

CENTRO FARMACEUTICO DE LA FUERZA ARMADA
SEGUIMIENTO A PLAN OPERATIVO ANUAL
 Trimestre de ENE-MAR014

GERENCIA COMERCIAL
 PERIODO: 2014

No.	OBJETIVOS /PROPOSITOS	No.	ACTIVIDADES	META ANUAL	UNIDAD DE MEDIDA	Proyectado	Ejecutado	Porcentaje	OBSERVACIONES
1	Planear, dirigir, coordinar, supervisar y evaluar las actividades de las áreas de la Gerencia Comercial, programadas para garantizar la consecución de objetivos propuestos.	1	Efectuar el seguimiento de las actividades del POA de cada una de las áreas que conforman la Gerencia Comercial	4	Informe	1	1	100%	Se efectuó seguimiento del POA de todos los departamentos de la Gerencia Comercial
		2	Coordinar, monitorear y evaluar la Implementación de acciones comerciales que contribuyan al cumplimiento de metas de venta asignadas a cada sucursal y Alianzas Comerciales.	4	Informe	1	1	100%	Se efectuó seguimiento del POA de todos los departamentos de la Gerencia Comercial
		3	Promover, apoyar y evaluar cambios que contribuyan a facilitar los procesos de la Gerencia	2	Informe	1	1	100%	Se han realizado estrategias para alcanzar el cumplimiento de las supervisiones
		4	Efectuar la propuesta de negocios, de productos, aperturas o traslados de sucursales, así como de clientes corporativos o convenios, coordinar y monitorear su implementación.	4	Informe	1	1	100%	Se presento a Consejo Directivo Plan de Apertura de cinco sucursales
		5	Monitorear y apoyar actividades de capacitación orientadas a incrementar el nivel de atención al cliente, que brindan jefes y dependientes a público en sucursales.	4	Informe	1	1	100%	Se asistió a capacitaciones orientadas a la atención al cliente
		6	Promover, coordinar, apoyar acciones comerciales orientadas a fidelizar clientes, posicionar marca y evaluar el efecto de su implementación.	4	Informe	1	1	100	Se realizaron jornadas y baratillos

Revisado: 
 Licda. Luz Marina Salgado
 Gerente Comercial

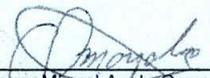

 Tcnel y Licda.
 María Armida Aguilar Rodríguez
 Gerente General

CENTRO FARMACEUTICO DE LA FUERZA ARMADA
SEGUIMIENTO A PLAN OPERATIVO ANUAL
 Trimestre de ABR-JUN014

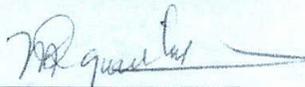
GERENCIA COMERCIAL
 PERIODO: 2014

No.	OBJETIVOS / PROPOSITOS	No.	ACTIVIDADES	META ANUAL	UNIDAD DE MEDIDA	Proyectado	Ejecutado	Porcentaje	OBSERVACIONES
1	Planear, dirigir, coordinar, supervisar y evaluar las actividades de las áreas de la Gerencia Comercial, programadas para garantizar la consecución de objetivos propuestos.	1	Efectuar el seguimiento de las actividades del POA de cada una de las áreas que conforman la Gerencia Comercial	4	Informe	1	1	100%	Actividad ejecutada
		2	Coordinar, monitorear y evaluar la implementación de acciones comerciales que contribuyan al cumplimiento de metas de venta asignadas a cada sucursal y Alianzas Comerciales.	4	Informe	1	1	100%	Actividad ejecutada
		4	Efectuar la propuesta de negocios, de productos, aperturas o traslados de sucursales, así como de clientes corporativos o convenios, coordinar y monitorear su implementación.	4	Informe	1	1	100%	Actividad ejecutada
		5	Monitorear y apoyar actividades de capacitación orientadas a incrementar el nivel de atención al cliente, que brindan jefes y dependientes a público en sucursales.	4	Informe	1	1	100%	Actividad ejecutada
		6	Promover, coordinar, apoyar acciones comerciales orientadas a fidelizar clientes, posicionar marca y evaluar el efecto de su implementación.	4	Informe	1	1	100	Actividad ejecutada

Revisado:


 Lic. Oscar Miguel Ayala Carranza
 Gerente Comercial



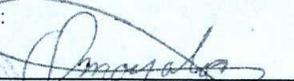

 TCnel y Licda.
 Maria Armida Aguilar Rodriguez
 Gerente General

CENTRO FARMACEUTICO DE LA FUERZA ARMADA
SEGUIMIENTO A PLAN OPERATIVO ANUAL
 Trimestre de JUL-SEP014

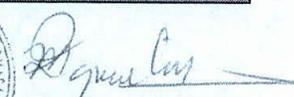
GERENCIA COMERCIAL
PERIODO: 2014

No.	OBJETIVOS /PROPOSITOS	No.	ACTIVIDADES	META ANUAL	UNIDAD DE MEDIDA	Proyectado	Ejecutado	Porcentaje	OBSERVACIONES
1	Planear, dirigir, coordinar, supervisar y evaluar las actividades de las áreas de la Gerencia Comercial, programadas para garantizar la consecución de objetivos propuestos.	1	Efectuar el seguimiento de las actividades del POA de cada una de las áreas que conforman la Gerencia Comercial	4	Informe	1	1	100%	Actividad ejecutada
		2	Coordinar, monitorear y evaluar la implementación de acciones comerciales que contribuyan al cumplimiento de metas de venta asignadas a cada sucursal y Alianzas Comerciales.	4	Informe	1	1	100%	Actividad ejecutada
		4	Efectuar la propuesta de negocios, de productos, aperturas o traslados de sucursales, así como de clientes corporativos o convenios, coordinar y monitorear su implementación.	4	Informe	1	1	100%	Actividad ejecutada
		5	Monitorear y apoyar actividades de capacitación orientadas a incrementar el nivel de atención al cliente, que brindan jefes y dependientes a público en sucursales.	4	Informe	1	1	100%	Actividad ejecutada
		6	Promover, coordinar, apoyar acciones comerciales orientadas a fidelizar clientes, posicionar marca y evaluar el efecto de su implementación.	4	Informe	1	1	100	Actividad ejecutada

Revisado:


 Lic. Oscar Miguel Ayala Carranza
 Gerente Comercial




 TCnel y Licda.
 Maria Armida Aguilar Rodriguez
 Gerente General

CENTRO FARMACEUTICO DE LA FUERZA ARMADA
PLAN OPERATIVO ANUAL
EVALUACION DE SEGUIMIENTO TRIMESTRAL
PERIODO: ENERO - MARZO 2014

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

Objetivo	Actividad	Unidad de Medida	Meta programada	Meta ejecutada	% de ejecución	Observación
Planificar, organizar, operativizar y ejecutar, seguimiento del Departamento de mercadeo	Gestionar la compra de artículos para el funcionamiento del depto de mercadeo	Requisición	1	0	0	No se considera necesario por el momento.
Proyectar la Marca CEFAFA a través de estrategias promocionales que permitan el posicionamiento de marca y la fidelización de nuestros clientes.	Gestionar la adquisición de certificados de regalo, para implementar promociones	Certificados de regalo	4	2	50%	Compra de dos certificado.
	Gestionar la compra de artículos promocionales para obsequiar a los clientes	Requisición	1	2	150%	Proveedores realizaron patrocinio de 2 cenas en el mes de febrero y para el mes de abril 15 certificados de belleza y 5 cambios de imagen
Publicitar Marca para lograr posicionamiento en diferentes segmentos de mercado, proyectando imagen a través de los medios de comunicación masivos.	Adquirir Contrato para dominio del sitio web institucional	Requisición	1	1	0	Se realizó solicitud de cheque, se encuentra pendiente de pago.
	Gestionar la adquisición de publicidad en radiodifusoras de cobertura a nivel nacional	Requisición	2	1	50%	Requisición nº158, en proceso de adjudicación
	Gestionar la compra de Espacios publicitarios en los Periodicos de mayor circulación y otros.	Requisición	2	0	0	Pendiente de autorización por Consejo Directivo. Se llevó presentación en fecha 17MAR014
	Gestionar la adquisición de publicidad móvil y estacionaria	Requisición	2	3	150%	Banners en relación a el apoyo de COSAM Y a farmacias CEFAFA, sin embargo se adelanto la adquisición de un banner debido a la necesidad del material
	Contratación para el levantamiento del Diseño y elaboración de la Memoria de Labores	Requisición	1	1	100%	Se inicio el proceso en el mes de febrero sin embargo se encuentra pendiente de impresión por autorización de Consejo Directivo
	Gestionar la adquisición de Brochure de ofertas de medicamentos para promocionar con los clientes	Requisición	1	1	100%	Ejecutado de acuerdo a lo planificado
	Gestionar la adquisición de publicidad en medios alternativos , para posicionar la marca CEFAFA.	Requisición	1	1	100%	Adelanto de Lanzamiento en el mes de Marzo de anuncio publicitario en pantalla LED de Escuela Militar
	Gestionar la compra de toldos, baner y rótulos alusivos a Farmacias CEFAFA® para sucursales.	Requisición	2	3	150%	Debido a que sucursal Ilopango es apertura se adquirió un rotulo mas a lo programado y uno para sucursal Apopa
	Gestionar la compra de espacios publicitarios en medios masivos.	Requisición	1	0	0	Pendiente de autorización por Consejo Directivo. Se llevo presentación en fecha 17MAR014
	Diseñar y gestionar la elaboración y compra de Volantes para promociones vigentes.	Requisición	1	0	0	Pendiente de autorización por Consejo Directivo. Se llevo presentación en fecha 17MAR014

Objetivo	Actividad	Unidad de Medida	Meta programada	Meta ejecutada	% de ejecución	Observación
Incrementar la presencia y el posicionamiento, así como la incursión en nuevos nichos de mercado y segmentos de preferencia.	Desarrollar Impulsación en las Sucursales de Farmacias CEFAFA®	Cronograma	3	3	100%	Ejecutado de acuerdo a lo planificado
	Realizar la coordinación de decoración, impulsación para apertura de sucursales	Requisición	2	1	50%	Elaborado conforme a lo planificado, ya que solamente se encuentra pendiente una apertura
	Gestionar la compra de artículos para inauguración o traslado de sucursales	Requisición	2	1	50%	Elaborado conforme a lo planificado, ya que solamente se encuentra pendiente una apertura, y será cubierta mediante el patrocinio de laboratorios Genfar.
Realizar investigaciones y muestreos que permitan identificar debilidades y fortalezas comerciales con relación a la competencia, a fin de medir el posicionamiento de marca en el mercado farmacéutico y público en general.	Realizar el sondeo de precios de la competencia en relación a productos, publicidad y promociones que desarrolla en el mercado.	Sondeo	3	2	66%	Ejecutado de acuerdo a lo planificado
	Realización de encuestas en relación la marca Farmacias CEFAFA®	Informe	1	4	400%	Sondeos realizados en Departamento de Chalatenango, La Unión, Morazán y Sonsonate
	Seguimiento al impacto causado a través de las Redes sociales	Informe	1	1	100%	Monitoreo a través de visitas al sitio web y número de seguidores en facebook
	Monitoreo la rotación y el impacto de los productos del brochure de ofertas bimestral.	Cuadro de rotación	1	1	100%	Ejecutado según lo planificado
	Identificar zonas comerciales de mayor crecimiento a fin de aperturar Sucursal	Apertura	2	4	200%	Sondeos realizados en Departamento de Chalatenango, La Unión, Morazán y Sonsonate



Elaborado por:

Licda. Nancy Eugenia Flores
Jefe de Mercadeo



Revisado:

Licda. Luz Marina Salgado
Gerente Comercial



Autorizado por:

Licda. María Armida Aguilar
Gerente General

CENTRO FARMACEUTICO DE LA FUERZA ARMADA
PLAN OPERATIVO ANUAL
EVALUACION DE SEGUIMIENTO TRIMESTRAL
PERIODO: ABR-JUN 2014

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

Objetivo	Actividad	Unidad de Medida	Meta programada	Meta ejecutada	% de ejecución	Observación
Proyectar la Marca CEFAFA a través de estrategias promocionales que permitan el posicionamiento de marca y la fidelización de nuestros clientes.	Gestionar la adquisición de certificados de regalo, para implementar promociones	Certificados de regalo	8	3	27%	Implementacion de rifa por medio de Laboratorio Medikem
	Gestionar la compra de artículos promocionales para obsequiar a los clientes	Requisición	1	1	100%	Ejecutado de acuerdo a lo programado
Publicitar Marca para lograr posicionamiento en diferentes segmentos de mercado, proyectando imagen a través de los medios de comunicación masivos.	Adquirir Contrato para dominio del sitio web institucional	Requisición	1	1	100%	Ejecutado de acuerdo a lo programado
	Gestionar la adquisición de publicidad en radiodifusoras de cobertura a nivel nacional	Requisición	2	1	50%	Periodo de vigencia de cuña radial acorde al tiempo requerido.
	Gestionar la compra de Espacios publicitarios en los Periodicos de mayor circulación y otros.	Requisición	1	1	100%	Ejecutado de acuerdo a lo programado
	Gestionar la adquisición de publicidad móvil y estacionaria	Requisición	1	0	0%	Pendiente de Presentar propuesta a CD
	Gestionar la adquisición de Brochure de ofertas de medicamentos para promocionar con los clientes	Requisición	2	2	100%	Ejecutado de acuerdo a lo programado
	Gestionar la adquisición de publicidad en medios alternativos para posicionar la marca CEFAFA.	Requisición	2	2	100%	Ejecutado de acuerdo a lo programado
	Gestionar la compra de toldos, baner y rótulos alusivos a Farmacias CEFAFA® para sucursales.	Requisición	3	4	100%	Ejecutado de acuerdo a lo programado
	Gestionar la compra de espacios publicitarios en medios masivos.	Requisición	1	0	0	Pendiente de Presentar propuesta a CD
	Diseñar y gestionar la elaboración y compra de Volantes para promociones vigentes.	Requisición	1	1	100	Ejecutado de acuerdo a lo programado
Incrementar la presencia y el posicionamiento, así como la incursión en nuevos nichos de mercado y segmentos de preferencia.	Desarrollar Impulsación en las Sucursales de Farmacias CEFAFA®	Cronograma	3	3	100%	Ejecutado de acuerdo a lo programado
	Realizar la coordinación de decoración, impulsación para apertura de sucursales	Requisición	1	2	100%	Sobrepasa lo programado debido a traslado de Sucursal Coopefa a Sucursal Bloom , y traslado de sucursal Plaza Mundo a Sucursal Sonsonate
	Gestionar la compra de artículos para inauguración o traslado de sucursales	Requisición	1	1	100%	Ejecutado de acuerdo a lo programado
	Desarrollar jornadas medicas en HMC y otras empresas corportativas	Control de Jornadas	3	13	100%	Sobrepasa lo programado, debido a los buenos resultados obtenidos

CENTRO FARMACEUTICO DE LA FUERZA ARMADA
PLAN OPERATIVO ANUAL
EVALUACION DE SEGUIMIENTO TRIMESTRAL
PERIODO: ABR-JUN 2014

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

Objetivo	Actividad	Unidad de Medida	Meta programada	Meta ejecutada	% de ejecución	Observación
Realizar investigaciones y muestreos que permitan identificar debilidades y fortalezas comerciales con relación a la competencia, a fin de medir el posicionamiento de marca en el mercado farmacéutico y público en general.	Realizar el sondeo de precios de la competencia en relación a productos, publicidad y promociones que desarrolla en el mercado.	Sondeo	3	3	100%	Ejecutado conforme lo programado
	Realización de encuestas en relación la marca Farmacias CEFAFA®	Informe	2	1	50%	Encuesta realizada para apertura de sala Bloom
	Seguimiento al impacto causado a través de las Redes sociales	Informe	2	2	100%	Ejecutado según lo apogramado
	Monitoreo la rotación y el impacto de los productos del brochure de ofertas bimestral.	Cuadro de rotación	2	2	100%	Ejecutado según lo apogramado
	Identificar zonas comerciales de mayor crecimiento a fin de aperturar Sucursal	Apertura	1	1	100%	Apertura de Sucursal Ilopango



Elaborado por: *[Firma]*
 Licda. Nancy Eugenia Flores
 Jefe de Mercadeo

Revisado: *[Firma]*
 Lic. Oscar Miguel Ayala
 Gerente Comercial

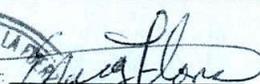


Autorizado por: *[Firma]*
 Licda. María Armida Aguilar
 Gerente General

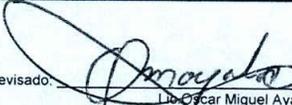
PLAN OPERATIVO ANUAL
EVALUACION DE SEGUIMIENTO TRIMESTRAL
PERIODO: JUL-SEP 2014

DEPARTAMENTO: MERCADEO
GERENCIA: COMERCIAL

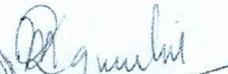
Objetivo	Actividad	Unidad de Medida	Meta programada	Meta ejecutada	% de ejecución	Observación
Planificar, organizar, operativizar y ejecutar, seguimiento del Departamento de Mercadeo	Elaborar el presupuesto anual de funcionamiento del Departamento de Mercadeo para la gestión 2015	Presupuesto	1	1	100%	Ejecutado acuerdo a lo programado
	Elaborar el Plan de Trabajo Anual del Departamento de Mercadeo para la gestión 2015.	POA	1	1	100%	Ejecutado acuerdo a lo programado
	Verificar cumplimiento del Plan de Trabajo del Departamento de Mercadeo 2014.	Seguimiento a POA	1	1	100%	Ejecutado ens eguimiento a POA trimestral
Proyectar la Marca CEFAFA a través de estrategias promocionales que permitan el posicionamiento de marca y la fidelización de nuestros clientes.	Gestionar la adquisición de certificados de regalo, para implementar promociones.	Certificados de regalo	4	0	0%	Plan de medios remitido a Gerencia Comercial y General
Publicar la marca CEFAFA para lograr posicionamiento, en diferentes segmentos de mercado, proyectando imagen a través de los medios de comunicación masivos	Gestionar la adquisición de publicidad en radiodifusoras de cobertura a nivel nacional	Requisición	2	0	0%	Pendiente de actualización de convenio Radio cadena Cuscatlan
	Gestionar la adquisición de publicidad móvil y estacionaria	Requisición	2	0	0%	Plan de medios remitido a Gerencia Comercial y General
	Gestionar la adquisición de Brochure de ofertas de medicamentos para promocionar con los clientes	Requisición	1	1	100%	Ejecutado de acuerdo a lo programado
	Gestionar la compra de toldos, baner y rótulos alusivos a Farmacias CEFAFA® para sucursales.	Requisición	3	0	0%	Sin aprobación de nuevas sucursales
	Gestionar la compra de espacios publicitarios en medios masivos.	Requisición	1	0	0	Plan de medios remitido a Gerencia Comercial y General
	Diseñar y gestionar la elaboración y compra de Volantes para promociones vigentes.	Requisición	1	1	100%	Ejecutado de acuerdo a lo programado
Incrementar la presencia y el posicionamiento, así como la incursión en nuevos nichos de mercado y segmentos de preferencia.	Desarrollar Impulsación en las Sucursales de Farmacias CEFAFA®	Cronograma	3	3	100%	Ejecutado de acuerdo a lo programado
	Realizar la coordinación de decoración, impulsación para apertura de sucursales	Requisición	1	0	0%	Sin aprobación de nuevas sucursales
	Gestionar la compra de artículos para inauguración o traslado de sucursales	Requisición	1	0	0%	Sin aprobación de nuevas sucursales
	Desarrollar jornadas medicas en HMC y otras empresas corportaivas	Control de Jornadas	3	9	100%	Ejecucion superior alo programado
Realizar investigaciones y muestreos que permitan identificar debilidades y fortalezas comerciales con relación a la competencia, a fin de medir el posicionamiento de marca en el mercado farmacéutico y público en general.	Realizar el sondeo de precios de la competencia en relación a productos, publicidad y promociones que desarrolla en el mercado.	Sondeo	3	3	100%	Ejecutado conforme lo programado
	Seguimiento al impacto causado a través de las Redes sociales	Informe	1	1	100%	Ejecutado de acuerdo a lo programado
	Monitoreo la rotación y el impacto de los productos del brochure de ofertas bimestral.	Cuadro de rotación	1	1	100%	Ejecutado de acuerdo a lo programado
	Identificar zonas comerciales de mayor crecimiento a fin de apertura Sucursal	Apertura	1	2	100%	Sondeo realizado en Alcaldia de San Salvador y Tres Torres

Elaborado por: 
Licda Nancy Eugenia Flores
Jefe de Mercadeo


JEFES DE MERCADERO

Revisado: 
Lic Oscar Miguel Ayala
Gerente Comercial


GERENCIA COMERCIAL

Autorizado por: 
Tenel y Licda, Maria Armida Aguilar
Gerente General


GERENCIA GENERAL

EVALUACION DE SEGUIMIENTO TRIMESTRAL
PERIODO:OCT-DIC014

DEPARTAMENTO:
GERENCIA:

MERCADEO
COMERCIAL

Objetivo	Actividad	Unidad de Medida	Meta programada	Meta ejecutada	% de ejecución	Observación
Planificar, organizar, operativizar y ejecutar, seguimiento del Departamento de Mercadeo	Verificar cumplimiento del Plan de Trabajo del Departamento de Mercadeo 2014.	Seguimiento a POA	1	1	100%	Ejecutado en seguimiento a POA trimestral
Proyectar la Marca CEFAFA a través de estrategias promocionales que permitan el posicionamiento de marca y la fidelización de nuestros clientes.	Gestionar la adquisición de certificados de regalo, para implementar promociones.	Certificados de regalo	8	0	0%	Actividad no ejecutada
	Gestionar la compra de artículos promocionales para obsequiar a los clientes	Requisición	1	1	100%	Ejecutado de acuerdo a lo programado
	Compra de Calendarios promocionales de Farmacias CEFAFA	Requisición	1	0	0%	Actividad no ejecutada
Publicar la marca CEFAFA para lograr posicionamiento, en diferentes segmentos de mercado, proyectando imagen a través de los medios de comunicación masivos	Gestionar la adquisición de publicidad en radiodifusoras de cobertura a nivel nacional	Requisición	2	0	0%	Actividad no ejecutada
	Gestionar la compra de Espacios publicitarios en los periódicos de mayor circulación y otros.	Requisición	2	0	0%	Actividad no ejecutada
	Gestionar la publicidad móvil y estacionaria	Requisición	1	0	0%	Actividad no ejecutada
	Gestionar la compra de Publicación en Revistas	Requisición	1	1	100%	Ejecutado de acuerdo a lo programado
	Gestionar la adquisición de Brochure de ofertas de medicamentos para promocionar con los clientes	Requisición	2	2	100%	Ejecutado de acuerdo a lo programado
	Gestionar la adquisición de publicidad en medios alternativos para posicionar la marca CEFAFA.	Requisición	1	0	0%	Actividad no ejecutada
	Gestionar la compra de toldos, baner y rótulos alusivos a Farmacias CEFAFA® para sucursales.	Requisición	3	0	0%	Sin aprobación de nuevas sucursales
	Gestionar la compra de espacios publicitarios en medios masivos.	Requisición	1	0	0	Actividad no ejecutada
	Diseñar y gestionar la elaboración y compra de Volantes para promociones vigentes.	Requisición	1	1	100%	Ejecutado de acuerdo a lo programado
Incrementar la presencia y el posicionamiento, así como la incursión en nuevos nichos de mercado y segmentos de preferencia.	Desarrollar Impulsación en las Sucursales de Farmacias CEFAFA®	Cronograma	3	3	100%	Ejecutado de acuerdo a lo programado
	Realizar la coordinación de decoración, impulsación para apertura de sucursales	Requisición	1	0	0%	Actividad no ejecutada
	Gestionar la compra de artículos para inauguración o traslado de sucursales	Requisición	1	0	0%	Actividad no ejecutada
	Desarrollar jornadas medicas en HMC y otras empresas corportativas	Control de Jornadas	3	3	100%	Ejecutado de acuerdo a lo programado
Realizar investigaciones y muestreos que permitan identificar debilidades y fortalezas comerciales con relación a la competencia, a fin de medir el posicionamiento de marca en el mercado farmacéutico y público en general.	Realizar el sondeo de precios de la competencia en relación a productos, publicidad y promociones que desarrolla en el mercado.	Sondeo	3	1	33%	Actividad ejecutada al 33%
	Seguimiento al impacto causado a través de las Redes sociales	Informe	1	1	100%	Ejecutado de acuerdo a lo programado
	Monitoreo la rotación y el impacto de los productos del brochure de ofertas bimestral.	Cuadro de rotación	2	2	100%	Ejecutado de acuerdo a lo programado
	Identificar zonas comerciales de mayor crecimiento a fin de aperturar Sucursal	Apertura	1	0	0%	Actividad no ejecutada

Elaboro: _____
Lic. Oscar Miguel Ayala
Gerente Comercial

Autorizado por: _____
Tcn. y Licda. Maria Armida Aguilar
Gerente General

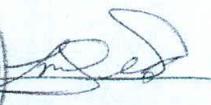
CENTRO FARMACÉUTICO DE LA FUERZA ARMADA
SEGUIMIENTO DEL PLAN OPERATIVO ANUAL
EVALUACION DE SEGUIMIENTO TRIMESTRAL
PERIODO: ENERO - MARZO 2014

GERENCIA: COMERCIAL

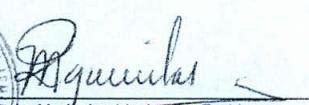
ÁREA : VENTAS CORPORATIVAS

OBJETIVOS/PROPÓSITOS	ACTIVIDADES	UNIDAD DE MEDIDA	META PROGRAMADA	META EJECUTADA	% DE EJECUCIÓN TRIMESTRAL	OBSERVACIONES
Planificar, Organizar y apoyar al alcance de metas de venta de las Sucursales de CEFAFA, mediante la fidelización de nuevos clientes corporativos	Verificar cumplimiento del Plan de Trabajo 2014 del Departamento de Ventas Corporativas	Informe	1	1	100%	Se realizo conforme a lo programado
Reforzar la atención a clientes corporativos mediante la atención personalizada, realizando ventas comerciales con clientes permanentes, temporales o discontinuos.	Elaboración de cotizaciones a precios competitivos a clientes corporativos	Cotización	1	14	1400%	Se realizo sobrepasando lo esperado
	Monitoreo constante de los medios de comunicación escritos o electrónicos para la participación en licitaciones en cualquiera de sus modalidades.	Bitacora de seguimiento	1	1	100%	Se realizo conforme a lo programado
	Realizar visitas o llamadas a diferentes empresas	Bitacora de seguimiento	1	1	100%	Se realizo sobrepasando lo esperado
	Gestionar el seguimiento a los clientes corporativos de convenios institucionales.	Convenio	0	2	100%	Se realizo sobrepasando el tiempo esperado
Crear una imagen institucional que permita que los clientes corporativos se identifiquen con la marca y perciban a la empresa como dispensadora de medicamentos de calidad y abierta al público en general.	Realizar actividades institucionales que fomenten la identidad corporativa.	Informe de actividad	3	3	100%	Se realizo conforme a lo programado



 Revisado: 
 Licda. Luz Marina Salgado
 Gerente Comercial



 Autorizado: 
 Licda. María Arrieta Aguilar Rodríguez
 Gerente General

CENTRO FARMACÉUTICO DE LA FUERZA ARMADA
SEGUIMIENTO DEL PLAN OPERATIVO ANUAL
EVALUACION DE SEGUIMIENTO TRIMESTRAL
PERIODO: ABRIL - JUNIO 2014

GERENCIA: COMERCIAL

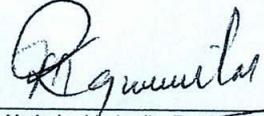
ÁREA : VENTAS CORPORATIVAS

OBJETIVOS/PROPÓSITOS	ACTIVIDADES	UNIDAD DE MEDIDA	META PROGRAMADA	META EJECUTADA	% DE EJECUCIÓN TRIMESTRAL	OBSERVACIONES
Planificar, Organizar y apoyar al alcance de metas de venta de las Sucursales de CEFAFA, mediante la fidelización de nuevos clientes corporativos	Verificar cumplimiento del Plan de Trabajo 2014 del Departamento de Ventas Corporativas	Informe	1	1	100%	Se realizo conforme a lo programado
Reforzar la atención a clientes corporativos mediante la atención personalizada, realizando ventas comerciales con clientes permanentes, temporales o eventuales.	Elaboración de cotizaciones a precios competitivos a clientes corporativos	Cotización	2	6	200%	Se realizo sobrepasando lo esperado
	Gestionar el seguimiento a los clientes corporativos de convenios institucionales.	Convenio	1	1	100%	Se realizo conforme a lo programado
Crear una imagen institucional que permita que los clientes corporativos se identifiquen con la marca y perciban a la empresa como dispensadora de medicamentos de calidad y abierta al público en general.	Envío de material de apoyo publicitario para Clientes Corporativos	Carta de envío	1	0	50%	Se envió memorandum solicitando apoyo al Departamento de Mercadeo para la impresión de material publicitario - gestión en proceso de ejecución
	Realizar actividades institucionales que fomenten la identidad corporativa.	Informe de actividad	3	1	67%	Se realizo en apoyo a las actividades de venta desempeñadas en el Hospital Militar Central en apoyo al Departamento de Ventas

Revisado: 
 Lic. Oscar Miguel Ayala Carranza
 Gerente Comercial




 Autorizado:
 T Cnel. Licda. María Armiga Aguilar Rodríguez
 Gerente General



**CENTRO FARMACÉUTICO DE LA FUERZA ARMADA
SEGUIMIENTO DEL PLAN OPERATIVO ANUAL
EVALUACION DE SEGUIMIENTO TRIMESTRAL
PERIODO: JULIO/SEPTIEMBRE**

**GERENCIA: COMERCIAL
ÁREA: VENTAS CORPORATIVAS
PERIODO: 2014**

No.	OBJETIVOS/PROPÓSITOS	ACTIVIDADES	UNIDAD DE MEDIDA	META PROGRAMADA	META EJECUTADA	% DE EJECUCIÓN TRIMESTRAL	OBSERVACIONES
1	Planificar, Organizar y apoyar al alcance de metas de venta de las Sucursales de CEFAFA, mediante la fidelización de nuevos clientes corporativos	Elaborar el Presupuesto Anual de Ventas Corporativas para la gestión 2015.	Presupuesto 2015	1	1	50%	Actividad ejecutada en un 50 %, actualmente no firmada
		Elaborar el Plan de Trabajo Anual del Departamento de Ventas Corporativas para la gestión 2015.	Plan de Trabajo	1	1	100%	Actividad ejecutada a la fecha.
		Verificar cumplimiento del Plan de Trabajo 2015 del Departamento de Ventas Corporativas	Informe	1	1	100%	Se realizo conforme a lo programado
2	Reforzar la atención a clientes corporativos mediante la atención personalizada, realizando ventas comerciales con clientes frecuentes, temporales o permanentes .	Elaboración de cotizaciones a precios competitivos a clientes corporativos	Cotización	1	4	400%	Se realizo sobrepasando lo esperado
3	Crear una imagen institucional que permita que los clientes corporativos se identifiquen con la marca y perciban a la empresa como dispensadora de medicamentos de calidad y abierta al público en general.	Envío de material de apoyo publicitario para Clientes Corporativos	Carta de envío	1	1	100%	Actividad no ejecutada a la fecha. Sin embargo se envío Memorando solicitando la creación del material, que en su momento no salió a tiempo.
		Realizar actividades institucionales que fomenten la identidad corporativa.	Informe de actividad	3	0	0%	Actividades no fueron ejecutadas.



Revisado por:

Lic. Oscar Miguel Ayala Carranza
Gerente Comercial



Revisado

Encl. y Licda. María Armida Aguilar Rodríguez
Gerente General

CENTRO FARMACEUTICO DE LA FUERZA ARMADA
PLAN OPERATIVO ANUAL
EVALUACION DE SEGUIMIENTO MENSUAL
PERIODO: ENERO - MARZO 2014

DEPARTAMENTO: **ABASTECIMIENTO**
 GERENCIA: **COMERCIAL**

Objetivo	Actividad	Unidad de Medida	Meta programada (ENE-MAR)	ENE	FEB	MAR	TOTAL	% de ejecución	Observación
1 2 3 4 5 Planificar, ejecutar y dirigir las actividades del Departamento de Abastecimiento.	Elaborar Presupuesto Anual del Departamento de Abastecimiento para la gestión 2015.	Presupuesto						N/A	
	Elaborar Plan Operativo Anual de Departamento de Abastecimiento para la gestión 2015.	POA 2014						N/A	
	Verificar cumplimiento del Plan Operativo 2014.	Seguimiento al POA 2014	1				1	100%	
	Actualización y mejora de manuales de procesos internos del Departamento de Abastecimiento.	Manual						N/A	
	Comunicar lineamientos e instrucciones giradas por la Gerencia Comercial, al personal del departamento.	Reporte	3	1	1	1	3	100%	
1 2 3 4 5 6 7 8 Ejecución y seguimiento de procesos operativos de abastecimiento.	Elaborar Informes de Recepción de las compras de mercadería recibida a los proveedores.	Reporte	900	162	243	262	667	74%	
	Ejecutar ingresos por bonificación, por producto en regalia fuera de ordenes y solicitudes de compra	Reporte	15	1	3	3	7	47%	
	Codificación de productos con código de barra, de ingresos por compras locales.	Rollos	225	32	26	29	87	39%	
	Ejecutar los controles de salidas de mercadería de Bodega General a sucursales.	N/Remisión	3000	679	692	759	2130	71%	
	Ejecutar anulación de notas de remisión por errores en el proceso de ambas bodegas.	N/Remisión	75	9	6	5	20	27%	
	Seguimiento de mercadería remisionada por sucursal	Reporte	3	1	1	1	3	100%	
	Seguimiento de volumen y paquetería en envíos de mercadería hacia sucursales	Reporte	3	1	1	1	3	100%	
	Control de Inventarios de bodega general para la identificación de mercadería con sobre existencia, faltantes, sobrantes, y otros, para la oportuna toma de decisiones.	Reporte	0					N/A	
1 2 3 4 5 6 Ejecución y seguimiento de procesos de devolución	Ejecutar las devoluciones a los proveedores, de toda mercadería próxima a vencer según políticas vigentes.	N/Remisión	240	80	67	62	209	87%	
	Remitir mercadería a Sucursales por estar fuera de política.	N/Remisión	30	8	15	5	28	93%	
	Ejecutar los controles de ingresos de mercadería a Bodega 27	N/Remisión	600	169	204	162	535	89%	
	Ejecutar las devoluciones de mercadería a domicilio a los proveedores.	N/Remisión	15	3	2	0	5	33%	
	Ejecutar ingresos por pago, a notas de remisión por devolución a proveedores	Reporte	45	7	14	10	31	69%	
	Seguimiento de recepción de mercadería en bodega 27 por sucursal	Reporte	3	1	1	1	3	100%	


 Elaborado por:
Luis Eduardo Carballo
 Ingeniero
 Jefe de Abastecimiento


 Visto Bueno:
Luz Marina Salgado
 Licenciada
 Gerente Comercial


 Autorizado
Armanda Aguilar
 Licenciada
 Gerente General

CENTRO FARMACEUTICO DE LA FUERZA ARMADA
PLAN OPERATIVO ANUAL
EVALUACION DE SEGUIMIENTO MENSUAL
PERIODO: ABRIL - JUNIO

DEPARTAMENTO: **ABASTECIMIENTO**
 GERENCIA: **COMERCIAL**

Objetivo	Actividad	Unidad de Medida	Meta programada (ABR-JUN)	ABR	MAY	JUN	TOTAL	% de ejecución	Observación
1 2 3 4 5 Planificar, ejecutar y dirigir las actividades del Departamento de Abastecimiento.	Elaborar Presupuesto Anual del Departamento de Abastecimiento para la gestión 2015.	Presupuesto						N/A	
	Elaborar Plan Operativo Anual de Departamento de Abastecimiento para la gestión 2015.	POA 2014						N/A	
	Verificar cumplimiento del Plan Operativo 2014.	Seguimiento al POA 2014	1			1	1	100%	
	Actualización y mejora de manuales de procesos internos del Departamento de Abastecimiento.	Manual						N/A	
	Comunicar lineamientos e instrucciones giradas por la Gerencia Comercial, al personal del departamento.	Reporte	3	1	1	1	3	100%	
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 Ejecución y seguimiento de procesos operativos de abastecimiento.	Elaborar Informes de Recepción de las compras de mercadería recibida a los proveedores.	Reporte	900	163	299	325	787	87%	
	Ejecutar ingresos por bonificación, por producto en regalía fuera de ordenes y solicitudes de compra	Reporte	15	1	1	3	5	33%	
	Codificación de productos con código de barra, de ingresos por compras locales.	Rollos	225	33	65	42	140	62%	
	Ejecutar los controles de salidas de mercadería de Bodega General a sucursales.	N/Remisión	3000	704	810	881	2395	80%	
	Ejecutar anulación de notas de remisión por errores en el proceso de ambas bodegas.	N/Remisión	75	18	45	32	95	127%	
	Seguimiento de mercadería remisionada por sucursal	Reporte	3	1	1	1	3	100%	
	Seguimiento de volumen y paquetería en envíos de mercadería hacia sucursales	Reporte	3	1	1	1	3	100%	
	Seguimiento de casos especiales (productos nuevos, rotación, alta rotación, etc.)	Reporte	1			1	1		
	Control de Inventarios de bodega general para la identificación de mercadería con sobre existencia, faltantes, sobrantes, y otros, para la oportuna toma de decisiones.	Reporte	1			0	0		Reprogramado para Agosto, solamente selectivos
	Ejecutar cuadros de distribución de las necesidades de abastecimiento según rotación y existencias en sucursales	Cuadro	750	268	290	239	797		
	Elaborar las solicitudes de compra de acuerdo a las existencias, necesidades y rotación de los productos	Reporte	1100	217	362	213	792	72%	
1 2 3 4 5 6 Ejecución y seguimiento de procesos de devolución	Ejecutar las devoluciones a los proveedores, de toda mercadería próxima a vencer según políticas vigentes.	N/Remisión	240	71	73	68	212	88%	
	Remitir mercadería a Sucursales por estar fuera de política.	N/Remisión	30	6	5	5	16	53%	
	Ejecutar los controles de ingresos de mercadería a Bodega 27	N/Remisión	600	111	126	122	359	60%	
	Ejecutar las devoluciones de mercadería a domicilio a los proveedores.	N/Remisión	15	0	0	0	0	0%	Se aprovechó otras rutas de motoristas
	Ejecutar ingresos por pago, a notas de remisión por devolución a proveedores	Reporte	45	14	12	12	38	84%	
	Seguimiento de recepción de mercadería en bodega 27 por sucursal	Reporte	3	1	1	1	3	100%	

Elaborado por:
 Luis Eduardo Carballo
 Ingeniero
 Jefe de Abastecimiento



Visto Bueno:
 Oscar Ayala
 Licenciado
 Gerente Comercial



Autorizado
 Armida Aguilar
 TCnel. Maria Armida Aguilar Rodriguez
 Gerente General

CENTRO FARMACEUTICO DE LA FUERZA ARMADA
PLAN OPERATIVO ANUAL
EVALUACION DE SEGUIMIENTO TRIMESTRAL
PERIODO: JULIO - SEPTIEMBRE

DEPARTAMENTO: **ABASTECIMIENTO**
 GERENCIA: **COMERCIAL**

Objetivo	Actividad	Unidad de Medida	Meta programada (JUL-SEP)	JUL	AGO	SEP	TOTAL	% de ejecución	Observación
1 2 3 4 5 Planificar, ejecutar y dirigir las actividades del Departamento de Abastecimiento.	Elaborar Presupuesto Anual del Departamento de Abastecimiento para la gestión 2015.	Presupuesto	1			1	1	100%	
	Elaborar Plan Operativo Anual de Departamento de Abastecimiento para la gestión 2015.	POA 2014	1			1	1	100%	
	Verificar cumplimiento del Plan Operativo 2014.	Seguimiento al POA 2014	1			1	1	100%	
	Actualización y mejora de manuales de procesos internos del Departamento de Abastecimiento.	Manual	0					N/A	
	Comunicar lineamientos e instrucciones giradas por la Gerencia Comercial, al personal del departamento.	Reporte	3	1	1	1	3	100%	
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 Ejecución y seguimiento de procesos operativos de abastecimiento.	Elaborar Informes de Recepción de las compras de mercadería recibida a los proveedores.	Reporte	900	432	201	380	1013	113%	
	Ejecutar ingresos por bonificación, por producto en regalía fuera de ordenes y solicitudes de compra	Reporte	15	3	1	2	6	40%	
	Codificación de productos con código de barra, de ingresos por compras locales.	Rollos	270	44	35	63	142	53%	
	Ejecutar los controles de salidas de mercadería de Bodega General a sucursales.	N/Remisión	3600	1020	664	1044	2728	76%	
	Ejecutar anulación de notas de remisión por errores en el proceso de ambas bodegas.	N/Remisión	75	14	6	22	42	56%	
	Seguimiento de mercadería remisionada por sucursal	Reporte	3	1	1	1	3	100%	
	Seguimiento de volumen y paquetería en envíos de mercadería hacia sucursales	Reporte	3	1	1	1	3	100%	
	Seguimiento de casos especiales (productos nuevos, rotación, alta rotación, etc.)	Reporte	1	0	0	0	0	0%	Pendiente para fin de año.
	Control de Inventarios de bodega general para la identificación de mercadería con sobre existencia, faltantes, sobrantes, y otros, para la oportuna toma de decisiones.	Reporte	0	1	0	0	0	+100%	Reprogramado de Junio 2014.
	Ejecutar cuadros de distribución de las necesidades de abastecimiento según rotación y existencias en sucursales	Cuadro	750	260	142	219	621	83%	
	Elaborar las solicitudes de compra de acuerdo a las existencias, necesidades y rotación de los productos	Reporte	1100	335	219	369	923	84%	
1 2 3 4 5 6 Ejecución y seguimiento de procesos de devolución	Ejecutar las devoluciones a los proveedores, de toda mercadería próxima a vencer según políticas vigentes.	N/Remisión	240	80	72	89	241	100%	
	Remitir mercadería a Sucursales por estar fuera de política.	N/Remisión	30	35	24	36	95	317%	
	Ejecutar los controles de ingresos de mercadería a Bodega 27	N/Remisión	600	120	132	175	427	71%	
	Ejecutar las devoluciones de mercadería a domicilio a los proveedores.	N/Remisión	15	1	0	0	1	7%	Se aprovechó otras rutas de motoristas
	Ejecutar ingresos por pago, a notas de remisión por devolución a proveedores	Reporte	45	15	6	11	32	71%	
	Seguimiento de recepción de mercadería en bodega 27 por sucursal	Reporte	3	1	1	1	3	100%	


 Elaborado por:
Luis Eduardo Carballo
 Ingeniero
 Jefe de Abastecimiento


 Visto Bueno:
Oscar Ayala
 Licenciado
 Gerente Comercial


 Autorizado:
María Armida Aguilar
 TCnet
 Gerente General

CENTRO FARMACEUTICO DE LA FUERZA ARMADA
PLAN OPERATIVO ANUAL
EVALUACION DE SEGUIMIENTO TRIMESTRAL
PERIODO: OCTUBRE - DICIEMBRE 2014

DEPARTAMENTO: **ABASTECIMIENTO**
 GERENCIA: **COMERCIAL**

Objetivo	Actividad	Unidad de Medida	Meta programada (OCT-DIC)	OCT	NOV	DIC	TOTAL	% de ejecución	Observación	
Planificar, ejecutar y dirigir las actividades del Departamento de Abastecimiento.	Elaborar Presupuesto Anual del Departamento de Abastecimiento para la gestión 2015.	Presupuesto								
	Elaborar Plan Operativo Anual de Departamento de Abastecimiento para la gestión 2015.	POA 2014								
	Verificar cumplimiento del Plan Operativo 2014.	Seguimiento al POA 2014	1			1	1	100%		
	Actualización y mejora de manuales de procesos internos del Departamento de Abastecimiento.	Manual	1		1			100%		
	Comunicar lineamientos e instrucciones giradas por la Gerencia Comercial, al personal del departamento.	Reporte	3	1	1	1	3	100%		
Ejecución y seguimiento de procesos operativos de abastecimiento.	Elaborar Informes de Recepción de las compras de mercadería recibida a los proveedores.	Reporte	900	283	257	123	663	74%		
	Ejecutar ingresos por bonificación, por producto en regalía fuera de ordenes y solicitudes de compra	Reporte	15		2		2	13%		
	Codificación de productos con código de barra, de ingresos por compras locales.	Rollos	270	20	17	10	47	17%		
	Ejecutar los controles de salidas de mercadería de Bodega General a sucursales.	N/Remisión	3600	1173	767	814	2754	77%		
	Ejecutar anulación de notas de remisión por errores en el proceso de ambas bodegas.	N/Remisión	75	12	13	10	35	47%		
	Seguimiento de mercadería remisionada por sucursal	Reporte	3	1	1	1	3	100%		
	Seguimiento de volumen y paquetería en envíos de mercadería hacia sucursales	Reporte	3	1	1	1	3	100%		
	Seguimiento de casos especiales (productos nuevos, rotación, alta rotación, etc.)	Reporte	1	0	0	1	1	100%		
	Control de Inventarios de bodega general para la identificación de mercadería con sobre existencia, faltantes, sobrantes, y otros, para la oportuna toma de decisiones.	Reporte	1	0	0	1	1	100%		
	Ejecutar cuadros de distribución de las necesidades de abastecimiento según rotación y existencias en sucursales	Cuadro	750	232	208	194	634	85%		
	Elaborar las solicitudes de compra de acuerdo a las existencias, necesidades y rotación de los productos	Reporte	1100	262	313	130	705	64%		
	Ejecución y seguimiento de procesos de devolución	Ejecutar las devoluciones a los proveedores, de toda mercadería próxima a vencer según políticas vigentes.	N/Remisión	240	77	63	78	218	91%	
		Remitir mercadería a Sucursales por estar fuera de política.	N/Remisión	30	10	5	18	33	110%	
Ejecutar los controles de ingresos de mercadería a Bodega 27		N/Remisión	600	190	258	108	556	93%		
Ejecutar las devoluciones de mercadería a domicilio a los proveedores.		N/Remisión	15		2		2	13%	Se aprovechó otras rutas de motoristas	
Ejecutar ingresos por pago, a notas de remisión por devolución a proveedores		Reporte	45	18	1	12	31	69%		
Seguimiento de recepción de mercadería en bodega 27 por sucursal		Reporte	3	1	1	1	3	100%		



Elaborado por:
Luis Eduardo Carballo
 Ingeniero
 Jefe de Abastecimiento

Carlos Argueta



Visto Bueno,
Oscar Ayala
 Licenciado
 Gerente Comercial



Autorizado
Maria Armida Aguilar
 Gerente General

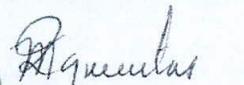
CENTRO FARMACÉUTICO DE LA FUERZA ARMADA
PLAN OPERATIVO ANUAL
EVALUACION DE SEGUIMIENTO TRIMESTRAL
PERIODO: ENERO - MARZO 2014

GERENCIA: COMERCIAL
 ÁREA: VENTAS

OBJETIVOS/PROPÓSITOS	ACTIVIDADES	UNIDAD DE MEDIDA	Meta Programada	Meta ejecutada	% de ejecución	OBSERVACIONES
Implementar estrategias de venta que permitan generar mayores ingresos y desplazamiento de productos en el mercado farmacéutico a publico general.	Verificar cumplimiento de Plan de Trabajo 2014.	Seguimiento al POA 2014	1	1	100%	
	Elaborar cronograma de trabajo para la autorización de apertura de Sucursales, evaluar las necesidades de recursos y equipo, realizar los procesos de requisición a UACI y su recepción.	Cronograma	2	2	100%	
	Desarrollar jornadas médicas	Informe	1	3	300%	
	Sostener reuniones de trabajo con proveedores, orientadas a fortalecer las relaciones comerciales	Informe	12	25	208.33%	
Monitorear la eficiencia y eficacia del personal de ventas.	Evaluar el conocimiento del personal de sucursales en relacion a la gestión de ventas, mediante evaluaciones por escrito.	Evaluación	20	20	100%	
	Realizar supervisiones a las diferentes Sucursales de Venta orientadas a verificar la correcta aplicación de los procesos administrativos de trabajo.	Informe	12	34	283.33%	
Efectual seguimiento al comportamiento de las ventas.	Monitorear el movimiento de ventas a través de sistema INFOS WEB.	Reporte	3	3	100%	
Gestionar el pago de comisiones al personal de sucursales.	Elaboración de informe de cumplimiento de metas por Sucursal para determinar pago de comisión por venta.	Documento	3	0	0	De acuerdo a instrucciones emanadas por Consejo Directivo, en reunión 07ABR014 las comisiones para el personal de sucursales serán retribuidas hasta que sean alcanzadas las metas.

Revisado por: 
 Licda. Luz Marina Salgado
 Gerente Comercial



Autorizado por: 
 Tcnal. Maria Armida Aguilar Rodriguez
 Gerente General



CENTRO FARMACÉUTICO DE LA FUERZA ARMADA
PLAN OPERATIVO ANUAL
EVALUACION DE SEGUIMIENTO TRIMESTRAL
PERIODO: ABRIL - JUNIO 2014

GERENCIA: COMERCIAL
 ÁREA: VENTAS

OBJETIVOS/PROPÓSITOS	ACTIVIDADES	UNIDAD DE MEDIDA	Meta Programada	Meta ejecutada	% de ejecución	OBSERVACIONES
Implementar estrategias de venta que permitan generar mayores ingresos y desplazamiento de productos en el mercado farmacéutico a público general.	Verificar cumplimiento de Plan de Trabajo 2014.	Seguimiento al POA 2014	1	1	100	Actividad ejecutada
	Sostener reuniones de trabajo con proveedores, orientadas a fortalecer las relaciones comerciales.	Informe	12	44	367%	Actividad ejecutada
Monitorear la eficiencia y eficacia del personal de ventas.	Realizar supervisiones a las diferentes Sucursales de Venta orientadas a verificar la correcta aplicación de los procesos administrativos de trabajo.	Informe	12	12	100%	Actividad ejecutada
Monitorear la eficiencia y eficacia del personal de ventas.	Realizar un análisis de cumplimiento de metas de ventas mensuales de las Sucursales.	Informe	1	0	0%	Actividad no ejecutada, ya que el Departamento de Ventas se encuentra sin Jefatura.
Efectuar seguimiento al comportamiento de las ventas.	Monitorear el movimiento de ventas a través de sistema INFOS WEB.	Reporte	3	3	100%	Actividad ejecutada
Gestionar el pago de comisiones al personal de sucursales.	Elaboración de informe de cumplimiento de metas por Sucursal para determinar pago de comisión por venta.	Documento	3	0	0%	De acuerdo a instrucciones emanadas por Consejo Directivo, en reunión 07ABR014 las comisiones para el personal de sucursales serán retribuidas hasta que sean alcanzadas las metas.

Revisado por:

[Firma]
 Lic. Oscar Ayala
 Gerente Comercial



Autorizado por:

[Firma]
 Cnef. María Armida Aguilar Rodríguez
 Gerente General



CENTRO FARMACÉUTICO DE LA FUERZA ARMADA
PLAN OPERATIVO ANUAL
EVALUACION DE SEGUIMIENTO TRIMESTRAL
PERIODO: JULIO - SEPTIEMBRE 2014

GERENCIA: COMERCIAL
 ÁREA: VENTAS

OBJETIVOS/PROPÓSITOS	ACTIVIDADES	UNIDAD DE MEDIDA	Meta Programada	Meta ejecutada	% de ejecución	OBSERVACIONES
Implementar estrategias de venta que permitan generar mayores ingresos y desplazamiento de productos en el mercado farmacéutico a público general.	Elaborar el Presupuesto Anual de Ventas para la gestión 2015.	Presupuesto 2015	1	1	100%	El presupuesto fue
	Elaborar el Plan de Trabajo Anual del Departamento de Ventas para la gestión 2015.	POA 2015	1	1	100%	Actividad ejecutada
	Verificar cumplimiento de Plan de Trabajo 2014.	Seguimiento al POA 2014	1	1	100%	Actividad ejecutada
	Sostener reuniones de trabajo con proveedores, orientadas a fortalecer las relaciones comerciales.	Informe	12	14	117%	Actividad ejecutada
Monitorear la eficiencia y eficacia del personal de ventas.	Evaluar el conocimiento del personal de sucursales en relación a la gestión de ventas, mediante evaluaciones por escrito	Evaluación	20	20	100%	Actividad ejecutada
	Realizar supervisiones a las diferentes Sucursales de Venta orientadas a verificar la correcta aplicación de los procesos administrativos de trabajo.	Informe	12	12	100%	Actividad ejecutada
Efectuar seguimiento al comportamiento de las ventas.	Monitorear el movimiento de ventas a través de sistema INFOS WEB.	Reporte	3	3	100%	Actividad ejecutada
Gestionar el pago de comisiones al personal de sucursales.	Elaboración de informe de cumplimiento de metas por Sucursal para determinar pago de comisión por venta.	Documento	0	0	0%	De acuerdo a instrucciones emanadas por Consejo Directivo, en reunión 07ABR014 las comisiones para el personal de sucursales serán retribuidas hasta que sean alcanzadas las metas.

Revisado por:

Lic. Oscar Ayala
 Gerente Comercial

Autorizado por:

TCnel. María Armida Aguilar Rodríguez
 Gerente General

CENTRO FARMACÉUTICO DE LA FUERZA ARMADA
PLAN OPERATIVO ANUAL
EVALUACIÓN DE SEGUIMIENTO TRIMESTRAL
PERIODO: OCTUBRE - DICIEMBRE 2014

GERENCIA: COMERCIAL
 ÁREA: VENTAS

OBJETIVOS/PROPÓSITOS	ACTIVIDADES	UNIDAD DE MEDIDA	Meta Programada	Meta ejecutada	% de ejecución	OBSERVACIONES
Implementar estrategias de venta que permitan generar mayores ingresos y desplazamiento de productos en el mercado farmacéutico a público general.	Verificar cumplimiento de Plan de Trabajo 2014.	Seguimiento al POA 2014	1	1	100%	Actividad ejecutada
	Elaborar y proponer a Gerencia General las metas de ventas por Sucursal para gestión 2015.	Informe	1	1	100%	El 8 de diciembre se presentó ante el consejo directivo la propuesta de metas para consideración y su respectiva aprobación.
	Sostener reuniones de trabajo con proveedores, orientadas a fortalecer las relaciones comerciales.	Informe	12	12	100%	Actividad ejecutada
Monitorear la eficiencia y eficacia del personal de ventas.	Evaluar el conocimiento del personal de sucursales en relación a la gestión de ventas, mediante evaluaciones por escrito.	Evaluación	20	0	0%	Se tenía planificada para el mes de diciembre, sin embargo la reunión programada fue suspendida. Por razón de lo anterior dicha actividad no se cumplió
	Realizar supervisiones a las diferentes Sucursales de Venta orientadas a verificar la correcta aplicación de los procesos administrativos de trabajo.	Informe	12	12	100%	Actividad ejecutada
	Realizar un análisis de cumplimiento de metas de ventas mensuales de las Sucursales.	Informe	1	0	0%	Actividad no ejecutada, ya que el Departamento de Ventas se encuentra sin Jefatura.
Efectuar seguimiento al comportamiento de las ventas.	Monitorear el movimiento de ventas a través de sistema INFOS WEB.	Reporte	3	3	100%	Actividad ejecutada
Gestionar el pago de comisiones al personal de sucursales.	Elaboración de informe de cumplimiento de metas por Sucursal para determinar pago de comisión por venta.	Documento	3	0	0%	De acuerdo a instrucciones emanadas por Consejo Directivo, en reunión 07ABR014 las comisiones para el personal de sucursales serán retribuidas hasta que sean alcanzadas las metas.

Revisado por:

Oscar Ayala
 Lic. Oscar Ayala
 Gerente Comercial



Autorizado por:

TCnel. María Armida Aguilar Rodríguez
 Gerente General