



**MANUAL DE ESTUDIO  
MÓDULO II:  
LEGISLACIÓN FARMACÉUTICA Y TÉCNICAS DE  
ATENCIÓN AL CLIENTE**

**CURSO DE CAPACITACIÓN  
“AUXILIAR DE FARMACIA”**

**AÑO 2024**

**Total, Horas Módulo: 15 horas**



## INDICE DE CONTENIDOS

1. Introducción al Curso.....	3
2. Resultados de aprendizaje.....	3
3. Marco legal y regalementos en farmacia.....	4
4. Registro Sanitario de productos farmacéuticos.....	9
5. Ley de Farmacos en Chile.....	9
6. Nociones de Normativa Laboral.....	10
7. Técnicas de Atención al cliente.....	11
8. Conceptos generales.....	11
9. El proceso de dispensación de medicamentos en farmacia.....	16
10. Técnicas de atención al cliente, marketing y ventas.....	18
11. Referencias Bibliográficas.....	21

## RESULTADOS DE APREDIZAJE GENERAL DEL MÓDULO.

### LEGISLACIÓN FARMACÉUTICA

- Valorar la importancia de los principales tipos de regulaciones legales en el área de medicamentos en Chile.
- Enumerar documentos de la legislación chilena asociada a servicios de farmacia relacionadas con el almacenamiento y dispensación de productos farmacéuticos y dispositivos médicos.

### TÉCNICAS DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y VENTAS

- Diferenciar los tipos de clientes en el proceso de atención y dispensación de medicamentos.
- Identificar técnicas de comunicación y marketig aplicables a la atención de un cliente en un servicio de farmacia.

## LEGISLACIÓN FARMACÉUTICA

### INTRODUCCIÓN AL CURSO.

El curso de ofrece herramientas para comprender y aplicar elementos de la legislación farmacéutica en Chile relacionada con un grupo de disposiciones legales y normativas que regulan la producción,almacenamiento,dispensación y uso de los productos farmacéuticos y dispositivos médicos en Chile.

En Chile la legislación farmacéutica orienta al farmacéutico en el proceso de dispensación de los diferentes productos farmacéuticos y favorece el cumplimiento de la indicación terapéutica que ejecutan los prescriptores (médicos,odontólogos, matrones)cundo se trata de medicamentos para uso humano.El farmacéutico debe conocer la legislación relacionada con su área para poder ejercer los derechos que le da y los deberes que le asigna.La legislación farmacéutica se centra, en primer lugar, en las normas legales que guían al profesional farmacéutico en la oficina de farmacia, y en segundo lugar,en las normas legales que afectan la actividad farmacéutica en lo referente al diseño, obtención,conservación, distribución y dispensación de medicamentos.

El Sistema Regulador de Medicamentos en Chile tiene al Instituto de Salud Pública de Chile como la principalAutoridad Reguladora de Medicamentos "per se" y además cuenta con las Secretarías Regionales Ministeriales de Salud,son los organismos desconcentrados del Ministerio de Salud, que permiten complementar las actividades de fiscalización.La Autoridad Reguladora Nacional de Medicamentos (ARN),es el organismo del Estado que asume la función de fiscalizar y regular los medicamentos con sumo detalle, de tal forma de asegurar la eficacia, calidad e inocuidad de los productos.En Chile este organismo es el Instituto de Salud Pública (ISP).

## Unidad 1: Marco legal en farmacia.

### Código Sanitario en Chile.

El Código Sanitario en Chile representa una piedra angular dentro del marco jurídico que establece las bases de la institucionalidad sanitaria chilena. Este rige todas las cuestiones relacionadas con el fomento, protección y recuperación de la salud en la población del país y permite sistematizar los fundamentos del quehacer de los profesionales relacionados con el área de salud, estableciendo claramente sus obligaciones.

#### Principales libros que lo componen:

**LIBRO I:** PROTECCIÓN Y PROMOCIÓN DE LA SALUD.

**LIBRO II:** DE LA PROFILAXIS SANITARIA A LA INTERNACIONAL.

**LIBRO III:** DE LA HIGIENE Y SEGURIDAD DEL AMBIENTE Y DE LOS LUGARES DE TRABAJO.

**LIBRO IV:** DE LOS PRODUCTOS FARMACÉUTICOS, ALIMENTICIOS, COSMÉTICOS Y ARTÍCULOS DE USO MÉDICO.

**LIBRO V:** DEL EJERCICIO DE LA MEDICINA Y PROFESIONES AFINES:

**LIBRO VI:** DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE ÁREAS DE SALUD:

**LIBRO VII:** DE LA OBSERVACIÓN Y RECLUSIÓN DE LOS ENFERMOS MENTALES, DE LOS ALCOHÓLICOS Y LOS QUE PRESENTAN ESTADO DE DEPENDENCIA A DROGAS.

**LIBRO VIII:** DE LAS INHUMACIONES, EXHUMACIONES Y TRASLADO DE CADÁVERES.

**LIBRO IX:** DEL APROVECHAMIENTO DE TEJIDOS Y PARTES DEL CUERPO DE UN DONANTE

**LIBRO X:** DE LOS PROCEDIMIENTOS Y SANCIONES

El **libro IV**, de éste Código Sanitario posee especial relación con el trabajo de los profesionales de farmacia ya que:

- Establece la función reguladora del Ministerio de Salud y sus dependencias como el Instituto de Salud Pública (ISP) y las SEREMI de Salud Regionales la inspección de los servicios de farmacia y regular lo relacionado con los regímenes de control sanitario.
- Determina la importancia y función del Formulario Nacional de Medicamentos y las principales normativas relacionadas con los medicamentos y dispositivos médicos, sobre todo en el caso de los medicamentos genéricos.
- Ofrece indicaciones relacionadas con la promoción y registro de productos farmacéuticos y las especificaciones relacionadas con la prescripción profesional de medicamentos.

## **Actualización del año 2023 se actualizó su Vigésima Tercera Edición.**

El código sanitario ha sufrido algunas modificaciones sobre todo asociadas al Libro V, que establece las del ejercicio de la medicina y profesiones afines. La propuesta de cambio que se plantea, no considera modificar los aspectos específicos señalados en el actual DFL No.725, del Ministerio de Salud, para las profesiones en él consideradas (Ejemplo: Artículo 113 bis, referido al Tecnólogo Médico con mención en oftalmología), ni materias referidas a intervenciones específicas (Ejemplo: Artículo 119, referido a la interrupción voluntaria del embarazo).

1. Profesiones de la salud son aquellas ejercidas por personas naturales legalmente habilitadas, que otorgan prestaciones de salud, que incluye a profesionales, técnicos y profesiones auxiliares de la salud.
2. Los profesionales de la salud se caracterizan por perseguir una respuesta integral a las necesidades de salud de las personas, familias y comunidades, actuando de forma individual o en equipos, desarrollando acciones de promoción y prevención, así como desde su ámbito profesional específico, diagnóstico, tratamiento y rehabilitación, requeridas para mantener y mejorar el nivel de salud de individuos y poblaciones desde una perspectiva biopsicosocial.
3. Los profesionales de la salud de las personas son los/as siguientes: Bioquímico/a, Enfermero/a, Fonoaudiólogo/a, Kinesiólogo/a, Matrn/a, Médico Cirujano/a, Nutricionista, Cirujano/a Dentista, Psicólogo/a, Químico-Farmacéutico/a, Tecnólogo/a Médico/a, Terapeuta Ocupacional, Trabajador/a Social y otros profesionales de la salud reglamentados por el Ministerio de Salud.

## **Libros y reglamentos fundamentales de la legislación chilena asociados a los medicamentos.**

### **Reglamento de Farmacia-D466/83.**

Este documento fue publicado el 12 de marzo de 1985 y permite establecer las reglamentaciones relacionadas con el trabajo en Farmacias, Droguerías, Almacenes Farmacéuticos y Botiquines Autorizados.

Sus disposiciones más importantes establece las condiciones sanitarias en que deben efectuarse la distribución, elaboración, fraccionamiento y expendio de productos farmacéuticos así como alimentos de uso médico en los establecimientos de farmacia y otros similares.

Además regula la autorización para la instalación de farmacias las responsabilidades de su Director Técnico en caso de que se realicen análisis clínicos, químicos o bioquímicos.

Se establecen los requisitos que deben reunir las instalaciones de la farmacia, las obligaciones de los diferentes especialistas. Se refiere a otros aspectos del funcionamiento de las farmacias: distribución de turnos, el peticorio farmacéutico y las diferentes sanciones que están instituidas.

## Reglamento de productos estupefacientes-D404/83:

Este documento, promulgado de 2 de noviembre de 1983, establece las principales directrices relacionadas con la adquisición, contiene las normas que complementan el Código Sanitario en materia de sustancias, drogas y demás productos denominados Estupefacientes.

Dentro de las indicaciones que contiene se encuentran disposiciones legales para la importación, exportación, tránsito, extracción, producción, fabricación, fraccionamiento, preparación, distribución, transporte, transferencia a cualquier título, expendio, posesión, tenencia y uso de las drogas, preparados y demás productos estupefacientes se someterán a las normas del presente reglamento.

Establece los requisitos que deben contemplar los certificados de importación o exportación de los productos estupefacientes (con una validez de 4 meses). Regula la tenencia de estos medicamentos en las unidades de farmacia y otros servicios autorizados, donde se debe contar con una estantería exclusiva y bajo llave. Así mismo determina que el Químico Farmacéutico, Director Técnico es el responsable de estos productos.

## Reglamento de productos psicotrópicos-D405/83.

Al igual que el D404, se publicó el 2 de noviembre de 1983. Este reglamento determina las normas estipuladas para la importación, exportación, tránsito, extracción, producción, fabricación, fraccionamiento, preparación, distribución, transporte, transferencia a cualquier título, expendio, posesión, tenencia y uso de las drogas, preparados y demás productos psicotrópicos.

De igual forma se refiere a los requisitos para los certificados de importación/ exportación y su obtención. Además, de forma similar a los estupefacientes, establece las condiciones idóneas para su tenencia y dispensación, a cargo del Químico Farmacéutico.

## Requisitos para el llenado profesional de receta Cheque y Retenida

**DS 404 Artículo 23.-** Los productos que contengan estupefacientes de las Listas I y II sólo podrán expendirse al público en farmacias o laboratorios mediante "Receta Cheque" o "Receta Médica Retenida", según sea su respectiva condición de venta. Ambos tipos de receta tendrán los formatos que fije el Ministerio de Salud por resolución.

**DS 404 ARTICULO 26°-**La receta cheque y la receta retenida deberán ser extendidas íntegramente por el médico cirujano y en ellas se anotarán en forma clara y completa los antecedentes indicados en el respectivo formulario, sin dejar espacios en blanco ni enmendaduras. En caso de ser el paciente menor de edad y no tener cédula de identidad, el médico dejará el espacio correspondiente al número de la cédula en blanco y consignará junto al nombre del menor y entre paréntesis, la edad del mismo, en años cumplidos.

Asimismo, la receta cheque deberá **extenderse en original y duplicado** y el profesional que lo haga registrará en el talón correspondiente los datos que en él se indican. En cada receta podrá **prescribirse un sólo producto estupefaciente** en la dosis necesaria para un paciente, indicándose las cantidades en letras y números, su dosis diaria y la clave correspondiente al producto, según el código que haya fijado el Ministerio de Salud por resolución.

La receta cheque y la receta retenida tendrán una validez de **treinta días** contados desde la fecha en que ellas sean extendidas.

Los prescriptores en Chile son profesionales como: médico cirujano, cirujano dentista, matrones/onas y veterinarios/ as.

**DS 404 ARTICULO 22°** Las drogas y los productos estupefacientes podrán ser adquiridos por los siguientes establecimientos, con intervención del respectivo Director Técnico del establecimiento o del profesional del área de la salud responsable, en los casos de las instituciones de investigación médica o científica:

- a) Laboratorios de producción química farmacéutica.
- b) Farmacias.
- c) Droguerías.
- d) Hospitales y consultorios del Estado.
- e) Hospitales y clínicas particulares.
- f) Instituciones y establecimientos universitarios, para fines de investigación clínica o científica. Botiquines de Salas de Procedimiento y Pabellones de Cirugía Menor.
- g) Botiquines de entidades que presten servicios de transporte avanzado de enfermos y de entidades que realicen transporte aéreo de personas enfermas o accidentadas.

**DS 404 ARTICULO 19°** Los envases de los productos estupefacientes no podrán contener una cantidad superior a 12 unidades posológicas y no deberán ser fraccionados en su expendio. El contenido de los envases clínicos destinados a ser utilizados exclusivamente en establecimientos asistenciales, podrá ser mayor del señalado anteriormente.

Las etiquetas de los envases deberán expresar la condición de venta del producto y la leyenda en letras negras sobre fondo blanco: "Sujeto a Control de Estupefacientes". Las etiquetas llevarán, además, una estrella de cinco puntas de color rojo, cuyo tamaño no podrá ser inferior a la sexta parte de la superficie de la cara principal del envase

## Reglamento del Sistema Nacional de Control de los Productos Farmacéuticos de Uso Humano-D3/10.

El documento se publicó el 25 de enero de 2010. Este reglamento incluye las normas técnicas, administrativas y demás condiciones o requisitos que debe cumplir el registro, importación, internación y exportación, producción, almacenamiento y tenencia, distribución a título gratuito u oneroso, publicidad e información de los productos farmacéuticos, así como su utilización con fines de investigación científica.

- Establece las indicaciones requeridas para el Registro Sanitario de productos farmacéuticos en Chile (obligaciones de sus titulares, solicitud, vigencia, cancelación/ suspensión y tipos de registro).
- Determina pautas para el envase y rotulado de formas farmacéuticas y los requisitos para su importación/ exportación.
- Relaciona la labor de los distintos tipos de laboratorios con las Buenas Prácticas de

Manufactura y de Laborario. Además entrega herramientas para establecer los sistemas de aseguramiento de la calidad en dichos laboratorios farmacéuticos.

- Finalmente aborda temas como la vigilancia sanitaria, la publicidad relacionada con los productos farmacéuticos y las principales sanciones aplicables.



### **Reglamento para recetarios magistrales-D79/10.**

Esta Norma Técnica se creó con el objetivo de regular el trabajo en determinados establecimientos asociados a los servicios de farmacia y otros similares, en este caso los recetarios Magistrales. Se publicó el 4 de agosto de 2010. Se aplica al registro, elaboración, almacenamiento, tenencia, traslado, expendio y dispensación de los preparados farmacéuticos y de los preparados cosméticos de carácter magistral, que sean prescritos por un profesional habilitado (químico farmacéutico o técnico en farmacia).

En este documento se establece los conceptos de: producto magistral, producto oficial, producto cosmético y las disposiciones para su elaboración en dichos recetarios. Además indica las condiciones para la elaboración y funcionamiento de los recetarios magistrales. En esta norma se determinan los requisitos para el almacenamiento, traslado, dispensación y expendio de dichos productos.

### **Buenas prácticas de manufactura y distribución para productos farmacéuticos Norma Técnica 127.ISP.**

Está referida a la elaboración (manufactura) de productos farmacéuticos en los laboratorios autorizados.

- Referencia los requisitos de almacenamiento que permiten garantizar la seguridad, eficacia y calidad de los medicamentos, además determina condiciones para su etiquetado.
- Establece la documentación utilizada en los almacenes para medicamentos.
- Se refiere al control y rotación de inventarios en lugares de almacenamiento de medicamentos.
- Ofrece pautas para el manejo de productos devueltos o retenidos, en mal estado en los almacenes.
- Relacionada con esta norma existe un apartado: Buenas Prácticas de Distribución de productos farmacéuticos (a veces conocida como NT 147). Donde se establecen indicaciones relacionadas con los contenedores de envío de medicamentos desde el almacén, su etiquetado y los requisitos físicos y sanitarios que deben reunir las bahías de almacenamiento.

### **Decreto D239/02: Elaboración de productos cosméticos.**

El decreto se publicó el 20 de septiembre de 2002. Se refiere a las indicaciones que deben orientarse en el caso del registro, importación, producción, almacenamiento, tenencia, expendio o distribución a cualquier título y la publicidad y promoción de los productos cosméticos. Ofrece indicaciones sobre los ingredientes que se encuentran permitidos para su elaboración, los requerimientos que deben reunir los laboratorios que los producen. Además establece las condiciones para su elaboración, control de calidad, acciones de publicidad y promoción, así como el control de mercado.

### **Decreto D148/03: Protocolo para manejo de residuos peligrosos.**

El decreto se publicó el 12 de junio del 2003 y se refiere al manejo de residuos peligrosos y su identificación, clasificación, almacenamiento y transporte desde los servicios de farmacia o

establecimientos relacionados. Establece el sistema de declaración de residuos peligrosos y las principales sanciones relacionadas con dichos procedimientos.

## Unidad 2: Registro sanitario de productos farmacéuticos.

Tipos de registro: Ordinario, abreviado, simplificado.

**Registro Ordinario:** Para los medicamentos que incluyen alguna innovación respecto a lo previamente registrado en Chile (nueva entidad química, nueva potencia, nueva forma farmacéutica, nueva vía de administración) y para todos los productos biológicos. Este procedimiento considera la evaluación de un dossier completo de registro que incluye estudios clínicos y, cuando corresponde, estudios pre-clínicos. El plazo legal de evaluación es de 6 meses.

**Registro Abreviado:** Con el fin de reducir los plazos de tramitación establecidos, fundada en la concurrencia de alguna de las siguientes circunstancias:

Que el producto farmacéutico sea necesario para ser distribuido a la población en cumplimiento de planes o programas de salud aprobados por el Ministerio, en los que se aborden determinadas situaciones de riesgo sanitario o patologías específicas y que están destinados a determinados grupos de personas, en el marco de los intereses de salud pública nacionales.

**Registro Simplificado:** Para los medicamentos que no presentan alguna innovación respecto a lo previamente registrado en Chile (medicamentos de múltiples fuentes, genéricos, con denominación genérica, similares de marca). Este procedimiento considera la evaluación de puntos específicos del dossier, como el estudio de bioequivalencia, o la validación de proceso, según corresponda. El plazo legal de evaluación es de 5 meses.

**Procedimiento acelerado:** El artículo 54° incorpora el registro acelerado para productos no biológicos con registro previo en autoridades consideradas de alta vigilancia sanitaria. (salvo excepciones establecidas a través de una resolución del Ministro de Salud).

## Unidad 3: Ley de fármacos I y II. Propuesta de actualización a la ley de Fármacos del 2014

### Ley de fármacos I y II.

La Nueva Ley de Fármacos que se publicó en febrero de 2014 determinó algunas indicaciones relacionadas con la prescripción y expendio de medicamentos en las unidades de farmacia. Tiene como objeto principal el ajustar la legislación con miras a fomentar la disponibilidad y penetración en el mercado de los medicamentos genéricos bioequivalentes.

Los que medicamentos que no requieren receta, estarán disponibles en las góndolas de farmacias y almacenes farmacéuticos, así mismo los profesionales que prescriben deben incluir el nombre del producto genérico en la receta. Las farmacias deben contar en stock con productos bioequivalentes.

Además esta ley promueve el fraccionamiento de productos en las unidades que tengan condiciones para este tipo de venta fraccionada.

### La ley de fármacos intenta favorecer los siguientes objetivos:

- 1) Incorporar la exigencia de que las recetas prescritas por los profesionales habilitados para ese efecto incluyan expresamente la denominación de los medicamentos que posean la dicha calidad de los medicamentos genéricos bioequivalentes.
- 2) Prohibir la integración vertical entre laboratorios y farmacias.
- 3) Exigir una concesión de servicio público para la instalación y funcionamiento de farmacias o almacenes farmacéuticos.
- 4) Modificar el alcance del sumario sanitario (Boletín 9914-11).

### Nociones de Normativa Laboral en farmacia.

**La duración de la jornada laboral en Chile:** El Estatuto Administrativo (Ley N° 18.824), en su Párrafo 2 ° regula la jornada de trabajo, disponiendo en el artículo 65 que la jornada ordinaria de trabajo de los funcionarios será de 44 horas semanales distribuidas de lunes a viernes, no pudiendo exceder de nueve horas diarias, en la actualidad se evalúa reducirla a 40 horas.

**Derecho a colación (almuerzo) del trabajador:** Respecto a la media hora de colación a la que tiene derecho un trabajador, cada trabajador podrá optar por permanecer en el lugar de trabajo, pero el empleador no podrá requerir de su parte, en este lapso, la prestación de servicios de ninguna naturaleza; la infracción de esta obligación será sancionada con una multa de 60 unidades tributarias mensuales.

**Art. 34.** La jornada de trabajo se dividirá en dos partes, dejándose entre ellas, a lo menos, el tiempo de media hora para la colación. Este período intermedio no se considerará trabajado para computar la duración de la jornada diaria.

**Art. 34.** La jornada de trabajo se dividirá en dos partes, dejándose entre ellas, a lo menos, el tiempo de media hora para la colación. Este período intermedio no se considerará trabajado para computar la duración de la jornada diaria.

**Art. 35.** Los días domingo y aquellos que la ley declare festivos serán de descanso, salvo respecto de las actividades autorizadas por ley para trabajar en esos días.

**Art. 40 bis A.** En los contratos a tiempo parcial se permitirá el pacto de horas extraordinarias. La base de cálculo para el pago de dichas horas extraordinarias, no podrá ser inferior al ingreso mínimo mensual que determina la ley, calculado proporcionalmente a la cantidad de horas pactadas como jornada ordinaria.

### La remuneración fruto del trabajo.

**Art. 44.** La remuneración podrá fijarse por unidad de tiempo, día, semana, quincena o mes o bien por pieza, medida u obra, sin perjuicio de lo señalado en la letra a) del artículo 42. En ningún caso la unidad de tiempo podrá exceder de un mes.

### Art. 159. El contrato de trabajo terminará en los siguientes casos:

- 1.- Mutuo acuerdo de las partes.

2.- Renuncia del trabajador, dando aviso a su empleador con treinta días de anticipación, a lo menos.

3.- Muerte del trabajador.

4.- Vencimiento del plazo convenido en el contrato. La duración del contrato de plazo fijo no podrá exceder de un año

## Formularios y sanciones en farmacia.

### De acuerdo al Libro X del código sanitario:

Las infracciones antes señaladas podrán ser sancionadas, además, con la clausura de establecimientos, edificios, casas, locales, lugares de trabajo donde se cometiere la infracción; con la cancelación de la autorización de funcionamiento o de los permisos concedidos; con la paralización de obras, con el comiso, destrucción y desnaturalización de productos, cuando proceda.

Las infracciones antes señaladas podrán ser sancionadas, además, con la clausura de establecimientos, edificios, casas, locales, lugares de trabajo donde se cometiere la infracción; con la cancelación de la autorización de funcionamiento o de los permisos concedidos; con la paralización de obras, con el comiso, destrucción y desnaturalización de productos, cuando proceda.

Dentro de las infracciones podemos encontrar: El propietario, el director técnico y el auxiliar de la farmacia en que se expenda un medicamento diferente del indicado en la receta, serán sancionados conforme al Código Sanitario.

## TÉCNICAS DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y VENTAS

El proceso de atención a un cliente dentro del ámbito de un servicio farmacéutico va mucho más allá de una simple dispensación, en todos los casos requiere un tratamiento empático y la capacidad de resolver de forma oportuna diversas situaciones imprevistas que se puedan presentar para poder lograr un servicio de excelencia.

### Unidad 1: Conceptos generales.

#### -Cultura y calidad del servicio. Tipos de servicios al cliente.

Cultura y Estrategia son dos conceptos aplicados en décadas recientes a la gestión de las organizaciones, los cuales tienen un papel fundamental en la dinámica actual.

La organización vista como un sistema social que funciona y permanece en el tiempo, se fortalece cuando las personas orientan su acción al fin común por medio del esfuerzo conjunto y del trabajo individual y colectivo.

Cada organización construye parámetros que orientan el comportamiento de la persona. Los aprende en el proceso de inducción, observación e imitación; esta última juega un papel importante en razón a que debe apropiarlos y asumirlos en su proceso de interacción, se espera que actúe de manera similar a los compañeros en aspectos formales e informales de la dinámica organizacional.

Se entiende como **Estrategia** a un conjunto de decisiones que toman los directivos de las organizaciones sobre los objetivos y metas a alcanzar, teniendo en cuenta los recursos disponibles y la influencia del entorno sobre la consecución de estos objetivos. Se pueden identificar situaciones internas (fortalezas y debilidades) y externas (amenazas y oportunidades) que pueden actuar sobre estas decisiones.



Figura 1: Papel de la estrategia para alcanzar de objetivos de una organización.

## Tipos de servicios al cliente.

- **Atención presencial.** El tipo de servicio al cliente presencial es el más tradicional y el más frecuentemente otorgado.
- **Atención telefónica.** No importa a qué sector pertenece tu negocio; la atención telefónica debe formar parte de tu estrategia de servicio al cliente. Permite una atención muy rápida pero no se pueden utilizar técnicas no verbales.
- **Atención virtual.** Generalmente se realiza mediante el llenado de un formulario o cuestionario. Muchas veces tiene como objetivo resolver dudas o consultas sobre un tema o servicio.
- **Atención Proactiva.** Se trata de identificar y solucionar los problemas de los clientes antes de que se convierta en algo mayor.
- **Atención Reactiva.** Este tipo de atención busca dar respuesta a la demanda del cliente. El cliente puede establecer este contacto a través de los distintos canales de la compañía. Todo personal debe estar capacitado para responder las necesidades del consumidor con calidad y eficiencia. Para este cometido, las herramientas de automatización, significan una ayuda extraordinaria para brindar respuestas simples, acelerar los procesos de atención al cliente e incluso, cerrar ventas.

## Entre las principales funciones de un servicio de atención al cliente se encuentran:

- Responder dudas y consultas de los clientes.
- Resolver reclamos de clientes, problemas técnicos o de utilización de un producto.
- Brindar asistencia en relación a posibles inconvenientes con el uso de un servicio.
- Concretar la venta de un producto o servicio.
- Ofrecer servicio postventa.

## - Análisis de entorno y competitividad en el servicio de farmacia.

El estudio de la clientela potencial, el primer elemento a considerar es el estudio de la población que existe en la zona en que se encuentra ubicada la farmacia, puesto que nos ayudará a centrarnos en la tipología de productos que hemos de ofertar. Se analizarán aspectos como los siguientes:

- Edad (población infantil, juvenil, ancianos).
- Poder adquisitivo.
- Clase social.
- Hábitos de compra.
- Tipología del cliente (cliente de paso, cliente de la zona).

Por otro lado, la población de un mismo poder adquisitivo y edad puede tener distinto comportamiento en función de la localización de la oficina de farmacia (por ejemplo, probablemente se vendan más cosméticos en una zona de alto poder adquisitivo que en un barrio de menor poder adquisitivo o se dispensen más productos veterinarios en una zona rural que en un área urbana).

**Estudio del entorno institucional**, corresponden a los servicios que se encuentren cercanos a la ubicación de la farmacia. Las instituciones cercanas también influyen en dispensación de medicamentos:

- Centros médicos, dispensarios, consultas privadas.
- Guarderías, colegios, institutos.
- Empresas, oficinas, etc.
- Bancos, cajas.
- Bares, restaurantes.
- Paradas de metro/autobús/tren.

- **Modelo de Thomas Kilmann: cinco formas de resolver un conflicto:** Según Ken Thomas y Ralph Kilmann, ante la presencia de un escenario de conflictos con clientes u otro tipo de público que acude al servicio de farmacia el profesional que atiende en el servicio puede utilizar 5 maneras distintas para manejar los conflictos.

**Estilo competitivo:** En esta modalidad el profesional que atiende tiene como objetivo imponer su opinión y hacer valer la posición de uno mismo. La persona que lo utiliza se aferra a sus criterios e intenta ganar a toda costa en el tema que se trata intentando que su posición sea la más acertada y conveniente para todos. Mejor utilizarlo con moderación.

**Estilo complaciente:** En esta modalidad se está pendiente de los problemas y preocupaciones de los demás que de nuestros propios intereses. Y como resultado, nos acomodamos y cedemos. En este tipo de actuar la relación entre las partes es sumamente importante, por deferencia, por aprecio, generosidad, obediencia, por evitar un daño mayor, porque la otra parte está en plan intransigente, etc.

**Estilo Evasivo:** Consiste en actuar de forma esquiva y no afrontar el conflicto. Actuamos de forma evasiva cuando consideramos que no es el momento ni el lugar adecuado para tratar el conflicto. Cuando esto sucede, lo aplazamos, damos un rodeo o ponemos cualquier pretexto para evitarlo. Los asuntos incómodos y embarazosos también son firmes candidatos a ser aplazados.

**Estilo Colaborador:** En esta forma de manejar los conflictos se procura dar con una solución que satisfaga a todas las partes implicadas. Se caracteriza por generar intercambios con una comunicación activa, aportando información para conocer cada punto de vista y que todos tengan la oportunidad de defender su razonamiento. Es el estilo preferido cuando ambas partes quieren conservar en buen estado su relación; y también para los casos en los que hay tiempo de sobra para encontrar una solución en la que todos ganen.

**Estilo Comprometido:** A medio camino entre el estilo complaciente y competitivo, pero no tan colaborador como el anterior. El concepto podría ser «ni para ti, ni para mí». Lo utilizamos para llegar a una solución intermedia en la que todos han cedido un poco. En principio no es la que hubieras deseado, pero es una solución aceptable que te puede valer.

## - Detección de necesidades del cliente en farmacia. Cliente y público. Caracterización de los tipos de clientes.

**Cliente:** Es la persona que has identificado como el más interesado en adquirir o comprar tus productos. Por tanto, esto es un segmento del mercado objetivo, ya que has analizado, detallado e identificado algunos aspectos o características esenciales de este cliente objetivo.

**Público:** El público, por otra parte, es el conjunto de personas que se reúnen en un determinado lugar con algún fin.

Público también es aquello perteneciente a toda la sociedad o común del pueblo. Se utiliza como concepto contrapuesto a privado. Un hospital público, en este sentido, es aquel que se financia con aportes estatales (es decir, con el dinero que los ciudadanos destinan al pago de impuestos) y que no tiene dueño. Puede ser utilizado, por lo tanto, por cualquier persona.

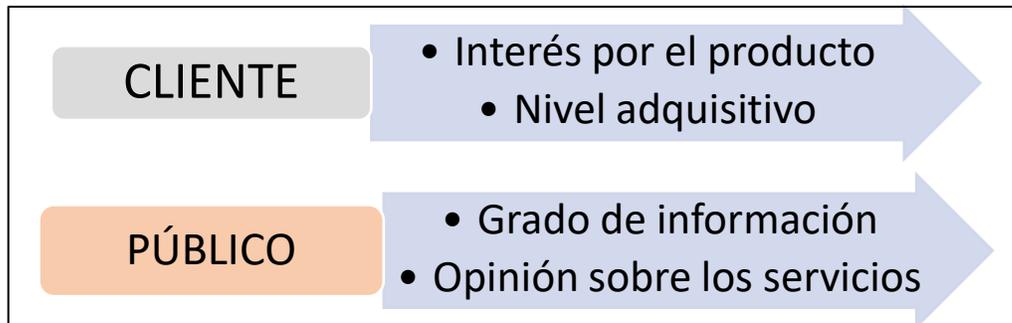


Figura 2: Características del cliente y público.

### El cliente actual se caracteriza por ser:

- **Independiente:** Gestiona sus viajes fuera de los canales establecidos.
- **Infiel:** Busca los mismos servicios por menos dinero o nuevas experiencias. Se va al mejor postor.
- **Exigente:** Los servicios “normales” de hoy, hace unos años eran “extraordinarios”. Los que hoy son “extraordinarios”, dentro de unos meses serán “normales”.

**Caracterización de los tipos de clientes.** Existen varios tipos de clientes y se pueden clasificar atendiendo a su actitud en un escenario de conflicto. El cliente difícil es aquel que debemos conocer en profundidad:

### Un cliente difícil suele:

- ✓ Utilizar quejas y reclamaciones para intentar satisfacer sus demandas no cumplidas.
- ✓ Buscar el reconocimiento y la aceptación del error por parte del trabajador y/o la empresa o servicio.
- ✓ Exigir un producto/servicio que se ajuste a sus expectativas con base a su experiencia y conocimiento

**Cliente agresivo: Le gusta mostrar su disconformidad en público.**

- Se crece ante la mirada de otros clientes.
- Se cree con derecho a menospreciar a su interlocutor.
- Siempre espera salirse con la suya. Muestra su descontento ante la mínima ocasión que se le presente.

**Cliente exigente: Pone a prueba la profesionalidad de quién lo atiende.**

- Exige lo que cree que le corresponde por derecho.
- Puede generar mucha tensión en el desarrollo de una tarea si el personal no está bien preparado en su trabajo.

**Cliente pasivo: Es el más difícil de tratar ya que no aporta mucha información sobre el servicio recibido.**

- Es un cliente indeciso, silencioso, controlador, normativo y desconfiado.
- El seguimiento de sus quejas no es tan objetivo como el del cliente agresivo.

**Acciones a realizar ante un cliente difícil:**

1. Realizar una escucha activa ante sus reclamaciones sin entrar en conflictos.
2. Resolución eficaz en tiempo y forma de las quejas/exigencias de los clientes.

**¿Cómo adelantarse a un reclamo o conflicto que puede generar un cliente difícil?**

1. Conocer el mercado objetivo.
2. Generar valor.
3. Mantener y superar el estándar.
4. Facilitar el acceso.
5. Atención al precio.

**¿Cómo actuar y que medidas tomar ante un conflicto generado por un cliente difícil?**

1. Cuidar la comunicación no verbal.
2. Escuchar activamente.
3. Admitir el error y pedir disculpas.
4. Buscar una solución satisfactoria.
5. Documentar el incidente.

## Unidad 2: El proceso de dispensación de medicamentos en farmacia.

### -Teorías de la comunicación y formas de comunicación.

La comunicación verbal: La comunicación entre los individuos es esencial por un conjunto de razones que incluyen el acceso y el intercambio de información, la discusión abierta de ideas y la negociación de desacuerdos y conflictos.

Existen varias teorías que intentan caracterizar la comunicación verbal y no verbal en la sociedad humana.

### - Componentes de un sistema de comunicación:emisor,receptor,mensaje y su importancia

En todo tipo de comunicación son esenciales tres elementos: **emisor, receptor, mensaje.**

- Emisor/Receptor: Tradicionalmente, se considera al emisor y al receptor como dos sujetos indispensables para que haya comunicación: mientras uno produce, otro comprende.
- Tradicionalmente se considera que la comunicación depende del proceso de codificación de un mensaje por parte del hablante, y de descodificación de aquel por parte del oyente.
- El mensaje puede formar parte de una composición verbal (palabras dentro de un idioma), o puede estar relacionado con la comunicación No verbal, posturas relacionadas con las manos y la cabeza,mirada,posición corporal.

### - Diferencia entre dispensación farmacéutica y venta libre de productos.

Se comprende por **Dispensación** al procedimiento en el cual la persona usuaria cliente o paciente) adquiere el medicamento que le propone un profesional sanitario.La diferencia entre la dispensación activa y la dispensación pasiva, o la simple venta de un producto que ha sido directamente solicitado por el usuario es que en la dispensación activa el profesional de farmacia debe asegurarse de que el paciente tiene y entiende la información necesaria para utilizar el medicamento que se le entrega de manera segura y eficaz.La calidad del servicio farmacéutico radica en la manera de resolver la dispensación activa, teniendo en cuenta que el farmacéutico, a menudo, dispone de un tiempo limitado por paciente y que la información que tiene en su poder sobre él es aún más escueta y de fiabilidad muy variable.

De acuerdo a la Ley 20724: Los medicamentos que no requieran receta, podrán ser vendidos sin restricción en las estanterías de la farmacia de acceso público (se incluyen fundamentalmente los analgésicos AINEs y fármacos antigripales,por ejemplo)

### - Etapas del proceso de dispensación.dispensación activa y pasiva.

Dentro de estas etapas primero se debe identificar al paciente o acompañante,si porta receta médica se valida (Receta simple, retenida),para luego hacer la entrega de los medicamentos. Finalmente, se ejecuta la etapa de Administración,que consiste en la entrega y/o administración de los medicamentos prescritos para el paciente, incluye la actividad de monitorear y registrar la posible manifestación de reacciones adversas.

**Hay diferentes maneras de llegar a la dispensación activa cuando un paciente acude a la farmacia:**

- La consulta sobre un medicamento.
- La solicitud de un medicamento sin receta (automedicación).
- La entrega de una receta con la prescripción médica.
- La indicación farmacéutica como resultado de una consulta de problema de salud.

#### **- Dispensación de especialidades farmacéuticas**

**Especialidad Farmacéutica:** Es un medicamento de composición e información definidas, de forma farmacéutica y dosificación determinada, preparado para su uso medicinal inmediato, dispuesto y acondicionado para su dispensación al público, con denominación, embalaje, envase y etiquetado uniformes y al que la autoridad farmacéutica otorgue autorización sanitaria e inscriba en el Registro de especialidades farmacéuticas.

Dentro de las recomendaciones que deben ofrecerse al paciente al dispensar algunas especialidades farmacéuticas debe informarse:

- Jarabes y suspensiones orales: Se recomienda agitar durante 30 segundos antes de la administración al paciente.
- Emulsiones orales e inyectables (insulinas subcutáneas): se debe agitar durante 30 segundos antes de la administración al paciente.
- Grageas (comprimidos con recubrimiento entérico): no dividir el comprimido ya que pierde la protección de la cubierta.
- Cartuchos presurizados (puff): evitar puncionarlos o acercarlos a fuentes de calor.
- Viales y frascos ampollas: deben manipularse en espacio aséptico.

#### **Dispensación y administración correcta de medicamentos homeopáticos:**

- ❖ Existen varias premisas para la correcta administración del preparado homeopático, como tomarlo en ayunas, dejar que las gotas, glóbulos o gránulos se deshagan en la lengua para que puedan ser absorbidos por las mucosas bucales.
- ❖ Por lo general, se indica no tomar café, no fumar y evitar sustancias de sabor fuerte como la menta, alimentos muy condimentados o alcohol, ya que pueden interferir con los efectos del remedio homeopático.

### **Unidad 3: Técnicas de atención a clientes. Marketing y ventas.**

El paciente que acude al servicio de farmacia requiere más que una atención de venta, una atención profesional por el auxiliar de farmacia, el cual con sus conocimientos puede orientar al cliente sobre el uso racional de medicamentos.

Dentro de las actitudes que se deben desarrollar encontramos:

1. Empatía: implica comprender y compartir los sentimientos del cliente, pues es crucial ponerte en su lugar. Demuestra comprensión y que sus preocupaciones son lo más importante para ti.
2. Escucha activa: se trata de poner atención completa a las necesidades y preocupaciones de tu audiencia. Esto no solo facilita la resolución de problemas, sino que también transmite al usuario que sus opiniones son valoradas.
3. Proactividad: debes anticipar las necesidades de la clientela para satisfacerlas, así podrás crear una experiencia fluida y reducir la posibilidad de problemas futuros.
4. Positividad: mantener una actitud positiva, incluso en situaciones desafiantes, ayuda a crear un ambiente amigable.
5. Resolución de problemas: enfrentar desafíos con una mentalidad de solución, en lugar de centrarse en los obstáculos, es esencial. Los consumidores aprecian la resolución eficiente de problemas y la toma de medidas para evitar recurrencias.
6. Comunicación clara: quienes atienden a clientes deben expresarse de manera comprensible, evitando jergas técnicas innecesarias, para garantizar que la información sea transmitida de manera efectiva.
7. Adaptabilidad: esta actitud permite a los profesionales ajustarse a las preferencias y necesidades individuales de cada quien. Esto incluye flexibilidad en el manejo de situaciones y la personalización del servicio, según sea necesario.
8. Cortesía: esta es una actitud esencial en todas las interacciones. Un tono amable, saludos cordiales y expresiones de gratitud contribuyen a un ambiente positivo y a una experiencia más placentera.
9. Conocimiento: un profundo conocimiento de los productos o servicios permite proporcionar información precisa y asesoramiento útil, lo cual construye confianza y credibilidad.
10. Seguimiento: realizar un seguimiento después de una interacción demuestra interés continuo en la satisfacción. Es importante preguntar sobre la experiencia pasada y ofrecer asistencia adicional para reforzar la relación.



**Figura 3: Técnicas de venta en servicios de salud.**

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS LEGISLACIÓN FARMACÉUTICA

- Ministerio de Salud. Decreto Supremo 404. Reglamento de Estupefacientes. Santiago, Chile. 1983.  
<https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=13057>
- Ministerio de Salud. Decreto Supremo 405. Reglamento de Productos Psicotrópicos. Santiago, Chile. 1983.  
<https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=13066>
- Ministerio de Salud. Decreto 466. Reglamento de Farmacias, droguerías, almacenes farmacéuticos, botiquines y depósitos autorizados. Santiago, Chile. 1985  
<https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=13613>
- Ministerio de Salud. Decreto 3. Reglamento del sistema nacional de control de los productos farmacéuticos de uso humano. Santiago, Chile. 2010.  
<https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=1026879>
- Ministerio de Salud. Ley N°20.724. Modifica el Código Sanitario en Materia de Regulación de Farmacias y Medicamentos. Santiago, Chile. 2014.  
<https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=1058373>
- Ministerio de Salud. Decreto 79. Reglamento Aplicable a la Elaboración de Preparados Farmacéuticos en Recetarios de Farmacia. Santiago, Chile. 2010.  
<https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=1022315&idParte=9102804&idVersion=2011-07-23>
- Ministerio de Salud. Norma Técnica 147. Buenas Prácticas de Almacenamiento y Distribución para Droguerías y Depósitos de Productos Farmacéuticos de Uso Humano. Santiago, Chile. 2013.  
<https://www.minsal.cl/portal/url/item/d7343d8012505967e04001016401463d.pdf>
- Ley de Fármacos. (20724)-14 de febrero de 2014. MINSAL.  
<https://www.bcn.cl/leyfacil/recurso/ley-de-farmacos>
- Ajustes a la ley de fármacos y políticas genéricas en Chile. 7 de marzo de 2018 Biblioteca del Congreso Nacional de Chile (BCN).  
<https://www.camara.cl/verDoc.aspx?prmTIPO=DOCUMENTOCOMUNICACIONCUENTA&prmID=69994>
- Proyecto de ley de fármacos II libertad y desarrollo.  
<https://lyd.org/wp-content/uploads/2019/07/tp-1397-farmacos-ii-.pdf>
- Temas de medicina ambulatoria. PUC. Chile.  
<http://publicacionesmedicina.uc.cl/MedAmb/RecetaMedica.html>
- Bioequivalencia de productos farmacéuticos ISP. Chile.  
<https://www.ispch.cl/anamed/bioequivalencia/>

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS ATENCIÓN AL CLIENTE Y VENTAS

- Elementos para la relación entre cultura organizacional y estrategia. Carlos Alberto Méndez. Rev Universidad y Empresa. Universidad del Rosario. Colombia  
<https://www.redalyc.org/journal/1872/187260206007/html/>
- La importancia de la comunicación no verbal en el desarrollo cultural de las sociedades. Maria de los Reyes Domínguez Lázaro. Rev Relaciones Públicas. Nro.70.  
[http://www.razonypalabra.org.mx/REYES\\_REVISADO.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/REYES_REVISADO.pdf)
- Satisfacción y calidad percibida en la atención hospitalaria. Superintendencia de Salud. CHILE.2013.  
[https://www.supersalud.gob.cl/documentacion/666/articles-9005\\_recurso\\_1.pdf](https://www.supersalud.gob.cl/documentacion/666/articles-9005_recurso_1.pdf)
- Psicología General para enfermería. Guadalajara Núñez. Universidad de Colombia 2017.  
<https://revistas.uta.edu.ec/Books/libros%202017/LIBRO%202%20PSICOLOGIA%20OK.pdf>
- Estrés y servicio al cliente. Trabajo de Diploma. Kristel Gabriela Rios. Facultad de Humanidades. Universidad Rafael Landívar. 2018.  
<http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjrcd/2018/05/43/Rios-Kristel.pdf>
- Manejo del Cliente en Situaciones difíciles. Claudia Urbina Rosas. Revista de Investigación y Cultura. Perú.2015.  
<https://www.redalyc.org/pdf/5217/521751974015.pdf>
- Cultura del servicio en la optimización del servicio al cliente. Arminda García. TELOS. Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales.2016.  
<https://www.redalyc.org/pdf/993/99346931003.pdf>