



No.	Objetivo	Actividad	Unidad de Medida	Meta programada	Meta ejecutada	% de ejecución	Observación
1	Planificar y ejecutar actividades del Departamento de Mercadeo	2	Documento	2	2	100%	
		3	Documento	1	1	100%	Se presento presupuesto 2021 en conjunto con Plan de Mercadeo y Ventas 2021
		4	Documento	3	3	100%	Se realizo sondeo de mercado en Metrosur, Atunachipán, Lourdes y zona del IPSFA.
		1	Requisition	2	2	100%	Se continuo con pautas de Radio y se solicito autorizacion para pautas en TV pero no fue autorizado por CD
2	Proyectar la marca CEFAFA, A traves de diferentes medios publicitarios para impulsar un posicionamiento de marca a nivel nacional.	2	Solicitud de Cheque / Pago Electronico	3	3	100%	Se ha pautado cada mes en Facebook e Instagram
		1	Documento	3	3	100%	Se ha solicitado autorizacion para diversas promociones ademas de rifas en redes sociales de productos nuevos
3	Posicionar la marca a traves de actividades POP que abonen a la campaña de medio masivos y alternativos	2	Requisition	1	1	100%	Se solicito la compra de los promocionales que no se pudieron adquirir en los meses pasados pero solo se adjudicaron agendas y calendarios
		3	Documento	3	3	100%	En coordinacion con proveedores
4	Apoyar la presencia de marca con la imagen comercial del CEFAFA	1	Documento	1	0	0%	No se han aperturado sucursales nuevas
		2	Documento	1	1	100%	Se realizo jornada medica y activacion de marca en Ministerio de la Defensa
		3	Documento	3	3	100%	
		4	Documento	4	4	100%	



SILVANA LEIVA GONZALEZ
LICENCIADA
JEFE DE MERCADEO

Silvana Leiva Gonzalez



CARLOS ALBERTO BELLOSO CAMPOS
LICENCIADO
GERENTE COMERCIAL / EN FUNCIONES

Carlos Alberto Belloso Campos



EDGAR ALAYZARO
CAP. Y MAR.
GERENTE GENERAL

Edgar Alayzaro

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

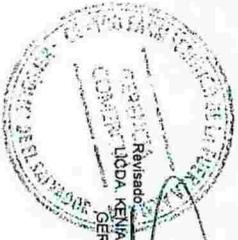
GERENCIA: Comercial
AREA: Departamento de Mercadeo
PERIODO: 2020



No.	OBJETIVOS/PROPOSITOS	No.	ACTIVIDADES	META ANUAL	UNIDAD DE MEDIDA	META MENSUAL												PRESUPUESTO	OBSERVACIONES	
						ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC			
1	Planificar y ejecutar actividades del Departamento de Mercadeo	1	Elaborar Plan de Trabajo Anual del Departamento de Mercadeo para la gestión 2021	1	Documento															
		2	Verificar cumplimiento de Plan de Trabajo del Departamento de Mercadeo 2020	4	Documento				1											
		3	Elaborar el presupuesto anual para el funcionamiento del Departamento de Mercadeo 2020	1	Documento															
		4	Elaboración de estudios de mercado (Sondeos, Competencia, precios, promociones, ...)	12	Documento															
2	Proyectar la marca CEFARFA, a través de diferentes medios publicitarios para impulsar un posicionamiento de marca a nivel nacional	1	Gestionar la compra de espacios publicitarios en medios masivos (TV, radio, entre otros)	8	Requisición															
		2	Gestionar la compra de espacios publicitarios en medios alternativos (redes sociales, mailmarketing, entre otros)	12	Solicitud de Cheque/Pago electrónico															
		1	Crear promociones para cliente público que ayuden a la venta de las diversas Sucursales.	12	Documento															
		2	Gestionar la elaboración de artículos promocionales de stock para el Departamento de Mercadeo con el fin de apoyar en diferentes actividades de Impulsación, jornadas y pastochinos.	3	Requisición															
3	Posicionar la marca a través de actividades POP que abonen a la campaña de medio masivos y alternativos	3	Calendrar Impulsaciones, Jornadas Medicas y/o activaciones de marca en las diferentes salas de venta	12	Documento															
		1	Apertura de nuevas sucursales que incluya la imagen estandarizada del CEFARFA	2	Documento															
		2	Actividades promocionales que abonen a la presencia de la marca del CEFARFA (perifoneo móvil y estatico, activación globo regional, ...)	4	Documento															
		4	Actividades promocionales que abonen a la presencia de la marca del CEFARFA, en Unidades Militares	4	Documento															
4	Apoyar la presencia de marca con la imagen comercial del CEFARFA	4	Gestionar compra de rótulos para estandarizar la nueva imagen en todas las sucursales (presentes y nuevas)	4	Requisición															
		5	Implementación de programa de Fidelización	1	Documento															
																		\$124,238.55		



Elaborado por: *Araceli Calderon*
LIDDA, ARIGAIL, CULIADY CALDERON
JEFE DE MERCADERO



Revisado: *Kenia Xochilt Avelar de Parada*
LIDDA, KENIA XOCHILT AVELAR DE PARADA
GERENTE COMERCIAL



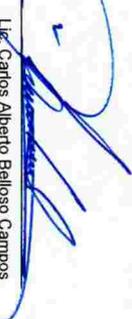
Gerente General: *Waf Rogar Alvarero*
CABE Y WAF ROGAR ALVARERO
GERENTE GENERAL DE CEFARFA

CUARTO SEGUIMIENTO
 CENTRO FARMACÉUTICO DE LA FUERZA ARMADA
 PLAN OPERATIVO ANUAL
 EVALUACION DE SEGUIMIENTO TRIMESTRAL
 PERIODO: OCTUBRE-DICIEMBRE 2020

No.	OBJETIVOS/PROPOSITOS	No.	ACTIVIDADES	UNIDAD DE MEDIDA	META PROGRAMADA	META EJECUTADA	% DE EJECUCIÓN	OBSERVACIONES
1	Planificar, controlar, ejecutar y dirigir las actividades del Departamento.	1	Elaborar Presupuesto Anual del Departamento de Abastecimiento para la gestión 2021.	Presupuesto	1	1	100%	Se cumplió según lo proyectado.
		2	Elaborar Plan Operativo Anual de Departamento de Abastecimiento para la gestión 2021.	POA	1	1	100%	Se cumplió según lo proyectado.
		3	Verificar cumplimiento del Plan Operativo 2020.	Informe	1	1	100%	Se cumplió según lo proyectado.
2	Ejecución y seguimiento de procesos.	1	Elaborar Informes de Recepción de las compras de mercadería recibida a los proveedores.	Reporte de Ingreso	900	519	58%	Hubo una disminución según lo proyectado.
		2	Ejecutar Ingresos por bonificación, por producto fuera de ordenes y solicitudes de compra.	Reporte de Ingreso	6	2	33%	Ha disminuido, debido a que las bonificaciones vienen reflejadas en la orden de compra.
		3	Ejecutar los controles de salidas de mercadería de Bodega General (a sucursales)	N/Remisión revisada	3000	2146	72%	Hubo una disminución según lo proyectado.
		4	Ejecutar anulación de notas de remisión por errores en el proceso de ambas bodegas.	N/Remisión	60	49	82%	Hubo una disminución según lo proyectado.
		5	Seguimiento de envíos y recolección de mercadería.	Reporte de envíos	3	3	100%	Se cumplió según lo proyectado.
		6	Control de Inventarios de bodega general para la identificación de mercadería con diferencias.	Reporte.	1	1	100%	Se cumplió según lo proyectado.
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	210	158	75%	Hubo una disminución según lo proyectado.
		2	Remitr mercadería a Sucursales por estar fuera de política.	N/Remisión	45	70	156%	Aumento, debido a que las sucursales enviaron productos anticipadamente y otros fuera del tiempo establecido.
		3	Ejecutar los controles de ingresos de mercadería a Bodega 27	N/Remisión	600	453	76%	Hubo una disminución según lo proyectado.
		4	Ejecutar las devoluciones de mercadería a domicilio a los proveedores.	N/Remisión	15	8	53%	Hubo una disminución según lo proyectado.
		5	Ejecutar Ingresos por pago, a notas de remisión por devolución a proveedores.	Reporte de ingreso	45	59	131%	Hubo un aumento según lo proyectado.

Elaborado por: 
 Coordinador de Bodega



Revisado: 
 Gerente Comercial en Funciones



Vo. Bo. 
 Gerente General



CENTRO FARMACÉUTICO DE LA FUERZA ARMADA
PLAN OPERATIVO ANUAL
 EVALUACION DE SEGUIMIENTO TRIMESTRAL
 PERIODO: OCTUBRE - DICIEMBRE 2020

GERENCIA: COMERCIAL
 AREA: DEPARTAMENTO DE COMPRAS COMERCIALES
 PERIODO: 2020

No.	OBJETIVO/PROPOSITOS	No.	ACTIVIDADES	UNIDAD DE MEDIDA	META PROGRAMADA	META EJECUTADA	% DE EJECUCION	OBSERVACIONES
1	Realizar las compras de medicamentos, insumos médicos y productos de conveniencia, negociando con los proveedores la condición en la compra para mantener o mejorando la rentabilidad de los productos adquiridos.	1	Recibir solicitudes de compras de análisis de demanda	Reporte	800	800	100%	El abastecimiento a las sucursales está siendo acorde a las demandas de las mismas y en respuesta al informe de venta perdida, asimismo, se ha solicitado la redistribución de los productos de baja rotación.
		2	Solicitar cotizaciones a los proveedores	Reporte	1,600	1,600	100%	Se realizaron igual número de solicitudes de cotización a los proveedores referente principal la demanda.
		3	Recibir y Evaluar las cotizaciones que cumplan con las condiciones de compras requeridas en las solicitudes.	Reporte	1,600	1,600	100%	En promedio se reciben dos cotizaciones para evaluar la mejor oferta.
		4	Realizar proceso de Compras Comerciales y ejecución del Presupuesto asignado a Compras Comerciales.	Asignación Presupuestaria	3	3	100%	Se ha manejado un control presupuestario para determinar las compras comerciales, a fin de priorizar los requerimientos según la demanda de las sucursales (venta).
2	Adquirir productos nuevos para el abastecimiento de las Sales de Ventas en coordinación con ventas, mercado y análisis de demanda	1	Procesar formularios de productos nuevos, armados por diferentes áreas.	Informes	3	3	100%	Se han incorporado nuevos productos los cuales han sido requeridos en el informe de venta perdida, asimismo productos que son comercializados en las otras cadenas de farmacias y CEFAFA aún no contaba con estos.
		1	Realizar reuniones periódicas con los proveedores para mejorar precios, escalas de bonificaciones, porcentajes de descuentos que generen mayor rentabilidad.	Informes	6	6	100%	Se ha realizado presentación de nuevos productos, actualización de catálogo de productos, ampliación del banco de proveedores.
		2	Instaurar una alianza comercial que permita trasladar beneficios adicionales a los consumidores.	Actas	3	2	67%	Se han realizado activaciones con programas de fidelización de los laboratorios para beneficios de los consumidores, mejoras en las escalas de descuentos y bonificaciones, y negociación con proveedor para entrega de producto en consignación.
3	Realizar negociaciones estratégicas-comerciales con los proveedores, a fin de mejorar las precios, estrategias en el mercado, porcentajes de descuento que permitan un mayor margen de rentabilidad en los Productos.	3	Buscar solucionar problemas referente a productos pronto a vencerse, asimismo aquellos que no han sido rotados en los últimos 3 meses.	Actas	3	3	100%	Se han coordinado devoluciones con los proveedores a fin de realizar cambio por cambio de productos o devolución de productos antes del cumplimiento de la política de devolución.
		1	Implementar y mantener actualizado el banco de los proveedores para tener más opciones de compra.	Informes	1	1	100%	Se ha realizado actualización de banco de proveedores para ampliar y contar con más opciones.
4	Realizar un registro de datos que nos permitan tener opciones de compras.	1	Mantener en digital y fiscalmente los expediente completos de las ordenes de compras generadas por mes y por correlativo.	Reportes	3	3	100%	Se han mantenido por digitalizado y fiscalmente los expediente completos de las ordenes de compras generadas por correlativo por mes.
5	Realizar digitalización de archivo de expediente de ordenes de compra	1		Reportes	3	3	100%	



Elaborado:
Reynaldo Alexander Martínez Erazo
 Lcdo.
 Jefe de Compras Comerciales



Revisado:
Carlos Alberto Betts Campos
 Lcdo.
 Gerente Comercial en Funciones



Autorizado:
Edgar Inés Avayero Santos
 CAR. Y/MAF
 Gerente General



CENTRO FARMACEUTICO DE LA FUERZA ARMADA
PLAN OPERATIVO ANUAL



No.	OBJETIVOS/PROPOSITOS	No.	ACTIVIDADES	META ANUAL	UNIDAD DE MEDIDA	META MENSUAL												PRESUPUESTO	OBSERVACIONES			
						ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC					
1	Planificar, Organizar, Dirigir y Monitorear la gestión y seguimiento efectivo a las ventas que permita el alcance de las metas y objetivos institucionales	1	Elaborar el Presupuesto anual de Ventas para la Gestión 2021.	1	Presupuesto																Elaborado en base al comportamiento de ventas anual de las sucursales.	
		2	Elaborar y proponer a la Gerente General y Consejo Directivo las metas para la gestión 2021	1	Metas																	En coordinación con Gerente Comercial.
		3	Sostener reunión de trabajo con Jefes de las diferentes Sucursales del CEFAFA	9	Actas	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	\$239,807.72	En coordinación con las Sucursales y coordinadores.
		4	Sostener reunión de trabajo con Dependientes de las diferentes Sucursales del CEFAFA	3	Actas			1				1				1						En coordinación con las Sucursales y coordinadores.
		5	Verificar el cumplimiento del POA	4	Documento			1				1				1				1		En coordinación con coordinadores.
2	Monitorear el cumplimiento de las Metas	1	Realizar supervisiones a través de los coordinadores comerciales a las diferentes sucursales, enfocadas a mejoras de abastecimiento, atención al cliente e imagen sucursal.	96	Informes	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	\$239,807.72	Las supervisiones serán ejecutadas por los coordinadores como mínimo 1 veces al mes, elaborando un informe mensual.	
		2	Realizar un análisis del cumplimiento de las metas de ventas mensuales de las Sucursales	12	Informes	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		En coordinación con los coordinadores comerciales de ventas	
		4	Realizar capacitaciones con proveedores, jefes de farmacia y dependientes, a fin de conocer sobre los productos que se comercializan.	12	Informes	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		En coordinación con las áreas involucradas
		1	Capacitaciones para Jefes y Dependientes de Servicio al cliente y sobre otros conocimientos.	4	Informes	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		En coordinación con los coordinadores comerciales y Jefe de Ventas
3	Realizar actividades orientadas al desarrollo del personal de Sucursales	2	Realizar evaluaciones sobre el cumplimiento en aspectos de asuntos regulatorios por parte de la DNM.	12	Informes	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	\$239,807.72	Esta labor es desarrollada por los regentes externos, reportándolo a los coordinadores comerciales		
		3	Evaluación de desempeño de personal.	2							1								1		En conjunto con coordinadores comerciales	
				156																	\$ 719,423.16	

Elaborado por:
Lic. José Arnaldo Campos
Jefe de Ventas Comerciales en Funciones

Revisado:
Licda. Kenia Kochi de Parada
Gerente Comercial

Edgar Moisés Alvarero Santos
Cap. y MAF
Gerente General



**CENTRO FARMACÉUTICO DE LA FUERZA ARMADA
EVALUACIÓN DE SEGUIMIENTO TRIMESTRAL
PLAN OPERATIVO ANUAL 2020**

PERÍODO: OCTUBRE, NOVIEMBRE Y DICIEMBRE 2020

Hoja 1



**GERENCIA COMERCIAL
ÁREA: DEPARTAMENTO DE VENTAS CORPORATIVAS.**

No.	OBJETIVOS/PROPOSITOS	No.	ACTIVIDADES	UNIDAD DE MEDIDA	META PROGRAMADA	UNIDAD EJECUTADA	% DE EJECUCIÓN TRIMESTRAL	OBSERVACIONES
1	Planificar, Organizar y apoyar el alcance de metas de venta de las Sucursales de CEFAFA, mediante la fidelización de nuevos clientes corporativos	1	Elaborar el Presupuesto Anual de Ventas Corporativas para la gestión 2020.		1	1	100%	Se realizó conforme a lo programado
		2	Elaborar el Plan de Trabajo Anual del Departamento de Ventas Corporativas para la gestión 2020	Informe	1	1	100%	
		3	Verificar cumplimiento del Plan de Trabajo 2020 del Departamento de Ventas Corporativas		1	1	100%	
2	Reforzar la atención a clientes corporativos mediante la atención personalizada, realizando ventas comerciales con clientes frecuentes, temporales o permanentes.	1	Elaboración de cotizaciones a precios competitivos a clientes corporativos	Cotización	150	17	11%	Se realizó mantenimiento de cuenta SSS, seguimiento a negociaciones de 4 cartas nuevas en el mes de diciembre.
		2	Monitoreo constante de los medios de comunicación escritos o electrónicos para la participación en licitaciones en cualquiera de sus modalidades.		240	240	100%	
		3	Realizar visitas o llamadas a diferentes empresas e instituciones gubernamentales para fidelizarlos mediante convenios.	Bitácora de seguimiento	50	20	40%	
		4	Gestionar el seguimiento a los clientes corporativos de convenios institucionales.		3	15	20%	
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.	1	Envío de material de apoyo publicitario para Clientes Corporativos	Correos y Carpeta ejecutiva	15	15	100%	No se realizaron jornadas médicas ni eventos institucionales ante la prohibición por parte del MINSAL en aglomeración de personas por emergencia COVID-19
		2	Realizar actividades institucionales que fomenten la identidad corporativa.	Informe de Actividad	3	0	0%	

Lidia Arriaga Cañas Suárez,
 Jefe de Dpto. Vtas. Corporativas

Gerente Comercial en Funciones

Edgardo-Alvares,
 Capitán y Mgr. Gerente General

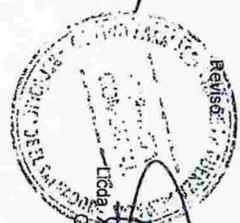
ANEXO "A"
CENTRO FARMACEUTICO DE LA FUERZA ARMADA
PLAN OPERATIVO ANUAL

GERENCIA: Comercial
 AREA: Corporativa
 PERIODO: 2020

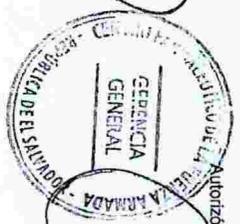
No.	OBJETIVOS/PROPOSITOS	No.	ACTIVIDADES	META ANUAL	UNIDAD DE MEDIDA	META MENSUAL												PRESUPUESTO	OBSERVACIONES		
						ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC				
3																					
2			*Realizar actividades que fomentan la identidad corporativa (jornadas médicas, eventos de salud y actividades de fidelización con clientes corporativos.	48	Informe de Actividad	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4			\$10,530.40



Licda. Ana Carolina Carreras
 Jefe de Ventas Corporativas



Licda. Yochitl Avila de Parada
 Gerente Comercial



Edgar Moisés Navayo Santos
 Gerente General



CENTRO FARMACEUTICO DE LA FUERZA ARMADA
PLAN OPERATIVO ANUAL
EVALUACION DE SEGUIMIENTO TRIMESTRAL
PERIODO: OCTUBRE-DICIEMBRE 2020



GERENCIA: COMERCIAL
 PERIODO: CUARTO TRIMESTRE OCTUBRE- DICIEMBRE 2020

N°	Objetivo	N°	Actividad	Unidad de Medida	Meta programada	Meta ejecutada	% de ejecución	Observación
1	Coordinar, ejecutar y controlar todas las actividades comerciales planificadas por los Departamentos de la Gerencia Comercial y verificar que cuenten con las herramientas e insumos necesarios para el cumplimiento de las metas de venta.	1	Ejecutar el seguimiento de las actividades del POA de cada uno de los Departamentos que conforman la Gerencia Comercial.	Informe	1	1	100%	Se dio el seguimiento de acuerdo a lo planificado por cada uno de los Departamentos de la Gerencia Comercial, de julio a septiembre del 2020, con los limitantes por la Pandemia por COVID-19.
		2	Coordinar y monitorear la ejecución de estrategias de venta que promuevan una proyección de crecimiento eficaz, a través de alianzas con clientes corporativos y/o convenios comerciales.	Informe	1	1	100%	Se firmo convenio con IPSFA, el cual entrará en vigencia en 2021
		3	Ejecutar acciones comerciales que promuevan la fidelización de clientes actuales y nuevos con lo cual se obtenga el posicionamiento de la marca CEFARFA.	Informe	3	0	0%	No se realizó nada por tema pandemia
		4	Coordinar la incorporación de productos nuevos que amplíen el inventario del CEFARFA para la entrega oportuna a la necesidad de clientes, así como coordinar un abastecimiento eficiente que genere mayor nivel de ventas en las sucursales.	Informe	1	1	100%	Se realizó alianza estratégica con Riata Linea Babaria, a través de "Compras Comerciales" en coordinación con Mercado y Ventas, realizando la incorporación de códigos de productos nuevos entre medicamentos y productos de conveniencia.
		5	Ejecutar el seguimiento de estandarización de imagen externa de sucursales del CEFARFA	Informe	0	0	0%	No se pasaron propuestas en el cuarto trimestre 2020.
		6	Ejecutar negociaciones con proveedores, a fin de obtener un mayor margen de rentabilidad para el CEFARFA.	Informe	1	1	100%	Se han realizado mejoras en las escalas de descuento y bonificaciones
		7	Provisionar gastos en personal así como Bienes y servicios, del presupuesto de CEFARFA	Informes	0	0	0%	No se pasaron propuestas en el cuarto trimestre 2020.
		8	Elaborar y proponer a la Gerencia General y Consejo Directivo proyectos o estrategias de aperturas o reubicación de Sucursales.	Informe	0	0	0%	No se pasaron propuestas en el cuarto trimestre 2020.



Elaborado por:
 Lic. Carlos Alberto Belioso Campos
 Gerente Comercial en funciones

Autorizado por:



Cap. YMAF Edgar Alvarado Santos
 Gerente General

