

## **RESUMEN**

El presente trabajo de Investigación está enfocado a realizar un Análisis Comparativo de la Calidad del Servicio y la Satisfacción del Cliente de las Farmacias Independientes y en Red del cantón de Santo Domingo, el cual abarcó muchos parámetros imprescindibles para el desarrollo del mismo, esto consistió en efectuar un estudio pormenorizado de las distintas teorías de soporte referentes al tema de investigación; la parte metodológica permitió identificar los tipos de investigación, las técnicas de recopilación de datos y los instrumentos de recolección de datos, para el desarrollo del trabajo de campo; a través del análisis e interpretación de resultados, se pudo comprobar la hipótesis, es decir en las farmacias independientes no se percibe un mayor nivel de satisfacción de los clientes en relación a la calidad del servicio brindado, mientras que en las farmacias en red sí se percibe un mayor nivel de satisfacción de los clientes; finalmente la propuesta consiste en desarrollar un Plan Estratégico de Marketing. Además, contiene estrategias idóneas y tácticas viables necesarias para llegar al objetivo planteado, consta el desarrollo de un programa de concientización, flujograma para mejorar la atención al cliente, convenios para capacitación de colaboradores y telemarketing, todas estas acciones conllevarán a que las organizaciones en estudio puedan ser más competitivas dentro del mercado en el que se desenvuelven.

### **PALABRAS CLAVE:**

- **CALIDAD DEL SERVICIO**
- **SATISFACCIÓN DEL CLIENTE**
- **FARMACIAS INDEPENDIENTES**
- **FARMACIAS EN RED**
- **PLAN DE MARKETING ESTRATÉGICO**

## **ABSTRACT**

This research work is focused on performing a Comparative Analysis of Service Quality and Customer Satisfaction of the Independent and Network Pharmacies of the Santo Domingo canton, which encompassed many essential parameters for the development of the same, this consisted of make a detailed study of the different support theories related to the research topic; the methodological part allowed to identify the types of research, data collection techniques and data collection instruments, for the development of field work; Through the analysis and interpretation of results, the hypothesis could be verified, that is, independent pharmacies do not perceive a higher level of customer satisfaction in relation to the quality of the service provided, while in network pharmacies they do. perceived a higher level of customer satisfaction; Finally, the proposal consists of developing a Strategic Marketing Plan. In addition, it contains ideal strategies and viable tactics necessary to reach the stated objective, consists of the development of an awareness program, flow chart to improve customer service, agreements for employee training and telemarketing, all these actions will lead to the organizations under study they can be more competitive within the market in which they operate.

### **KEYWORDS:**

- **QUALITY OF SERVICE**
- **CUSTOMER SATISFACTION**
- **INDEPENDENT PHARMACIES**
- **NETWORK PHARMACIES**
- **STRATEGIC MARKETING PLAN**