

UD3. XESTIÓN DE RECLAMACIÓNS E INDICADORES DE CALIDADE



CONTIDOS

1. XESTIÓN DE CONFLICTOS
2. QUEIXAS
3. RECLAMACIÓNS
4. A CALIDADE NA OFICINA DE FARMACIA

1. XESTIÓN DE CONFLICTOS

Os conflitos xurden como consecuencia da **insatisfacción** do cliente

- Debemos partir da idea de que por moi ben que traballemos, **non podemos evitar totalmente, a aparición de situacións de conflito co cliente.**
- A forma de afrontar unha situación de conflito debe pasar sempre por **abordalo o antes posible** e intentar evitar que chegue a convertirse nunha queixa ou reclamación.
- Non debemos ver os conflitos como algo negativo, senón como unha **oportunidade de correxir erros e mellorar a calidade de atención e servizo na oficina de farmacia.**
- Unha xestión adecuada dun conflito pode ser unha **oportunidade para fidelizar o cliente.**



A resolución satisfactoria dun conflito, pode conducir a mellorar a calidade do servizo ofrecida e á fidelización do cliente.

1. XESTIÓN DE CONFLICTOS

1.1 Tipos de conflitos

Os conflitos poden xurdir por múltiples motivos, pero en xeral podemos agrupalos en dúas categorías:

- **Conflictos derivados da atención prestada ó cliente**

Conflicto xurdido entre o cliente e a persoa que o atende

- Pode xurdir por múltiples causas: porque considera que esperou demasiado tempo, porque non recibiu a información adecuada, porque pensa que se lle vendeu algo que non necesita, etc.

- **Conflictos por disconformidade co produto adquirido.**

Conflicto xurdido despois da adquisición do produto

- O produto presenta algún defecto ou un servizo non foi prestado correctamente.
- O servizo prestado ou produto adquirido non cumpre as expectativas do cliente.

1. XESTIÓN DE CONFLICTOS

1.2 Protocolo de actuación fronte a un conflito

EVITAR DISCUTIR
ESCOITAR



- Non entrar en discusións, aínda que creamos que o cliente non ten a razón.
- Adoptar unha actitude asertiva e facer unha escoita activa.

NON
DESENTENDERSE
DO PROBLEMA



- Non debemos evitar afrontar os problemas.
- Debemos intentar negociar e chegar a un acordo, a unha solución favorable para ambas partes.

1. XESTIÓN DE CONFLICTOS

1.2 Protocolo de actuación fronte a un conflito

NON CULPAR O
CLIENTE



- Aínda cando o erro parta do cliente, non debemos culpalo e acusalo.
- Debemos manter a calma, escoitar as razón que da o cliente e desculparnos por se houbo un mal entendido.

EVITAR A
CONFRONTACIÓN
ABERTA



- Cando o cliente utilice un tono grosero e incluso agresivo, nós tratarémolo de forma educada e cortés, desta maneira será él quen quede en entredito á cara dos demais clientes que poidan presenciar a escena.

ADOPCIÓN DE
MEDIDAS
CORRECTORAS



- Debemos tomar nota dos erros cometidos e adoptar medidas de corrección para evitar repetilos.

1. XESTIÓN DE CONFLICTOS

1.3 Qué non debemos facer, fronte a unha situación de conflito

POÑER EXCUSAS

Sinto, pero
é a política
da empresa



A mellor receita
para perder un
cliente

REXEITAR A PROTESTA

- “Debería de telo dito no momento de compralo”
- “Non sei que pudo facer vostede, porque ninguén máis se queixou”.
- “Non estou dacordo co que está dicindo”.
- “Non ten razón”.

1. XESTIÓN DE CONFLICTOS

1.3 Qué non debemos facer, fronte a unha situación de conflito

EVITAR A RESPONSABILIDADE PERSOAL

- “Eu non podo axudarlle, terá que esperar á encargada”
- “Sinto, terá que ser o meu compañeiro quen lle resolva o problema, porque foi él quen o atendeu”
-

INTERROGAR O CLIENTE

- Nome?
- Dirección?
- Cando mercou o produto?
- Ten o ticket de compra?
- Quen o atendeu?
-

1. XESTIÓN DE CONFLICTOS

1.3 Qué non debemos facer, fronte a unha situación de conflito

TRATO BRUSCO

- Perder as formas no medio da discusión
- Levantarlle a voz ó cliente e discutir airadamente con él.



REXEITAMENTO NON VERBAL

- Dar un silencio como resposta
- Mostrar xestos de desacordo, desagrado ou impaciencia

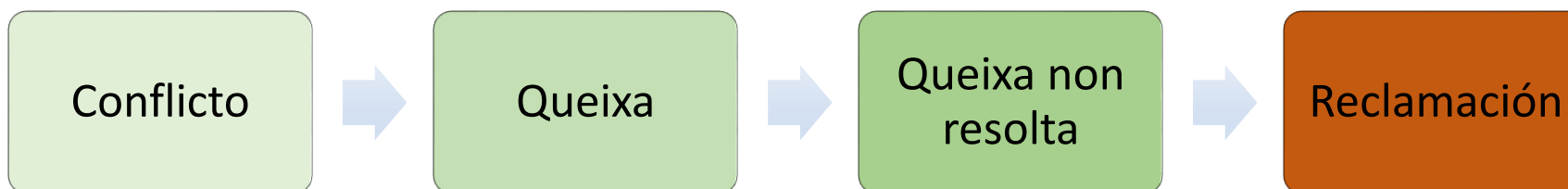


1. XESTIÓN DE CONFLICTOS

1.4 Expresión formal dos conflitos

- Como vos profesionais debemos intentar resolver os conflitos no momento de iniciarse, pero tamén debemos ser conscientes de que en determinadas ocasións o cliente non quedará totalmente satisfeito e o conflito derivará nunha queixa ou reclamación.

As queixas e reclamacións son mostras da insatisfacción do cliente tras a compra dun produto ou servizo.



Expertos en marketing coinciden en que: as reclamacións son unha oportunidade para mellorar a calidade do servizo e dos produtos e fidelizar o cliente.

2. AS QUEIXAS

Unha queixa é a manifestación de disconformidade con alguen ou algo. É dicir, o cliente pode estar non conforme coa atención recibida ou manifestar disconformidade cun produto ou servizo adquirido.

- Non debemos mostrarnos incómodos e á defensiva ante unha queixa dun cliente.
- Unha queixa ben atendida e xestionada é unha oportunidade para gañarse ese cliente.
- A análise das queixas axudaranos a detectar deficiencias no sistema de calidade da nosa oficina de farmacia.



Unha queixa ben resolta pode significara gañar un novo cliente.

2. AS QUEIXAS

2.1 Recomendacións para tratar unha queixa

1. **Adoptar unha actitude positiva:** debemos mostrarnos proactivos hacia a resolución do conflito, esto o cliente percibirá con agrado e seguramente cambiará ou suavizará a súa actitude.
2. **Averiguar a causa:** facer as preguntas xustas para coñecer o motivo da queixa, pero evitando facer un interrogatorio que lle poida dar a sensación ó cliente de que o estamos intentando culpar a él. O cliente debe percibir interés por chegar a unha solución.
3. **Dimensionar o conflito:** prestarlle a debida atención ás queixas, pero sen deixar que nos amargue o día. Non debemos sobredimensionar o conflito.
4. **Agradecemento:** dar as grazas por facernos ver que tal vez non o estamos facendo todo o ben que deberíamos, e que podemos mellorar certos aspectos da atención ó cliente.

2. AS QUEIXAS

2.1 Recomendacións para tratar unha queixa

5. **Escoita activa e paciencia:** debemos conversar co cliente de maneira cordial e mantendo a serenidade, mostrando empatía e demostrando que entendemos os motivos da súa queixa. **NUNCA** debemos tomar a queixa como un ataque persoal.
6. **Non interromper o cliente:** debemos deixar que se explique sen interromper. Cando remate, faremos un resumo do exposto para confirmar que o entendemos correctamente, evitando discutir ou contradicilo.
7. **Sintonizar co cliente:** realizar accións como, consultar a ficha do produto, ou facer unha chamada para pedir información adicional, etc., que demostren que nos estamos interesando por resolver o seu problema.

2. AS QUEIXAS

2.1 Recomendacións para tratar unha queixa

8. **Colaborar co cliente:** para buscar unha solución. Seguramente o cliente xa traia as súas expectativas en canto a posibles solucións ó problema, nós debemos intentar satisfacelas ou superalas. Podemos preguntar en qué solución pensara, ou ben, ofrecerlle nós varias alternativas e deixar que o cliente escolla.
9. **Previr erros futuros:** tomar nota do sucedidos e plantexar medidas de mellora. Debemos preguntarlle ó cliente se está satisfeito coa solución dada.
10. **Compensar ó cliente:** dar un pequeno obsequio ou detalle. Podemos dar algún produto promocional, por exemplo. Os regalos sempre son ben recibidos.



Compensar o cliente cun pequeno regalo sempre será ben recibido.

2. AS QUEIXAS

2.2 As queixas unha oportunidade para fidelizar clientes

✓ A correcta xestión das queixas é unha das mellores ferramentas de fidelización.

- Cando un cliente tras presentar unha queixa se sente satisfeito coa atención recibida e a solución aportada, é moi probable que **aumente o seu nivel de confianza** en nós, e que continúe visitando a nosa farmacia.
- Pola contra, se o cliente que presenta unha queixa, percibe que o atendemos con incomodidade ou con ganas de librarnos do problema, ou que o culpamos a él, moi probablemente non volverá á nosa farmacia.

3. AS RECLAMACIÓN

Unha reclamación é unha petición ou esixencia formal coa que se pretende obter un resarcimento por danos e prexuízos.

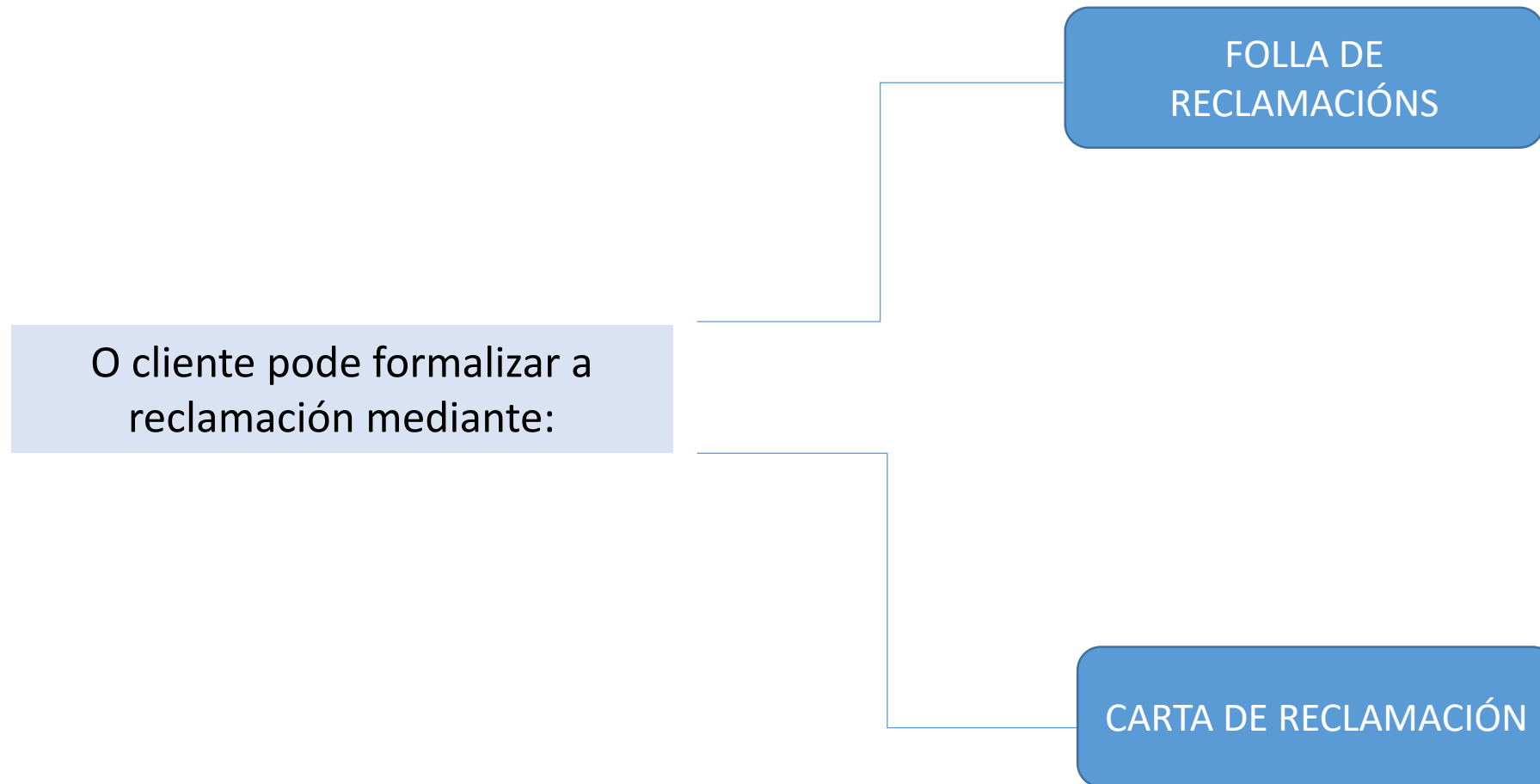
Normalmente previa a unha reclamación, o cliente suele presentar unha queixa verbalmente ó persoal da oficina de farmacia, e se ésta non se solventa satisfactoriamente, ou se considera que se tratou dunha infracción grave, acabará presentando unha reclamación formal escrita, que debe ser comunicada á administración.

Cómo actuar ante unha reclamación?

- **Manter a calma e colaborar.**
- **Facilitarlle ó cliente a documentación necesaria, e toda a información que necesite para poder formular a reclamación.**

3. AS RECLAMACIÓNS

3.1 Formalización das reclamacións



3. AS RECLAMACIÓN

3.1 Formalización das reclamacións

3.1.1 Follas de Reclamacións

As follas de reclamación configúranse coma un instrumento áxil para facilitar a remisión á Administración, das denuncias por presuntas infraccións ós dereitos legalmente recoñecidos, e daquelas reclamacións que os consumidores desexen someter a arbitraje de consumo.

- **Documento oficial** que se presentan en blocs coas follas numeradas e con sistema multicopia. Cada folla consta de tres follas autocopiativas: unha para o cliente, unha para a administración e a outra para o establecemento.
- A obrigatoriedade de dispor de follas de reclamación no establecemento, depende da normativa en materia de follas de reclamación de cada comunidade autónoma.
- **Na comunidade autónoma de Galicia**, o decreto 375/1998 do 23 de Decembro polo que se regulan as follas de reclamacións dos consumidores e usuarios, establece no seu artigo 1.2, a **obrigatoriedade de ter a disposición do consumidor follas de reclamación**, en todos os establecementos que comercialicen bens ou presten servizos na comunidade autónoma.

3. AS RECLAMACIÓN

3.1 Formalización das reclamacións

3.1.1 Follas de Reclamacións

Decreto 375/1998 do 23 de Decembro polo que se regulan as follas de reclamacións na comunidade autónoma de Galicia:

ARTIGO 2º.- As follas de reclamacións.

As follas de reclamacións estarán integradas por un xogo unitario de impresos autocalcables composto por un folio orixinal de cor branca para enviar á Administración, un folio de cor verde para o reclamante e outro de cor amarela para o establecemento, segundo o modelo inserido como anexo.

ARTIGO 3º.- Cartel anunciador.

1. En tódolos establecementos obrigados pola presente disposición existirá, de modo permanente e perfectamente visible, un cartel colocado na zona de maior concorrencia do público no que figure de forma lexible a seguinte lenda, en alomenos os idiomas galego, castelán e inglés: «Existen follas de reclamacións á disposición do consumidor ou usuario».

3. AS RECLAMACIÓNS

3.1 Formalización das reclamacións

3.1.1 Follas de Reclamacións

ARTIGO 4º.- Entrega das follas de reclamacións.

1. Para formular unha reclamación, o consumidor ou usuario poderá solicita-la entrega dun xogo de follas de reclamación á persoa responsable ou a calquera empregado do establecemento ou servicio. A súa entrega será obrigatoria e gratuíta.

Para tal efecto as empresas terán follas de reclamacións en tódolos establecementos, locais ou dependencias abertos ó público, sen que poida remitirse ós consumidores a outros lugares distintos.

2. Cando o establecemento non dispoña de follas de reclamacións ou exista negativa a facilitalas, o consumidor ou usuario poderá presenta-la reclamación polo medio que considere máis adecuado, facendo constar nela tales circunstancias.

3. AS RECLAMACIÓN

3.1 Formalización das reclamacións

3.1.1 Follas de Reclamacións

Decreto 375/1998 do 23 de Decembro polo que se regulan as follas de reclamacións na comunidade autónoma de Galicia:

2. O reclamante cubrirá a folla de reclamación no establecemento, local ou dependencia onde a solicite, facendo consta-lo seu nome e apelidos, domicilio, número do documento nacional de identidade ou pasaporte, así como os demais datos ós que se refire o impreso, facendo unha descrición breve e precisa dos feitos que motivan a súa reclamación con exposición da data en que ocorreron e concretando a súa pretensión. Igualmente, e no punto correspondente indicará se desexa que a súa reclamación sexa resolta a través do Sistema Arbitral de Consumo. A continuación o titular do establecemento, o prestador do servicio ou calquera traballador, en ausencia dos anteriores, poderá manifesta-lo que considere oportuno en relación ós feitos que motivan a reclamación, e asinará a folla xunto co reclamante.

3. AS RECLAMACIÓN

3.1 Formalización das reclamacións

3.1.1 Follas de Reclamacións

Decreto 375/1998 do 23 de Decembro polo que se regulan as follas de reclamacións na comunidade autónoma de Galicia:

ARTIGO 6º.- Remisión das follas de reclamacións.

O impreso orixinal da folla de reclamación de cor branca, será dirixido polo reclamante ó Servicio Provincial de Consumo da provincia onde radique o establecemento ou centro, podendo presentarse en calquera centro ou oficina da Administración da Xunta de Galicia, ou en calquera dos previstos no artigo 38.4º da Lei de réxime xurídico das administracións públicas e do procedemento administrativo común, quedando a copia de cor verde no seu poder e a de cor amarela en poder do reclamado; poderá xuntar cantas probas ou documentos coide necesarios para unha mellor valoración dos feitos, especialmente factura cando se trate dunha reclamación sobre prezos.

3. AS RECLAMACIÓN

3.1 Formalización das reclamacións

3.1.1 Follas de Reclamacións

Decreto 375/1998 do 23 de Decembro polo que se regulan as follas de reclamacións na comunidade autónoma de Galicia:

ARTIGO 7º.- Tramitación das reclamacións.

1. As reclamacións dos consumidores serán resoltas polos órganos competentes da Administración.

Así mesmo, poderán ser atendidas ou resoltas mediante o sometemento voluntario e vinculante das partes ó Sistema Arbitral de Consumo.

2. Recibida a reclamación, e en función do seu contido e das pretensións do reclamante, daráselle a tramitación que corresponda e, se procede, comunicaráselle ó denunciado para que poida presentalas alegacións que considere oportunas.

3. Cando na folla de reclamacións se denunciaren presuntas infraccións en materia de defensa dos consumidores e usuarios, o órgano competente iniciará as accións pertinentes para a determinación, coñecemento, e comprobación delas e, se é o caso, a apertura do oportuno procedemento sancionador, sen prexuízo das accións civís ou penais que correspondan.

4. O desestimento do reclamante, a avinza entre as partes a través da mediación ou o pronunciamento da Xunta Arbitral de Consumo implicarán o arquivo da reclamación. Sen prexuízo disto, a Administración poderá incoar de oficio expediente sancionador se apreciase algún feito constitutivo de infracción.

3.1.1 Follas de Reclamacións: cómo cumprimentar a folla de reclamacións

2.-.....
Lugar dos feitos, día e hora – Lugar de los hechos, día y hora

3.- DESCRICIÓN DOS FEITOS E PEDIMENTO / DESCRIPCIÓN DE LOS HECHOS Y PETICIÓN:

6 - Tramitación solicitada : ☐ arbitraje ☐ mediación previa IGC ☐ denuncia

3. AS RECLAMACIÓNS

3.1 Formalización das reclamacións

3.1.1 Follas de Reclamacións: cómo cumprimentar a folla de reclamacións

6 - Tramitación solicitada :

☐

arbitraxe

☐

mediación previa IGC

☐

denuncia

IMPORTANTE:

De solicitar a intervención da Xunta Arbitral de Consumo, para a resolución da declaración plantexada, (recadro primeiro do apartado 5 do impreso), deberá cumprimentar os datos seguintes:

D. / Dñacon D.N.I.....

SOLICITA :

1º No caso de non prosperar a mediación previa tramitada polo IGCC, que se traslade a reclamación á Xunta Arbitral de Consumo de Galicia para a súa resolución, comprometéndome a cumprir o laudo que, no seu caso se dite.

2º Acepto a designación de árbitro único para a súa resolución : (SI / NON)

3º Designa a efectos de notificación, en virtude do artigo 5 apartado a da Lei 60/2003 de 23 de decembro, de Arbitraxe, o seguinte enderezo de correo electrónico / número de fax :.....

4º Subsidiariamente, e para o caso de que o reclamado non se someta á arbitraxe de consumo solicitada, que se inicie o correspondente procedemento sancionador se é o caso, para corrixir as irregularidades expostas.

..... de de 20..... Sinatura – Firma:

Advertencia: A los datos personales incluidos neste formulario éiles de aplicación a Lei Orgánica 3/2018, do 5 de decembro, de protección de datos persoais e garantía dos dereitos dixitais e o Regulamento Europeo (UE) 2016/679 de Protección de Datos. A súa incorporación a un ficheiro automatizado será co finalidade de recoller os datos dos interesados nos procedementos en materia de consumo para a tramitación da reclamación formulada polo consumidor e usuario e poderán ser cedidos exclusivamente para os efectos establecidos na normativa que lle sexa de aplicación.

Os datos manteranse durante o tempo necesario para cumprir coa finalidade para a que se solicitaron, isto é, a tramitación da reclamación presentada.

Informábase que, no caso de presentarse a reclamación ante o Instituto Galego do Consumo e da Competencia, o responsable do tratamento é devandito Instituto con sede en Avda. Gonzalo Torrente Ballester, 1-5 Baio de Santiago de Compostela, ante o que o interesado poderá exercer, entre outros, os seus dereitos de acceso, rectificación, supresión, oposición e limitación de tratamento.

A Lei Orgánica 3/2018, do 5 de decembro, de protección de datos e o Regulamento Europeo (UE) 2016/679 de Protección de Datos, de acordo co art. 37 do citado regulamento, poderá consultarse na páxina web: www.xunta.gal/temas/temas-de-proteccion-de-datos

3. AS RECLAMACIÓN

3.1 Formalización das reclamacións

3.1.1 Follas de Reclamacións

Qué facer unha vez cumprimentada a folla de reclamación?

- A folla de reclamación debe ser **asinada por ambas partes**: o demandante e o demandado.
- A sinatura do demandado non implica a aceptación das causas da demanda.
- O demandante quedarase coa folla onde figuran as sinaturas orixinais (folla branca destinada a Administración), e coa copia verde, e o demandado quedará coa folla amarela.
- O demandante gardará os documentos que sirvan de proba como facturas, garantía, resgardo de compra, etc.
- Se no prazo aproximado de 10 días a 1 mes o demandado non contesta ou non satisfai as demandas do demandante, éste poderá entregar a folla branca a Administración competente para que resolva nos prazos estipulados segundo normativa.

3. AS RECLAMACIÓNS

3.1 Formalización das reclamacións

3.1.2 Cartas de Reclamación

- Se o establecemento non está obrigado a ter as follas de reclamación no seu establecemento, calquera persoa usuaria poderá formalizar a súa queixa por escrito mediante unha [carta de reclamación](#).
- **A carta de reclamación debe conter os seguintes datos:**
 - Nome, DNI e enderezo do demandante. É conveniente incluír un teléfono e correo electrónico de contacto.
 - Datos do demandado: nome, enderezo, etc.
 - Motivo da reclamación: descripción dos feitos.
 - Compensación que se solicita: económica; cambio, devolución ou reparación do produto, etc.

3. AS RECLAMACIÓN

3.1 Formalización das reclamacións

3.1.3 Onde presentar unha reclamación?

- Pode presentarse no [Instituto Galego do Consumo e da Competencia](#).
- Nas [oficinas municipais de información ó consumidor \(OMIC\)](#): realizan a recepción, rexistro e acuse de recibo de queixas e reclamacións dos consumidores, e remítenas ó organismo competente en materia de resolución.
- [Asociacións de consumidores e usuarios](#): son entidades sen ánimo de lucro, poden exercer función de asistencia, asesoramento e tamén representación do consumidor que presenta unha reclamación. Algunhas das máis coñecidas son: a OCU e FACUA, entre outras.
- [Por medio do Colexio Oficial de Farmacéuticos](#): a través da “**Ventanilla única**” tramita as queixas e reclamacións, podendo entregar a reclamación en formato papel ou tamén en formato dixital.

3. AS RECLAMACIÓN

3.1 Formalización das reclamacións

3.1.3 Onde presentar unha reclamación?

Presentar a Reclamación a través do Colexio Oficial de Farmacéuticos

The screenshot shows the website of the Colexio Oficial de Farmacéuticos de A Coruña (COFC). The browser address bar shows 'cofc.es/home/reclamacion'. The website header is dark blue with the COFC logo, navigation links (EL COLEGIO, ZONA PÚBLICA, VENTANILLA ÚNICA, SEDE ELECTRÓNICA), a search bar, and language options (Castellano, Galego). The main content area is light blue and titled 'ASISTENCIA / RECLAMACIONES'. It includes a section for 'CÓDIGOS DEONTOLÓGICOS' with a link to the code of ethics. Below this is a section for 'QUEJAS Y RECLAMACIONES' which lists four options for filing a complaint: Servicio Galego de Saúde, Instituto Galego de Consumo, Tribunales de justicia, and Colexio Oficial de Farmacéuticos de A Coruña. At the bottom, there is a section for 'Tipo de presentación' with two radio buttons: 'TELEMÁTICA (con certificado digital)' and 'PRESENCIAL (con firma manuscrita)'.

cofc.es/home/reclamacion

cofc | Acceso Colegiados | Escriba aquí su búsqueda | Castellano | Galego

EL COLEGIO ▾ ZONA PÚBLICA ▾ VENTANILLA ÚNICA ▾ SEDE ELECTRÓNICA ▾

ASISTENCIA / RECLAMACIONES

CÓDIGOS DEONTOLÓGICOS

El Colegio Oficial de Farmacéuticos de A Coruña tiene publicados los códigos deontológicos en sus estatutos.

Documentos relacionados

- 📄 Código deontológico del COFC [castellano]
- 📄 Código deontolóxico do COFC [galego]

QUEJAS Y RECLAMACIONES

Si desea obtener información o realizar una reclamación tiene disponibles las siguientes vías, a utilizar en función de su tipo:

- [Servicio Galego de Saúde](#), Consellería de Sanidade, Xunta de Galicia.
- [Instituto Galego de Consumo](#), mediante el impreso de reclamación o el teléfono gratuito de información al consumidor.
- Tribunales de justicia.
- [Colexio Oficial de Farmacéuticos de A Coruña](#), mediante el formulario de reclamación.

Tipo de presentación

- ☐ **TELEMÁTICA** (con certificado digital)
- ☐ **PRESENCIAL** (con firma manuscrita)

3. AS RECLAMACIÓNS

3.1 Formalización das reclamacións

3.1.3 Onde presentar unha reclamación?

Presentar a Reclamación a través do Colexio Oficial de Farmacéuticos:

modelo de formulario para a presentación de reclamación no colexio oficial de farmacéuticos da provincia de A Coruña.



COLEGIO OFICIAL DE FARMACÉUTICOS DE LA PROVINCIA DE A CORUÑA

SERVICIO		DOCUMENTO
ASISTENCIA / RECLAMACIONES		SOLICITUD

DATOS DEL USUARIO			
NOMBRE		APELLIDO	
NIF		TELEFONO	
EMAIL			
FARMACIA			
DIRECCION			
CODIGO POSTAL		POBLACIÓN	
PROVINCIA		PAÍS	

HECHOS Y MOTIVOS DE SU QUEJA/RECLAMACIÓN

FIRMA DE LA PERSONA SOLICITANTE			
FECHA		FIRMA	

3. AS RECLAMACIÓN

3.2 Cómo termina unha reclamación?

Unha vez tramitada a reclamación, infórmase á empresa obxeto da reclamación para que formule as alegacións que considere oportunas.

Iniciado o procedemento de reclamación pode rematar con:

CONCIALICIACIÓN

MEDIACIÓN

ARBITRAXE

TRIBUNAL DE XUSTIZA

3. AS RECLAMACIÓNS

3.2 Cómo termina unha reclamación?

CONCILIACIÓN

Trátase de atopar unha solución por medio dun diálogo informal e amistoso entre as partes.

MEDIACIÓN

Similar á conciliación pero con actuación dun terceiro que actúa como mediador. O acto ten lugar en presenza dun letrado experto en consumo que levanta acta sobre as desavenencias ou acordos adoptados. En caso de acordo terá efectos xurídicos para ambas partes.

ARBITRAXE

O sistema nacional de Arbitraxe de Consumo é un método alternativo para a resolución de conflitos, exclusivo para cuestións de consumo, fóra dos tribunais. É de carácter voluntario. É rápido (duración máxima de 4 meses, salvo acordo de prórroga por ambas partes). É gratuito. Ambas partes se comprometen a acatar a decisión do órgano arbitral que terá o mesmo alcance que unha sentenxa xudicial.

TRIBUNAL DE XUSTIZA

Cando non se acade un acordo polos sistemas anteriores, a reclamación acabará no xulgado, onde será o xuíz o que emitirá a sentenxa correspondente.

3. AS RECLAMACIÓN

3.3 Lexislación de referencia

Os principais instrumentos que garanten os dereitos do consumidor, incluído o dereito a reclamar son:

➤ A Consititución Española

Artículo 51. Defensa de los consumidores

1. Los poderes públicos garantizarán la defensa de los consumidores y usuarios, protegiendo, mediante procedimientos eficaces, la seguridad, la salud y los legítimos intereses económicos de los mismos.
2. Los poderes públicos promoverán la información y la educación de los consumidores y usuarios, fomentarán sus organizaciones y oirán a éstas en las cuestiones que puedan afectar a aquellos, en los términos que la ley establezca.
3. En el marco de lo dispuesto por los apartados anteriores, la ley regulará el comercio interior y el régimen de autorización de productos comerciales.

➤ A lei xeral para a Defensa dos Consumidores e Usuarios (LGDCU), que recolle os dereitos básicos dos consumidores e usuarios.

- Protección contra riscos que poidan afectar a saúde ou a seguridade do consumidor ou usuario.
- Protección dos lexítimos intereses económicos e sociais, en particular fronte a prácticas comerciais desleais e a inclusión de cláusulas abusivas nos contratos.
- Indemnización de danos e reparación dos prexuízos sufridos.
- Información correcta sobre os bens ou servizos para facilitar o seu uso, consumo ou disfrute adecuado.
- A protección dos dereitos mediante procedementos eficaces, en especial en situación de inferioridade, subordinación ou indefensión.

4. A CALIDADE NA OFICINA DE FARMACIA

A calidade refírese ó conxunto de aspectos que aseguran que, as actividades que se realizan cumpren coas esixencias mínimas para satisfacer as expectativas dos clientes.

O concepto de calidade está referido a diversas áreas de actividade como:

- A xestión dos procesos internos.
- Produtos que se venden
- Servizos que se prestan
- Atención ó cliente
- Etc.

Cando a oficina de farmacia consegue no conxunto das súas actuacións superar as expectativas dos clientes, estaremos falando de **EXCELENCIA**.

4. A CALIDADE NA OFICINA DE FARMACIA

4.1 Xestión da Calidade

A xestión de calidade dunha empresa é o conxunto de actividades e ferramentas destinadas a que os procesos de produción e os produtos e servizos que derivan deles sexan os esperados.

Unha boa xestión da calidade repercute positivamente en:

- **Beneficios:** unha correcta xestión da calidade da atención ó cliente, pódenos diferenciar da competencia e incrementar como consecuencia as vendas.
- **Reputación:** unha boa reputación conséguese ofrecendo unha atención de calidade na práctica diaria, e viceversa.
- **Conflictos, queixas e reclamacións:** aquelas empresas que ofrezan produtos ou servizos defectuosos poden ser responsabilizados por danos ou lesións derivados do seu uso. Ofrecendo unha atención e servizo de postvenda de calidade evitaremos conflitos, queixas e reclamacións.

4. A CALIDADE NA OFICINA DE FARMACIA

4.2 Indicadores de Calidade

Os indicadores utilizados deben ser: medibles e cuantificables, fáciles de obter, relevantes e actualizados.

Un indicador de calidade é un instrumento de medida cuantitativo ou cualitativo que permite facer unha valoración dun produto ou servizo.

Indicadores de Calidade nunha oficina de farmacia

- Número de clientes fieis.
- Número de clientes perdidos nun periodo de tempo determinado.
- Número de queixas e/ou reclamacións recibidas.
- Número de devolución de produtos.
- Tempo medio de espera na farmacia para ser atendido.
- Grado de satisfacción do cliente (a través de enquisas de satisfacción).

4. A CALIDADE NA OFICINA DE FARMACIA



4.3 Sistema de xestión da calidade

- O principal obxectivo en materia de calidade dunha oficina de farmacia é lograr a satisfacción do cliente, por medio de instrumentos como por exemplo: a atención, o asesoramento ou a exposición de produtos.
- Para acadar os obxetivos de calidade, a empresa debe implementar un sistema de xestión da calidade que abarque tódolos procesos que se levan a cabo na oficina de farmacia.
- O método máis utilizado para implantar un sistema de xestión é o baseado nas normas ISO (International Organization for Standarization). Estas normas sirven de referente de partida, e despois adecúanse a actividade da empresa en cuestión.
- As normas ISO son uns estándares de xestión da calidade normalizados, que permiten que unha empresa poida validar a súa efectividade mediante unha auditoría externa.
- As normas ISO 9000 son un conxunto de normas editadas e revisadas periódicamente pola Organización Internacional de Normalización (ISO) que aportan as regras básicas para desenvolver un sistema de calidade. Son aplicables a calquera tipo de empresa.
- O Consello Xeral de Colexios Oficiais de Farmacéuticos utilizou a norma ISO 9001:2015 para o caso da oficina de farmacia e farmacia hospitalaria, adaptándoa a esta actividade profesional concreta.

4. A CALIDADE NA OFICINA DE FARMACIA

4.4 Norma de calidade para a oficina de farmacia

- O Consello Xeral de Colexios Oficiais de Farmacéuticos rexistrou unha **Norma de Calidade para a Oficina de Farmacia** baseada na norma ISO 9001:2000. Esta norma é un documento para a implantación dun sistema de xestión da calidade naquelas oficinas de farmacia que o desexen. As farmacias adheridas a esta norma poderán optar á marca **<<Calidade de Farmacia>>**, como indicador de que cumpre uns parámetros básicos que garanten unha atención de calidade.

4. A CALIDADE NA OFICINA DE FARMACIA

4.5 Certificado de Calidade

- Cando a oficina de farmacia implanta un sistema de xestión de calidade pode optar, de forma voluntaria, a un certificado que demostre o recoñecemento do traballo ben realizado e o interese por acadar a excelencia.
- Para obter o certificado de calidade, a oficina de farmacia, debe someterse a unha auditoría externa que verifique e certifique a eficiencia do sistema de xestión de calidade implantado.
- A validez do certificado de calidade é temporal.
- A obtención do selo de calidade é un aspecto que diferencia a oficina de farmacia da competencia, pero esixe un coste e esforzo por parte do titular e de todo o persoal.



4. A CALIDADE NA OFICINA DE FARMACIA

4.6 Vantaxes e inconvenientes de implantar un sistema de xestión da calidade

A implantación dun sistema de xestión da calidade leva á optimización dos procesos e á diferenciación, sen embargo tamén require dun esforzo e tempo extra para poder implantalo. Por outra banda, **require o compromiso de todo o equipo de traballo: titular e empregados**

VANTAXES

- Mellora dos sistemas de xestión do establecemento (laboratorio, oficina de farmacia, etc). Por exemplo mediante o instrumento: control de costes.
- Mellora dos sistemas operativos do establecemento: mediante a revisión e actualización dos procedementos.
- Mellora da relación con provedores e usuarios.
- Foméntase a comunicación interna entre todo o equipo. O persoal ten maior motivación porque forma parte activa da toma de decisión.
- Aumenta a eficacia xeral, que se traduce nun incremento da satisfacción do cliente.

INCONVENIENTES

- Implica un esforzo económico.
- Reticencias por parte do persoal, porque implica asumir novas responsabilidades.
- Maior carga de traballo (débesse documentar por escrito os procedementos), que pode restar tempo de dedicación á actividade farmacéutica.
- Posible exceso de documentación xerada.

AGORA A ESTUDAR



GRAZAS POLA VOSA ATENCIÓN