enfrentan es al engorroso procedimiento al momento de llenar cada uno de los trámites que cada regulación solicita.

Dentro del entorno social considera que un aporte a la comunidad es brindar precios justos y buena atención a sus clientes así mismo para competir con otros establecimientos que venden medicamentos de libre comercio como acetaminofén, panadol entre otros, en cuanto a la responsabilidad social empresarial menciona que ellos como Medicinas J y M participan cuando se lo solicitan y en algunas ocasiones por iniciativa propia. Actualmente no tiene nuevas iniciativas o proyectos que pueda mejorar el servicio de la empresa.

4.2.2 RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS A COLABORADORES DE MEDICINAS J Y M:

Conforme a la entrevista realizada a los 3 empleados de la empresa, se obtuvo la siguiente información, entiéndase que el 66% representan 2 colaboradores en cada una de las preguntas realizadas a los empleados.

Tabla 2 Frecuencia de género de los empleados de Medicinas J y M

		Género			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Hombre	2	66,7	66,7	66,7
	Mujer	1	33,3	33,3	100,0
	Total	3	100,0	100,0	

Tabla 3 Frecuencia de la cultura organizacional de Medicinas J y M

		Cultura Organizacional			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	1	33,3	33,3	33,3
	Sí	2	66,7	66,7	100,0
	Total	3	100,0	100,0	

Tabla 4 Conocimiento de la cultura organizacional de parte del empleado

¿Conoce la cultura organizacional de la empresa?

Recuento

		Cultura Organizacional		Total
		No	Sí	
Nombre	Empleado 1	0	1	1
	Empleado 2	1	0	1
	Empleado 3	0	1	1
Total		1	2	3

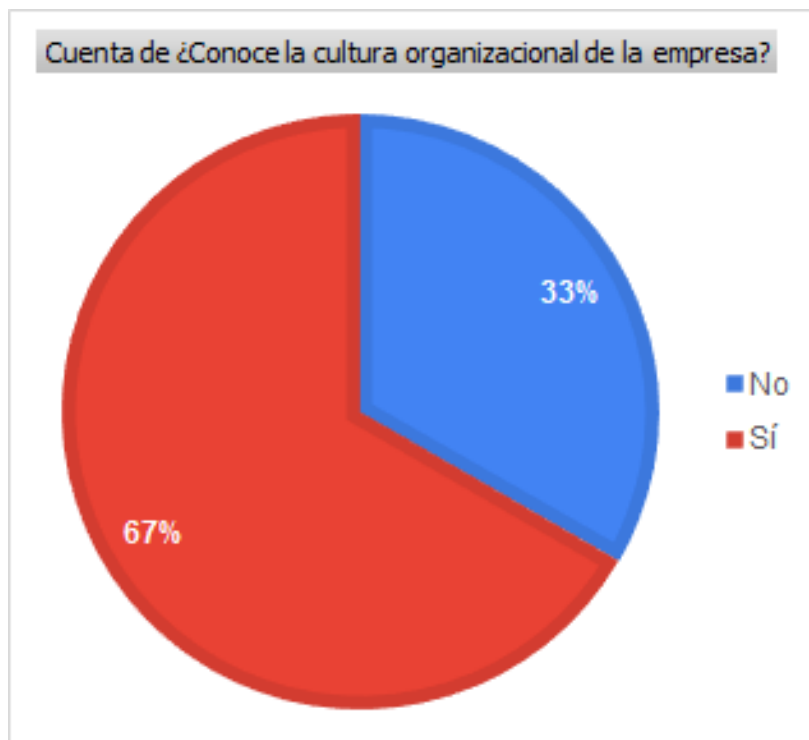


Ilustración 9 Conoce la cultura organizacional de la empresa Fuente: autoría propia.

Análisis: el 67% conocen la cultura organizacional de Medicinas J y M que equivalen a dos empleados y existe uno que no tiene conocimiento por lo que existe una deficiencia interna que significa que no está familiarizado con las normas, políticas, practicas, etc de la empresa y la falta de esta información conduce a problemas de comunicación eficaz, integración, compromiso, etc por parte del empleado.

Tabla 5 Conoce la misión y visión de Medicinas J y M

¿Conoce la misión y visión de Medicinas J y M?

Recuento

Nombre		Misión Visión		Total
		No	Sí	
Empleado 1		0	1	1
Empleado 2		0	1	1
Empleado 3		1	0	1
Total		1	2	3

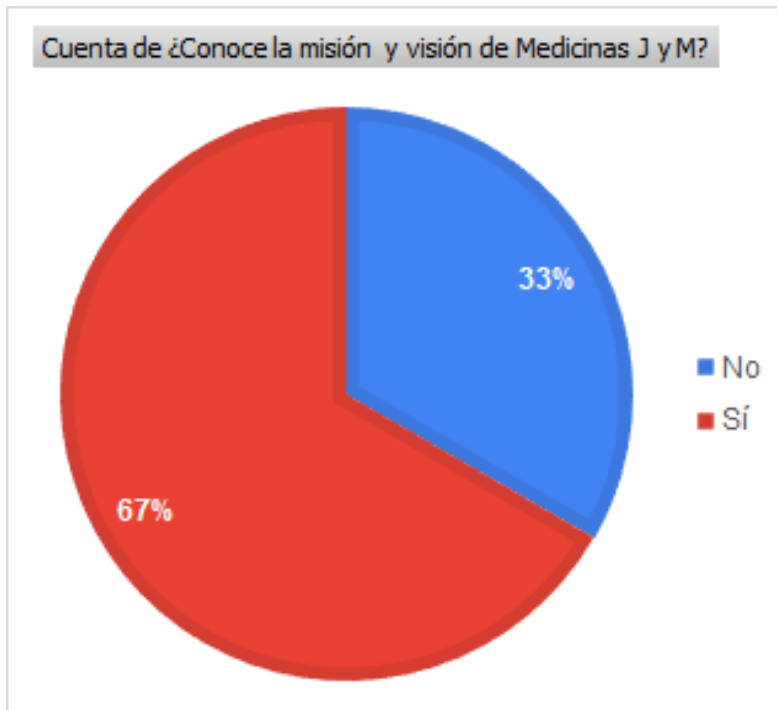


Ilustración 10 Conoce la misión y visión de Medicinas J y M Fuente: autoría propia.

Análisis: de acuerdo a lo mencionado en la cultura organizacional se espera que también exista una carencia en el conocimiento de la visión y misión de la empresa ya que ambas forman parte de la información básica y que significa que no está el empleado familiarizado con las metas a largo plazo y los valores fundamentales que guían a la compañía, por lo que es necesario capacitar a los empleados y hacerlo de forma regular.

Tabla 6 Conocimiento de los procesos del negocio por parte de los empleados

¿Conoce los procesos del negocio?

Recuento

		Conocimiento de los procesos del negocio		Total
		No	Sí	
Nombre	Empleado 1	0	1	1
	Empleado 2	0	1	1
	Empleado 3	0	1	1
Total		0	3	3

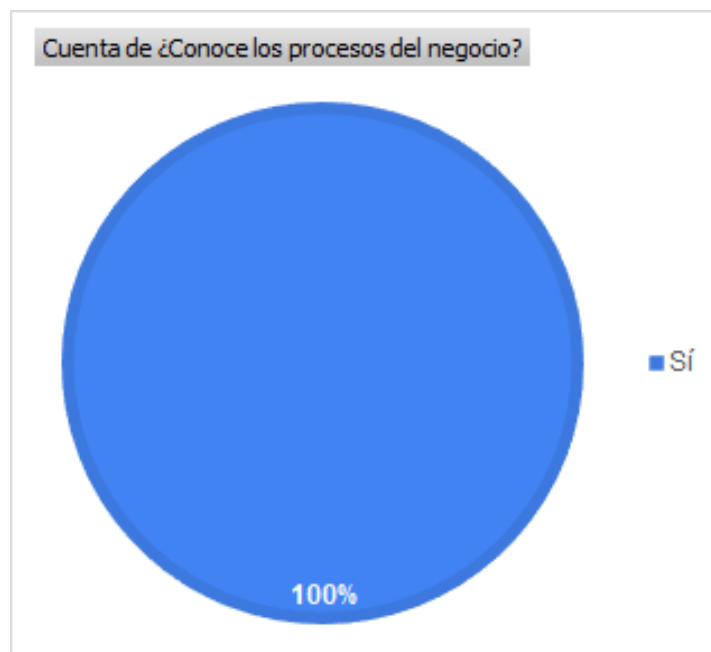


Ilustración 11 Conocimiento de los procesos del negocio por parte de los empleados.

Fuente: autoría propia.

Análisis: todos los empleados de Medicinas J y M conocen los procesos de la empresa, las cuales son de forma manual, rápidos y eficientes a pesar de no utilizar tecnología como ayuda a la gestión de los mismo según lo que el dueño de la empresa comentó en la entrevista hacia él.

Tabla 7 Orden en las responsabilidades del puesto de trabajo

		Responsabilidades			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	3	100,0	100,0	100,0

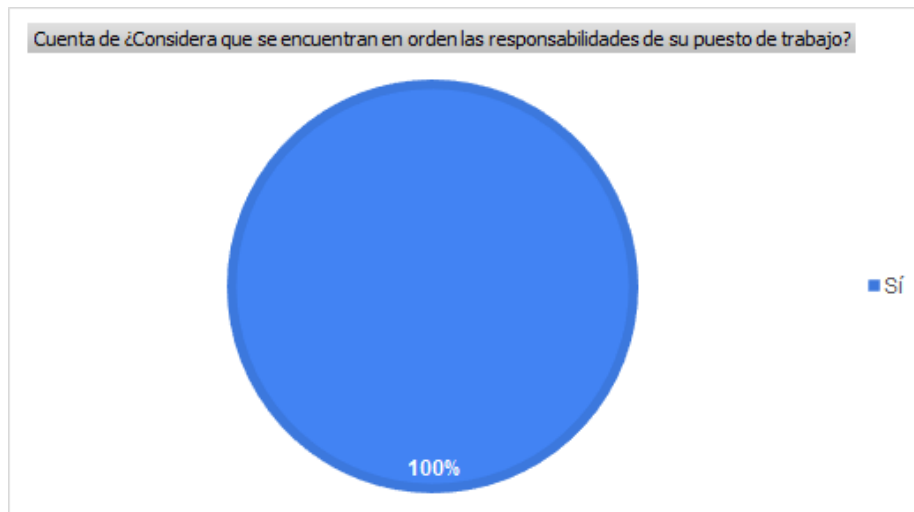


Ilustración 12 Orden en las responsabilidades del puesto de trabajo Fuente: autoría propia.

Análisis: todos los empleados consideran que se encuentran en orden las responsabilidades de su puesto de trabajo, aunque son diferentes las actividades que realizan ya que se explicó la existencia de tres niveles en la jerarquía de la empresa que son: gerencia, asistente a gerencia y empleados por lo cual, sus cargas de trabajo difieren una de la otra.

Tabla 8 Disponibilidad de las herramientas y conocimientos para el desempeño del puesto

¿Considera que cuenta con todas las herramientas y conocimientos para desempeñar su puesto?

Recuento

		Herramientas y conocimiento para desempeño del puesto		Total
		No	Sí	
Nombre	Empleado 1	1	0	1
	Empleado 2	0	1	1
	Empleado 3	0	1	1
Total		1	2	3



Ilustración 13 Disponibilidad de las herramientas y conocimientos para el desempeño del puesto Fuente: autoría propia.

Análisis: el 33% de los empleados considera que no cuenta con las herramientas como ser libreta, papel, folders, grapas, lápices entre otras que son de utilidad dentro de las operaciones del negocio y también consideran que no cuentan con los conocimientos necesarios para desempeñar su

posición dentro de la empresa, lo que permite identificar que los empleados requieren de herramientas y conocimientos para desempeñar sus labores de forma eficiente.

Tabla 9 Espacio de trabajo comfortable para el desarrollo de las labores del empleado

¿Su espacio de trabajo es suficientemente comfortable?

Recuento

		Espacio de trabajo	
		No	Total
Nombre	Empleado 1	1	1
	Empleado 2	1	1
	Empleado 3	1	1
Total		3	3

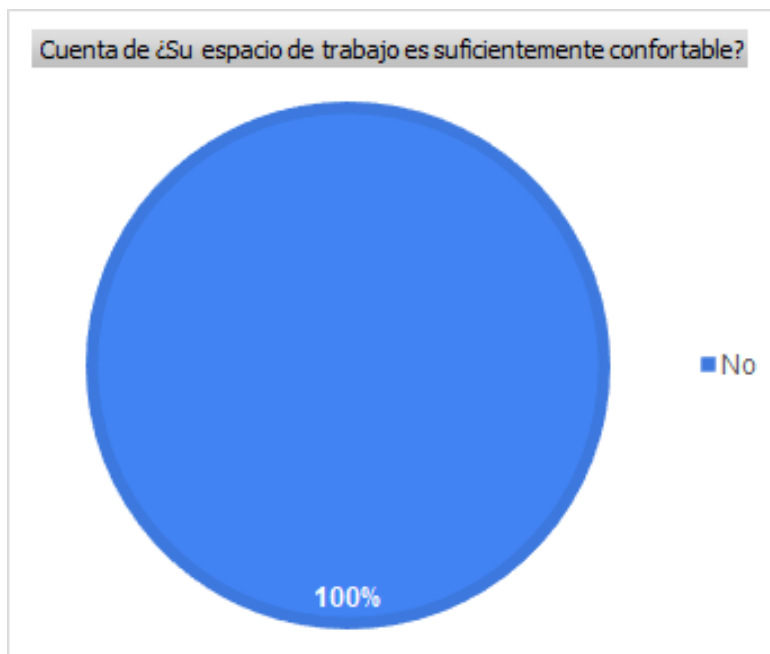


Ilustración 14 Espacio de trabajo comfortable para el desarrollo de las labores del empleado Fuente: autoría propia.

Análisis: todos considera que no están cómodos dentro del local, esta información puede ser útil para el mejoramiento del espacio físico ya que también los clientes indicaron que no eran un

espacio adecuado porque el inventario ha crecido entonces la infraestructura necesita ampliación por lo que moverse resulta complicado.

Tabla 10 El ambiente laboral refleja la cultura de la organización

¿Considera que su ambiente de trabajo refleja la cultura de la organización?

Recuento

		Ambiente de trabajo		Total
		No	Sí	
Nombre	Empleado 1	1	0	1
	Empleado 2	0	1	1
	Empleado 3	1	0	1
Total		2	1	3



Ilustración 15 El ambiente laboral refleja la cultura de la organización Fuente: autoría propia

Análisis: el 67% de los empleados considera que ambiente de trabajo no refleja la cultura de la organización, esto muestra que aún la empresa no cuenta con una personalidad sobre sus valores, creencias, normas y tradiciones que puede ser la guía del comportamiento de los empleados.

Tabla 11 Calificación de la libertad para la toma de decisiones en el trabajo

¿En qué medida siente que tiene la libertad de decidir cómo realizar su trabajo?

Recuento

Nombre		Libertad Decisión			Total
		Aceptable	Mucha	Poco	
Empleado 1		0	1	0	1
Empleado 2		1	0	0	1
Empleado 3		0	0	1	1
Total		1	1	1	3



Ilustración 16 Calificación de la libertad para la toma de decisiones en el trabajo
Fuente: autoría propia.

Análisis: en cuanto a la libertad en el desarrollo sus labores diarias un empleado considera que no la tiene, el otro piensa que son poco flexibles por lo que en ambos casos existe la oportunidad para modificar la forma en la que se está trabajando.

Tabla 12 Buena comunicación entre los empleados de medicinas J y M

¿Considera que existe una comunicación fluida entre los miembros del negocio?

Recuento

		Nombre			Total
		Empleado 1	Empleado 2	Empleado 3	
Comunicación Fluida	No	0	0	1	1
	Sí	1	1	0	2
Total		1	1	1	3

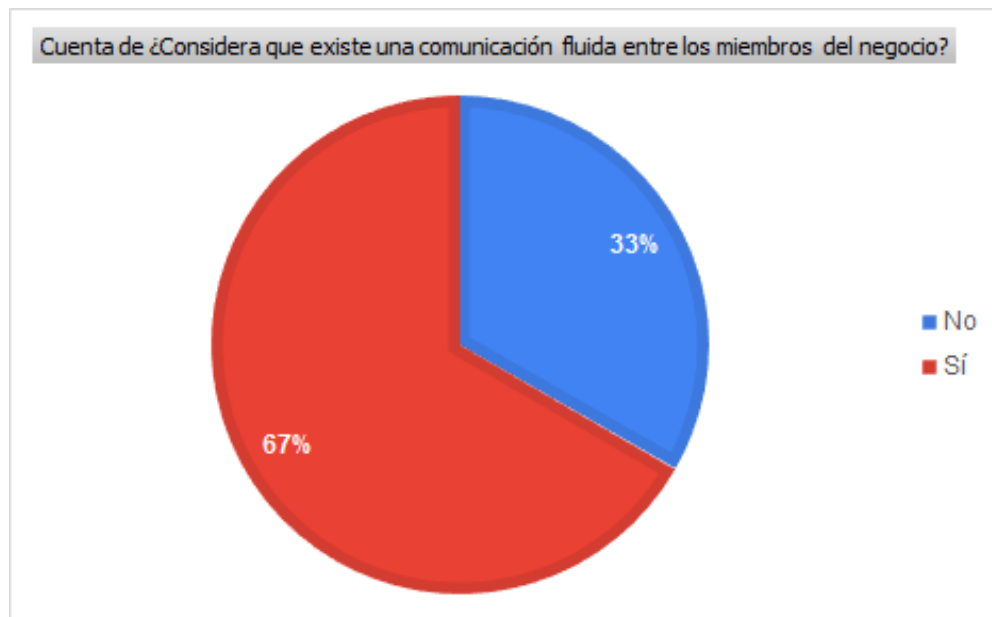


Ilustración 17 Buena comunicación entre los empleados de medicinas J y M

Análisis: la cultura organización es parte de la comunicación eficaz de la empresa por lo que si un empleado desconoce de la misma entonces existirá esta debilidad en el entorno interno donde existirá dificultad en la interpretación de los mensajes, entender la comunicación de acuerdo a los niveles jerárquicos, el intercambio de ideas y la participación del trabajador.

Tabla 13 Las órdenes del jefe son claras y específicas para la ejecución del trabajo

¿Considera que su jefe inmediato es claro y específico cuando da instrucciones de trabajo?

Recuento

		Jefe Inmediato Órdenes		Total
		No	Sí	
Nombre	Empleado 1	0	1	1
	Empleado 2	0	1	1
	Empleado 3	1	0	1
Total		1	2	3

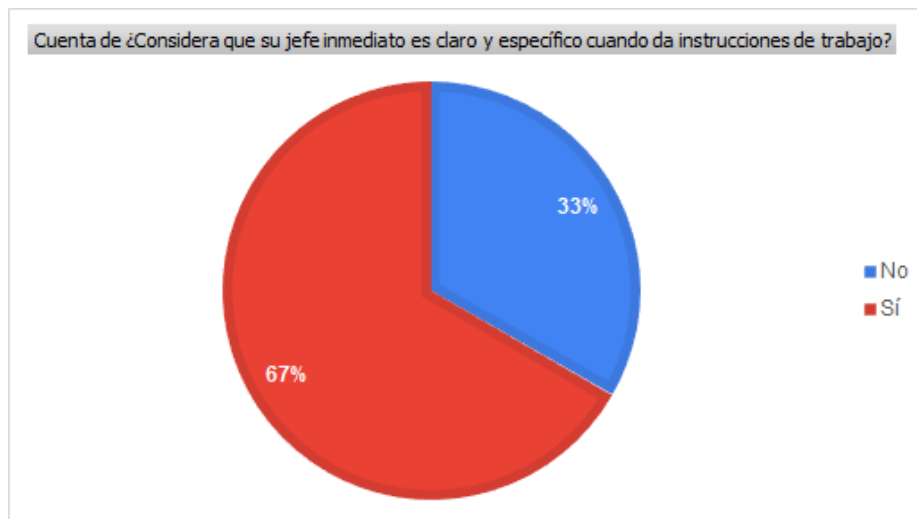


Ilustración 18 Las órdenes del jefe son claras y específicas para la ejecución del trabajo

Fuente: autoría propia.

Análisis: el 67% considera que existe una comunicación fluida entre los involucrados, pero existe uno de los empleados que cree que no por lo que quiere decir que no existe una comunicación igual para todos de igual forma el gerente es claro y específico al momento de dar instrucciones, pero uno de sus empleados tampoco considera que no lo es, esta información difiere un poco con lo que nos explicó el dueño Don Francisco quien expreso que si se comunicaban de manera fluida.

Tabla 14 Opinión acerca de la importancia del puesto del empleado en la empresa

¿Siente que su puesto es importante para el negocio?

Recuento

		Importancia del puesto	
		Sí	Total
Nombre	Empleado 1	1	1
	Empleado 2	1	1
	Empleado 3	1	1
Total		3	3

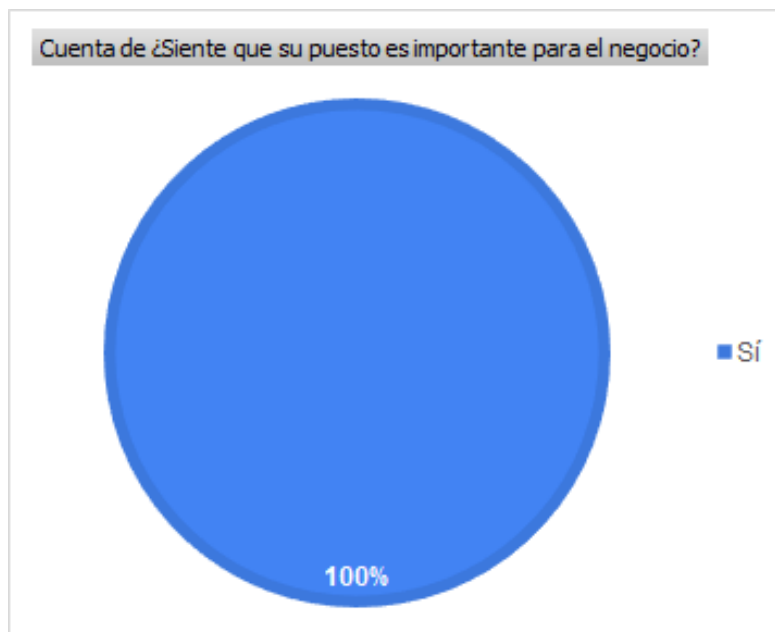


Ilustración 19 Opinión acerca de la importancia del puesto del empleado en la empresa
Fuente: autoría propia.

Análisis: los empleados de Medicinas J y M se sienten que sus puestos de trabajo son importantes para la empresa y esto genera un impacto positivo tanto para la empresa como para el empleado ya que se siente bien y de esta forma le permite generar un mejor ambiente laboral.

Tabla 15 Las ideas del empleado son tomadas en cuenta por parte de la gerencia de la empresa

¿Sus ideas son escuchadas y tomadas en cuenta por parte de los dueños?

Recuento

		Ideas	Total
		Sí	
Nombre	Empleado 1	1	1
	Empleado 2	1	1
	Empleado 3	1	1
Total		3	3

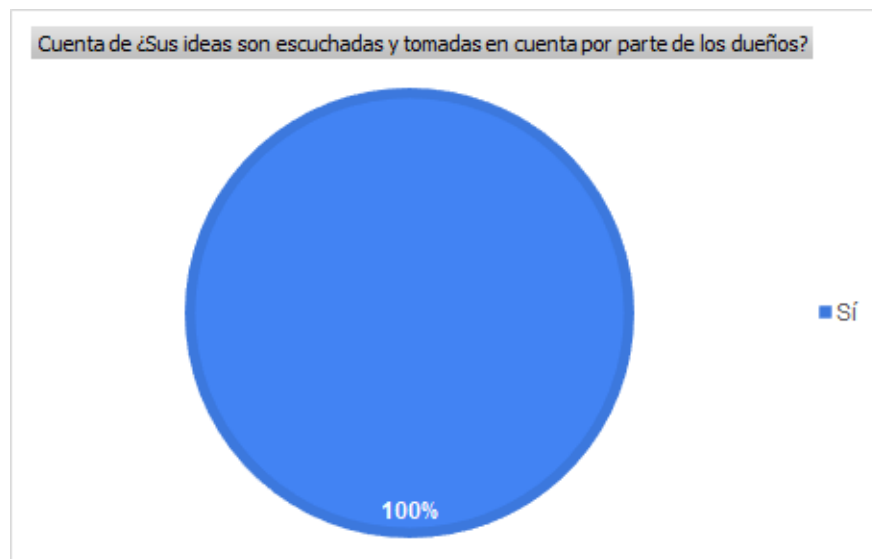


Ilustración 20 Las ideas del empleado son tomadas en cuenta por parte de la gerencia de la empresa Fuente: autoría propia

Análisis: sienten que sus ideas son escuchadas y tomadas en cuenta por lo que concuerda con los datos obtenidos de parte del propietario de la empresa.

Todos consideran que debe realizarse cambios dentro de la gestión de la empresa entre ellos los siguientes comentarios:

Tabla 16 Opinión de los empleados acerca de cambios que deberían de darse dentro de la empresa

		Opinión de cambios			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Actualizar más en tecnología principalmente y en la comodidad de los clientes. Quizás ampliar un poco más el inventario	1	33,3	33,3	33,3
	La forma de llevar el inventario	1	33,3	33,3	66,7
	Mejorar el manejo de papelería y el espacio físico.	1	33,3	33,3	100,0
	Total	3	100,0	100,0	

¿Que considera que sería bueno cambiar dentro de la empresa?

- **Empleado 1:** La forma de llevar el inventario.
- **Empleado 2:** Actualizar más en tecnología principalmente y en la comodidad de los clientes. Quizás ampliar un poco más el inventario.
- **Empleado 3:** Mejorar el manejo de papelería y el espacio físico.

Análisis: los empleados están de acuerdo en que es necesario innovar dentro de la empresa incluyendo la tecnología, mejorando la infraestructura para la comodidad de los clientes que a su vez esto beneficia a los empleados, entre otras mejoras importantes.

Tabla 17 Opinión de los empleados acerca de la importancia de la empresa

		Opinión de La Empresa			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Es de mucho beneficio para la comunidad por los servicios que se prestan a los clientes, la proyección social que hacen y es una fuente que genera empleos.	1	33,3	33,3	33,3
	Es una empresa que va en crecimiento y sabiendo aprovechar el mercado en el que se encuentra puede lograr grandes cosas	1	33,3	33,3	66,7
	Una buena empresa, rentable. Hace falta innovación	1	33,3	33,3	100,0
	Total	3	100,0	100,0	

¿Qué opinión tiene sobre la empresa en general?

- **Empleado 1:** Es una empresa que va en crecimiento y sabiendo aprovechar el mercado en el que se encuentra puede lograr grandes cosas.
- **Empleado 2:** Una buena empresa, rentable. Hace falta innovación.
- **Empleado 3:** Es de mucho beneficio para la comunidad por los servicios que se prestan a los clientes, la proyección social que hacen y es una fuente que genera empleos.

Análisis: los empleados consideran importante la empresa ya que se proyectan con la sociedad, tiene un espacio favorecedor donde crecer, pero concuerdan en la falta de innovación como en las anteriores respuestas.

4.2.3 RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS A CLIENTES DE MEDICINAS J Y M

En las entrevistas realizadas se utilizó una escala de satisfacción siendo 1 el más bajo y 5 el más alto, en cada una de las preguntas realizadas se obtuvieron datos importantes que ayudaran a mejorar la situación actual de la empresa.

Tabla 18 Frecuencia del género de los clientes de Medicinas J y M

Género		
	N	%
Hombre	33	36,7%
Mujer	57	63,3%

Análisis: existe una proporción mayor de mujeres que participación en la encuesta en comparación con los hombres.

Tabla 19 Calificación general de los productos y servicios

En una escala del 1 al 5, ¿cómo calificaría su experiencia general con nuestros productos y servicios? (siendo 1 el más bajo y 5 el más alto)

Escala	N	%
1	1	1,1%
2	3	3,3%
3	6	6,7%
4	12	13,3%
5	68	75,6%

Análisis: según la calificación de los clientes 68 de ellos están muy conforme con la experiencia de compra dentro de la empresa, y un total de 10 clientes no han vivido una buena experiencia, sin embargo, se puede trabajar para que ellos formen parte de los clientes satisfechos.

Tabla 20 Calificación hacia el producto y servicio de la empresa por parte de los clientes

¿Cómo calificaría la calidad de nuestro producto y servicio?

	N	%
Bueno	13	14,4%
Excelente	72	80,0%
Regular	5	5,6%

Análisis: El 80% de las personas considera que la calidad de los productos que vende la empresa es de calidad como el servicio que se les brinda, pero encontramos que existen 18 personas que seleccionaron bueno y regular lo que significa que se debe continuar en la mejora de ambos aspectos para poder alcanzar a este porcentaje que es igual de importante que el resto.

Tabla 21 Recomendación del negocio hacia otras personas por parte de los clientes

¿Recomendaría nuestro negocio a otras personas?

	N	%
No	3	3,3%
Sí	87	96,7%

Análisis: un 96% de los clientes recomienda a la empresa para realizar compras de medicamentos, pero existen tres personas que no lo harían, es necesario brindarles el mejor servicio a los clientes para que consideren sugerir el negocio a otras personas que serían futuros consumidores.

Tabla 22 Expectativas de los clientes hacia el producto y servicio

¿El producto y servicio cumplió con sus expectativas?

	N	%
No	6	6,7%
Sí	84	93,3%

Análisis: el 93% de los clientes consideran que el medicamento que la empresa vende cumple las expectativas, así como el servicio que ofrecen también. Seis clientes consideraron que no se cumplió con las perspectivas esto brinda una ventaja para la mejora.

Tabla 23 Problema que haya tenido el cliente con el producto o servicio que le brinda la empresa

Problema en el producto y/o servicio	N	%
Demasiado tiempo espera uno para la atención	1	1,1%
En cuanto al servicio se vuelve complicado porque se debe esperar algo de tiempo ya que es un lugar recurrido por clientes y hay sol y es caliente entonces desespera un poco	1	1,1%
La tardanza para obtener ciertos medicamentos	1	1,1%
Las instalaciones no son idóneas para el tipo de cliente, que probablemente ande mal de salud	1	1,1%
No se encontró	1	1,1%
Producto bien la atención es muy lenta	1	1,1%
Total	6	6,7%

Análisis: los comentarios hacen referencia a la necesidad que existe de mejorar la infraestructura del negocio debido a que los clientes merecen un espacio donde puedan estar cómodos y en un buen clima y actualmente donde esperan ser atendidos les da el sol, cae polvo ya que es orilla a la pavimentada, etc. (ver anexo 2). La atención al cliente debe mejorarse y este es un punto en el que hemos visto un problema a través de las respuestas otorgadas por los clientes.

Tabla 24 Calificación de la amabilidad y eficacia del servicio al cliente

En una escala del 1 al 5, ¿Cómo calificaría la amabilidad y eficacia de nuestro equipo de atención al cliente? (siendo 1 el más bajo y 5 el más alto)

Recuento

		Servicio al cliente			Total
		2	4	5	
Género	Hombre	2	4	27	33
	Mujer	2	11	44	57
Total		4	15	71	90

Análisis: en general los clientes están satisfechos con la atención que reciben por parte de la empresa, existen 6 personas que no están conformes con el servicio lo que brinda una oportunidad de mejora.

Tabla 25 Calificación hacia la atención al cliente

Servicio de ayuda del servicio al cliente

	N	%
No	2	2,2%
Sí	88	97,8%

Análisis: Según los comentarios de los clientes el servicio al cliente es bueno y la atención brinda una excelente experiencia a la población.

Tabla 26 Experiencia del cliente en el negocio

Tabla cruzada género *experiencia

Recuento

		Experiencia					Total
		1	2	3	4	5	
Género	Hombre	0	1	2	6	24	33
	Mujer	1	2	4	6	44	57
Total		1	3	6	12	68	90

Análisis: entre hombres y mujeres calificaron su experiencia como excelente en la empresa Medicinas J y M siendo un total de 68.

Tabla 27 ¿Los productos se entregaron según su pedido?

Entrega de producto		
	N	%
No	2	2,2%
Sí	88	97,8%

Análisis: los productos se les entregaron a tiempo a 88 clientes esto le permite a la empresa conocer que su proceso de venta en cuanto a la recepción y entrega de producto se ha desarrollado de la mejor forma, pero 2 de los encuestados dijeron que se les incumplió con la entrega del producto.

Tabla 28 Calificación del proceso de compra

En una escala del 1 al 5, ¿cómo calificaría la facilidad del proceso de compra? (siendo 1 el muy fácil y 5 el muy difícil)

	N	%
1	39	43,3%
2	7	7,8%
3	9	10,0%
4	6	6,7%
5	29	32,2%

Análisis: los clientes en promedio del 32.2% que indican que el proceso es difícil son clientes que han tenido problemas al encontrar sus medicamentos así mismo que han esperado mucho tiempo al ser atendidos por la falta de personal.

Tabla 29 Problema en el proceso de compra

Problema en el proceso de compra		
	N	%
No	84	93,3%
Sí	6	6,7%

Análisis: el porcentaje de problemas durante la compra es bajo, esto se puede mejorar con un mejor control del proceso y contando con todo el inventario necesario para cubrir la demanda de medicamentos de los clientes.

Tabla 30 Comentario acerca de algún problema en el proceso de compra

Problema proceso de compra		
	N	%
Anotan los pedidos en papel y si se pierden no sabrían q pidió el cliente	1	1,1%
Confusión en el pedido	1	1,1%
Habían tomado mi pedido, y después no sabían que había solicitado	1	1,1%
La espera porque no sabían dónde estaba el medicamento que encargue	1	1,1%
La posición del sol atiende muy lento les hace falta más agilidad al atender	1	1,1%
Le puse no porque no he tenido ningún problema	1	1,1%
Total	6	6,7%

Análisis: estos comentarios muestran la falta de orden en los procesos que ejecutan al anotar en papel de manera tradicional los pedidos de los clientes lo cual impacta en la satisfacción de los mismos.

Tabla 31 ¿Recibió información clara y completa sobre el producto?

Información del producto		
	N	%
No	5	5,6%
Sí	85	94,4%

Análisis: el promedio es bajo en cuando a no recibir información sobre el medicamento, esto puede ser mejorado con entrenamiento y capacitación al personal de manera continua para que puedan aclarar todas las dudas de sus clientes.

Tabla 32 ¿Cómo calificaría la comunicación por parte de los empleados en general?

Comunicación Empleados		
	N	%
Bueno	12	13,3%
Excelente	74	82,2%
Malo	1	1,1%
Regular	3	3,3%

Análisis: el promedio 82.2% califica que la atención y comunicación de los empleados es muy buena, solamente 4 clientes indicaron que no fue de esta manera, lo cual pueden ser casos específicos y aislados.

Tabla 33 ¿Sigue nuestras redes sociales?

Sigue redes sociales		
	N	%
No	37	41,1%
Sí	53	58,9%

Análisis: la empresa debe trabajar más en una campaña publicitaria para promover sus redes sociales para poder ser más reconocida a través de ellas ya que actualmente el 42% de sus clientes frecuentes no siguen sus páginas.

Tabla 34 Preferencia acerca de las redes sociales por parte de los clientes

Preferencia Redes Sociales

	N	%
Facebook	24	26,7%
Instagram	11	12,2%
Ninguno	5	5,6%
WhatsApp	50	55,6%

Análisis: la mayoría de los clientes interactúan por medio de la red de WhatsApp, sin embargo, se recomienda utilizar Facebook e Instagram ya que permite llegar a más clientes que no cuenten con el número de WhatsApp de la empresa.

Tabla 35 Tiene alguna sugerencia para hacer que su experiencia sea aún mejor

Sugerencias por parte de los clientes

	N	%
1) Un sistema computarizado para verificar la disponibilidad de productos. 2) Asientos para los clientes en la parte exterior.	1	1,1%
Ampliar la gama de medicamentos	1	1,1%
Consultas vía WhatsApp sobre la existencia de medicamento. Envíos a domicilio	1	1,1%

Dar respuesta un poco más rápido a los mensajes de WhatsApp	1	1,1%
Darse a conocer un poco más.	1	1,1%
Excelente	1	1,1%
Extender el tiempo de venta	1	1,1%
Implementar sistemas de organización y orden ando en servicio al cliente como tener producto en existencia	1	1,1%
Incluir más agentes de banco	1	1,1%
La ambientación del lugar y quizás un lugar para sentarse.	1	1,1%
Mejor control de los pedidos	1	1,1%
Mejorar el flujo procedimental	1	1,1%
Mi sugerencia es que los productos son muy buenos	1	1,1%
Mi sugerencia es que tengan un Dr para consultas internas, en horarios que sean accesibles, ya que con eso traerán más clientes para su negocio,	1	1,1%
Plataforma digital, o pedidos online y solo ir a traer	1	1,1%
Poseen un excelente servicio	1	1,1%

Que se revise la atención en general, desde la ubicación, personal altamente calificado con espíritu de servicio y conocimiento para tener en inventario los medicamentos que los clientes requieran	1	1,1%
Ser más ágiles hacer el proceso de compra más cómodo	1	1,1%
Siempre atienden con respeto, amabilidad y calidez.	1	1,1%
Sistema de compra	1	1,1%
Tener sus redes más activas con publicaciones recientes.	1	1,1%
Vender otros tipos de medicamentos, surtir	1	1,1%

Análisis: la mayor parte de los clientes recomiendan el uso de la tecnología, la mejora de espacio físico y los tiempos de espera por la falta de personal, así mismo que puedan contar con especialistas que puedan responder todas sus consultas en cuanto al medicamento que desean comprar.

Tabla 36 Hay algo más que le gustaría compartir sobre su experiencia con la empresa

Experiencia		
	N	%
Atención y servicio de primera, Dios siga Bendiciendo su negocio, así como su vida.	1	1,1%

Creo que el servicio al cliente es de lo mejor la amabilidad y familiaridad con la que se atiende es en gran parte la clave de su éxito	1	1,1%
Definitivamente la atención al cliente es lo primordial en una empresa y en Medicinas J y M la practican bastante bien, siempre quedan aclaradas las dudas respecto a los medicamentos que nosotros como clientes necesitamos.	1	1,1%
En general muy buena	1	1,1%
Es muy recomendable	1	1,1%
Es una excelente farmacia	1	1,1%
Excelente servicio aun cuando no está en horas de servís entiende	1	1,1%
Fue lo mejor quiero volver	1	1,1%
La amabilidad de Don Martín y Doña Jenny es excelente. Transmiten confianza	1	1,1%
La amabilidad y atención son excelentes	1	1,1%
Me gusta su atención	1	1,1%
Muy buena atención	1	1,1%
Que mejoren el área de atención al cliente y que haya más personal	1	1,1%
Que se encuentra lo q se necesita	1	1,1%
Si qué hay que esperar que lo atiendan mucho tiempo contratar suficiente personal	1	1,1%

Solamente agradecimiento por buena atención	1	1,1%
Son muy amable y calidad de personas. Son importantes para la Comuna.	1	1,1%
Son muy excelentes y tiene todo lo q uno necesita	1	1,1%
Son personas muy amables y muy éticas. Los productos siempre están en buena calidad.	1	1,1%
Súper recomendable y buena calidad en precio y producto	1	1,1%
Tienen una muy buena atención con los clientes	1	1,1%
Todo bien	2	2,2%
Todo fue conforme al pedido, excelente.	1	1,1%

Análisis: en general los comentarios de los clientes son muy buenos en cuanto al servicio que se brinda de parte de la empresa, sin embargo, existen muchos comentarios que son relacionados al espacio físico, toma de pedidos, inventarios y tiempo de espera.

4.3 PROPUESTA DE MEJORA

Las empresas se enfocan en el cumplimiento de las metas y objetivos por lo que para ello es necesario que se aprovechen las oportunidades de mejora. Luego de conocer la opinión del propietario, clientes y empleados se logra identificar una serie coyunturas que se pueden utilizar para lograr un mejor desempeño por parte de la empresa que le lleve a lograr sus aspiraciones.

- Implementación de herramientas tecnológicas y control de inventarios
- Mejorar la infraestructura de la empresa
- Capacitaciones
- Servicio a domicilio
- Redes sociales
- Personal
- Medicamentos requeridos por los clientes.
- Herramienta de gestión de calidad 5 s de calidad y los 7 principios de la calidad.

4.4 IMPLEMENTACIÓN DE LOS CAMBIOS

4.4.1 CRONOGRAMA DE APLICACIÓN

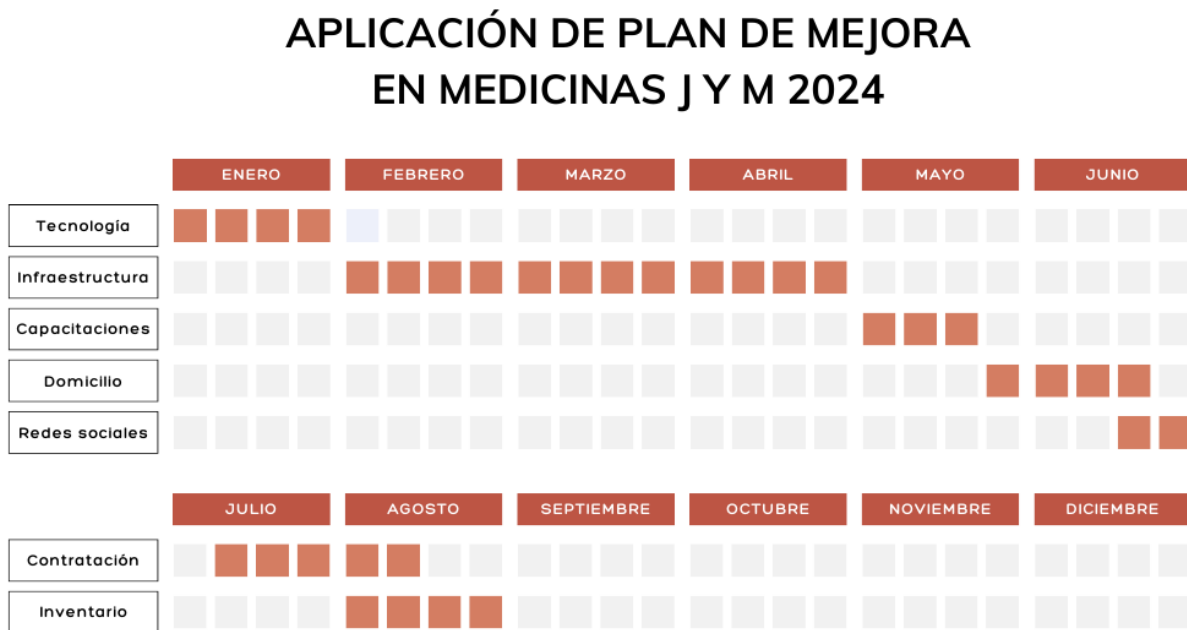


Ilustración 21 Cronograma De Aplicación

4.4.2 DETALLE DE CAMBIOS Y RESPONSABLES DE SU EJECUCIÓN

- Implementación de herramientas tecnológicas y control de inventarios: se propone la compra de un sistema computarizado como, por ejemplo: SAP (Sistemas, Aplicaciones y Productos para Procesamiento de Datos) (Tarea 1)
- Mejorar la infraestructura de la empresa: acondicionar el espacio para la espera del cliente con muebles, aire acondicionado, agua, entre otros aspectos que permitan la comodidad de los mismos. (Tarea 2)
- Capacitaciones: formarse en el área de la venta de medicinas y las funciones que tiene cada uno de los individuos que labora dentro del establecimiento con el fin de conocer detalladamente sus responsabilidades de acuerdo al puesto. (Tarea 3)
- Servicio a domicilio: la empresa puede subcontratar a una empresa que le ayuda a repartir productos al consumidor final o puede comprar una motocicleta por ejemplo y encargarse de llevarle al cliente a su domicilio lo que necesita. (Tarea 4)
- Redes sociales: Instagram y Facebook son de las redes más utilizadas por los clientes, pero WhatsApp fue la favorita por lo que se sugiere gestionarlas eficazmente con el fin de brindar un mejor servicio. Uno de los empleados podría dedicarse a crear contenido y atender a los consumidores brindando así una pronta respuesta. (Tarea 5)
- Personal: contratación de personal, ya que la empresa tiene dos personas fijas (dueño y un asistente) y las otras dos son ocasionales por lo que se propone contratar una persona que este permanente para brindar una mejor atención y se reduzca el tiempo de espera. (Tarea 6)
- Medicamentos requeridos por los clientes: realizar un análisis de los medicamentos que los clientes buscan y no existe, y buscar el proveedor de estos para ingresarlos al inventario

teniendo al menos dos unidades del producto de estos en existencia con el objetivo de que los consumidores encuentren lo que necesitan y en el momento que lo requieren. (Tarea 7)

- Herramienta de gestión de calidad: Se debe aplicar las 5's de calidad dentro de la empresa para clasificar, organizar, limpiar, estandarizar y seguir mejorando dentro de las instalaciones de la empresa y se recomiendan los 7 principios de la calidad para impactar el desarrollo de cada una de las propuestas de mejora identificadas en el estudio.

El responsable de la ejecución del plan es Francisco Empleado 3 dueño de medicinas J y M instruido por las alumnas Laura Gale e Isis Santos.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

- La administración es un proceso mediante el cual se planifican, organizan, dirigen y controlan los recursos de una empresa u organización con el fin de alcanzar los objetivos de manera eficiente y eficaz, dentro de la investigación se encontró que Medicinas J y M tiene que mejorar la administración de los recursos de la empresa y sobre todo el control de los inventarios ya que un 6.7% de clientes tuvieron una mala experiencia como resultado de la mala administración.
- Una organización es una estructuración de los recursos disponibles de la empresa, como personas, tiempo, tecnología y dinero para lograr los objetivos y metas de la organización. Se identificaron algunas deficiencias al no contar con tecnologías que permitan llevar al personal contar con todo lo necesario, el 67% de los entrevistados como mejora proponen la implementación de tecnología en los procesos tradicionales que la empresa ha llevado.
- La mayoría de los clientes respondió que tienen la mejor actitud en servicio al cliente, es por esta razón que se debe mejorar las instalaciones brindando comodidad a los clientes ya que varios de ellos coincidieron al igual que los empleados que no se cuenta con una instalación adecuada para el nivel de afluencia de compradores.
- Se considera que al encuestar al 53.5% de los clientes puede existir un margen de error en los datos obtenidos, sin embargo, podemos identificar una tendencia en los clientes que el servicio al cliente es muy bueno y que solamente desean que se mejoren las instalaciones por parte de los dueños, con el fin de enfocarse en la satisfacción de sus clientes.

5.2 RECOMENDACIONES

- Se recomienda para poder llevar una mejor administración que la empresa pueda documentar sus procesos en un manual, orientando al personal y los involucrados en poder realizar las operaciones de manera correcta y que brinden estrategias que permitan alcanzar los objetivos de la visión de la empresa.
- Es recomendable que se puedan capacitar continuamente al personal sobre la labor que realizan y sobre los productos que ellos están vendiendo para que puedan aclarar cualquier tipo de duda al cliente y mantener la satisfacción de los pobladores del municipio de San Marcos, Santa Bárbara.
- Con el fin de incrementar y alcanzar las metas establecidas por el propietario en brindar lo mejor a sus clientes, se recomiendan mejoras a la infraestructura o cambio de local donde puedan contar con instalaciones cómodas que permitan a los empleados y a los clientes poder disfrutar de su participación dentro de la empresa.
- Se recomiendan a los dueños de Medicinas J y M, que puedan enfocarse en las necesidades de los clientes para mejorar sus servicios considerando la utilización de nuevas herramientas tecnológicas para innovar sus procesos, tomando desafíos al dejar de utilizar los métodos convencionales con los que iniciaron, obteniendo eficacia en cada uno de ellos.

BIBLIOGRAFÍA

1. Arias (2020). Técnicas e Instrumentos de Investigación Científica. Obtenido de https://repositorio.concytec.gob.pe/bitstream/20.500.12390/2238/1/AriasGonzales_TecnicasEInstrumentosDeInvestigacion_libro.pdf
2. Bernal (2010). Metodología de la Investigación. Bogotá D.C, Colombia.: Pearson Education. Obtenido de <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>
3. Cabrejos & Robles (2020). Manual de Redacción de Tesis de Posgrado. Trujillo, Perú.: Universidad privada Antenor Orrego. Obtenido de [https://static.upao.info/descargas/4c22d0a600028ae5ef91f2ef69189c57abc0dbf4921990a25dd00b2a0fe788b05e3ebc048dffe021430b5ab33751d53b2e8abeb8019d8ddc4986d4ae1671c232/manual-de-redacciOn-de-tesis-de-posgrado-\(1\).pdf](https://static.upao.info/descargas/4c22d0a600028ae5ef91f2ef69189c57abc0dbf4921990a25dd00b2a0fe788b05e3ebc048dffe021430b5ab33751d53b2e8abeb8019d8ddc4986d4ae1671c232/manual-de-redacciOn-de-tesis-de-posgrado-(1).pdf)
4. Carro & González (2012). Administración de la Calidad Total. Obtenido de http://nulan.mdp.edu.ar/1614/1/09_administracion_calidad.pdf
5. Chiavenato (2017). Planeación Estratégica: fundamentos y aplicaciones. México D.F.: McGraw-Hill/ Interamericana Editores S.A. Obtenido de <https://www.remax-accion.com.ar/wp-content/uploads/2021/04/127-Planeacion-estrategica-fundametos-chiavenato-idalberto.pdf>
6. Gutiérrez (2010). Calidad Total y Productividad. México D.F.: McGraw-Hill/ Interamericana Editores S.A. Obtenido de <https://clea.edu.mx/biblioteca/files/original/56cf64337c2fcc05d6a9120694e36d82.pdf>
7. Hernández & Rodríguez (2011). Introducción a la administración teoría general administrativa: origen, evolución y vanguardia. México D.F.: McGraw-Hill/ Interamericana Editores S.A. Obtenido de https://santic.cl/mt-content/uploads/2022/09/hernandez_introduccion_a_la_admin.pdf
8. Hernández Sampieri, R. (2010). Metodología de la Investigación. México D.F.: McGraw-Hill/Interamericana Editores S.A. Obtenido de <https://www.esup.edu.pe/wp->

<content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>

9. Montúfar (2008). Desarrollo Organizacional Principios y aplicaciones. México D.F.: McGraw-Hill/ Interamericana Editores S.A. Obtenido de <https://cdn.website-editor.net/50c6037605bc4d1e9286f706427108e6/files/uploaded/Desarrollo%2520Organizacional%2520de%2520Guizar.pdf>
10. Robbins & Coulter. (2010). Administración. México D.F.: Pearson Education. Obtenido de <https://www.ceut.edu.mx/Biblioteca/books/Administraci%C3%B3n/Administraci%C3%B3n-Robbins.pdf>

ANEXOS

ANEXO 1: FORMATO DE LAS HERRAMIENTAS DE INVESTIGACIÓN

ENTREVISTA PARA EL DUEÑO DE MEDICINAS J Y M

Información del dueño

Nombre: _____ Sexo: _____

Teléfono: _____ Fecha: _____

Preguntas

1. ¿Cuál es la estructura organizacional de su empresa?
2. ¿Cómo se toman las decisiones importantes en su negocio?
3. ¿Involucra a su equipo en el proceso de toma de decisiones? Si la respuesta es sí ¿cómo lo hace?
4. ¿Cómo aborda la gestión del talento en su empresa?
5. ¿De qué forma manejan los procesos de la empresa?
6. ¿Cómo utiliza la tecnología y la automatización en sus procesos?
7. ¿Ha implementado alguna solución tecnológica que haya tenido un impacto significativo en la eficiencia del negocio?
8. ¿Cómo recopila y utiliza la opinión de los clientes para mejorar sus servicios?
9. ¿Cómo gestiona las relaciones con sus proveedores para garantizar la calidad y el abastecimiento de suministros?

10. ¿Cuáles son sus estrategias clave de marketing?
11. ¿Ha utilizado las redes sociales u otras plataformas en línea para promover su negocio? Si la respuesta es Sí, ¿Cuáles y cómo las utiliza?
12. ¿Cómo maneja la gestión financiera de su empresa?
13. Dada la importancia de la accesibilidad a medicamentos, ¿cómo se aborda la fijación de precios para hacer que los medicamentos sean accesibles para un público más amplio?
14. De acuerdo a la industria farmacéutica, ¿cómo garantiza el cumplimiento con las regulaciones y estándares gubernamentales?
15. ¿Cuáles son los mayores desafíos relacionados con el cumplimiento regulatorio que ha enfrentado?
16. ¿Qué es lo que hace única a su empresa frente a la competencia?
17. ¿Cómo integra la responsabilidad social empresarial en las operaciones de su negocio?
18. ¿Hay nuevas iniciativas o proyectos en los que esté trabajando actualmente?

CUESTIONARIO PARA CLIENTES DE MEDICINAS J Y M

Somos estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas de CEUTEC de Universidad virtual, estamos desarrollando nuestro proyecto de graduación para lo cual solicitamos de su colaboración en llenar el siguiente cuestionario:

Información del Cliente:

Nombre: _____ Sexo: _____

Teléfono: _____ Fecha: _____

Preguntas:

1. En una escala del 1 al 10, ¿cómo calificaría su experiencia general con nuestros productos y servicios? (siendo 1 el más bajo y 10 el más alto)
2. ¿Recomendaría nuestros productos y servicios a otras personas? (Sí/No)
3. ¿Cómo calificaría la calidad de nuestro producto y servicio? (Excelente, bueno o malo)
4. ¿El producto y servicio cumplió con sus expectativas? (Sí/No)
5. Si su respuesta fue no entonces conteste esta pregunta, ¿Hubo algún problema con el producto o servicio? (Especificar)
6. En una escala del 1 al 10, ¿Cómo calificaría la amabilidad y eficacia de nuestro equipo de atención al cliente? (siendo 1 el más bajo y 10 el más alto)
7. ¿Recibió la ayuda que necesitaba de nuestro equipo de atención al cliente? (Si/No)
8. En una escala del 1 al 10, ¿cómo calificaría la facilidad del proceso de compra?
9. ¿Recuerda algún problema durante el proceso de compra? (Especificar)
10. ¿Recibió información clara y completa sobre el producto? (Si/No)
11. ¿Cómo calificaría la comunicación por parte de los empleados de la empresa en general?
(Excelente, bueno o malo)
12. ¿Sigue nuestras redes sociales? (Sí/No)
13. ¿Cuál es su canal preferido para recibir información sobre promociones, actualizaciones o noticias relacionadas con nuestros productos y servicios? (Facebook, WhatsApp o Instagram)

14. ¿Los productos se entregaron según su pedido? (Si/No)
15. Si la pregunta anterior es no entonces conteste esta, ¿Qué sucedió que no se le cumplió con la entrega del producto? (Especificar)
16. ¿Tiene alguna sugerencia para hacer que su experiencia sea aún mejor?
17. ¿Hay algo más que le gustaría compartir sobre su experiencia con la empresa?

Agradecemos mucho sus comentarios y tiempo. Su opinión es fundamental para la mejoría de Medicinas J y M. ¡Gracias!

CUESTIONARIO PARA LOS EMPLEADOS DE MEDICINAS J Y M

Somos estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas de CEUTEC de Universidad virtual, estamos desarrollando nuestro proyecto de graduación para lo cual solicitamos de su colaboración en llenar el siguiente cuestionario:

Información del empleado

Nombre: _____ Sexo: _____

Teléfono: _____ Fecha: _____

Preguntas

1. ¿Conoce la cultura organizacional de la empresa?
2. ¿Conoce la misión y visión de Medicinas J y M?
3. ¿Conoce los procesos del negocio?

4. ¿Considera que se encuentra en orden las responsabilidades de su puesto de trabajo?
5. ¿Considera que cuenta con todas las herramientas y conocimientos para desempeñar su puesto?
6. ¿Su espacio de trabajo es suficientemente comfortable? Si/No
7. ¿Considera que su ambiente de trabajo refleja la cultura de la organización?
8. ¿En qué medida siente que tiene la libertad de decidir cómo realizar su trabajo?
9. ¿Considera que existe una comunicación fluida entre los miembros del negocio?
10. ¿Considera que su jefe inmediato es claro y específico cuando da instrucciones de trabajo?
11. ¿Siente que su puesto es importante para el negocio?
12. ¿Sus ideas son escuchadas y tomadas en cuenta por parte de los dueños?
13. ¿Que considera que sería bueno cambiar dentro de la empresa?
14. ¿Qué opinión tiene sobre la empresa en general?

ANEXO 2: FACHADA E INTERIOR DEL NEGOCIO





ANEXO 3: RESULTADOS DE ENCUESTAS

RESPUESTAS DE LA ENTREVISTA DUEÑO DE MEDICINAS J Y M

Marca temporal	Dirección de correo electrónico	Nombre	Sexo	Teléfono	¿Cuál es la estructura organizacional de su empresa?	¿Cómo se toman las decisiones importantes en su negocio?	¿Involucra a su equipo en el proceso de toma de decisiones?	Si la respuesta anterior es sí ¿cómo lo hace?	¿Cómo aborda la gestión del talento en su empresa?	¿De qué forma manejan los procesos de la empresa?	¿Cómo utiliza la tecnología y la automatización en sus procesos?	¿Ha implementado alguna solución tecnológica que haya tenido un impacto significativo en la eficiencia del negocio?
11/25/2023 19:01:13	martinaltamiran063@gmail.com	Francisco Martin Altamirano Altamirano	Hombre	98906062	Gerente, asistente, empleados.	Analizando detenidamente con los asistentes.	Si	Conociendo varios puntos de vista p obtener una mejor respuesta al momento de la toma de decisiones..	Se le da oportunidad q asuma nuevas responsabilidades..	De manera rápida y eficiente.	Uso de poca tecnología	No

Si la respuesta anterior es sí ¿cuáles?	¿Cómo recopila y utiliza la opinión de los clientes para mejorar sus servicios?	¿Cómo gestiona las relaciones con sus proveedores para garantizar la calidad y el abastecimiento de suministros?	¿Cuáles son sus estrategias clave de marketing?	¿Ha utilizado las redes sociales u otras plataformas en línea para promover su negocio?	Si la respuesta anterior es Sí, ¿Cuáles y cómo las utiliza?	¿Cómo maneja la gestión financiera de su empresa?	Dada la importancia de la accesibilidad a medicamentos, ¿cómo se aborda la fijación de precios para hacer que los medicamentos sean accesibles para un público más amplio?	De acuerdo a la industria farmacéutica, ¿cómo garantiza el cumplimiento con las regulaciones y estándares gubernamentales?	¿Cuáles son los mayores desafíos relacionados con el cumplimiento regulatorio que ha enfrentado?	¿Qué es lo que hace única a su empresa frente a la competencia?	¿Cómo integra la responsabilidad social empresarial en las operaciones de su negocio?	¿Hay nuevas iniciativas o proyectos en los que esté trabajando actualmente?
No aplica	Se usa solamente la opinión personal .	La relación con los proveedores es a través de celular y visitas	Calidad de producto, buen precio y buena atención.	Si	A través de Facebook y WhatsApp, promoviendo productos nuevos.	Con fondos propios y financiamiento bancario.	Conformarse con un porcentaje razonable de utilidad.	Cumpliendo los requisitos establecidos p tal fin	Lo engorroso de los trámites.	Precios justos y buena atención.	Respondiendo a solicitudes de apoyo y por iniciativa propia.	No

RESPUESTAS DEL CUESTIONARIO EMPLEADOS DE MEDICINAS J Y M

Marca temporal	Nombre	Sexo	Teléfono	¿Conoce la cultura organizacional de la empresa?	¿Conoce la misión y visión de Medicinas J y M?	¿Conoce los procesos del negocio?	¿Considera que se encuentran en orden las responsabilidades de su puesto de trabajo?	¿Considera que cuenta con todas las herramientas y conocimientos para desempeñar su puesto?
11/21/2023 14:29:06	Empleado 1	Hombre	98823509	Sí	Sí	Sí	Sí	No
11/22/2023 14:39:44	Empleado 2	Hombre	95902194	Sí	No	Sí	Sí	Sí
11/25/2023 18:49:13	Empleado 3	Mujer	98901417	No	Sí	Sí	Sí	Sí

¿Su espacio de trabajo es suficientemente confortable?	¿Considera que su ambiente de trabajo refleja la cultura de la organización?	¿En qué medida siente que tiene la libertad de decidir cómo realizar su trabajo?	¿Considera que existe una comunicación fluida entre los miembros del negocio?	¿Considera que su jefe inmediato es claro y específico cuando da instrucciones de trabajo?	¿Siente que su puesto es importante para el negocio?	¿Sus ideas son escuchadas y tomadas en cuenta por parte de los dueños?	¿Que considera que sería bueno cambiar dentro de la empresa?	¿Qué opinión tiene sobre la empresa en general?
No	No	Mucha	Sí	Sí	Sí	Sí	La forma de llevar el inventario	Es una empresa que va en crecimiento y sabiendo aprovechar el mercado en el que se encuentra puede lograr grandes cosas
No	No	Poco	No	No	Sí	Sí	Actualizar más en tecnología principalmente y en la comodidad de los clientes. Quizás ampliar un poco más el inventario	Una buena empresa, rentable. Hace falta innovación
No	Sí	Aceptable.	Sí	Sí	Sí	Sí	Mejorar el manejo de papelería y el espacio físico.	Es de mucho beneficio para la comunidad por los servicios que se prestan a los clientes, la proyección social que hacen y es una fuente que genera empleos.