



FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de **ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

“ANÁLISIS DE LA GESTIÓN DE COMPRAS EN LA
EMPRESA VALILU MEDIC SAC, LIMA 2022”

Tesis para optar al título profesional de:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

Autores:

Andrea Maritza Flores Farias

Mariana Ibeth Perales Perez

Asesor:

Mg. Gustavo Isaac Barrantes Morales

<https://orcid.org/0000-0002-3180-0604>

Lima - Perú

2023

JURADO EVALUADOR

Jurado 1	JUAN CARLOS GANOZA ALEMAN	30835154
Presidente(a)	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	LUPE GALLARDO PASTOR	10217004
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	RAUL SANTIAGO BACIGALUPO LAGO	07785331
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

INFORME SIMILITUD

Análisis de la Gestión de Compras en la empresa Valilu Medic SAC, Lima 2022

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	hdl.handle.net Fuente de Internet	1 %
2	dspace.ups.edu.ec Fuente de Internet	1 %
3	Submitted to Universidad Privada del Norte Trabajo del estudiante	1 %
4	Submitted to Fundación Universitaria del Area Andina Trabajo del estudiante	1 %
5	portal.amelica.org Fuente de Internet	1 %
6	amcham.org.pe Fuente de Internet	<1 %
7	Submitted to Cliffs Park High School Trabajo del estudiante	<1 %
8	repositorio.cientifica.edu.pe Fuente de Internet	<1 %

DEDICATORIA

Andrea: A mi madre, a mi abuela y a mi familia, por no soltar mi mano en todo este camino a pesar de los momentos difíciles. Gracias por alentarme, gracias por los consejos para luchar y poder conseguir mis metas. Les agradezco a todos quienes confiaron en mí en todo momento.

Mariana: Dedico esta tesis a mis padres y hermana quienes con su amor y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir una meta más en mi vida, gracias por enseñarme a luchar por aquello que anhelo. A mi familia, que me han ayudado y aconsejado desde el primer día que empecé la universidad. Finalmente quiero dedicar esta tesis a esas personas especiales que me han apoyado en los momentos difíciles y por el amor brindado cada día.

AGRADECIMIENTO

A nuestro asesor Barrantes Morales Gustavo Isaac, sin usted y sus virtudes, su paciencia y constancia este trabajo no lo hubiésemos logrado. Sus consejos y alientos fueron siempre útiles cuando por momentos dudábamos de nosotras mismas. Usted formó parte importante de esta historia con sus aportes profesionales que lo caracterizan. Muchas gracias por sus múltiples palabras de aliento, cuando más las necesitamos; gracias por sus orientaciones.

A nuestros padres que han sido siempre el motor que impulsa nuestros sueños y esperanzas, quienes estuvieron siempre a nuestro lado en los días y noches complicadas durante nuestras horas de desvelo. Siempre han sido nuestras mejores guías de vida. Hoy cuando concluimos nuestros estudios, les dedicamos a ustedes este logro amados padres, como una meta más conquistada.

TABLA DE CONTENIDO

JURADO EVALUADOR	2
INFORME SIMILITUD	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
TABLA DE CONTENIDO	6
ÍNDICE DE TABLAS	9
ÍNDICE DE FIGURAS	10
RESUMEN	11
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	12
1.1 Realidad problemática	12
Justificación	17
1.2 Justificación teórica	17
1.2.2. Justificación practica	18
1.2.3. Justificación Metodológica	18
1.3 Antecedentes	18
1.3.1. A nivel internacional	19
1.3.2 A nivel Nacional	22
1.4 Bases Teóricas	25

1.5 Formulación del problema	31
1.5.1 Problema General	31
1.5.2 Problemas Específicos	31
1.6 Objetivos	31
1.6.1 Objetivo General	31
1.6.2 Objetivos Específicos	31
1.6.3 Hipótesis	32
CAPITULO II: METODOLOGIA	33
2.1 Tipo y diseño de investigación	33
2.2 Población y Muestra	34
2.2.1 Población	34
2.2.2 Muestra	34
2.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	36
2.3.1 Técnica	36
2.3.2 Instrumento	36
2.3.3 Validación del Instrumento	36
2.4 Procedimiento de recolección de datos	36
2.5 Análisis de datos	37
2.6 Aspectos éticos	37
CAPÍTULO III: RESULTADOS	38
FIGURA 1.	38
3.1 Descripción de los resultados	39
FIGURA 2.	40
FIGURA 3	43

FIGURA 4	45
3.2 TABLA DE RESULTADOS	46
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	55
4.1 Limitaciones	55
4.2 Interpretación comparativa	56
4.3 Implicancias	59
4.4 Conclusiones	59
4.5 Recomendaciones	61
REFERENCIAS	62
ANEXOS	70
JUICIO DE EXPERTO SOBRE LA PERTINENCIA DEL INSTRUMENTO	77
GUÍA DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA	77

Índice de tablas

TABLA 1	35
TABLA 2	46
TABLA 3	47
TABLA 4	48
TABLA 5	49
TABLA 6	50
TABLA 7	51
TABLA 8	52
TABLA 9	53
TABLA 10	54

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1.	38
FIGURA 2.	40
FIGURA 3	43
FIGURA 4	45

RESUMEN

En el Perú, la gestión de compras ha tomado mayor relevancia en las empresas del rubro farmacéutico durante los últimos 5 años. Por lo que han empezado a optar por buscar estrategias y realizar filtros para poder desarrollar una buena gestión comercial.

Por ello la presente investigación tuvo como principal objetivo Describir las características de la gestión de compras en la empresa Valilu Medic SAC – Lima 2022. En primera instancia, se realizó una descripción de la categoría basándose en sus antecedentes y bases teóricas. En según instancia, se realizó una investigación de tipo básica, con un enfoque cualitativo, nivel descriptivo y con diseño fenomenológico, puesto que solo se interpretará las apreciaciones de los entrevistados. Se tuvo una población de 3 colaboradores de la empresa Valilu Medic SAC donde la muestra fueron los colaboradores: el gerente general, asistente de logística de compras, asistente de compras. La técnica de recolección de datos que se utilizó fue la entrevista, el instrumento es la guía de entrevista que incluyó 9 preguntas según indicadores-categoría. Los resultados indican que es fundamental para la gestión de compras la selección de los proveedores, también que la capacitación del personal es prioridad para el desarrollo del proceso de compra. Asimismo, las discusiones se obtuvieron del análisis de los antecedentes con respecto al tema investigativo. Finalmente, en las conclusiones se mencionó las características de la gestión de compras y su función dentro de la empresa

PALABRAS CLAVES: Gestión de Compras, Negociación de precios, Selección de proveedores, Área comercial, Capacitación de personal.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad problemática

En la actualidad las organizaciones buscan la manera de poder llegar de forma más efectiva a sus clientes o público deseado; por ello, buscan desempeñar o desarrollar una buena gestión de compras, en donde las estrategias y técnicas elegidas será un factor clave para ayudar a las empresas a crear un canal de comunicación entre la organización y el cliente logrando una satisfacción al final del proceso, pero, sobre todo, logrando que la empresa incremente su valor y ganancias.

Aguilar (2021) señala que la Compra Internacional en la empresa es tomado como un factor de diversificación, por ello es importante que el proceso de apertura de las empresas hacia el comercio internacional sea proyectado con un plan estratégico. La gestión de compras se ha convertido en un elemento clave de cada organización, la práctica de la estrategia de compra es asegurar que la empresa tenga los mejores proveedores para abastecer los mejores productos.

Según Kr Singh et al. (2018) La gestión de la cadena de suministro, además de tratar sobre el flujo de bienes, qué producir, cuánto producir y compartir información en diferentes niveles, también se trata de cuánto almacenar en cada etapa del proceso. Actualmente, el comercio internacional demanda un empleo de sistemas de gestión de compras convenientes, que garanticen el buen funcionamiento de la compañía y de igual manera la calidad de servicio que se ofrece a los clientes. Entre dichos sistemas de gestión se encuentra el control y gestión de los riesgos (mercado, comercialización, crédito, aspectos legales, aspectos administrativos). Por lo tanto, recae la realidad en que los objetivos de la gestión de compras son claves para poder lograr el posicionamiento de las empresas en el mercado.

Asimismo, con la adopción del comercio electrónico por parte del sector empresarial mundial que está creciendo continuamente se logra obtener un mayor volumen de compras. El empleo del comercio electrónico genera ganancias millonarias, durante el año 2015 el mercado de comercio electrónico global sobrepasó los 25 billones de dólares (Fredriksson, 2017) y contribuyó en 2016 al incremento del 2,92% del PIB a nivel mundial según datos del sitio ECommerceWiki. Además, el 22% de la población mundial empleó esta tecnología durante el 2017 según reporte del sitio We Are Social. Esta nueva forma de negocio representa indudablemente un elemento impulsor para el desarrollo económico del sector empresarial; así como para naciones desarrolladas y en vías de desarrollo (Moon et al., 2017).

Por consiguiente, debido a la crisis por el COVID-19, la gestión de compras se vio afectada a nivel mundial por lo tanto se estuvo viviendo momentos complicados para el abastecimiento de materias primas, insumos o productos terminados. Esto se explica por varios factores: a) Cierre de puertos importantes en China por el COVID-19 b) Escasez de energía en China – Gran proveedor del mundo; estos factores no solo generaron el incremento en los precios en forma inaceptable de muchos commodities minerales y no minerales, sino también dificultades de abastecimiento alrededor del mundo (Brousset, 2021).

Según BBC New Oct 21 “Las cifras oficiales mostraron que el índice de precios al productor (IPP) a nivel mundial aumentó un 10,7%”. En América Latina y el Caribe depende en gran magnitud de las importaciones de productos médicos ya que menos del 4% de ellas proviene de la propia región. En su momento más de 70 países entre los que se incluyen cuatro de los cinco principales proveedores de la región, encabezados por los Estados Unidos restringieron sus exportaciones de productos médicos en respuesta al COVID-19. Las restricciones a las exportaciones dificultaron el abastecimiento de productos esenciales para la

lucha contra la pandemia en la región. América Latina y el Caribe debieron plantearse como objetivo estratégico fortalecer sus capacidades productivas en las industrias farmacéutica y de insumos y aparatos médicos, de modo que hubieran enfrentado la crisis sanitaria y evitado encontrarse en una situación de menor vulnerabilidad que la ocurrida. Para ello se precisa aunar los esfuerzos de los sectores público, empresarial y académico en el marco de una política industrial orientada a una misión (Cimoli, 2020).

Finalmente, orientándonos según la teoría de la Matriz de Kraljic, autores como Aguirre (2018) están de acuerdo con que la matriz es una fuente útil para la generación de estrategias que contribuyan a obtener beneficios en el momento de gestionar las compras, porque puede convertirse en un factor diferenciador con valor agregado que otorga una oportunidad frente al comercio; es decir, especifica que la elección de estas diferentes estrategias está sujeta a diferentes factores, como la importancia de los servicios que la empresa considera como fundamental para la competitividad dentro del sector en el que compiten.

En el Perú, durante la crisis del covid-19, la gestión de compras en las empresas nacionales se vieron afectas, puesto que muchos de los productos comercializados a nivel nacional son importados y muchos de los puertos fueron cerrados. A esto también se sumó la crisis Política Económica, en donde se vio reflejado en el alza del dólar ocasionando desabastecimiento y alza de precios (Alegre,2021)

No obstante, la pandemia no solo trajo desventajas para las empresas, si no que, al contrario, han buscado la forma de poder lidiar con el gran problema presentado. Según el dato brindado por EY Perú, el 34% de las empresas que participaron en el estudio “Madurez en la gestión de cadena de suministro. Supply Chain Overview 2021” cuentan con un modelo de

gestión de compras ya establecido y siendo desarrollado, mientras que el 66% restante aún se encuentra en proceso de inicio en esta gestión.

Por otra parte, el estado peruano ha implementado la herramienta de los catálogos electrónicos, la cual ayuda en su proceso de gestión de compras y sobre todo ayuda las pymes a través de la página PERU COMPRAS. Sin embargo, en el 2021 por efecto del covid-19 las contrataciones por parte del estado solo alcanzaron 1300 millones de soles a comparación con el año 2019, en donde se logró llegar a 1500 millones de soles (Andina,2021)

Según el funcionario de Perú Compras, Omar Castañeda informa que las contrataciones a través de catálogos electrónicos en el estado, ha sido de gran ayuda para el desarrollo de la gestión de compras en el Perú, beneficiando en gran escala a las MYPES, puesto que, el 55% del monto que contrata el Estado, involucra a las micro y pequeñas empresas (Andina,2021)

El principal objetivo de la gestión de compras es lograr la mayor cantidad de ventas en una empresa. Según la página web Gestión (2022), las empresas adoptaron la estrategia de FULLCOMMERCE para poder fortalecer sus ventas; gracias a la pandemia este método aumentó en gran porcentaje siendo uno de los principales canales de venta, en donde las empresas peruanas en el 2021 alcanzaron un 80% del total de sus ventas con 3.5 millones de soles.

Según Hernández (2020), es importante señalar que la gestión de compras actualmente desempeña una función estrategia, siendo el principal punto de partida para una eficiente cadena de suministro de las empresas, donde se analiza aspectos como los costos, calidad de insumos y servicios, y sobre todo el tipo de socios con los que la empresa se va a relacionar.

Por otro lado, El Estado peruano requiere contar con cadenas de abastecimiento eficaces y eficientes, con énfasis en aquellos servicios públicos esenciales tales como salud, educación y seguridad (Salzar, 2014). Así mismo para que una droguería distribuidora pueda entrar en funcionamiento y trabajar con el estado o con el sector privado tiene que tener en regla toda la documentación establecida por el decreto supremo; como tener en regla el BPA (Buenas Prácticas de Almacenamiento), BPDYT (Buenas Prácticas de Distribución y Transporte), ALMACEN, entre otros (Decreto Supremo, 2023).

Es por ello, que nuestra investigación se centra en la empresa VALILU MEDIC SAC, dedicada a la comercialización y distribución de productos farmacéuticos, trabajando de la mano con los principales laboratorios nacionales e internacionales como Labot, Medifarma, AC Farma, OQ Corp SAC, Portugal, entre otros; Logrando ofrecer a sus clientes la mejor alternativa en la distribución de productos farmacéuticos de alta calidad y un precio competitivo. Actualmente la empresa Valilu Medic SAC abastece directamente al estado y comercializa con otras Droguerías-Distribuidoras.

La empresa en la que está centrada nuestra investigación se fundó en plena crisis de la covid-19, sin embargo, no fue impedimento para poder crecer en sus ventas y abrirse paso dentro del mercado y sobre todo en el ámbito estatal. Desarrollando e implementando estrategias en la gestión comercial para poder mantenerse vigente hasta la actualidad.

No obstante, aún se siente los efectos ocasionados por la pandemia y sobre todo por la crisis política-económica que se está viviendo actualmente, es por ello, que esta investigación se realiza con la finalidad de analizar la gestión de compras en la empresa VALILU MEDIC SAC en el año 2022.

Unos de los impactos laborales significativos a nivel laboral en el sector salud es un incremento del desempleo de las personas sobre todo los de tercera edad ya que cesaron de sus labores por motivos de seguridad sanitaria, dejando así más carga laboral para los operarios de limpieza de ESSALUD.

Así mismo en vista a normas establecidas de distanciamiento social para la prevención de contagio (COVID – 19), hubo bajas voluntarias y falta de interés en el ámbito laboral, a pesar del aumento de los beneficios económicos que con lleva haber trabajo en el sector salud, se notó falta de interés y trabajo en equipo y malos tratos hacia los operarios de limpieza.

Justificación

Según el Diccionario de la Real Academia de la española (2020), justificar es “indicar la causa, motivo o razón que justifica algún hecho”; en palabras de Sabaj y Landea (2012) esta debe ser tomada como una operación racional a través de la cual el investigador busca fundamentar sus creencias o actos.

También según Fidiás Arias (2010) añade que la justificación expresa de manera amplia la situación de objeto o selección de estudio, ubicándola en un contexto que permita comprender su origen y relaciones.

1.2 Justificación teórica

Ñaupas et al. (2018) explica que el objetivo principal de una justificación teórica es señalar la importancia que tiene la investigación de un problema en base a una teoría científica. En la cual se va a explicar los resultados obtenidos de una investigación.

El presente trabajo de investigación se justifica teóricamente, puesto que se detallará conocimientos a cerca de la gestión de compras (estrategias, características, indicadores) y se

dará a conocer la importancia de realizar una buena gestión de compras dentro de las empresas, para generar ventaja competitiva y una máxima satisfacción de los clientes.

1.2.2. Justificación practica

La información podrá emplearla la compañía VALILU MEDIC SAC para que pueda contar con diferentes alternativas de mejora en la gestión de compras y sus procesos, delegando principalmente las funciones a sus colaboradores. De esta manera se reflejará la mejora continuamente dentro de la organización y también podrá usar este documento diferentes empresas del rubro comercial que estén interesados en conocer sobre la gestión de compras de una organización empresarial.

1.2.3. Justificación Metodológica

Ñaupá et al (2018) nos detalla que la investigación metodológica es cuando se puede indicar que determinadas técnicas e instrumentos de investigación, puede servir para próximas investigaciones.

Esta investigación será útil para obtener información sobre cómo es la gestión de compras, por ello se tuvo como técnica de estudio la entrevista a profundidad, así mismo, el instrumento para la recolección de datos fue la guía de entrevista semiestructurada, la misma que se realizó a los miembros de la empresa Valilu Medic SAC en Lima 2022.

1.3 Antecedentes

Según García (2005), menciona que los antecedentes son un resumen de otros trabajos de investigación realizados por otros autores, en el cual abordar el mismo objetivo de estudio y en donde se expone de manera resumida dichas tesis.

1.3.1. A nivel internacional

De acuerdo con Fernández (2021), de la UNIVERSIDAD DE SEVILLA - ESPAÑA, mencionó en su tesis “Optimización de la gestión de stock en farmacia hospitalaria”, que tuvo como objetivo establecer nuevos sistemas que ayuden a la mejorar la eficiencia de la gestión en los Servicios de Farmacia Hospitalaria; en el aspecto metodológico se realizó una investigación aplicada y el diseño de la investigación fue descriptiva. Así mismo, la investigación se centró en la recolección de datos de algunos hospitales y de los históricos disponibles sobre medicamentos. Además, utiliza técnicas de control predictivo basado en modelo, las cuales refieren datos para la optimización de acciones futuras. Los resultados obtenidos fueron confirmar que el uso de estas técnicas ha sido beneficioso, puesto que ha logrado optimizar la gestión de stock, garantizando el abastecimiento de la demanda en todo momento. La autora de este proyecto llegó a la conclusión de que, implementando un buen diseño de gestión y técnicas, se puede disminuir costes innecesarios que la administración puede utilizar en otros proyectos, además de que aplicar las técnicas de MPC (MODELO PREDICTIVO DE CONTROL) puede ayudar a reducir stock en el inventario y almacenamiento.

Serrano (2016) de la Universidad de Guayaquil, sustenta en su tesis “Análisis de agenciamiento de compras internacionales para pequeñas y microempresas del área de soldadura” que el objetivo principal de su investigación es mejorar las condiciones de la oferta del servicio de Agenciamiento de Compras y Logística internacional, puesto que adquirir los productos en la misma ciudad donde se fundó la empresa es perjudicial ya que los costos son elevados. Esta investigación se realiza con un enfoque mixto, cualitativo y cuantitativo. Se realizó encuentro de grupos focales para recaudar información, dando como resultados que si existe el interés por parte de la empresa en tercerizar los servicios de gestión de compras

internacionales y logísticas en sus negocios con China; llegando a la conclusión de que las pequeñas y microempresas tienen el interés y la necesidad de empezar a gestionar sus compras a través del comercio exterior, ayudando a la empresa a disminuir costos y comercializar productos chinos de mejor calidad, y sobre todo es importante para la empresa importadora obtener y relacionarse con proveedores confiables, puesto que estos harán más fácil el desarrollo del proceso de compras.

Martínez (2018) de la Universidad Externado de Colombia, en su tesis para obtener la maestría en Administración de Empresas sustentó: Metodología para la mejora de procesos en sistemas de gestión de compras e inventarios en la empresa mundimotos. En la cual tuvo como objetivo proponer una nueva metodología para el pronóstico de compras en la empresa Mundimotos que permita una mejora en la gestión de inventarios ocasionando un equilibrio en los tiempos de compra y crear indicadores de gestión de compras para atender la necesidades administrativas. La metodología utilizada está bajo el modelo de investigación cualitativo exploratorio y el análisis se realizó sobre las compras realizadas donde recolectó datos que lo llevó a la conclusión de que antes de proponer el nuevo modelo de gestión de compra las cuales fueron clasificación ABC las curvas de intercambios, esta estaba desarrollando un proceso pasivo generando costos fijos altos; en cambio con el modelo propuesto se busca dar objetividad a las compras basándose en un modelo de apalancamiento en los costos del inventario y en los tiempos de recompra, logrando demostrar que si es posible el ahorro de costos, la disminución de los tiempos y el mejor nivel de seguridad, además, con el modelo implementado se logró disminuir un 17 % en el valor del inventario generando consecuencias importante como menor inversión de capital en el inventario que podría ser destinado a otras gestiones.

Por otro lado, Gil (2018) de la Universidad de Oviedo – España, mencionó en su tesis para el grado de Máster: “La selección de proveedores, elemento clave en la gestión de aprovisionamientos”. Tuvo como objetivo realizar un planteamiento del Marco Teórico de la “Gestión de adquisiciones de un proyecto” con la finalidad de repercutir en las técnicas que la empresa utiliza para ayudar en la mejora de toma de decisiones en la gestión de compras en donde se analizaron criterios específicos para la evaluación de proveedores y las metodologías propuestas, las cuales fueron analizadas y comparadas respectivamente. La metodología utilizada está bajo el modelo de investigación cualitativo exploratorio y el diseño de la investigación fue descriptiva, centrándose como muestra en una empresa del sector de construcción. Los resultados obtenidos fueron que luego de determinar los atributos de cada proveedor se procede a darle un nivel de importancia, pudiendo observar cuales son los atributos que tienen mayor impacto desfavorable para la empresa desarrollando una gestión de compras importante para el futuro de la organización. Las conclusiones obtenidas fueron que es importante que las organizaciones dispongan de un proceso adecuado en la selección de proveedores, analizar el contexto y las particularidades de la cadena de abastecimiento es de gran ayuda para que se aplique un estudio inicial de las características comerciales de los posibles proveedores y sobre todo las decisiones tomadas en el proceso de compras tiene que ir de la mano con las prioridades competitivas de la organización.

De acuerdo con Espinoza (2018), de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, mencionó en su tesis “Análisis del proceso de compras para diseñar una propuesta de indicadores de gestión que permita mejorar los procesos del área de compras” que tuvo como objetivo general evaluar el estado de los procesos de compras en una empresa de fabricación de empaques, con el fin de proponer indicadores de gestión, que vayan relacionados con la visión de la empresa,

generando información relevante que ayude con la mejora continua de este proceso. Por ello, el tipo de investigación tuvo un enfoque cualitativo y cuantitativo, exploratoria y descriptiva. La población estuvo conformada por colaboradores de la empresa estudiada y sus proveedores, utilizando encuestas para la recolección de datos. Los resultados obtenidos evidenciaron la falta de indicadores para medir y controlar las adquisiciones, derivando de esta manera en la creación de diseño de indicadores que midan la eficacia, eficiencia y rentabilidad del proceso de compras. En conclusión, se puede observar que la empresa no desarrolla indicadores que faciliten el proceso de compras, además, gracias a la investigación desarrollada, permitió conocer que el personal del área de compras no cuenta con herramientas necesarias para medir la gestión realizada. Concluyendo además en que, con la implementación de los indicadores de gestión de compras, va a permitir a la empresa generar información cuantificada basada en hechos reales, logrando crear una herramienta gerencial para verificar la fallas y poder mejorar el funcionamiento del proceso y sobre todo el accionar de las personas que lo ejecutan.

1.3.2 A nivel Nacional

Villanueva (2018) con el estudio de “Aplicación de la Gestión de Compras para mejorar la Satisfacción del Cliente de la empresa FLEXOGRÁFICA ETIFLEX PERÚ S.A.C. Ate, 2017” tuvo como objetivo investigar como la gestión de compras acrecienta la eficiencia de la calidad de servicio al cliente que brinda la empresa mencionada. Realizo un estudio de tipo investigación aplicada, cuasiexperimental, descriptivo y la muestra fue segmentada de las últimas 16 semanas del área de compras; la técnica fue la observación y la ficha de recolección de datos el instrumento. Se llego a concluir que al aplicar la metodología de la gestión de compras se logró mejorar la satisfacción del servicio al cliente de la entidad en mención a un 54.70% cuando en su mejor año solo lograba un 23.06%, mostrando así un incremento del 31.34%. Se determina que

la aplicación de la gestión de compras mejora la satisfacción de los clientes de la empresa Etiflex Perú S.A.C en un 31.34%, se recomienda a la empresa contar con estrategias de optimización de los procesos que se lleva a cabo en el área de compras para que los resultados tengan una tendencia de mejora cada periodo en la satisfacción del cliente.

Yupanqui (2019) con su estudio “Control interno y gestión de compras en la Municipalidad Provincial del Callao, periodo 2017” su propósito fue aportar al conocimiento sobre el control interno en el Perú y la gestión de compras de las entidades que pertenecen al sector público; es decir entidades que pertenecen al estado normadas por la Ley 30225 y su reglamento para así demostrar que el sistema de control interno está relacionado a una mejora en la gestión de compras de la Municipalidad Provincial del Callao. Realizo un estudio de enfoque cuantitativo, descriptivo, correlacional y transaccional; cuantitativo por que mediante la investigación se recolectaron datos y con los resultados llegaron a probar lo que pretende la hipótesis plantada también transaccional por que el estudio fue en un momento determinado. La muestra fue de 79 colaboradores, el muestreo se realizó con un cuestionario de 29 ítems considerando la participación en la gestión y procesos de compra cuyo resultado final indico que ambas variables se correlacionan de manera positiva. Se concluyo que el control interno está relacionado con la gestión de compras de la institución pero cuando se asocian las dimensiones de la variable gestión con el control interno se verifica que el control interno a nivel estadístico no se pudo evidenciar un impacto positivo con la eficiencia de la gestión de compras de la entidad, se recomienda elaborar cada trimestre un cuadro estadístico con los indicadores que manejan en el proceso de compra para obtener resultados medibles al impacto negativo que ocurre dentro de la empresa.

Osorio (2020) con su investigación “Gestión de compras públicas de medicamentos para pacientes del Seguro Integral de Salud del Hospital Santa Rosa, 2020” tuvo un enfoque que fue analizar la gestión de compras públicas de medicamentos para los pacientes de la entidad mencionada. Realizo una investigación inductiva, cualitativa, diseño fenomenológico; la técnica fue recolectar información por medio de entrevistas para ello se usó como instrumento la guía de entrevista. Se concluye que la gestión de compras es un poco deficiente en cuanto al desarrollo de los procesos y también en la participación de los colaboradores de la entidad por lo tanto se afirma que todavía existen dificultades en las diferentes etapas y procesos de la gestión de compras. Se recomienda contratar personal que se dediquen a implementar nuevos procesos y estrategias de mejora en el área de gestión de compras.

Lovera et al. (2019) con su estudio “Análisis del proceso de decisión de compra. Caso de estudio de oportunidades para el pisco en el consumidor de bebidas espirituosas de 26 a 30 años del NSE B de Lima tradicional” tuvo como propósito identificar las oportunidades del Pisco en el proceso de decisión de compra en adultos y jóvenes. Realizó una investigación exploratoria y descriptiva, en el primer método se recurre a aplicación de herramientas cualitativas como entrevistas y focus group semiestructurados que como resultado se obtiene que el área de marketing no define con objetivos las campañas publicitarias y no utiliza el E-COMMERCE para potenciar la decisión de compra. Se recomienda que la entidad adecue un plan óptimo de marketing para lograr captar a su segmento de mercado.

Rodríguez et al. (2020) con su tesis “La auditoría de cumplimiento y la gestión de compras en las unidades ejecutoras de la Policía Nacional del Perú, período 2015 – 2017” estuvo enfocado en como determinar la incidencia de la implementación de las recomendaciones resultantes de la Auditoria de Cumplimiento respecto la gestión de compras de las Unidades

Ejecutoras de la Policía Nacional del Perú. Realizo una investigación de tipo aplicada, no experimental, cuantitativa, descriptivo - correlacional causal; para la hipótesis realizaron una encuesta a los funcionarios y colaboradores públicos directamente del área de gestión de compras en las Unidades Ejecutoras de la Policía Nacional del Perú con el propósito de recopilar información a fin de seguir con el estudio de las variables planteadas. Se concluyo con la demostración que las recomendaciones de la auditoria de cumplimiento inciden favorablemente en la gestión de compras de las Unidades Ejecutoras de la Policía Nacional del Perú es decir constituye a una opción de solución para aventajar las deficiencias que se presentan en la gestión de compras como mala elección de proveedores y errores en las órdenes de compras. Se recomienda llevar un manejo de las responsabilidades de cada funcionario dentro de los procesos de gestión de compra para que como parte clave del control interno de las Unidades Ejecutoras se obtengan resultados favorables a corto plazo.

1.4 Bases Teóricas

Gestión de Compras.

Según Martínez (2007) detalla que la gestión de compras tiene la función de aprovisionar a la empresa con productos o servicios que esta necesita para su funcionamiento. Donde cada empresa tiene que desarrollar políticas y planificar objetivos a mediano y largo plazo. Además, la gestión de compras deberá ocuparse de realizar previsiones, negociar los precios, buscar nuevos proveedores, desarrollar contratos con los proveedores, rotación del stock, capacitación del personal de compras, entre otros.

Por otro lado, Arenal (2016) nos indica que la gestión de compras no solo forma parte de una tarea administrativa, al contrario, cumple una función importante en la gestión global de la

empresa, asegurando el flujo de insumos hacia las áreas de la empresa en donde se realizan las actividades y asegurando también el flujo de productos hacia el mercado.

Carmona (2020) define que la gestión de compras eficiente logra mayores utilidades en una organización, sea de cualquier industria y/ competencia; es por esto que, la gestión de compras debe ser muy tomada en cuenta por parte de los directivos de las organizaciones en sus políticas de trabajo, planes y objetivos generales conllevando a ser un objetivo inicial de las actividades porque establecer una estrategia de compras radica en ejecutar una plantilla como ruta para cubrir las necesidades de las empresas y se debe realizar en un tiempo y espacio determinado. Además, sirve para identificar a los abastecedores idóneos y potenciales de los insumos requeridos, es decir, considerar factores como costes, períodos de entrega, calidad de los insumos.

Ayala (2016) asevera que la gestión de compras debe complacer los requerimientos y exigencias de la empresa, sin embargo, tomando en cuenta que tal medida favorezca a maximizar la inversión del dinero e igualmente que cree un equilibrio entre las metas establecidas en el resto de las áreas y sucursales, con el objeto de que de manera conjunta se consiga optimizar la ventaja y el lugar competitivo que tiene en el mercado en el que se posiciona. De acuerdo con el investigador, la misma debe aumentar el valor del dinero que se invierte, sin embargo, para lograrlo se tienen que estudiar diferentes elementos, como por ejemplo el costo, la calidad de la mercancía, período de entrega, con el objeto de obtener los pormenores deseados del producto y a un buen precio ello consentirá que la compañía logre establecer márgenes de ganancia convenientes que consientan poseer un precio que permita competir en el mercado y así maximizar las ventas a su vez la rentabilidad.

Búsqueda y selección de Proveedores

Olivera (2019) explica que parte de las funciones de la gestión de compras es la búsqueda y selección de los proveedores, la cual tiene un alto nivel de importancia referente a la capacidad de respuesta frente a la empresa. Por lo tanto, el primer paso para la selección de proveedores es conocer y estudiar el mercado del producto o servicio al que la empresa está enfocada, de tal manera, este estudio se encargará de reunir y analizar información con relación a la producción, distribución y venta de un determinado producto. Olivera también detalla que, ya habiendo conocido el mercado, se localizará a los mejores proveedores y se basará en criterios tales como políticas de compra, distancia, canal de distribución, donde al final se realizará un estudio de valoración y calificación sobre los proveedores para establecer la selección definitiva.

Cuenca (2018) por otro lado indica que la búsqueda y selección de proveedores es el primer proceso que se realiza antes de la primera compra, con el cual se va a lograr la aprobación del proveedor, que garantice las competencias para satisfacer los requerimientos de la empresa. Este autor nos especifica los principales criterios que se debe de tomar en cuenta al momento de realizar el proceso de selección de proveedores, los cuales son: definir el precio y plazo de pago, evaluar la importancia del insumo para la empresa, confirmar la calidad del producto a través de las especificaciones técnicas, precisa el plazo de entrega, evaluar los aspectos logísticos, entre otros.

Negociación de Precios

Para Iglesias (2020) la negociación de precios consiste en lograr un equilibrio entre las dos partes, el vendedor y comprador, donde la parte vendedora solo se centra en lograr su

máximo beneficio, mientras que la parte compradora se basa en encontrar el valor de la oferta.

Este autor explica que mientras mayor sea el valor monetario de lo que se está ofertando para satisfacer una necesidad, el cliente más tiempo se tardará en tomar una decisión. Es así también que, define a la negociación de precios como un momento incómodo para ambas partes, sin embargo, en la actualidad, depende mucho del equipo comercial en centrarse en ofrecer valor y calidad del producto.

En cambio, Johnson (2019) detalla que la principal prioridad de las empresas al momento de negociar con los proveedores es el precio, sin embargo, preocuparse por el precio es preocuparse por el coste de lo adquirido, puesto que el precio es una manera de reducirlo. Lograr una buena selección de proveedores ayudará a crear una buena negociación en el precio, en donde ambos obtendrán ganancias durante el proceso de compra. Según Johnson existen estrategias de negociación, como proponer un precio referencial en el que puedes obtener un poco más de ganancia que tu competencia, y estrategias para reducir coste como pagar el producto al contado generando un descuento por parte del proveedor.

Capacitación de personal

Chiavenato (2019, p. 330) define que la capacitación es el proceso educativo de corto plazo y mediano plazo, aplicado de manera sistemática y estratégica, por medio del cual las personas adquieren conocimientos, desarrollan habilidades y competencias en función de los objetivos identificados. También menciona que adquieren conocimientos específicos relativos al trabajo, actitudes frente a aspectos de la organización, de la tarea y del ambiente, así como desarrollo de habilidades y competencias que permiten el crecimiento tanto laboral como el crecimiento profesional. Chiavenato también detalla que de esta manera la capacitación del personal es base fundamental del inicio de un proceso laboral.

Hellriegel (2021, p. 391) también señala que la capacitación se refiere a las actividades que ayudan a los colaboradores a superar las limitaciones y mejorar su desempeño en los puestos que poseen. La capacitación juega un papel primordial para el logro de tareas y proyectos, dado que es el proceso mediante el cual los empleados adquieren los conocimientos, herramientas y actitudes para interactuar en el entorno laboral y cumplir con el trabajo que se les delega. Asimismo, también permiten que las personas actualicen sus conocimientos y adquieran unos nuevos, que fortalezcan su capacidad de respuesta ante los cambios del entorno o de los requerimientos laborales, incrementen su desempeño dentro de la empresa, lo cual les dará mayor confianza personal al desarrollar otras aptitudes y actitudes.

Procesos de la gestión de compra

Carreño (2016, p. 195) definió que la gestión de compras es el área utilitaria de la compañía que se encarga de obtener los elementos requeridos para las actividades relacionadas a la operatividad de la organización, en la proporción requerida, en el tiempo y lugar definido, con la calidad prometida y al valor más idóneo, para asegurar la frecuencia de las operaciones de la empresa. Para Carreño el área de compras se encarga de facilitar los materiales para que la organización desarrolle sus actividades en forma continua y estos deben estar en la cantidad requerida, tiempo, buena calidad y al mejor precio con un valor agregado, para asegurar el proceso productivo. El autor dimensiona la variable gestión de compras en (a) procesos de compra, (b) modelo de selección de proveedores, (c) métodos de compras, (d) determinación de la cantidad a comprar.

Marañón (2022) agrega que la gestión de compras es el conjunto de actividades que se realizan para adquirir los bienes y servicios que requiere una organización con el fin de cumplir con sus actividades. En el transcurso del tiempo, la gestión de compras ha ido evolucionando

desde ser considerado un proceso netamente operativo, hasta convertirse en un proceso estratégico. Marañón enumera nueve escalas del proceso de la gestión de compras, destacando así las más fundamentales para el buen funcionamiento de las demás escalas. 1) Identificación de la necesidad 2) Determinación y análisis de las Fuentes de Abastecimiento 3) Determinación de precios y términos 4) Liquidación de la factura y pago al proveedor. Una tendencia importante es la incorporación del concepto de sostenibilidad en la gestión de compras, con estrategias como el comercio justo y las compras verdes, que pueden contribuir a fortalecer la imagen, el valor de marca, la reputación de las empresas y posicionamiento en el mercado.

INDICADORES

- **Búsqueda y selección de proveedores**

Producto seleccionado

Criterios de selección

Evaluación del proveedor

- **Negociación de precios**

Precios negociados

Desarrollo de la negociación

Estrategias de negociación

- **Capacitación de Personal**

Conocimientos brindados

Logros obtenidos

1.5 Formulación del problema

1.5.1 Problema General

¿Cuáles son las características de la gestión de compras en la empresa Valilu Medic SAC – Lima 2022?

1.5.2 Problemas Específicos

¿Como se desarrolla la Búsqueda y selección de Proveedores en la empresa Valilu Medic SAC – Lima 2022?

¿Cuáles son las estrategias para la Negociación de Precios en la empresa Valilu Medic SAC – Lima 2022?

¿Cómo se desarrolla la capacitación de personal en la empresa Valilu Medic SAC?

1.6 Objetivos

1.6.1 Objetivo General

Describir las características de la gestión de compras en la empresa Valilu Medic SAC – Lima 2022

1.6.2 Objetivos Específicos

Describir el desarrollo de la Búsqueda y selección de Proveedores en la empresa Valilu Medic SAC – Lima 2022

Identificar las estrategias para la Negociación de Precios en la empresa Valilu Medic

SAC – Lima 2022

Identificar las características de la capacitación de personal en la empresa Valilu Medic

SAC – Lima 2022

1.6.3 Hipótesis

El motivo por el cual el trabajo de investigación no lleva hipótesis es porque es de tipo cualitativa. Tal como lo menciona Conrado (2019):

En la investigación cualitativa puede prescindirse del planteamiento de la hipótesis porque no se hacen suposiciones previas, se busca indagar desde lo subjetivo la interpretación de las personas acerca de los fenómenos de la realidad que se investigan y por tanto no hay mediciones posibles.

CAPITULO II: METODOLOGIA

2.1 Tipo y diseño de investigación

2.1.1 Investigación Básica

Esta investigación es de tipo básica o pura puesto a que solo se basa en obtener conocimientos y no con un fin práctico. Según Baena (2014) detalla que la investigación básica solo se centra en el estudio de un problema para obtener únicamente conocimientos.

Así mismo, para Alfaro (2012) detalla también que la investigación básica busca incrementar los conocimientos teóricos, sin tomar en cuenta la búsqueda de soluciones para el problema elegido, además explica que este tipo de investigación es más formal y busca desarrollar una teoría basada en principios y leyes.

2.1.2 Diseño

Para esta investigación el diseño empleado es el fenomenológico, puesto que solo se interpretará las apreciaciones de los entrevistados. Horta (2016) explica que este método fue creado por Edmund Husserl, el cual estudia la relación que existe entre los hechos y el ámbito en el que se desarrolla. Por otro lado, el método fenomenológico busca examinar todos los contenidos de la conciencia, rechazando las suposiciones.

2.1.3 Nivel de investigación

La presente investigación es de nivel descriptivo, puesto que solo se va a describir la categoría en estudio recolectando información de otras fuentes y/o autores. Para Rus (2023) la investigación de tipo descriptiva se encarga de analizar las características de una población o fenómeno, evitando enfocarse en analizar el porqué de los hechos ocasionados.

2.1.4 Enfoque Cualitativo

La investigación fue desarrollada con un enfoque cualitativo, en donde la investigación cualitativa asume una realidad subjetiva, dinámica y compuesta por multiplicidad de contextos. El enfoque cualitativo de investigación privilegia el análisis profundo y reflexivo de los significados subjetivos e intersubjetivos que forman parte de las realidades estudiadas (Mata, 2019).

2.2 Población y Muestra

2.2.1 Población

Según Condori (2020) define que la población son elementos accesibles o unidades de análisis pertenecientes al ámbito especial donde se desarrolla un estudio.

La población en Valilu Medic SAC, Lima, 2022 cuenta con un total de 3 trabajadores correspondiente únicamente en el área de gestión de compras.

2.2.2 Muestra

En base a Condori (2020) instruye que la muestra es la parte representativa de la población, con las mismas características generales de la población, dice que son caracteres en totalidad de una población universo, o colectivo partiendo de la observación de un segmento de la población considerada.

La muestra para utilizar es obtenida gracias al muestreo no probabilístico por conveniencia y estudio de caso. Como menciona (Arias et al., 2016) La muestra debe cumplir con una serie de criterios predeterminados para que el estudio de la población sea accesible y no limitado.

Dentro del área de gestión de compras se eligieron a 3 trabajadores; el gerente general, asistente de logística de compras, asistente de compras, los cuales tienen conocimiento sobre la variable gestión de compras en Valilu Medic SAC.

Tabla 1

Tabla de datos de los entrevistados

Entrevistados	Puesto en la institución	Tiempo en la institución
Entrevistado 1	Gerente General	2 años
Entrevistado 2	Asistente de Logística de compras	1 año 6 meses
Entrevistado 3	Asistente de Compras	6 meses

Nota: Elaboración propia

Criterios de Inclusión

- Colaboradores con experiencia en el área de compras
- Colaboradores que tengan conocimientos sobre el proceso y desarrollo de la variable estudiada
- Colaboradores pertenecientes al área de compras

Criterios de Exclusión

- Colaboradores que tengan menos de 3 meses laborando en la empresa
- Colaboradores que no pertenecen al área de compras
- Colaboradores de otras áreas que no relacionan experiencia con compras.

2.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

2.3.1 Técnica

La técnica aplicada para la investigación desarrollada fue la entrevista semiestructurada. Es por ello por lo que Ñaupas et al. (2018) explica que las técnicas en una investigación son un conjunto de normas y procedimientos que se encargaran de regular un proceso para luego alcanzar un objetivo determinado.

2.3.2 Instrumento

Ñaupas et al. (2018) detalla que el instrumento de investigación son herramientas con las cuales se pretende recolectar información y datos, a través de preguntas o ítems que exigen respuestas de lo investigado. Por lo tanto, el instrumento de estudio utilizado para la investigación es la guía de entrevista.

2.3.3 Validación del Instrumento

En una investigación cualitativa, la validez del instrumento según Ospino (2004) es cuando se mide el grado en el que el instrumento hace una medición de la variable estudiada.

En este caso la guía de entrevista ha pasado por la validación de expertos, que fueron docentes de la Universidad Privada del Norte, donde lo analizaron, dieron su aprobación y al final lo validaron con su evaluación correspondiente.

2.4 Procedimiento de recolección de datos

Según Feria et al. (2020) considero que el proceso de la entrevista son técnicas investigativas; como métodos de indagación empírica que aportan nuevas posiciones a la información. También se defiende a la encuesta, esencialmente, como alternativo a la entrevista.

El proceso de recolección de datos se realizó mediante la técnica de la entrevista semiestructurada, en el cual se organizo con los trabajadores del área de gestión de compras de la empresa Valilu Medic SAC, donde se realizaron preguntas predefinidas y por consecuencia se obtuvo la información concreta que ayudo al desarrollo del estudio. Asimismo, se utilizo como instrumento la guía de la entrevista donde se estableció una lista de preguntas organizadas por tres subcategorías incluyendo un total de 9 indicadores.

2.5 Análisis de datos

Después de que se realizara la entrevista a los (número de colaboradores) colaboradores de la empresa, se ordenó toda la información recolectada para luego transcribir y clasificar las respuestas de cada entrevistado, de acuerdo con las subcategorías e indicadores presentados. Luego se analizaron las respuestas para tener una idea más clara sobre los puntos relacionados con el trabajo de investigación. Además, fue sencillo recolectar la información, puesto que el número de entrevistados en el área estudiada fueron pocos, ayudando a tener una idea más concreta de las respuestas obtenidas.

2.6 Aspectos éticos

Uso de los datos: El empleo de la información citada en el presente trabajo es cierta y verídica; en otras palabras, en ninguna parte del estudio se deforman o se inventan datos, todo lo mostrado en el presente documento es cierto y existen autores que ratifican las aseveraciones del presente análisis.

Haga clic o pulse aquí para escribir texto.

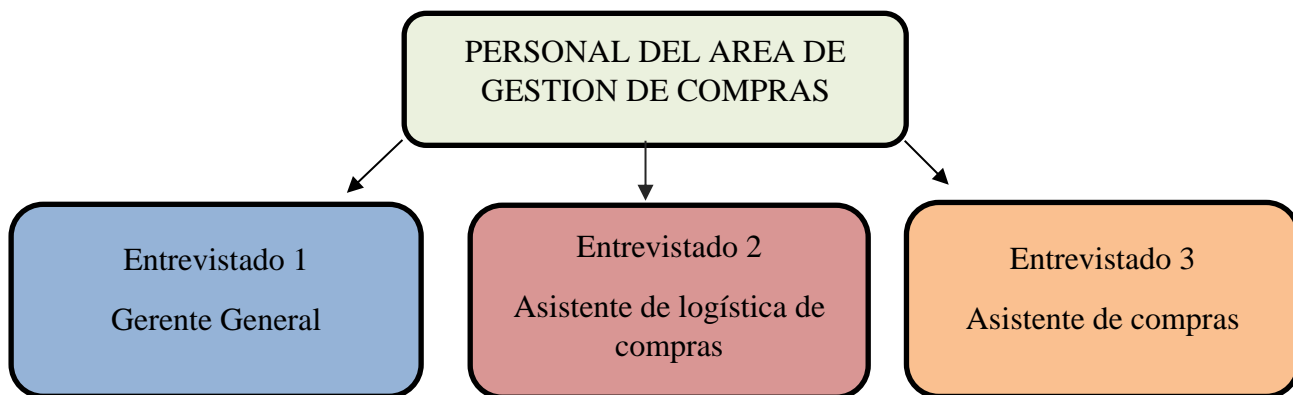
CAPÍTULO III: RESULTADOS

Según Baleriola (2021) los resultados son todo el apartado empírico de una tesis en el que se va a plasmar toda la información nueva, que se obtuvo de la investigación. En una investigación cualitativa la presentación de los resultados corresponderá a los fragmentos que se ha seleccionado para definir las categorías o ilustrar los discursos seleccionados. También se utiliza los extractos de entrevistas, documentos, que den cuenta de cada una de las categorías, repertorios interpretativos o tramas de inteligibilidad de los resultados sobre lo investigado.

Es por eso por lo que en el presente capítulo se redactaran las respuestas de los 3 entrevistados, teniendo como objetivo principal el análisis de la gestión de compras en la empresa Valilu Medic SAC, Lima 2022.

FIGURA 1.

Representación de los cargos de los tres entrevistados



Nota: Elaboración por el autor

Cabe resaltar que fueron un total de 9 preguntas, divididas en 3 subcategorías, búsqueda y selección de proveedores, negociación de precios y capacitación de personal; y 9 indicadores, producto seleccionado, criterios de selección y evaluación del proveedor; precio negociado, desarrollo de la negociación y estrategias de negociación; conocimientos brindados, competencias y logros obtenidos.

3.1 Descripción de los resultados

Por simplicidad se está codificando a los entrevistados de la siguiente manera.

- Entrevistado 1: Se refiere al gerente general (ET1)
- Entrevistado 2: Se refiere al asistente de logística de compras (ET2)
- Entrevistado 3: Se refiere al asistente de compras (ET3)

Según lo investigado en los anteriores capítulos y plasmado en la matriz de categorización, las subcategorías se basan en la gestión de compras en la empresa Valilu Medic SAC, Lima 2022.

Búsqueda y Selección de Proveedores

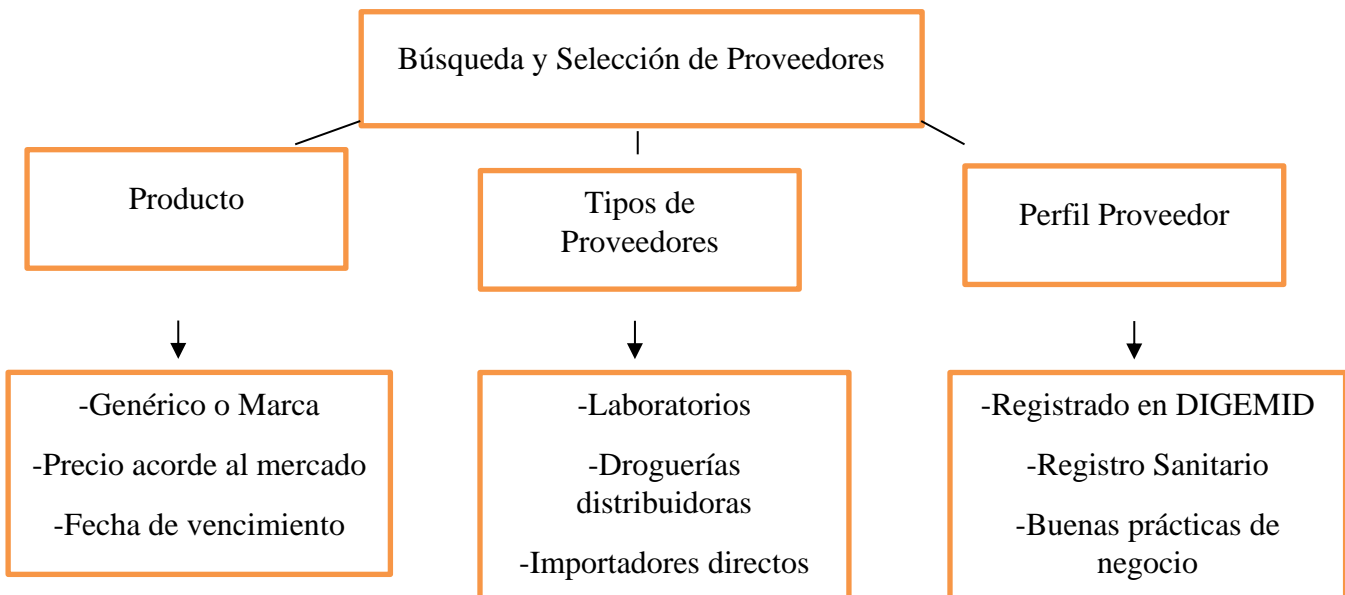
EL ET1 y ET2 mencionan que para buscar proveedores sobre el producto seleccionado primero verifican que deba cumplir con las buenas prácticas de negocio y si el producto es genérico o de marca ya con ello pueden definir la posible compra también comentan que es importante elegir la fecha de vencimiento más larga. El ET3 menciona que buscan a sus proveedores mediante un sistema donde te alertan sobre las empresas que han vendido los productos seleccionados en un reporte mensual o anual y con esa base de datos optan por la empresa con mejor perfil de compra.

Por otro lado, el ET3 y el ET1 coinciden que en los criterios de selección es parte importante que los proveedores tengan un tiempo prudente en el mercado con registro sanitario vigente y los clasifican por laboratorios, droguerías o importadores directos con reconocimiento a nivel nacional. El ET2 menciona que el proceso de logística debe ser óptimo y rápido, también que los precios sean de acuerdo con el mercado y que la atención al registrar la orden de compra sea eficiente y rápida.

Adicional el ET1, ET2 y ET3 mencionan que para la evaluación del proveedor deben cumplir con las siguientes características; como estar registrado en DIGEMID (Dirección General de Medicamentos), buenas prácticas de negocio, tiempos de entrega óptimos, atención personalizada y generación de las ordenes de compras de manera eficiente e identifican si son una droguería distribuidora o un laboratorio para solicitar la documentación pertinente.

FIGURA 2.

Búsqueda y Selección de Proveedores en Valilu Medic SAC.



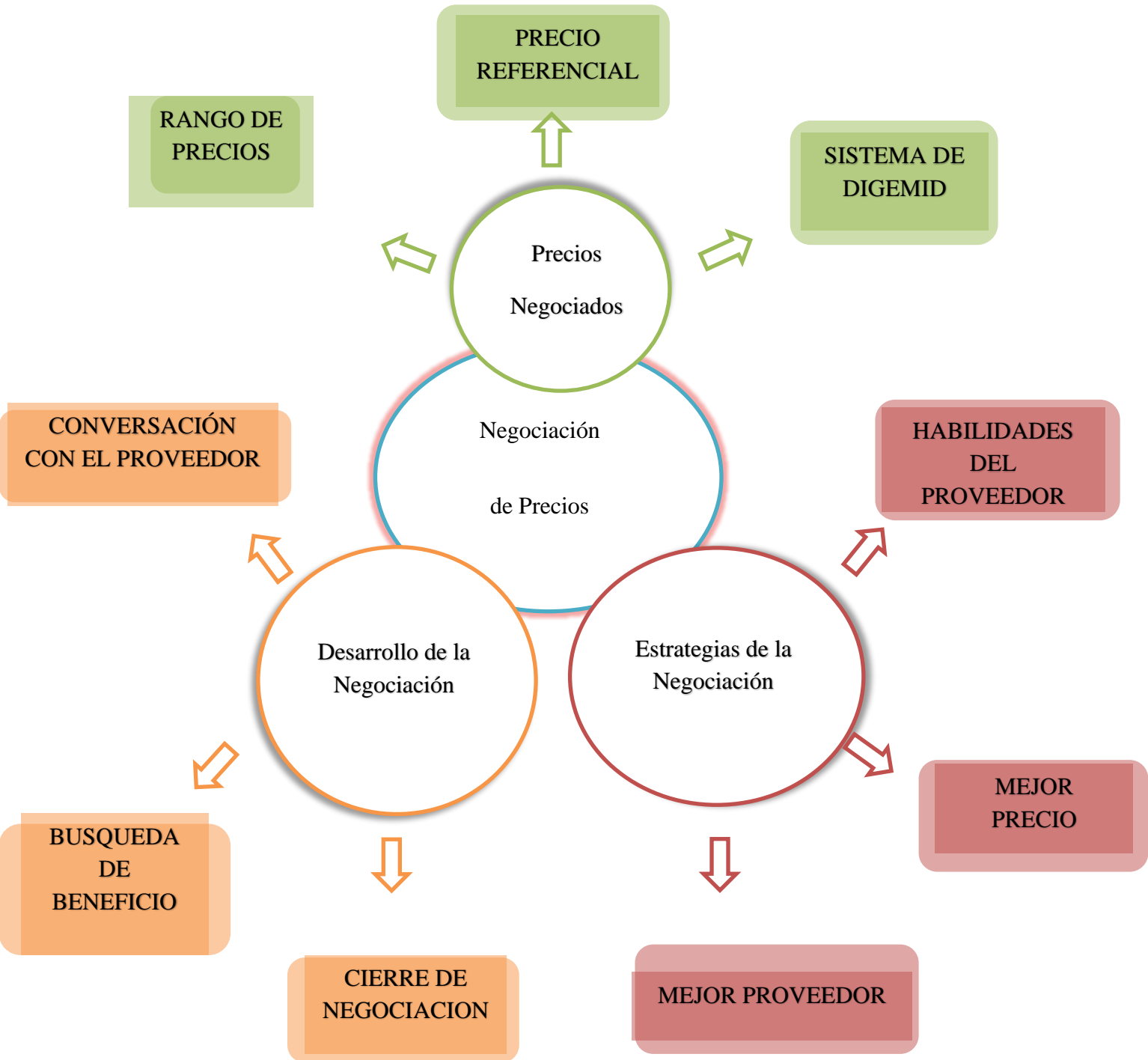
NEGOCIACION DE PRECIOS

El ET1 y el ET2 coinciden en que para determinar los precios de compra se basan de ciertos factores los cuales ayudan para tener un precio referencial de compra mientras que el EN3 considera que el precio es sacado del sistema de información del ente DIGEMID y esta información ayuda para poder tener una noción de rango de precios con el cual se puede ajustar a lo que requiere la empresa.

Por otra parte, el ET1, el ET2 y el ET3 coinciden en describir sus etapas para la negociación con sus proveedores, estos indican que primero existe una conversación con el proveedor para averiguar ciertos factores que se requiere del producto, luego se busca un beneficio para la empresa, en este caso un descuento y por último se llega al cierre concretando la compra.

Finalmente, el ET1, ET2 y ET3 concuerdan en que la mejor estrategia de negociación para adquirir un producto es buscar el mejor precio competitivo sobre otros proveedores o competidores. Mientras que el ET2 y ET3 también coinciden en que otra de las estrategias es seleccionar al mejor proveedor, basándose en las habilidades que posee, como mejor tiempo de entrega, mejor calidad y mejor precio brindado.

Negociación de Precios



Fuente: Elaboración propia

CAPACITACIÓN DE PERSONAL

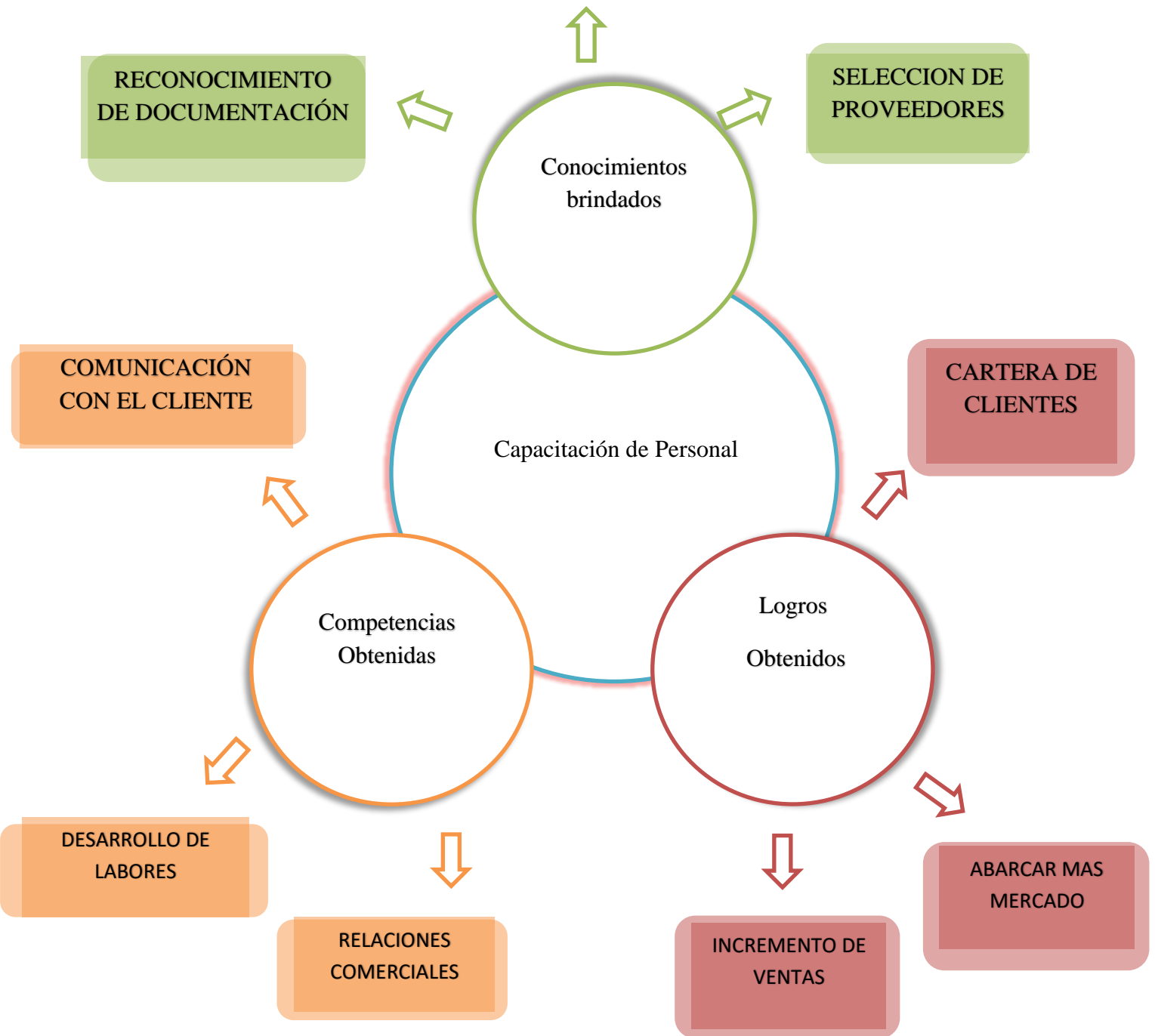
El ET1 menciona que los conocimientos que se brindan a través de las capacitaciones es el uso de la herramienta que se manejará constantemente que es el Excel diseñado para su respectiva función y la selección de proveedores. El ET2 y ET3 concuerdan con la mención del EN1, sin embargo, también explican que otro de los conocimientos obtenidos es el reconocimiento de la documentación que manejan diariamente cuando se realice la compra de algún producto.

Por otro lado, el ET1, ET2 y ET3 concuerdan en que las competencias esperadas a obtener es el desarrollo de una buena comunicación con el cliente, sobre todo estar consciente del desarrollo de las labores que se realizan. Además, los 3 entrevistados coinciden que otra de las competencias que se obtiene es la habilidad de lograr una relación cercana con el cliente para lograr relaciones comerciales más establecidas.

Finalmente, el ET1 indica que se espera lograr agrandar la cartera de clientes obteniendo mejores condiciones de negociación, ET2 comenta que el logro a obtener es que el personal esté más apto y capacitado al momento de seleccionar a los proveedores. Y por último el ET3 explica que se espera lograr abarcar más mercado, tener más clientes y crecer en sus ventas proyectadas.

Capacitación de Personal

**HERRAMIENTA EXCEL
DE LA EMPRESA**



Fuente: Elaboración Propia

Búsqueda y selección de proveedores – Producto seleccionado

Tabla 2

Entrevista sobre producto seleccionado

Indicador	Pregunta	ET1	ET2	ET3
Producto seleccionado	¿Como establecen ustedes la búsqueda de proveedores para su producto seleccionado?	Para seleccionar a los proveedores según el producto que vamos a comprar, validamos si el producto que estamos comprando es genérico o de marca. Y las variaciones de precios entre estos. Si es más 1 de un proveedor que tiene el mismo producto y ambos son genéricos, o si ambos son de marca elegimos el de precio más bajo, y de fecha de vencimiento más largo.	Primero el proveedor debe de cumplir con las Buenas prácticas de manufactura, buenas prácticas de almacenamiento, buenas prácticas de distribución y transporte, la autorización sanitaria y un director técnico calificado según lo que declara la DIGEMID; sus productos deben de tener toda la documentación como BPM, Protocolo de análisis y RD los cuales certifican que el producto cumple con los estándares de calidad.	El área comercial cuenta con un referencial en el sistema, en dónde se encuentran todos los productos vendidos mensual o anualmente y de acuerdo con ello se visualiza las empresas que han vendido los productos hasta la fecha. Se busca el producto que se quiere comprar y se encuentran las empresas que han vendido dicho producto. Es así como hacemos la búsqueda de proveedores, referente al producto seleccionado

Nota: Elaboración Propia

Interpretación: Se siguen ciertos pasos para poder realizar la búsqueda del producto, teniendo en cuenta al proveedor, calidad de producto seleccionado y documentación.

Tabla 3

Entrevista sobre criterios de selección

Indicador	Pregunta	ET1	ET2	ET3
Criterios de selección	¿En qué criterios se basa el área de compras para la selección a sus proveedores?	<p>Para poder elegir a un proveedor, validamos el tiempo que tienen en el mercado con registro sanitario vigente, sus procesos de entrega, y lista de productos que comercializa. Asimismo, los vamos clasificando si estos fueran laboratorios o droguerías distribuidoras, o importadores directos.</p>	<p>Primero: En el estándar de calidad del producto y que tenga toda la documentación requerida.</p> <p>Segundo: Que los precios sean adecuados y acorde al mercado</p> <p>Tercero: En el proceso de cotización sea rápida</p> <p>Cuarto: Que el tiempo que demoren en el despacho sea optimo y rápido.</p>	<p>El área de compras se basa en los criterios como puntualidad en la entrega de los pedidos, calidad de producto, reconocimiento a nivel nacional de la empresa, logros de la empresa y hacemos un pequeño análisis con droguerías cercanas a la nuestra para poder verificar su historial en el tiempo que están dentro del mercado.</p>

Nota: Elaboración Propia

Interpretación: Los criterios a tener en cuenta es la calidad del producto, puntualidad en la entrega y el tiempo del proveedor en el mercado y sus reseñas.



Tabla 4

Entrevista sobre evaluación del proveedor

Indicador	Pregunta	ET1	ET2	ET3
Evaluación del proveedor	¿Cuáles son las características que debe cumplir un proveedor para trabajar con ustedes?	<p>Validar que el establecimiento pueda estar registrado en DIGEMID. También identificamos si se trata de una Droguería Distribuidor o un Laboratorio, y se solicita su Registro Sanitario, y certificados de Buenas Prácticas de Almacenaje, y Buenas prácticas de distribución. Solo para el caso de laboratorios se le solicita su certificado Buenas Prácticas de Manufactura.</p> <p>De esta manera nos aseguramos de que los productos que comercialicemos cumplan los estándares de calidad que requiere la medicina.</p>	<p>Deben de ser calificados y certificados.</p> <p>Deben de cumplir y tener toda la documentación requerida.</p> <p>Deben de ser eficientes al momento de la atención y del despacho</p> <p>El personal del proveedor debe de ser apto y eficiente.</p> <p>Deben ser capaces de responder de manera adecuada y rápida ante algún inconveniente o problema.</p>	<p>Las características a tomar en cuenta es la buena atención y el trato hacia la empresa, un buen canal de ventas en el que nos brinden una atención personalizada y cercana para que la compra se pueda concretar, que cuenten con una buena funcionalidad en área de logística el cual cumpla con los tiempos de entrega y sin ningún inconveniente, y sobre todo que nos puedan brindar la facilidad de la documentación del producto solicitado pues que así se puede adjudicar el producto mucho más rápido con el cliente.</p>

Nota: Elaboración Propia

Interpretación: Cada área entrevistada se enfoca en diferentes características para la selección de sus proveedores.

Tabla 5

Entrevista sobre Precios negociados

Indicador	Pregunta	ET1	ET2	ET3
Precios negociados	¿En base a que se determinan los precios de compra establecidos en la empresa?	Los precios de compra se determinan por tres factores en el siguiente orden de prioridad: Precio más competitivo, fecha de vencimiento, plazo de entrega.	Se basan si el medicamento es de marca o genérico, en el tipo de proveedor, en el tipo de medicamento si son oncológicos o de origen biológico, etc. De acuerdo con ello los precios varían.	Se basa en el referencial de precios, en donde todas las empresas que comprar algún medicamento tienen que declararlo ante DIGEMID. Gracias a esa información en el sistema, podemos verificar si el precio que se nos brinda está dentro del rango que deberíamos comprar los productos o en todo caso podemos llegar a una reducción de precio que se ajuste a lo establecido.

Nota: Elaboración Propia

Interpretación: Los factores indicados por los tres entrevistados para determinar el precio es elegir el precio más competitivo dentro del mercado.

Tabla 6

Entrevista sobre desarrollo de la negociación

Indicador	Pregunta	ET1	ET2	ET3
Desarrollo de la negociación	¿Cuáles son las etapas en el desarrollo de la negociación con sus proveedores?	Las etapas son: Cotización / Negociación / Cierre. En la cotización primero hacemos la consulta como intención de compra con el proveedor, esta etapa nos permite saber con qué stock cuenta, fecha de vencimiento del producto, y precio. En la negociación pedimos reducción o incentivos por pagos al contado, y por último de tener la mejor condición cerramos la compra.	<ul style="list-style-type: none"> – Cotización del producto – Si el precio es adecuado y cumple con todas las especificaciones – Se procede a generar una Orden de compra – Realizar el pago – La entrega del producto a nuestros almacenes. 	Para empezar, nos ponemos en contacto con el proveedor que tiene el precio más bajo, luego determinamos si es que se puede hacer un reajuste de precio para que internamente la empresa pueda obtener un rango de ganancia un poco más elevado de lo previsto, después preguntamos si es que se otorgan beneficios al pagar al contado o también cuales serían los beneficios al pagar al crédito y de esa manera llegamos a una negociación de precio.

Nota: Elaboración Propia

Interpretación: Las etapas de negociación se basan en elegir el precio mejor brindado por el proveedor, tratando de negociar un reajuste para que la empresa pueda tener un mejor margen de ganancia.

Tabla 7

Entrevista sobre estrategias de negociación

Indicador	Pregunta	ET1	ET2	ET3
Estrategias de negociación	¿Cuáles son sus estrategias de negociación utilizadas para la adquisición de productos?	La estrategia que siempre buscamos aplicar en la empresa es la estrategia de GANAR- GANAR, ya que estamos convencidos de que, si ofrecemos un precio competitivo y razonable, nuestros clientes nos preferirán sobre otros, sobre todo en nuestro rubro que al ser un bien de alta necesidad buscan lucrar mucho con una estrategia de GANAR – PERDER.	Cotizar con varios proveedores que distribuyen el producto, seleccionar el que tiene un adecuado precio, su tiempo de despacho sea rápidos y eficiente, también que entreguen toda la documentación del producto.	Las estrategias utilizadas en el área comercial y la más importante es comprar mayor cantidad del producto seleccionado para que de esa manera el proveedor pueda brindarnos un mejor precio debido al volumen que se va a adquirir. Además, otra de las estrategias para la adquisición del producto es la selección del mejor proveedor, el cual incluya mejor tiempo de entrega, mejor precio, mejor calidad, entre otros.

Nota: Elaboración Propia

Interpretación: Se indica que la estrategia de negociación siempre es ganar ofreciendo un precio competitivo, manejar volumen de compras para así adquirir el producto seleccionado a menor precio y de esta manera obtener un porcentaje adicional de ganancia de lo proyectado.

Tabla 8

Entrevista sobre conocimientos brindados

Indicador	Pregunta	ET1	ET2	ET3
Conocimientos brindados	¿Qué conocimientos se brindan a través de las capacitaciones a los trabajadores del área de compras al inicio de su etapa laboral?	Se ha creado un proceso operativo donde los colaboradores siguiendo los pasos lograran obtener los precios de los diferentes proveedores para cada producto, los cuales se ingresan a una herramienta de cotización y esta elige la mejor opción. De esta manera evitamos que se puedan cometer error en su proceso de aprendizaje	-Buenas prácticas de almacenamiento y Buenas prácticas de manufactura y buenas prácticas de Distribución y transporte. -Introducción sobre el sobre de cotizaciones, compras, etc, también la selección y calificación de proveedores, e introducción respecto a las formas farmacéuticas y presentaciones de los medicamentos y a los tipos de medicamentos y sus funciones.	Uso de la herramienta de la empresa el cual es un Excel en donde va toda la información de las cotizaciones, proveedores y clientes. Además, brindan los conceptos de la documentación que se va a revisar a diario, tales como, el BPM, PROTOCOLO DE ANALISIS Y REGISTRO SANITARIO.

Nota: Elaboración Propia

Interpretación: Los conocimientos brindados se han desarrollado gracias a un proceso operativo donde toda la información de la operatividad está disponible y de forma dinámica al poder ingresar comandos donde el mismo sistema elige la mejor opción, adicional del aprendizaje de buenas prácticas de negocio y conocimiento a detalle de los productos seleccionados.

Tabla 9

Entrevista sobre competencias obtenidas

Indicador	Pregunta	ET1	ET2	ET3
Competencias obtenidas	¿Cuáles son las competencias que se espera obtener en base a las capacitaciones brindadas sobre los procesos de compras?	Las competencias que se espera obtener son: Negociación, empatía y comunicación cercana con los proveedores para lograr relaciones comerciales fuertes. Asimismo, con la herramienta evitar la mayor cantidad de errores que son normales cuando un colaborador inicia.	- Nuestro personal tenga mayor confianza y seguridad en sí mismo - Que tenga las habilidades para poder sustentar algún inconveniente durante el proceso de compra. - Que tengan la motivación y el empeño al momento de realizar su trabajo para que sea más productivo.	Las competencias que se espera obtener gracias a las capacitaciones, es que el personal pueda tener mejor conocimiento de las labores o funciones que realizará diariamente en su puesto laboral, tales como atención al cliente, mejor comunicación, proceso que se deben desarrollar antes, durante y después de una llegada de Orden de Compra y, sobre todo, la documentación que obligatoriamente se debe brindar al cliente cuando se envía una cotización.

Nota: Elaboración Propia

Interpretación: Se indica que se desarrollan las habilidades de negociación, comunicación asertiva y cercana, con ayuda de herramientas operativas donde mejoran la productividad y se evita mayor grado de errores.



Capacitación de personal- Logros obtenidos

Tabla 10

Entrevista sobre logros obtenidos

Indicador	Pregunta	ET1	ET2	ET3
Logros obtenidos	¿Qué logros se espera obtener a la finalización de la capacitación en el proceso de compra?	Una vez ya aprendido los procesos operativos continúan utilizando la herramienta, sin embargo, el dinamismo esperado es mucho mayor, como el criterio de compra y negociación. Asimismo, se busca que pueda ir generando una cartera de proveedores que por la relación comercial puedan obtener mejores condiciones de negociación.	Que nuestro personal este más apto y capacitado al momento de seleccionar un proveedor y también al momento de cerrar negociaciones con el proveedor.	Los logros que se esperan obtener, claramente es abarcar más mercado dentro del rubro en el que la empresa está, poder llegar a más clientes del estado, como los hospitales de todas las regiones del país. Además, poder facturar cada mes un poco más de lo establecido, porque la meta es seguir creciendo. Y sobre todo que el personal esté a gusto y consciente de lo que realiza día a día.

Nota: Elaboración Propia

Interpretación: Los logros que se esperan es que el personal este capacitado y apto para gestionar sus funciones de manera eficiente, asimismo generar un criterio de compra y negociación para aumentar las ventas logrando un crecimiento ascendente a lo largo de los años.

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1 Limitaciones

Según Abbadia (2022) las limitaciones son las restricciones en el diseño seleccionado, los métodos o incluso las limitaciones de los mismos investigadores que afectan e influyen en la interpretación de los resultados finales de la investigación. Además, hacer hincapié en las limitaciones de la investigación implica que se ha investigado a fondo las ramificaciones de las deficiencias de la investigación y que se conoce a detalle el problema de lo investigado.

Algunas de las limitaciones surgieron con respecto a la búsqueda de los antecedentes nacionales e internacionales debido a que se encontraban autores con citas muy antiguas por lo que de acuerdo con los lineamientos solicitados no se podían utilizar. Asimismo, en algunas plataformas donde se podía recabar información se necesitaba un usuario para poder ingresar y acceder a la información.

Adicionalmente, fue un poco difícil aplicar el instrumento de la guía de entrevista con el personal debido a que estaban ocupados en sus funciones laborales y no tenían un tiempo prolongado para poder responder las preguntas con disponibilidad. Sin embargo, se logró obtener la información requerida para el desarrollo de esta investigación. Por otra parte, también fue una limitación el estar laborando para una empresa con un horario establecido y tener que dividir los tiempos fuera de ese horario para así acomodarse en el desarrollo de cada punto de la Tesis hasta poder culminar la investigación dentro de los plazos establecidos por los lineamientos según la carrera. Otra limitación fue por el tiempo del taller se presentó dificultad para avanzar en solo 8

semanas con los capítulos y cuerpo de la Tesis solicitados según la rúbrica, pero se pudo lograr con disciplina y organización.

4.2 Interpretación comparativa

Según Escamilla (2018) la discusión es una comparación del trabajo propio con otros trabajos comentó que la discusión tiene una estructura deliberada debido a que se presenta el resumen de los hallazgos y se realiza la comparación de resultados con diversos trabajos que profundicen en las variables investigadas ya que un estudio discutido por otros adquiere una mayor relevancia, un estudio sin réplica no tiene eco, ni deja huella, ni es útil.

Por lo tanto, con los resultados obtenidos, se puede resaltar que la gestión de compras es fundamental en la empresa Valilu Medic SAC del distrito de Lima, donde según los resultados se puede identificar que están en un constante crecimiento enfocados a seguir aumentando números y a su vez implementando sistemas con herramientas operativas que faciliten la práctica en el área de gestión de compras.

Fernández (2021) presentó en su trabajo donde el objetivo era establecer nuevos sistemas que ayuden a la mejorar la eficiencia de la gestión en los Servicios de Farmacia Hospitalaria. En sus resultados muestra que el uso de técnicas de control predictivo ha logrado optimizar la gestión de stock, garantizando el abastecimiento de los clientes en todo momento. A comparación de la presente investigación donde para lograr abastecer a los clientes o abastecer el stock de la empresa, es fundamental lograr seleccionar un buen proveedor, puesto que ellos son pieza primordial, por lo que tienen que cumplir con ciertas características como tiempo de entrega, calidad de producto, precio y documentación brindada para que el área de gestión de compras pueda cumplir con las entregas de los productos a tiempo.

Gil (2018) realizó su trabajo de investigación donde su objetivo fue realizar un planteamiento del Marco Teórico de la “Gestión de adquisiciones de un proyecto”. Logrando obtener como resultados que luego de determinar los atributos de cada proveedor se procede a darle un nivel de importancia. Lo cual se asemeja a la presente investigación, puesto que la empresa también realiza o escoge a sus proveedores por nivel de importancia estableciéndoles características que los ayude a seleccionar al proveedor adecuado, ayudando a la empresa a cumplir con los requerimientos de sus clientes.

Osorio (2020) presentó su trabajo de investigación con el objetivo de analizar la gestión de compras públicas de medicamentos para los pacientes Seguro Integral de Salud del Hospital Santa Rosa, 2020. En sus resultados mostró que la gestión de compras es deficiente en cuanto al desarrollo de los procesos y también en la participación de los colaboradores de la entidad. En comparación con la presente investigación, se puede decir que la gestión de compras es deficiente cuando no se hace el filtro adecuado para la selección del proveedor que abastecerá a la empresa, es por ello, que realizar un buen filtro al comienzo de este proceso es fundamental, además todo esto se logra con la buena capacitación que se realiza a los trabajadores del área comercial.

Espinoza (2018) realizó su trabajo de investigación con el objetivo de analizar el proceso de compra en una empresa de empaques con el fin de diseñar una propuesta que permita mejorar los procesos del área de compras. En sus resultados se evidenció la falta de medición y cumplimiento de indicadores además del control de los recursos en el área de compras por lo que ocasiono que los procesos no fueran eficientes. En comparación con la presente investigación, en Valilu Medic SAC se ha implementado herramientas operativas para realizar una óptima gestión de compras, dicha herramienta facilita el proceso de cotización y te alerta con la mejor propuesta

para alcanzar los indicadores planteados por lo tanto se verifica un excelente filtro para concretar las compras de manera más eficaz y precisa.

Rodríguez et al. (2020) presento su trabajo de investigación con el objetivo de determinar la incidencia de la implementación de las recomendaciones de la Auditoria de cumplimiento respecto a las compras de las Unidades Ejecutoras de la Policía Nacional del Perú, 2017. En sus resultados se obtuvo que las recomendaciones mencionadas de mejora reflejaron una opción de solución para aventajar las deficiencias que se presentan en la categoría. Lo cual se asemeja a la presente investigación porque en Valilu Medic SAC presentan diferentes filtros para conllevar cada proceso como la elección de proveedores; ellos manejan un sistema integral donde seleccionan a los proveedores por reconocimiento nacional, por el tiempo en el mercado, por autorizaciones y/o certificaciones de funcionamiento y en la gestión de compras concretan sus pedidos con la ayuda de un filtro donde te compara los precios en el mercado y te alerta si la compra es conveniente o no.

Villanueva (2018) presentó su trabajo de investigación con el objetivo de investigar como la gestión de compras acrecienta la eficiencia de la calidad de servicio al cliente la empresa FLEXOGRÁFICA ETIFLEX PERÚ S.A.C. Ate, 2017. En sus resultados obtuvo que al aplicar su instrumento de recolección de datos sobre la gestión de compras se logró mejorar el objetivo seleccionado que era la satisfacción de servicio a los clientes, se expresó en un porcentaje alto concluyendo así que los procesos de compras en dicha empresa se volvieron óptimos. Lo cual se asemeja a la presente investigación porque en la empresa investigada la eficiencia la demuestran utilizando correctamente las herramientas operativas y reflejando un crecimiento en la empresa desarrollando el criterio de compra y negociación con los proveedores/clientes con el fin de

obtener mejores condiciones de negociación para darle una excelente calidad de servicio a los clientes.

4.3 Implicancias

Ballestín et al. (2019) indican que las implicancias practicas sirven para conseguir un objetivo y también desempeñar alguna función, es decir, que va a servir de utilidad en alguna intervención a mediano o largo plazo.

La presente tesis tiene una implicancia practica debido a que ayudará a la empresa Valilu Medic SAC, Lima 2022, a tener una visión más fácil de comprender con relación al tema de la gestión comercial en la organización para que puedan seguir trabajando poco a poco para aumentar sus ventas en el rubro establecido y a su vez lograr proyectarse a metas más elevadas de las que ya estás propuestas. Así mismo, es importante mencionar que los entrevistados tenían conocimiento sobre las preguntas realizadas con relación al área comercial.

Por otro lado, es importante mencionar que la presente investigación servirá de apoyo para empresas del mismo sector a fin de una mejora continua, también se puede implicar en quedar como un antecedente para el uso de otras investigaciones y tengan información sobre gestión de compras, además a partir de esta investigación se puede establecer un artículo científico en base al rubro en el que se basó está investigación.

4.4 Conclusiones

Pérez (2000) expresa que las conclusiones son las nuevas ideas que el investigador o investigadores han obtenido, además las conclusiones corresponden a todo el desarrollo del estudio presentado, aportando también un punto de partida para nuevas investigaciones.

Después de realizar las entrevistas y haber obtenido las respuestas, los cuales se ordenaron por subcategorías e indicadores; se realizó el análisis comparativo de los resultados con relación al tema de estudio, la gestión de compras en la empresa Valilu Medic SAC – 2021. Por ello, como respuestas a las preguntas de investigación se determinan las siguientes conclusiones.

En primer lugar, se describe las características de la gestión de compras en la empresa Valilu Medic SAC – Lima 2022, donde especifican que para realizar una buena gestión de compras se debe de tener en cuenta ciertos factores, como los proveedores, el precio, calidad del producto y tiempo de entrega; así como también influye la capacitación en el personal del área comercial.

En segundo lugar, se concluye que en la búsqueda y selección de proveedores se realizan varios filtros y puntuaciones a las opciones que la empresa predispone para luego seleccionar a los mejores proveedores que se asemejan con los objetivos y los cuales cumplen con los criterios de la empresa.

En tercer lugar, se concluye que la mejor estrategia para la negociación de precios es buscar el mejor precio competitivo sobre otros proveedores o competidores y seleccionar al mejor proveedor, basándose en las habilidades que posee, como mejor tiempo de entrega, mejor calidad, mejor precio brindado, buena práctica de negocios y que cumpla con la documentación requerida.

En cuarto lugar, se concluye que las características de la capacitación del personal son desarrollar un buen trato con los clientes, lograr relaciones comerciales más fidelizadas, aumentar la cartera de clientes para mejorar las condiciones de negociación, aumentar las ventas

proyectadas y cumplir con los indicadores. De esta manera los trabajadores desarrollan la habilidad de negociación, empatía y comunicación asertiva con los proveedores para lograr relaciones comerciales fuertes.

4.5 Recomendaciones

En primer lugar, se recomienda a Valilu Medic SAC seguir mejorando la gestión de compras implementando nuevas herramientas más dinámicas reduciendo costos y aumentando las ganancias de las ventas, con proyecciones a corto y largo plazo, no solo centrarse en alcanzar sus objetivos mes a mes.

En segundo lugar, se recomienda que habiliten un sistema donde carguen una base de datos actualizada con los perfiles de los proveedores que contratan y los proveedores potenciales para que de esta manera tengan un filtro más eficaz al momento de solicitar cotizaciones y no desestimar tiempo en buscar paginas tras paginas hasta encontrar lo mejor.

En tercer lugar, se recomienda que ingresen a fondo al mercado farmacéutico si bien es cierto es un mercado amplio y muy demandado. Sin embargo, hay oportunidades de mejora y crecimiento laboral para así buscar obtener un reconocimiento nacional y con ello poder aumentar el porcentaje de compras, proyectándose nuevas metas como empresa.

En cuarto lugar, se recomienda que sigan capacitando al personal ya que son pieza fundamental para el desarrollo de la empresa Valilu Medic SAC, hacer que se sientan seguros y cómodos cumpliendo sus funciones laborales, brindar oportunidades de crecimiento laboral, apoyar moralmente y ser retribuidos con los resultados que obtienes a través de ellos.

REFERENCIAS

- Abbadia, J. (2022). *¿Cuáles son las limitaciones en la investigación y cómo escribirlas?*
<https://mindthegraph.com/blog/es/limitations-in-research/#:~:text=%C2%BFCu%C3%A1les%20son%20las%20limitaciones%20de,resultados%20finales%20de%20su%20investigaci%C3%B3n.>
- Aguilar, R (2021). *Principales tendencias de gestión de compras.*
<https://www.linkedin.com/pulse/principales-tendencias-de-gesti%C3%B3n-compras-asn/?originalSubdomain=es>
- Aguirre, J. (2018). *Abastecimiento estratégico: alineación de sus actividades.*
<https://www.redalyc.org/journal/5736/573667939001/573667939001.pdf>
- Alegre, M (2021). *Gestión de compras en época de incertidumbre.* Amcham Portal
<https://amcham.org.pe/news/gestion-de-compras-en-epoca-de-incertidumbre/>
- Arias, J., Villasís, M., Miranda, M. (2016). *El protocolo de investigación III: la población de estudio.*
<https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>
- Ayala, J. (2016). *Gestión de compras.* Editex. ISBN 8490788294, 9788490788295
<https://books.google.com.pe/books?id=tZpcDAAAQBAJ&printsec=frontc>
- Baena, G (2014). *Metodología de la Investigación.* Grupo Editorial Patria.
<https://books.google.com.pe/books?id=6aCEBgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=investigacion+basica+tesis&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjzgdnFhaj9AhWEFbkGHasiB2EQ6AF6BAgCEAI#v=onepage&q&f=false>

Baleriola, E. (2021). *¿Cómo hacer el capítulo de resultados en la tesis? (Presentación, análisis y discusión).*

<https://www.uvrcorrectoresdetextos.com/post/c%C3%B3mo-hacer-el-cap%C3%ADtulo-de-resultados-en-la-tesis-presentaci%C3%B3n-an%C3%A1lisis-y-discusi%C3%B3n>

Ballestín, B y Fábregues, S (2019). *La práctica de la investigación cualitativa en ciencias sociales y de la educación.* Editorial UOC, S.L.

https://www.google.com.pe/books/edition/La_pr%C3%A1ctica_de_la_investigaci%C3%B3n_cualitativa/nRSzDwAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=0

Borja, I (2020). *Negociación: de precio a valor.* Marketing Directo.

<https://www.marketingdirecto.com/punto-de-vista/la-columna/negociacion-de-precio-a-valor>

Brousset, M. (2021). *Gestión de compras en época de incertidumbre.*

<https://amcham.org.pe/news/gestion-de-compras-en-epoca-de-incertidumbre/>

Carmona, A. (2020). *La importancia de la función de compras.*

Carreño, A. (2016). *Logística de la A a la Z. (1ra ed.). Perú, Fondo Editorial PUCP, 422 pp.*

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/34919/ROMERO_TE%2C%20SA_LAZAR_BE.pdf?sequence=1

Chiavenato, I. (2019, p. 330). *Definición de capacitación según Idalberto Chiavenato*

https://www.emprendedorinteligente.com/definicion-de-capacitacion-segun-autores/#google_vignette

Condori, P. (2020). *Universo, población y muestra. Curso Taller.*

<https://www.aacademica.org/cporfirio/18.pdf>

Conrado Editor (2019). *Enfoques para la formulación de la hipótesis en la investigación científica*.

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S199086442019000500354#:~:text=En%20la%20investigaci%C3%B3n%20cualitativa%20puede,tanto%20no%20hay%20mediciones%20posibles

Cuenca, J (2018). *Principales criterios para la Búsqueda y Selección de Proveedores*. Optimice Compras.

<https://www.optimicecompras.com/principales-criterios-la-busqueda-seleccion-proveedores/#:~:text=El%20proceso%20de%20B%C3%BAsqueda%20y,las%20necesidades%20de%20la%20empresa>.

Dialnet-GestionDeComprasComoEstrategiaCompetitivaDeLasOrga-7608913.pdf

El 66% de empresas en el país tiene un nivel de gestión incipiente en su cadena de suministros (2021).

Diario Gestión. <https://gestion.pe/economia/el-66-de-empresas-en-el-pais-tiene-un-nivel-de-gestion-incipiente-en-su-cadena-de-suministros-nndc-noticia/>

Escamilla, A. (2018). *What should the discussion entail?*

https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-00992018000300157

Espinoza, C (2018). *Análisis del proceso de compras para diseñar una propuesta de indicadores de*

gestión que permita mejorar los procesos del área de compras. MAGÍSTER EN

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE

GUAYAQUIL. [http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/11016/1/T-UCSG-POS-MAE-](http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/11016/1/T-UCSG-POS-MAE-187.pdf)

[187.pdf](http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/11016/1/T-UCSG-POS-MAE-187.pdf)

Estado peruano efectuó compras por S/ 50,000 millones en el 2021 (2022). ANDINA Agencia Peruana

de Noticias. [https://andina.pe/agencia/noticia-estado-peruano-efectuo-compras-s-50000-millones-](https://andina.pe/agencia/noticia-estado-peruano-efectuo-compras-s-50000-millones-el-2021-895828.aspx)

[el-2021-895828.aspx](https://andina.pe/agencia/noticia-estado-peruano-efectuo-compras-s-50000-millones-el-2021-895828.aspx)

Fernández, M (2021). *STOCK MANAGEMENT OPTIMIZATION IN HOSPITAL PHARMACY*. Tesis

Doctoral, UNIVERSIDAD DE SEVILLA.

<file:///C:/Users/Sofia/Downloads/Fern%C3%A1ndez%20Garc%C3%ADa,%20M%C2%AA%20Isabel%20Tesis.pdf>

Fredriksson, T. (2017). *E-Commerce Measurement. En: United Nations Conference on Trade and Development. Regional Workshop on International Merchandise Trade Statistics.*

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2227-18992018000300014

Fullcommerce, empresas peruanas adoptan nueva tendencia para fortalecer sus ventas (2022). Diario

Gestion. <https://gestion.pe/peru/fullcommerce-empresas-peruanas-adoptan-nueva-tendencia-para-fortalecer-sus-ventas-noticia/>

García, C (2005). *La tesis y el trabajo de tesis*. Limusa Noriega Editores.

<https://books.google.com.pe/books?id=IYgFr4WBtvIC&pg=PA31&dq=que+son+los+antecedentes+de+la+investigacion&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjMldqyILz9AhVbK7kGHe--CQQQ6AF6BAgCEAI#v=onepage&q=que%20son%20los%20antecedentes%20de%20la%20investigacion&f=false>

Gil, M (2018). *La selección de Proveedores, elemento clave en la gestión de aprovisionamientos*. Trabajo

Fin de Máster, Universidad de Oviedo. <https://core.ac.uk/download/pdf/160244468.pdf>

Hellriegel, D., Jackson, S., & Slocum, J. (2021, p. 391). *Definición según Don Hellriegel, Susan E.*

Jackson y John W. Slocum. https://www.emprendedorinteligente.com/definicion-de-capacitacion-segun-autores/#google_vignette

Hernández, O (2020). *ESTRATEGIAS DE OPTIMIZACIÓN EN LA GESTIÓN DE COMPRAS*. Logistica

360 Supply Chain Management. <https://www.logistica360.pe/estrategias-de-optimizacion-en-la-gestion-de-compras/>

Hidalgo, D., Lovera, L. (2019). *Análisis del proceso de decisión de compra*.

<http://hdl.handle.net/20.500.12404/15324>

Horta, A (2016). *Coloquios del Diseño: Disciplina, Pedagogía, Profesión*. Editorial UNAL.

<https://books.google.com.pe/books?id=s9nrDwAAQBAJ&pg=PT119&dq=dise%C3%B1o+femenologico+que+es&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjB4tPai6j9AhWqC7kGHXdOD1MQ6AF6BAgKEAI#v=onepage&q=dise%C3%B1o%20fenomenologico%20que%20es&f=false>

Johnson, I (2019). *Cinco estrategias para negociar los precios con tus proveedores*. Vodafone Business.

<https://www.observatorio-empresas.vodafone.es/articulos/pymes/trucos-consejos-negociar-precios-ian-johnson/>

Kr Singh, R., Chaudhary, N. & Saxena, N. (2018). *La gestión de la cadena de suministro*.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0970389618304622?via%3Dihub>

Marañón, A. (2020). *Que es la gestión de compras, funciones y procesos*.

<https://blogs.upn.edu.pe/postgrado/2021/08/17/que-es-la-gestion-de-compras-funciones-y-procesos/>

Martínez, C (2018). *METODOLOGIA PARA LA MEJORA DE PROCESOS EN SISTEMAS DE GESTION DE COMPRAS E INVENTARIOS EN LA EMPRESA MUNDIMOTOS*. MAESTRIA EN ADMINISTRACION DE EMPRESA, UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA.

<https://bdigital.uexternado.edu.co/server/api/core/bitstreams/12fe3c0f-75f9-455d-8e7d-600cfc330bbb/content>

Martínez, M (2007). *Gestión de Compras: Negociación y estrategias de aprovisionamiento*. FC EDITORIAL.

https://books.google.com.pe/books?id=pCURoJM0waAC&printsec=frontcover&dq=gestion+de+compras&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=gestion%20de%20compras&f=false

Mata, L (2019). *El enfoque cualitativo de investigación*. Investigalia 2020-2022.
<https://investigaliacr.com/investigacion/el-enfoque-cualitativo-de-investigacion/#:~:text=La%20investigaci%C3%B3n%20cualitativa%20asume%20una,parte%20de%20las%20realidades%20estudiadas.>

Modifican Reglamento de Establecimientos Farmacéuticos (2023). Diario Oficial del Bicentenario EL PERUANO. <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/modifican-reglamento-de-establecimientos-farmaceuticos-decreto-supremo-n-016-2019-sa-1784080-2/>

Naciones Unidas Cepal (2020). *Las restricciones a la exportación de productos médicos dificultan los esfuerzos por contener la enfermedad por coronavirus (COVID-19) en América Latina y el Caribe*. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45510/1/S2000309_es.pdf

Ñaupas et al (2018). *Metodología de la investigación Cuantitativa – Cualitativa y redacción de la tesis*. Ediciones de la U.
[file:///C:/Users/Sofia/Downloads/%C3%91aupas%20et%20al.%20\(2018\)%20Metodolog%C3%ADa%20de%20la%20Investigaci%C3%B3n%20-%205%C2%B0%20edici%C3%B3n%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Sofia/Downloads/%C3%91aupas%20et%20al.%20(2018)%20Metodolog%C3%ADa%20de%20la%20Investigaci%C3%B3n%20-%205%C2%B0%20edici%C3%B3n%20(2).pdf)

Olivera, M (2022). *Búsqueda y selección de proveedores: el punto de partida de futuras relaciones comerciales*. Revista Énfasis. <https://logistica.enfasis.com/almacenes-e-inventarios/busqueda-y-seleccion-de-proveedores-el-punto-de-partida-de-futuras-relaciones-comerciales/>

Osorio, S. (2020). *Gestión de compras públicas de medicamentos para pacientes del Seguro Integral de Salud del Hospital Santa Rosa, 2020*. <https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/2963256>

Ospino, H y Garcia, L (2007). *Diseño de un sistema de gestión de compras e inventarios en la empresa Espitia Impresores*. Monografía presentada como requisito para optar el Título de Ingeniero Industria, Universidad Tecnológica de Bolívar. <https://biblioteca.utb.edu.co/notas/tesis/0039421.pdf>

Ospino, J (2004). *Metodología de la investigación en ciencias de la salud*. Editorial Universidad Cooperativa de Colombia. https://books.google.com.pe/books?id=Z0kx76jf88wC&pg=PA168&dq=que+es+la+validez+del+instrumento&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwj3tYab4ar9AhWeLbkGHXw_DlsQ6AF6BAgEEAI#v=onepage&q=que%20es%20la%20validez%20del%20instrumento&f=false

Pérez, G (2000). *Modelos de investigación cualitativa en educación social y animación sociocultural*. Editorial Narcea. https://www.google.com.pe/books/edition/Modelos_de_investigaci%C3%B3n_cualitativa_en/iaMN5VQBnwC?hl=es-419&gbpv=0

Rodriguez, Y., Cahuana, N. (2020). *La auditoría de cumplimiento y la gestión de compras en las unidades ejecutoras de la Policía Nacional del Perú, período 2015 - 2017*. <https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/2892887>

<https://economipedia.com/definiciones/investigacion-descriptiva.html>

Salazar, J (2014). *La gestión de abastecimiento de medicamentos en el sector público peruano: Nuevos modelos de gestión*. Sinergia e Innovación, 2(1), 160-228. <file:///C:/Users/Sofia/Downloads/219-Texto%20del%20art%C3%ADculo-1148-2-10-20141127.pdf>

Serrano, G (2016). *ANÁLISIS DEL AGENCIAMIENTO DE COMPRAS INTERNACIONALES PARA PEQUEÑAS Y MICROEMPRESAS DEL ÁREA DE SOLDADURA*. TRABAJO DE TITULACIÓN ESPECIAL” PARA LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS MENCIÓN LOGÍSTICA Y TRANSPORTE, UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL.

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/42883/1/TITULACION%20ESPECIAL%20BELEN%20SERRANO.pdf>

Villanueva, E. (2018). *Aplicación de la Gestión de Compras para mejorar la Satisfacción del Cliente de la empresa FLEXOGRÁFICA ETIFLEX PERÚ S.A.C. Ate, 2017*
<https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/2981508>

Yupanqui, E. (2019). *Control interno y gestión de compras en la Municipalidad Provincial del Callao, periodo 2017*. <https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/2969129>

ANEXOS

ANEXO 1. MATRIZ DE CATEGORIZACION

Título: “Análisis de la Gestión de Compras en la empresa Valilu Medic SAC en el año 2022”

PROBLEMAS	OBJETIVOS	CATEGORIA.SUBCATEGORIAS INDICADORES	E	METODOLOGIA
<p>Problema General</p> <p>¿Cuáles son las características de la gestión de compras en la empresa Valilu Medic SAC – Lima 2022?</p> <p>Problemas Específicos</p> <p>¿Como se desarrolla la Búsqueda y selección de Proveedores en la empresa Valilu Medic SAC – Lima 2022?</p> <p>¿Cuáles son las estrategias para la Negociación de Precios en la empresa Valilu Medic SAC – Lima 2022?</p> <p>¿Cómo se desarrolla la capacitación de personal en la empresa Valilu Medic SAC?</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Describir las características de la gestión de compras en la empresa Valilu Medic SAC – Lima 2022</p> <p>Objetivos Específicos</p> <p>Describir el desarrollo de la Búsqueda y selección de Proveedores en la empresa Valilu Medic SAC – Lima 2022</p> <p>Identificar las estrategias para la Negociación de Precios en la empresa Valilu Medic SAC – Lima 2022</p> <p>Identificar las características de la capacitación de personal en la empresa Valilu Medic SAC – Lima 2022</p>	CATEGORIA: Gestión de compras		Tipo de investigación: Básica
		SUBCATEGORIAS	INDICADORES	Enfoque: Cualitativo
		Búsqueda y Selección de Proveedores	Producto seleccionado Criterios de Selección Evaluación del proveedor	Nivel: Descriptivo
				Diseño: Fenomenológico
				Población: Un total de 3 trabajadores del área de gestión de compras
				Muestra: Muestreo por conveniencia: 3 trabajadores del área de gestión de compras.
		Negociación de Precios	Técnica: Entrevista semiestructurada, donde se realizarán preguntas establecidas a los trabajadores de la institución.	
			Instrumento:	
			Conocimientos brindados Competencias obtenidas	

Capacitación de
personal

Logros obtenidos

Guía de entrevista, donde se
desarrollarán las preguntas por
subcategoría.

“Análisis de la Gestión de Compras en la empresa Valilu Medic SAC en el año 2022”



ANEXO 2. MATRIZ DE OPERACIONALIZACION

Título: “Análisis de la Gestión de Compras en la empresa Valilu Medic SAC en el año 2022”

TEMA	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	SUBCATEGORIAS	DEFINICION DE SUBCATEGORIAS	INDICADORES	N°			
Gestión de compras	Según Martinez (2007) detalla que la gestión de compras tiene la función de aprovisionar a la empresa con productos o servicios que esta necesita para su funcionamiento. Donde cada empresa tiene que desarrollar políticas y planificar objetivos a mediano y largo plazo. Además, la gestión de compras deberá ocuparse de realizar previsiones, negociar los precios, buscar nuevos proveedores, desarrollar contratos con los proveedores, rotación del stock, capacitación del personal de compras, entre otros.	La categoría mencionada está compuesta por 3 subcategorías y 9 indicadores donde se estudiará descriptivamente mediante la entrevista semiestructurada con el uso de la guía de entrevista como instrumento.	Búsqueda y Selección de Proveedores	La búsqueda y selección de proveedores se basa en estrategias de selección de proveedores que vaya relacionados con los objetivos de la empresa.	Producto seleccionado	1,2,3			
					Criterios de selección				
					Evaluación del proveedor				
						Negociación de Precios	Realizar una negociación de precios se basa en conocer al proveedor y los beneficios que se puede obtener.	Precios negociados	4,5,6
							Desarrollo de la negociación		
							Estrategias de negociación		
						Capacitación de personal	La capacitación de personal en la empresa en fundamental, puesto que ayuda a alcanzar la visión y misión de esta a través de los conocimientos y habilidades obtenidos	Conocimientos brindados	7,8 y 9
							Competencias obtenidas		
							Logros obtenidos		

GUIA DE ENTREVISTA.

Búsqueda y selección de proveedores

- ¿Como establen ustedes la búsqueda de proveedores para su producto seleccionado?
- ¿En qué criterios se basa el área de compras para seleccionar a sus proveedores?
- ¿Cuáles son las características que debe cumplir un proveedor para trabajar con ustedes?

Negociación de precios

- ¿En base a que se determinan los precios de compra establecidos en la empresa?
- ¿Cuáles son las etapas en el desarrollo de la negociación con sus proveedores?
- ¿Cuáles son las estrategias de negociación utilizadas para la adquisición de sus productos?

Capacitación de personal

- ¿Qué conocimientos se brindan a través de las capacitaciones a los trabajadores del área de compras al inicio de su etapa laboral?
- ¿Cuáles son las competencias que se espera obtener en base a las capacitaciones brindadas sobre los procesos de compras?
- ¿Qué logros se espera obtener a la finalización de la capacitación en el proceso de compras?

ANEXO 4: Validación de Instrumento por juicio de expertos

Experto n°1: JIMMY OMAR HERRERA GUTIERREZ

JUICIO DE EXPERTO SOBRE LA PERTINENCIA DEL INSTRUMENTO

Instrucciones: Coloque en cada casilla de valoración la letra o letras correspondientes al aspecto cualitativo que, según su criterio, cumple o tributa cada ítem a medir los aspectos o dimensiones de la variable en estudio. Las valoraciones son las siguientes:

MA= Muy adecuado / BA= Bastante adecuado / A= Adecuado / PA= Poco Adecuado / NA = No adecuado

Categorías a evaluar: Redacción, contenido, congruencia y coherencia en relación a la variable de estudio. En la casilla de observaciones puede sugerir mejoras.

GUÍA DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Estimado entrevistado, Jimmy Omar Herrera Gutiérrez ante todo buenas tardes. Primero agradecerle por su tiempo y participación en esta entrevista, la cual tiene como objetivo Analizar la Gestión de Compras en la empresa Valilu Medic SAC en el año 2022. Por ende, las preguntas que se realizarán en la presente entrevista estarán en relación a la variable; Análisis de la Gestión de Compras en la empresa Valilu Medic SAC.



PREGUNTAS

VALORACIÓN

Medic SAC en el año 2022”

OBSERVACIONES

MA BA A PA NA

PREGUNTA ABIERTA

I	¿En qué año inicio el área de la Gestión de Compras en la empresa Valilu Medic SAC?	X					
II	¿Cuáles son los resultados que han obtenido al tener un área de Gestión de Compras en la empresa Valilu Medic SAC?	X					

Búsqueda y selección de proveedores

1	¿Como establen ustedes la búsqueda de proveedores para su producto seleccionado?	X					
2	¿En qué criterios se basa el área de compras para seleccionar a sus proveedores?						
3	¿Cuáles son las características que debe cumplir un proveedor para trabajar con ustedes?	X					

Negociación de precios

4	¿En base a que se determinan los precios de compra establecidos en la empresa?	X					
5	¿Cuáles son las etapas en el desarrollo de la negociación con sus proveedores?	X					
6	¿Cuáles son las estrategias de negociación utilizadas para la adquisición de sus productos?	X					

Capacitación de personal

7	¿Qué conocimientos se brindan a través de las capacitaciones a los trabajadores del área de compras al inicio de su etapa laboral?	X					
8	¿Cuáles son las competencias que se espera obtener en base a las capacitaciones	X					

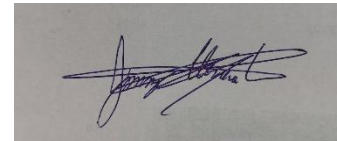
	brindadas sobre los procesos de compras?							
9	¿Qué logros se espera obtener a la finalización de la capacitación en el proceso de Compras?	X						

Evaluado por: JIMMY OMAR HERRERA GUTIERREZ

D.N.I.: 40321572

Fecha: 13/03/2023

Firma:



Experto n°2: Guimel C. Valcazar Montenegro

JUICIO DE EXPERTO SOBRE LA PERTINENCIA DEL INSTRUMENTO

Instrucciones: Coloque en cada casilla de valoración la letra o letras correspondientes al aspecto cualitativo que, según su criterio, cumple o tributa cada ítem a medir los aspectos o dimensiones de la variable en estudio. Las valoraciones son las siguientes:

MA= Muy adecuado / BA= Bastante adecuado / A= Adecuado / PA= Poco Adecuado / NA = No adecuado

Categorías a evaluar: Redacción, contenido, congruencia y coherencia en relación a la variable de estudio. En la casilla de observaciones puede sugerir mejoras.

GUÍA DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Estimado entrevistado, Guimel C. Valcazar Montenegro ante todo buenas tardes. Primero agradecerle por su tiempo y participación en esta entrevista, la cual tiene como objetivo Analizar la Gestión de Compras en la empresa Valilu Medic SAC en el año 2022. Por ende, las preguntas que se realizarán en la presente entrevista estarán en relación a la variable; Análisis de la Gestión de Compras en la empresa Valilu Medic SAC.

PREGUNTAS		VALORACIÓN					OBSERVACIONES
		MA	BA	A	PA	NA	
ÍTEMS							
PREGUNTA ABIERTA							
I	¿En qué año inicio el área de la Gestión de compras en la empresa Valilu Medic SAC?	X					
II	¿Cuáles son los resultados que han obtenido al tener un área de Gestión de Compras en la empresa Valilu Medic SAC?	X					
Búsqueda y selección de proveedores							
1	¿Como establen ustedes la búsqueda de proveedores para su producto seleccionado?	X					
2	¿En qué criterios se basa el área de compras para seleccionar a sus proveedores?						

3	¿Cuáles son las características que debe cumplir un proveedor para trabajar con	x					
---	---	---	--	--	--	--	--

	ustedes?	X					
Negociación de precios							
4	¿En base a que se determinan los precios de compra establecidos en la empresa?	X					
5	¿Cuáles son las etapas en el desarrollo de la negociación con sus proveedores?	X					
6	¿Cuáles son las estrategias de negociación utilizadas para la adquisición de sus productos?	X					
Capacitación de personal							
7	¿Qué conocimientos se brindan a través de las capacitaciones a los trabajadores del área de compras al inicio de su etapa laboral?	X					
8	¿Cuáles son las competencias que se espera obtener en base a las capacitaciones brindadas sobre los procesos de compras?	X					
9	¿Qué logros se espera obtener a la finalización de la capacitación en el proceso de compras?	X					

Evaluado por: Guimel C. Valcazar Montenegro

D.N.I.: 40769400 Fecha:17/03/2024 Firma:





