

SEGUIMIENTOS GERENCIA COMERCIAL

CENTRO FARMACEUTICO DE LA FUERZA ARMADA
PLAN OPERATIVO ANUAL
EVALUACION DE SEGUIMIENTO TRIMESTRAL
PERIODO: ENE-MAR 2016

DEPARTAMENTO: **MERCADEO**
 GERENCIA: **COMERCIAL**

No.	Objetivo	Actividad	Unidad de Medida	Meta programada	Meta ejecutada	% de ejecución	Observación
1	Planificar y ejecutar actividades del Departamento de Mercadeo	Verificar cumplimiento de Plan de Trabajo del Departamento de Mercadeo 2016	Documento	1	1	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado.
		Elaboración de sondeos de mercado y/o de precios	Documento	1	1	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado.
2	Proyectar la marca CEFAFA, a través de diferentes medios publicitarios para posicionamiento de marca en la escala mental de los consumidores a nivel nacional	Gestionar la compra de espacios publicitarios en medios masivos (TV, radio, periódico, entre otros)	Requisición	1	1	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado.
		Gestionar la compra de espacios publicitarios en medios alternativos (Mupies, vallas, redes sociales, autobuses, entre otros)	Requisición	1	1	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado.
		Adquirir contrato para dominio de sitio web institucional	Documento	1	1	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado.
3	Crear imagen de marca a través de actividades POP que abonen al posicionamiento de los medio masivos y alternativos	Realizar jornadas médicas en empresas e instituciones	Documento	1	100	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado.
		Diseñar publicidad de impulso en las tiendas, incluyendo área de caja, cartelera informativa y brochures de promociones	Documento	1	1	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado.
		Elaborar la Memoria de Labores 2015	Documento	200	120	60%	Unicamente autorizaron 120 unidades
		Realizar impulsaciones y/o activaciones de marca en las diferentes salas de venta	Documento	3	3	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado.
4	Apoyar la presencia de marca con la imagen comercial del CEFAFA	Gestionar compra de rótulos estándar para todas las sucursales (presentes y nuevas)	Requisición	3	3	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado.
		Actividades promocionales que abonen a la presencia de la marca del CEFAFA	Documento	1	1	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado.

Elaborado por: 
 Licda. Yesenia Manjiva Menjivar
 Jefe de Mercadeo



Revisado: 
 Licda. Lorena De Escobar
 Gerente Comercial



Autorizado por: 
 Tcnal. y Licda. Maria Armida Aguilar
 Gerente General



NOTA CONFIDENCIAL: La información contenida en este documento o correo electrónico originado en la CENTRO FARMACEUTICO DE LA FUERZA ARMADA contiene información confidencial y solo puede ser utilizada por la persona, entidad o compañía a la cual está dirigido. Si no es el destinatario autorizado, cualquier retención, difusión, distribución o copia total o parcial de este documento o su información es prohibida y será sancionada por la ley. Si por error recibe este mensaje, favor reenviarlo o entréguelo a su remitente y borrarlo inmediatamente.

CONFIDENCIAL

CENTRO FARMACEUTICO DE LA FUERZA ARMADA
PLAN OPERATIVO ANUAL
EVALUACION DE SEGUIMIENTO TRIMESTRAL
PERIODO: ABR-JUN 2016

DEPARTAMENTO: **MERCADEO**
 GERENCIA: **COMERCIAL**

No.	Objetivo	Actividad	Unidad de Medida	Meta programada	Meta ejecutada	% de ejecución	Observación
1	Planificar y ejecutar actividades del Departamento de Mercadeo	Verificar cumplimiento de Plan de Trabajo del Departamento de Mercadeo 2016	Documento	1	1	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado.
		Elaboración de sondeos de mercado y/o de precios	Documento	1	1	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado.
2	Proyectar la marca CEFAFA, a través de diferentes medios publicitarios para posicionamiento de marca en la escala mental de los consumidores a nivel nacional	Gestionar la compra de espacios publicitarios en medios alternativos (Mupies, vallas, redes sociales, autobuses, entre otros)	Requisición	1	1	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado.
3	Crear imagen de marca a través de actividades POP que abonen al posicionamiento de los medios masivos y alternativos	Realizar jornadas médicas en empresas e instituciones	Documento	3	3	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado.
		Diseñar publicidad de impulso en las tiendas, incluyendo área de caja, cartelera informativa y brochures de promociones	Documento	2	2	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado.
		Gestionar la elaboración de artículos promocionales como stock en el Departamento de Mercadeo para las diferentes actividades de impulsación y en aperturas de nuevas sucursales	Requisición	1	1	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado.
		Realizar impulsaciones y/o activaciones de marca en las diferentes salas de venta	Documento	3	3	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado.
4	Apoyar la presencia de marca con la imagen comercial del CEFAFA	Gestionar compra de rótulos estándar para todas las sucursales (presentes y nuevas)	Requisición	3	3	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado.
		Actividades promocionales que abonen a la presencia de la marca del CEFAFA	Documento	3	3	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado.

Elaborado por: 
 Licda. Yesenia Mancia Menjivar
 Jefe de Mercadeo

Revisado: 
 Licda. Lorena De Escobar
 Gerente Comercial

Autorizado por: 
 Tcnel. y Licda. Maria Armida Aguilar
 Gerente General

NOTA CONFIDENCIAL: La información contenida en este documento o correo electrónico originado en la CENTRO FARMACEUTICO DE LA FUERZA ARMADA contiene información confidencial y solo puede ser utilizada por la persona, entidad o compañía a la cual está dirigido. Si no es el destinatario autorizado, cualquier retención, difusión, distribución o copia total o parcial de este documento o su información es prohibida y será sancionada por la ley. Si por error recibe este mensaje, favor reenviarlo o entréguelo a su remitente y borrarlo inmediatamente.

CONFIDENCIAL

CENTRO FARMACEUTICO DE LA FUERZA ARMADA
PLAN OPERATIVO ANUAL
EVALUACION DE SEGUIMIENTO TRIMESTRAL
PERIODO: JUL-SEP 2016

DEPARTAMENTO: **MERCADEO**
 GERENCIA: **COMERCIAL**

No.	Objetivo	Actividad	Unidad de Medida	Meta programada	Meta ejecutada	% de ejecución	Observación
1	Planificar y ejecutar actividades del Departamento de Mercadeo	Elaborar Plan de Trabajo Anual del Departamento de Mercadeo para la gestión 2017	Documento	1	1	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado.
		Verificar cumplimiento de Plan de Trabajo del Departamento de Mercadeo 2016	Documento	1	1	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado.
		Elaborar el presupuesto anual para el funcionamiento del Departamento de Mercadeo 2017	Documento	1	1	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado.
		Elaboración de sondeos de mercado y/o de precios	Documento	1	1	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado.
2	Proyectar la marca CEFAFA, a través de diferentes medios publicitarios para posicionamiento de marca en la escala mental de los consumidores a nivel nacional	Gestionar la compra de espacios publicitarios en medios masivos (TV, radio, periódico, entre otros)	Requisición	3	3	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado.
		Gestionar la compra de espacios publicitarios en medios alternativos (Mupies, vallas, redes sociales, autobuses, entre otros)	Requisición	3	3	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado.
3	Crear imagen de marca a través de actividades POP que abonen al posicionamiento de los medios masivos y alternativos	Realizar jornadas médicas en empresas e instituciones	Documento	3	3	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado.
		Realizar impulsaciones y/o activaciones de marca en las diferentes salas de venta	Documento	3	3	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado.
4	Apoyar la presencia de marca con la imagen comercial del CEFAFA	Gestionar compra de rótulos estándar para todas las sucursales (presentes y nuevas)	Requisición	1	1	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado.
		Actividades promocionales que abonen a la presencia de la marca del CEFAFA	Documento	2	2	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado.
		Apertura de nuevas sucursales que incluya la imagen estandarizada del CEFAFA	Documento	1	1	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado.

Elaborado por: 
 Licda. Amba Prisenia Manjivar
 Jefe de Mercado



Revisado: 
 Licda. Lorena De Escobar
 Gerente Comercial



Autorizado por: 
 Tcnal. y Licda. Maria Aminda Aguilar
 Gerente General



NOTA CONFIDENCIAL: La información contenida en este documento o correo electrónico originado en la CENTRO FARMACEUTICO DE LA FUERZA ARMADA contiene información confidencial y solo puede ser utilizada por la persona, entidad o compañía a la cual está dirigido. Si no es el destinatario autorizado, cualquier retención, difusión, distribución o copia total o parcial de este documento o su información es prohibida y será sancionada por la ley. Si por error recibe este mensaje, favor reenviarlo o entréguelo a su remitente y borrarlo inmediatamente.

CONFIDENCIAL

CENTRO FARMACEUTICO DE LA FUERZA ARMADA
PLAN OPERATIVO ANUAL
EVALUACION DE SEGUIMIENTO TRIMESTRAL
PERIODO: OCT-DIC 2016

DEPARTAMENTO:
 GERENCIA:

MERCADEO
COMERCIAL

No.	Objetivo	Actividad	Unidad de Medida	Meta programada	Meta ejecutada	% de ejecución	Observación
1	Planificar y ejecutar actividades del Departamento de Mercadeo	Verificar cumplimiento de Plan de Trabajo del Departamento de Mercadeo 2016	Documento	1	1	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado.
		Elaboración de sondeos de mercado y/o de precios	Documento	1	1	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado.
2	Proyectar la marca CEFAFA, a través de diferentes medios publicitarios para posicionamiento de marca en la escala mental de los consumidores a nivel nacional	Gestionar la compra de espacios publicitarios en medios masivos (TV, radio, periódico, entre otros)	Requisición	3	3	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado.
		Gestionar la compra de espacios publicitarios en medios alternativos (Mupies, vallas, redes sociales, autobuses, entre otros)	Requisición	2	2	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado.
3	Crear imagen de marca a través de actividades POP que abonen al posicionamiento de los medio masivos y alternativos	Realizar jornadas médicas en empresas e instituciones	Documento	3	3	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado.
		Diseñar publicidad de impulso en las tiendas, incluyendo área de caja, cartelera informativa y brochures de promociones	Documento	2	2	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado.
		Gestionar la elaboración de artículos promocionales como stock en el Departamento de Mercadeo para las diferentes actividades de impulsación y en aperturas de nuevas sucursales	Requisición	1	1	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado.
		Elaboración de calendarios CEFAFA 2017	Requisición	2,025	2,025	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado.
		Realizar impulsaciones y/o activaciones de marca en las diferentes salas de venta	Documento	3	3	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado.
4	Apoyar la presencia de marca con la imagen comercial del CEFAFA	Gestionar compra de rótulos estándar para todas las sucursales (presentes y nuevas)	Requisición	1	1	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado.
		Actividades promocionales que abonen a la presencia de la marca del CEFAFA	Documento	1	1	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado.



 Elaborado por: *[Firma]*
 Licda. Ambar Yesenia Mancía Menjivar
 Jefe de Mercadeo



[Firma]
 Tcnl.y Licda. Maria Armida Aguilar
 Gerente General

NOTA CONFIDENCIAL: La información contenida en este documento o correo electrónico originado en la CENTRO FARMACEUTICO DE LA FUERZA ARMADA contiene información confidencial y solo puede ser utilizada por la persona, entidad o compañía a la cual está dirigido. Si no es el destinatario autorizado, cualquier retención, difusión, distribución o copia total o parcial de este documento o su información es prohibida y será sancionada por la ley. Si por error recibe este mensaje, favor reenviarlo o entréguelo a su remitente y borrarlo inmediatamente.

CONFIDENCIAL

CENTRO FARMACEUTICO DE LA FUERZA ARMADA

PLAN OPERATIVO ANUAL

EVALUACION DE SEGUIMIENTO TRIMESTRAL

PERIODO: ENERO - MARZO 2016

GERENCIA: COMERCIAL

AREA: ABASTECIMIENTO

No.	OBJETIVOS/PROPOSITOS	No.	ACTIVIDADES	UNIDAD DE MEDIDA	META PROGRAMADA (ENE-MAR)	META MENSUAL			TOTAL	% DE EJECUCION	OBSERVACION
						ENE	FEB	MAR			
1	Planificar, ejecutar y dirigir las actividades del Departamento de Abastecimiento.	1	Elaborar Presupuesto Anual del Departamento de Abastecimiento para la gestión 2017.	Presupuesto 2015							
		2	Elaborar Plan Operativo Anual de Departamento de Abastecimiento para la gestión 2017.	POA 2015							
		3	Verificar cumplimiento del Plan Operativo 2016.	Informe	1			1	1	100%	
		4	Actualización y mejora de manuales de procesos internos del Departamento de Abastecimiento.	Manual actualizado							
2	Ejecución y seguimiento de procesos de abastecimiento	1	Elaborar Informes de Recepción de las compras de mercadería recibida a los proveedores.	Reporte de ingreso	900	304	213	227	744	83%	
		2	Ejecutar ingresos por bonificación, por producto en regalia fuera de ordenes y solicitudes de compra	Reporte de ingreso	9	1		2	3	33%	Regalias fuera de orden se han minimizado, según lo proyectado
		3	Codificación de productos con código de barra, por ingresos por compras locales	Rollos x 1000 viñetas	36	5	5	3	13	36%	La codificación de productos a disminuido según lo proyectado, gracias al excelente manejo en el sistema
		4	Ejecutar los controles de salidas de mercadería de Bodega General (a sucursales)	N/Remisión revisada	3300	895	908	819	2622	79%	
		5	Ejecutar anulación de notas de remisión por errores en el proceso de ambas bodegas.	N/Remisión	75	7	16	7	30	40%	Se han cometido menos errores en el proceso de remisionar productos
		6	Seguimiento de mercadería remisionada por sucursal	Reporte de envíos	3	1	1	1	3	100%	
		7	Seguimiento de volumen y paquetería en envíos de mercadería hacia sucursales	Reporte de envíos	3	1	1	1	3	100%	
		8	Seguimiento de casos especiales (productos nuevos, baja rotación, alta rotación, etc.)	Reporte	1			1	1	100%	
		9	Control de Inventarios de bodega general para la identificación de mercadería con diferencias.	Reporte							
		10	Ejecutar cuadros de distribución de las necesidades de abastecimiento según rotación y existencias en sucursales.	Cuadro de distribución	900	231	219	220	670	74%	La distribución bajo debido a las vacaciones de semana santa
		11	Elaborar las solicitudes de compra de acuerdo a las existencias, necesidades y rotación de los productos.	Solicitud de Compra	1100	413	236	224	873	79%	
3	Ejecución y seguimiento de procesos de devolución	1	Ejecutar las devoluciones a los proveedores, de toda mercadería próxima a vencer según políticas vigentes.	N/Remisión	270	86	98	49	233	86%	
		2	Remitir mercadería a Sucursales por estar fuera de política.	N/Remisión	60	23	28	4	55	92%	
		3	Ejecutar los controles de ingresos de mercadería a Bodega 27	N/Remisión	600	276	208	193	677	113%	
		4	Ejecutar las devoluciones de mercadería a domicilio a los proveedores.	N/Remisión	9				0	0%	Devoluciones a domicilio no se realizarán debido a que se realizarán las gestiones pertinentes, ahorrando con ello combustible
		5	Ejecutar ingresos por pago, a notas de remisión por devolución a proveedores	Reporte de ingreso	48	15	11	7	33	69%	
		6	Reporte de seguimiento de bodega 27	Reporte de bod 27	3	1	1	1	3	100%	


 Elaborado por:
 Lic. Osmar Alfaro
 Jefe de Abastecimiento


 Visto Bueno:
 Licda. Lorena Contreras de Escobar
 Gerente Comercial


 Autorizado
 TCnel. María Armida Aguilar
 Gerente General

CENTRO FARMACEUTICO DE LA FUERZA ARMADA

PLAN OPERATIVO ANUAL

EVALUACION DE SEGUIMIENTO TRIMESTRAL

PERIODO: ABRIL - JUNIO 2016

GERENCIA: COMERCIAL

AREA: ABASTECIMIENTO

No.	OBJETIVOS/PROPOSITOS	No.	ACTIVIDADES	UNIDAD DE MEDIDA	META PROGRAMADA (ABR-JUN)	META MENSUAL			TOTAL	% DE EJECUCION	OBSERVACION
						ABR	MAY	JUN			
1	Planificar, ejecutar y dirigir las actividades del Departamento de Abastecimiento.	1	Elaborar Presupuesto Anual del Departamento de Abastecimiento para la gestión 2017.	Presupuesto 2015							
		2	Elaborar Plan Operativo Anual de Departamento de Abastecimiento para la gestión 2017.	POA 2015							
		3	Verificar cumplimiento del Plan Operativo 2016.	Informe	1			1	1	100%	
		4	Actualización y mejora de manuales de procesos internos del Departamento de Abastecimiento.	Manual actualizado							
2	Ejecución y seguimiento de procesos de abastecimiento	1	Elaborar Informes de Recepción de las compras de mercadería recibida a los proveedores.	Reporte de ingreso	900	222	203	204	629	70%	
		2	Ejecutar ingresos por bonificación, por producto fuera de ordenes y solicitudes de compra	Reporte de ingreso	9	1	2	1	4	44%	El producto fuera de orden se ha minimizado según lo proyectado
		3	Codificación de productos con código de barra, por ingresos por compras locales	Rollos x 1000 vifetas	36	4	3	3	10	28%	La codificación de productos a disminuido según lo proyectado, gracias al excelente manejo en el sistema
		4	Ejecutar los controles de salidas de mercadería de Bodega General (a sucursales)	N/Remisión revisada	3300	792	849	785	2426	74%	
		5	Ejecutar anulación de notas de remisión por errores en el proceso de ambas bodegas.	N/Remisión	75	14	14	18	46	61%	Se han cometido menos errores en el proceso de remisionar productos
		6	Seguimiento de mercadería remisionada por sucursal	Reporte de envíos	3	1	1	1	3	100%	
		7	Seguimiento de volumen y paquetería en envíos de mercadería hacia sucursales	Reporte de envíos	3	1	1	1	3	100%	
		8	Seguimiento de casos especiales (productos nuevos, baja rotación, alta rotación, etc.)	Reporte	1			1	1	100%	
		9	Control de Inventarios de bodega general para la identificación de mercadería con diferencias.	Reporte	1			1	1	100%	
		10	Ejecutar cuadros de distribución de las necesidades de abastecimiento según rotación y existencias en sucursales.	Cuadro de distribución	900	196	233	199	628	70%	
		11	Elaborar las solicitudes de compra de acuerdo a las existencias, necesidades y rotación de los productos.	Solicitud de Compra	1100	354	292	225	871	79%	
3	Ejecución y seguimiento de procesos de devolución	1	Ejecutar las devoluciones a los proveedores, de toda mercadería próxima a vencer según políticas vigentes.	N/Remisión	270	83	87	95	265	98%	
		2	Remitir mercadería a Sucursales por estar fuera de política.	N/Remisión	60	39	39	22	100	167%	
		3	Ejecutar los controles de ingresos de mercadería a Bodega 27	N/Remisión	600	179	183	189	551	92%	
		4	Ejecutar las devoluciones de mercadería a domicilio a los proveedores.	N/Remisión	9	8		3	11	122%	
		5	Ejecutar ingresos por pago, a notas de remisión por devolución a proveedores	Reporte de ingreso	48	3	15	2	20	42%	Los ingresos por pago se han minimizado, según lo proyectado
		6	Reporte de seguimiento de bodega 27	Reporte de bod 27	3	1	1	1	3	100%	



Elaborado
 Jefe de Abastecimiento



Revisado
 Lic. Lorena Contreras de Escobar
 Gerente Comercial



Autorizado
 T.Cnel. y Licda. Maria Armida Aguilar Rodríguez
 Gerente General

**CENTRO FARMACÉUTICO DE LA FUERZA ARMADA
PLAN OPERATIVO ANUAL**

EVALUACION DE SEGUIMIENTO TRIMESTRAL

PERIODO: JULIO - SEPTIEMBRE 2016

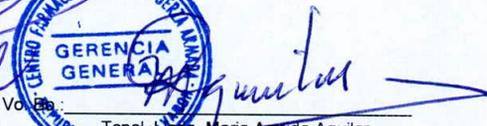
GERENCIA: COMERCIAL

AREA: ABASTECIMIENTO

No.	OBJETIVOS/PROPOSITOS	No.	ACTIVIDADES	META ANUAL	UNIDAD DE MEDIDA				TOTAL	% DE EJECUCION	OBSERVACIONES	
						JUL	AGO	SEP				
1	Planificar, ejecutar y dirigir las actividades del Departamento de Abastecimiento.	1	Elaborar Presupuesto Anual del Departamento de Abastecimiento para la gestión 2017.	1	Presupuesto 2015		1		1	100%		
		2	Elaborar Plan Operativo Anual de Departamento de Abastecimiento para la gestión 2017.	1	POA 2015		1		1	100%		
		3	Verificar cumplimiento del Plan Operativo 2016.	1	Informe			1		1	100%	
		4	Actualización y mejora de manuales de procesos internos del Departamento de Abastecimiento.	0	Manual actualizado							
2	Ejecución y seguimiento de procesos de abastecimiento	1	Elaborar Informes de Recepción de las compras de mercadería recibida a los proveedores.	900	Reporte de ingreso	210	162	316	688	76%		
		2	Ejecutar ingresos por bonificación, por producto fuera de ordenes y solicitudes de compra	9	Reporte de ingreso	2	1	1	4	44%	Producto fuera de orden de compra a disminuido según lo proyectado	
		3	Codificación de productos con código de barra, por ingresos por compras locales	36	Rollos x 1000 viñetas	6	5	6	17	47%	La codificación a disminuido, debido al excelente manejo en el sistema	
		4	Ejecutar los controles de salidas de mercadería de Bodega General (a sucursales)	3300	N/Remisión revisada	821	501	829	2151	65%	Disminución por vacaciones agostinas	
		5	Ejecutar anulación de notas de remisión por errores en el proceso de ambas bodegas.	75	N/Remisión	19	22	42	83	111%		
		6	Seguimiento de mercadería remisionada por sucursal	3	Reporte de envíos	1	1	1	3	100%		
		7	Seguimiento de volumen y paquetería en envíos de mercadería hacia sucursales	3	Reporte de envíos	1	1	1	3	100%		
		4	Seguimiento de casos especiales (productos nuevos, baja rotación, alta rotación, etc.)	1	Reporte			1	1	100%		
		8	Control de Inventarios de bodega general para la identificación de mercadería con diferencias.	0	Reporte							
		9	Ejecutar cuadros de distribución de las necesidades de abastecimiento según rotación y existencias en sucursales.	900	Cuadro de distribución	210	163	265	638	71%	Disminución de cuadros de distribución según lo proyectado	
10	Elaborar las solicitudes de compra de acuerdo a las existencias, necesidades y rotación de los productos	1050	Solicitud de Compra	217	319	244	780	74%	Disminución por vacaciones agostinas			
3	Ejecución y seguimiento de procesos de devolución	1	Ejecutar las devoluciones a los proveedores, de toda mercadería próxima a vencer según políticas vigentes	270	N/Remisión	73	74	81	228	84%		
		2	Remitir mercadería a Sucursales por estar fuera de política.	60	N/Remisión	24	22	27	73	122%		
		3	Ejecutar los controles de ingresos de mercadería a Bodega 27	600	N/Remisión	161	213	156	530	88%		
		4	Ejecutar las devoluciones de mercadería a domicilio a los proveedores	9	N/Remisión	12	0	3	15	167%		
		5	Ejecutar ingresos por pago, a notas de remisión por devolución a proveedores	48	Reporte de ingreso	25	3	14	42	88%		
		6	Reporte de seguimiento de bodega 27	3	Reporte de bod 27	1	1	1	3	100%		

Elaborado por: 
JEFE DE ABASTECIMIENTO
 Carlos Argüeta
 Jefe de Abastecimiento en Funciones

Revisado por: 
GERENCIA COMERCIAL
 Lic. Lorena de Escobar
 Gerente Comercial

Validado por: 
GERENCIA GENERAL
 Tcnl. María Armida Aguilar
 Gefente General

**CENTRO FARMACEUTICO DE LA FUERZA ARMADA
PLAN OPERATIVO ANUAL**

EVALUACION DE SEGUIMIENTO TRIMESTRAL

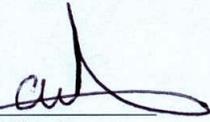
PERIODO: OCTUBRE - DICIEMBRE 2016

GERENCIA: COMERCIAL

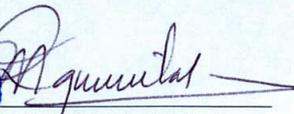
AREA: ABASTECIMIENTO

No.	ACTIVIDADES	No.	META	UNIDAD DE MEDIDA				TOTAL	% DE EJECUCION	OBSERVACIONES		
					OCT	NOV	DIC					
1	Planificar, ejecutar y dirigir las actividades del Departamento de Abastecimiento.	1		Elaborar Presupuesto Anual del Departamento de Abastecimiento para la gestión 2017.	Presupuesto 2015							
		2		Elaborar Plan Operativo Anual de Departamento de Abastecimiento para la gestión 2017.	POA 2015							
		3	1	1	Verificar cumplimiento del Plan Operativo 2016.	Informe			1	1	100%	
		4	1	1	Actualización y mejora de manuales de procesos internos del Departamento de Abastecimiento.	Manual actualizado		1		1	100%	
2	Ejecución y seguimiento de procesos de abastecimiento	1	900	900	Elaborar Informes de Recepción de las compras de mercadería recibida a los proveedores.	Reporte de ingreso	290	285	282	857	95%	
		2	9	9	Ejecutar ingresos por bonificación, por producto fuera de ordenes y solicitudes de compra	Reporte de ingreso	2	2		4	44%	Producto fuera de orden de compra a disminuido en Diciembre por vacaciones
		3	36	36	Codificación de productos con código de barra, por ingresos por compras locales	Rollos x 1000 viñetas	7	6	5	18	50%	La codificación ha disminuido, debido a que la mayoría de productos ya traen código de barra
		4	3300	3300	Ejecutar los controles de salidas de mercadería de Bodega General (a sucursales)	N/Remisión revisada	823	875	935	2633	80%	
		5	75	75	Ejecutar anulación de notas de remisión por errores en el proceso de ambas bodegas.	N/Remisión	27	15	19	61	81%	
		6	3	3	Seguimiento de mercadería remisionada por sucursal	Reporte de envíos	1	1	1	3	100%	
		7	3	3	Seguimiento de volumen y paquetería en envíos de mercadería hacia sucursales	Reporte de envíos	1	1	1	3	100%	
		4	1	1	Seguimiento de casos especiales (productos nuevos, baja rotación, alta rotación, etc.)	Reporte			1	1	100%	
		8	1	1	Control de Inventarios de bodega general para la identificación de mercadería con diferencias.	Reporte			1	1	100%	
		9	900	900	Ejecutar cuadros de distribución de las necesidades de abastecimiento según rotación y existencias en sucursales.	Cuadro de distribución	273	249	279	801	89%	
10	1050	1050	Elaborar las solicitudes de compra de acuerdo a las exitencias, necesidades y rotación de los productos.	Solicitud de Compra	444	445	128	1017	97%			
3	Ejecución y seguimiento de procesos de devolución	1	270	270	Ejecutar las devoluciones a los proveedores, de toda mercadería próxima a vencer según políticas vigentes.	N/Remisión	94	83	77	254	94%	
		2	60	60	Remitir mercadería a Sucursales por estar fuera de política.	N/Remisión	16	21	11	48	80%	
		3	600	600	Ejecutar los controles de ingresos de mercadería a Bodega 27	N/Remisión	164	239	53	456	76%	
		4	9	9	Ejecutar las devoluciones de mercadería a domicilio a los proveedores.	N/Remisión	5	7	4	16	178%	
		5	48	48	Ejecutar ingresos por pago, a notas de remisión por devolución a proveedores	Reporte de ingreso	21	21	10	52	108%	
		6	3	3	Reporte de seguimiento de bodega 27	Reporte de bod 27	1	1	1	3	100%	
			7270									



Elaborado por: 
 Carlos Argueta
 Coordinador de Abastecimiento




 Licda. Maria Armida Aguilar
 Gerente General