

# UD9. LAS RECLAMACIONES EN LA OFICINA DE FARMACIA

## 1. LAS RECLAMACIONES

El principal **objetivo** de cualquier empresa que quiera prosperar en el mercado debe ser la **satisfacción de los consumidores**, clientes o usuarios. Para ello, se debe llevar a cabo una adecuada atención y gestión de las quejas y reclamaciones surgidas.

Las quejas y reclamaciones son **muestras de la insatisfacción** de un consumidor, cliente o usuario tras la compra de un producto o servicio.

Esta insatisfacción puede ser relativa a las características del producto (modo de empleo, efectos secundarios o precio), a los servicios prestados, a la atención recibida, etc.

### Definiciones:

- **Sugerencia:** acción de proponer o aconsejar algo.
- **Queja:** manifestación de disconformidad con algo o alguien
- **Reclamación:** petición o exigencia de algo con derecho y mediante instancia.

# LAS RECLAMACIONES EN LA OFICINA DE FARMACIA

Las sugerencias pueden ser **anónimas**, mientras que las quejas y las reclamaciones, no. En las **quejas**, la insatisfacción por la compra del servicio o producto se manifiesta en la OF. La **reclamación** se presenta formalmente en la oficina del consumidor.

Las quejas y reclamaciones nunca deben ser entendidas como algo negativo, sino que representan una **oportunidad** para cualquier negocio, ya que le permiten valorar el funcionamiento de la empresa desde una perspectiva más objetiva que la del propietario o del resto del equipo de trabajo.

Son, por lo tanto, un instrumento de valoración de las causas de insatisfacción del cliente para una posterior implantación de medidas correctivas y preventivas:

- **Medidas correctivas:** tratan de solucionar el problema surgido.
- **Medias preventivas:** tratan de evitar que ese problema se repita en el futuro.

# LAS RECLAMACIONES EN LA OFICINA DE FARMACIA

Las quejas y reclamaciones son una **excelente oportunidad** para:

- Aumentar la comunicación con los clientes.
- Identificar y recopilar los datos de estos (necesidades, prioridades, opiniones, etc.).
- Perfeccionar los elementos físicos y los protocolos de actuación de la empresa.
- Mejorar la gestión farmacéutica y la rentabilidad.
- Ayudar en la valoración DAFO de las debilidades de la empresa.
- Fidelizar clientes.
- Mejorar la imagen de la OF.
- Mejorar la calidad de productos y servicios.

Las quejas y las reclamaciones deben ser **registradas** y **gestionadas** de forma eficiente y rápida. El registro de las muestras de insatisfacción de los clientes y el análisis de sus resultados son uno de los elementos constituyentes de los programas de **gestión de calidad**.

# LAS RECLAMACIONES EN LA OFICINA DE FARMACIA

La gestión de quejas y reclamaciones debe ser completada con otros instrumentos de **medida de satisfacción o insatisfacción** del cliente, como puede ser:

- Las entrevistas a clientes.
- Las encuestas de satisfacción.
- La recepción de sugerencias.
- El registro de datos obtenidos en la observación directa.

**Elementos básicos en la gestión de quejas y reclamaciones:**

- Presentación de la queja o reclamación.
- Registro.
- Análisis.
- Medidas correctivas.

# LAS RECLAMACIONES EN LA OFICINA DE FARMACIA

- Medidas preventivas
- Evaluación de las medidas.
- Mejora de la calidad.

## 2. CAUSAS DE RECLAMACIONES

Las causas que motivan las quejas y las reclamaciones deben ser **analizadas** para poder establecer medidas correctoras y preventivas.

Se pueden presentar quejas o reclamaciones por diferentes motivos:

- Escasa habilidad social y comunicativa por parte del profesional que atiende al cliente.
- Atención no personalizada y adaptada a cada tipo de cliente.
- Error en la aplicación de protocolos par averiguar las necesidades del cliente.
- Falta de información o información errónea sobre los productos o servicios que se ofertan.
- Presentación de un producto inadecuado para las necesidades del cliente.

# LAS RECLAMACIONES EN LA OFICINA DE FARMACIA

Las **reclamaciones** más frecuentes en la OF suelen ser por:

- Precio excesivo.
- Error en el cambio.
- Expectativas demasiado altas con respecto a la percepción de un producto o servicio.
- Negativa a la dispensación de un medicamento sin la receta.
- Deterioro del producto.

Las **estadísticas** elaboradas sobre clientes insatisfechos reflejan que, de cada diez clientes insatisfechos, solo uno de ellos presenta una queja o reclamación. Los otros nueve dejan de acudir a la OF sin dar oportunidad de subsanar el problema. Por ello, es importante **identificar, tratar y aplicar las medidas correctoras y preventivas**. Conocer los motivos de quejas y reclamaciones, también nos permite evitar la insatisfacción de esos otros nueve clientes que no la demostrarían.

# LAS RECLAMACIONES EN LA OFICINA DE FARMACIA

## 3. PROCEDIMIENTO DE ACTUACIÓN ANTE UNA QUEJA

Gira en torno a tres pilares fundamentales: la actitud del empleado de la OF, el seguimiento del protocolo de actuación y el registro de la queja.

### 3.1. ACTITUDES BÁSICAS

El ambiente del personal de la OF debe ser el adecuado para reducir conflictos, detectar los que puedan surgir y poder resolverlos con rapidez y de forma satisfactoria. Tendremos que actuar de la siguiente forma:

- Adoptar una actitud positiva: recuerda que una queja es una oportunidad de mejorar.
- Permitir al cliente que hable y exponga su disconformidad o insatisfacción. Esto lo ayuda a desahogarse y a que el estado de ira vaya desapareciendo.
- No interrumpirlo, ni intentar calmarlo mientras se expresa, ya que aumentaría el enfado.
- Motivarlo para que relate la mayor cantidad de datos posible sobre la situación de conflicto: asentir, hacer preguntas para matizar algún aspecto....

# LAS RECLAMACIONES EN LA OFICINA DE FARMACIA

- Escuchar activamente: permite obtener gran cantidad de información sobre las expectativas, demandas y opiniones de los consumidores.
- No discutir con el cliente y evitar el empleo de frases negativas: “No tiene razón.” “Eso no es cierto.” “No estoy de acuerdo con lo que dice.” etc.
- Transmitir señales de que se ha entendido la queja (asentir, reformular lo explicado por el cliente, etc.).
- Practicar la empatía, es decir, procurar ponernos en el lugar del cliente.
- Agradecerle su ayuda aclarándonos el problema y explicarle que el hecho de hablarnos de su disconformidad nos permitirá corregir errores
- Pedir disculpas por las molestias causadas.
- Premiar al cliente regalando algún producto o muestra, un vale descuento, etc.
- Registrar la queja o reclamación delante del cliente para que compruebe que iniciamos su evaluación.

# LAS RECLAMACIONES EN LA OFICINA DE FARMACIA

- Informar detalladamente al cliente de las actuaciones que se llevarán a cabo para la resolución del problema.
- No culpar a un compañero o a la competencia de lo ocurrido, ya que no ayudará a solucionar el problema y causa mala imagen del personal técnico o la empresa que lo hace.

## 3.2. PROTOCOLO DE ACTUACIÓN

Ante una queja o reclamación, resulta de vital importancia su **revisión conjunta** para obtener acciones, medidas y revisiones consensuadas. Esto reporta una mayor motivación de los trabajadores para llevar a cabo dichas acciones.

La elaboración de protocolos de actuación permite la realización de **actuaciones coordinadas** y evita la pérdida de información relevante para mejorar la atención a los clientes.

Pasos a seguir ante una queja:

- Atender la queja en el mismo momento en que el cliente expone su disconformidad.
- Si es posible, llevar al individuo a un lugar separado , sugiriéndole que allí podrá explicarse más cómodamente. También evitaremos dar una mala imagen al resto de los clientes presentes en la OF en ese momento.

# LAS RECLAMACIONES EN LA OFICINA DE FARMACIA

- Realizar preguntas para identificar el motivo por el cual se ha producido la queja.
- Cumplimentar la hoja de análisis de queja en presencia del sujeto.
- Explicarle al cliente el protocolo de actuación que se suele seguir ante una queja en esa OF y que las acciones se llevarán a cabo con la mayor rapidez posible.
- Iniciar, si es posible, las medidas oportunas para la resolución del problema.
- Si no es posible la resolución en ese momento, analizar la queja mediante una reunión del grupo de trabajo, asegurando al individuo que, en breve y tras el análisis, se pondrán en contacto con él.
- Ponerse en contacto de nuevo con el cliente para exponerle las posibles soluciones al problema.
- Evaluar la satisfacción del cliente tras la resolución.
- Establecer medidas preventivas para evitar que dicha queja se repita posteriormente.
- Evaluar las medidas preventivas para comprobar su efectividad.

# LAS RECLAMACIONES EN LA OFICINA DE FARMACIA

## 3.3. INSTRUMENTOS DE REGISTRO

La OF debe contar con un registro interno de quejas y reclamaciones compuesto por una serie de documentos. Son básicos una hoja de registro y una hoja de análisis de cada queja.

- **Hoja de registro:** recoge fecha y hora, cliente y motivo de la queja. También si se resuelve en el momento dicha queja y si el cliente sigue viniendo a la farmacia pasado un tiempo (un mes).
- **Hoja de análisis:** recoge el número de registro de la queja. Los datos del cliente, si este es habitual o no, la descripción detallada del motivo de la queja, las actuaciones llevadas a cabo en el momento de presentar la queja, el análisis del equipo y las conclusiones tras el análisis.

Los instrumentos de registro no son documentos oficiales, son documentos elaborados por cada farmacia útiles para conocer las incidencias y frecuencia con que se producen conflictos y si las medidas puestas en marcha funcionan o no.

# LAS RECLAMACIONES EN LA OFICINA DE FARMACIA

## 3.4. INSTRUMENTOS PARA RECLAMAR

Normalmente si la queja verbal presentada en la OF no se resuelve satisfactoriamente para el cliente, éste presenta una reclamación escrita. Esta reclamación se puede realizar a través de dos procedimientos: la hoja de reclamaciones y la carta de reclamaciones.

- **Hoja de reclamaciones:** documento oficial que puede presentarse en la OF en la que se ha producido la queja o en la Administración de la comunidad autónoma correspondiente.
- **Carta de reclamación:** tiene la misma validez que una hoja de reclamaciones, pero es redactada por el propio cliente de la farmacia . Para que sea correcta, debe tener tres partes bien diferenciadas:
  - **Datos identificativos de la empresa** (farmacia en este caso).
  - **Qué reclama y por qué.** Debe expresar los hechos con todos los detalles e información sobre lo ocurrido, aportando incluso fotos u otros documentos que puedan corroborar a la justificación de la queja.
  - **Indemnización solicitada** por lo sucedido y el modo de reparación de los daños causados, ya sean materiales o emocionales.

La redacción de la carta debe tener un vocabulario correcto y amable, aunque exigente.

# LAS RECLAMACIONES EN LA OFICINA DE FARMACIA

## 4. NORMATIVA RELATIVA A QUEJAS Y RECLAMACIONES

### 4.1. LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES

La Constitución Española y el Real Decreto Legislativo 1/2007, del 16 de noviembre, en el que se refunde la Ley General para la Defensa de Consumidores y Usuarios recogen la normativa básica de protección al consumidor:

- La **Constitución Española** recoge la protección al consumidor en sus artículos 51.1 y 51.2:
  - **Artículo 51.1** . Los poderes públicos garantizarán la defensa de consumidores y usuarios, protegiendo, mediante procedimientos eficaces, la seguridad, la salud y los legítimos intereses de los mismos.
  - **Artículo 51.2**. Los poderes públicos promoverán la información y la educación de los consumidores y usuarios, fomentarán sus organizaciones y oirán a estas en cuestiones que pueden afectar a aquellos en los términos que la ley establezca.

# LAS RECLAMACIONES EN LA OFICINA DE FARMACIA

El **Real Decreto Legislativo 1/2007**, en su **artículo 8**, enumera los derechos básicos de los consumidores:

- La protección contra los riesgos que puedan afectar a su salud o seguridad. Así como la protección de sus legítimos intereses económicos y sociales, en particular, frente a la inclusión de cláusulas abusivas en los contratos.
- La indemnización de los daños y la reparación de los perjuicios sufridos.
- La información correcta sobre los diferentes bienes o servicios, así como la educación y divulgación para facilitar el conocimiento sobre su adecuado uso, consumo o disfrute.
- La audiencia en consulta, la participación en el procedimiento de elaboración de las disposiciones generales que los afectan directamente y la representación de sus intereses a través de las asociaciones, agrupaciones, federaciones o confederaciones de consumidores y usuarios legalmente constituidas.
- La protección de derechos mediante procedimientos eficaces, en especial, ante situaciones de inferioridad, subordinación e indefensión.

# LAS RECLAMACIONES EN LA OFICINA DE FARMACIA

## 4.2. LA GESTIÓN DE RECLAMACIONES

Cuando los consumidores consideren que se ha vulnerado alguno de los derechos enumerados anteriormente, podrán interponer una reclamación, bien en el establecimiento del que se relacionan los hechos, bien en el Colegio Oficial de Farmacéuticos de su provincia, bien en cualquiera de los **organismos de consumo** destinados a ello, como son:

- Las **Oficinas Municipales de Información al Consumidor** de los Ayuntamientos.
- Las **Direcciones Generales de Consumo** de las Comunidades Autónomas.
- Las **asociaciones de consumidores y usuarios**: no son organismos tramitadores, simplemente llevan las reclamaciones de sus socios a las Oficinas Municipales de Información al Consumidor o a las Direcciones Generales de Consumo.

La mejor opción siempre suele ser la resolución del conflicto de forma amistosa entre el cliente y la empresa y, si no, pasar a trámites arbitrales o judiciales.

# LAS RECLAMACIONES EN LA OFICINA DE FARMACIA

Si la resolución amistosa no es posible, se iniciarán los trámites de reclamación mediante la cumplimentación de una hoja de reclamaciones en el establecimiento y presentando el original en cualquiera de los organismos mencionados anteriormente.

Si el establecimiento, en ese momento, no posee hojas de reclamaciones o quiere presentarlas, el cliente podrá solicitar la ayuda de la Policía Local para que registre una denuncia de los hechos.

Si la reclamación se presenta, directamente, en alguno de los organismos anteriores, dicho organismo deberá informar al reclamado. Este deberá contestar por escrito dicha reclamación en el plazo estipulado.

La Oficina Municipal de Información al Consumidor o la Dirección General de Consumo de la comunidad autónoma registrarán y, a continuación, tramitarán la reclamación mediante:

- **Mediación:** el organismo que tramita la reclamación se pondrá en contacto con la empresa para buscar una solución e intentar llegar a un acuerdo de forma amistosa.
- **Sistema arbitral de consumo:** sistema extrajudicial de resolución de conflictos entre los consumidores y usuarios y los empresarios, organizado y gestionado por la Administración Pública y regulado por el RD 231/2008.

# LAS RECLAMACIONES EN LA OFICINA DE FARMACIA

- Se encarga de la resolución de conflictos, siempre que estos no estén relacionados con intoxicación, lesión o muerte o existan indicios racionales de delito.
- Cuenta con representación del sector empresarial, de las organizaciones de consumidores y de la Administración.
- El sistema arbitral tiene las siguientes características: voluntario, equitativo, vinculante y ejecutivo.
- Si la empresa no cumple lo indicado por el sistema arbitral, el consumidor podrá reclamar de nuevo por **vía judicial** (juzgado de primera instancia).

## 4.3. LAS HOJAS DE RECLAMACIONES

Los establecimientos que comercialicen bienes o presten servicios deberán contar con un **libro de reclamaciones** numerado y sellado por la Administración.

Además, deberán exhibir al público, en un lugar visible, la leyenda “Este establecimiento dispone de libro de hojas de quejas y reclamaciones a disposición del consumidor que lo solicite”.

# LAS RECLAMACIONES EN LA OFICINA DE FARMACIA

Las hojas de reclamaciones constituyen un **instrumento** de registro y transmisión de reclamaciones de los consumidores y usuarios ante los organismos competentes.

Las hojas de reclamaciones están compuestas por un juego unitario formado por un original en blanco y dos copias (en algunas Comunidades Autónomas tres copias) de papel autocopiativo:

- **Original o copia blanca:** para presentar ante la Administración.
- **Copia verde:** para el consumidor.
- **Copia rosa** (rosa y amarilla si hay cuatro copias): para que el reclamado disponga de ella ante el requerimiento de la inspección.

En ellas deben anotarse los datos de la empresa reclamada, los datos del reclamante y la reclamación clara de los hechos.