

CENTRO FARMACÉUTICO DE LA FUERZA ARMADA



**SEGUIMIENTOS A POA
ENE-MAR 2021**

**GERENCIA
COMERCIAL**

CENTRO FARMACEUTICO DE LA FUERZA ARMADA
PLAN OPERATIVO ANUAL
EVALUACION DE SEGUIMIENTO TRIMESTRAL
PERIODO: ENERO-MARZO 2021

GERENCIA: COMERCIAL
 PERIODO: PRIMER TRIMESTRE ENE-MAR 2021

N°	Objetivo	N°	Actividad	Unidad de Medida	Meta programada	Meta ejecutada	% de ejecución	Observación
1	Planificar, coordinar 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	Efectuar 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 enero a marzo del 2021.
		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. Además, hacer un seguimiento eficaz y oportuno al cumplimiento de la meta de ventas establecida para las Sucursales del CEFAFA.	Informe	1	1	100%	Se esta realizando alianzas comerciales con proveedores para buscar mayor rentabilidad y dinamizar la venta en las sucursales por ejemplo: Lab. Razel se consiguió poner oferta 1+1 donde el proveedor da el más uno gratis para que se le traslade al cliente; se logró una venta de \$5,026.02 en el mes de marzo. Se asigno ventas individuales por dependiente en cada Sucursal y se le da seguimiento diariamente, para motivar y crear en nuestra fuerza de ventas compromiso de cumplimiento por medio de nuestros coordinadores.
		3	Efectuar acciones comerciales que promuevan la fidelización de clientes actuales y nuevos con lo cual se obtenga el posicionamiento de la marca CEFAFA.	Informe	3	3	100%	Se puso en marcha el proyecto de Call Center el 1° de marzo, logrando una venta de 5,868.05 en su primer mes. Se contrato una community Manager para dar seguimiento a todas las plataformas en redes sociales y posicionar nuestra marca. se ejecutó convenio con Radio Cuscatlán para poder promocionar nuestra marca en la mente de los radioescucha a partir del 1° de marzo.
		4	Coordinar la incorporación de productos nuevos que amplíen el inventario del CEFAFA 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	3	3	100%	Ejecutado a través de "Compras Comerciales" en coordinación con Mercadeo y Ventas, realizando la incorporación de códigos de productos nuevos entre medicamentos y productos de conveniencia.
		5	Efectuar el seguimiento de estandarización de imagen externa de sucursales del CEFAFA para nuevas sucursales.	Informe	1	1	0%	Se Traslado Sucursal de ahuachapán, donde se colocó los rotulos con artes actualizados.
		6	Coordinar y monitorear las acciones para la estandarización de imagen interna de todas las sucursales del CEFAFA.	Informe	1	1	100%	se realizo cambio de mobiliario en la Sucursal de ahuachapán, se sustituyeron estantes por vitrinas y se colocaron gondolas.
		7	Efectuar negociaciones con proveedores, a fin de obtener un mayor margen de rentabilidad en la adquisición de medicamentos y productos de conveniencia para su comercialización	Informes	0	0	0%	No se planifico nada para este periodo
		8	Elaborar y proponer a la Gerencia General y Consejo Directivo proyectos o estrategias de aperturas o reubicación de Sucursales.	Informe	1	1	100%	Se ejecutó traslado de Sucursal Ahuachapán el 7 de marzo de 2021

Elaborado por



Licda. Ana Arely Sigüenza de Sigüenza
 Gerente Comercial

Autorizado por: Cap. y MAF Edgar Alvarero Santos
 Gerente General





CENTRO FARMACEUTICO DE LA FUERZA ARMADA
PLAN OPERATIVO ANUAL



GERENCIA: COMERCIAL
PERIODO: 2021

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, coordinar, 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	Efectuar el seguimiento de las actividades del POA de cada una de los Departamentos que conforman la Gerencia Comercial	4	Informe				1									1						
		2	Coordinar y monitorear la ejecución de estrategias de venta que promuevan una proyección de crecimiento eficaz, a través alianzas con clientes corporativos y/o convenios comerciales.	4	Informe				1															1
		3	Efectuar acciones comerciales y mercadológicas que promuevan la fidelización de clientes actuales y nuevos, pretendiendo un buen posicionamiento de la marca CEFAFA.	12	Informe	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
		4	Coordinar la incorporación de productos nuevos que amplíen el inventario del CEFAFA para la entrega oportuna a la necesidad de clientes, así como coordinar un abastecimiento eficiente que genere mayor nivel de ventas en las sucursales.	12	Informe	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
		5	Efectuar el seguimiento de estandarización de imagen interna y externa de las sucursales del CEFAFA.	3	Informe		1					1												1
		6	Efectuar negociaciones con proveedores, a fin de obtener un mayor margen de rentabilidad en la adquisición de medicamentos y productos de conveniencia para su comercialización.	4	Informe				1				1											1
		7	Provisionar los gastos en Personal así como Bienes y Servicios, del presupuesto de Gerencia Comercial.	1	Informes																			1
		8	Elaborar y proponer a la Gerencia General y Consejo Directivo proyectos o estrategias de aperturas o reubicación de Sucursales.	4	Informe				1				1											1
TOTAL				44																			\$4.00	

Elaborado:

Lic. Carlos Alberto Belloso Campos
Gerente Comercial
(en Funciones)



Autorizado:

Edgar Moisés Amador Santos
Cap. y MAF
Gerente General





CENTRO FARMACÉUTICO DE LA FUERZA ARMADA
PLAN OPERATIVO ANUAL
 EVALUACION DE SEGUIMIENTO TRIMESTRAL
 PERIODO: ENERO - MARZO 2021

GERENCIA: COMERCIAL
 AREA: DEPARTAMENTO DE COMPRAS COMERCIALES
 PERIODO: 2021

No.	OBJETIVOS/PROPOSITOS	No.	ACTIVIDADES	UNIDAD DE MEDIDA	META PROGRAMADA	META EJECUTADA	% DE EJECUCIÓN	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 esta 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 Salas de Ventas en coordinación con ventas, mercadeo y análisis de demanda	1	Procesar formularios de productos nuevos, analizados 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.
3	Realizar negociaciones estrategias-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.	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	3	100%	Se han realizado activaciones con programas de fidelización de los laboratorios para beneficios de los consumidores, mejoras en las escalas de descuentos y bonificaciones.
		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.
4	Realizar un registro de datos que nos permiten tener opciones de compras.	1	Incrementar y mantener actualizado el banco de los proveedores para tener mas opciones de compra.	Informes	1	1	100%	Se ha realizado actualización de banco de proveedores para ampliarlo y contar con más opciones.
5	Realizar digitalización de archivo de expediente de ordenes de compra	1	Mantener en digital y físicamente los expediente completos de las ordenes de compras generadas por mes y por correlativo.	Reportes	3	3	100%	Se han mantenido por digitalizado y físicamente los expediente completos de las ordenes de compras generadas por correlativo por mes.



Elaborado:

Reynaldo Alexander Martínez Erazo
 Licdo.
 Jefe de Compras Comerciales



Revisado:

Ana Arély Siguenza de Siguenza
 Licda.
 Gerente Comercial



Autorizado:

Edgar Moisés Alvarero Santos
 Cap. y MAF
 Gerente General



CENTRO FARMACÉUTICO DE LA FUERZA ARMADA
PLAN OPERATIVO ANUAL



GERENCIA COMERCIAL
ÁREA DEPARTAMENTO DE COMPRAS COMERCIALES
PERIODO: 2021

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	Elaborar Presupuesto Anual de Compras Comerciales para la gestión 2022	1	Elaborar Presupuesto Anual de Compras Comerciales para la gestión 2022	1	Presupuesto															\$ 3.60	
2	Revisar, aprobar y dirigir las actividades del Departamento de Compras Comerciales	1	Elaborar Plan Operativo Anual de Desembolsos de Compras Comerciales para el 2022	1	POA															\$ 3.60	
3	Verificar cumplimiento del Plan Operativo Anual 2021.	4	Verificar cumplimiento del Plan Operativo Anual 2021.	4	Informes			1												\$ 14.41	
4	Actualizar y mejorar de manera de proceso interno del Departamento de Compras Comerciales.	2	Actualizar y mejorar de manera de proceso interno del Departamento de Compras Comerciales.	2	manual															\$ 7.21	
1	Realizar las compras de medicamentos, insumos médicos y productos de conveniencia, negociando con los proveedores la condición en la compra para mejorar o mejorar la rentabilidad de los productos adquiridos	3.000	1. Recibir solicitudes de compra de insumos médicos, medicamentos, insumos médicos y productos de conveniencia, negociando con los proveedores la condición en la compra para mejorar o mejorar la rentabilidad de los productos adquiridos	3.000	Reporte	300	250	250	300	250	250	250	250	250	300	250	250	250	250	\$ 554.58	
2	Realizar las compras de medicamentos, insumos médicos y productos de conveniencia, negociando con los proveedores la condición en la compra para mejorar o mejorar la rentabilidad de los productos adquiridos	6.000	2. Solicitar cotizaciones a los proveedores	6.000	Reporte	600	500	500	600	500	500	500	500	500	600	500	500	500	500	\$ 1.386.48	
3	Realizar las compras de medicamentos, insumos médicos y productos de conveniencia, negociando con los proveedores la condición en la compra para mejorar o mejorar la rentabilidad de los productos adquiridos	6.000	3. Realizar y evaluar las cotizaciones que cumplan con las condiciones de compra requeridas en las solicitudes.	6.000	Reporte	600	500	500	600	500	500	500	500	500	600	500	500	500	500	\$ 1.386.48	
4	Realizar el proceso de Compras negociadas que permitan el cumplimiento del presupuesto asignado a Compras Comerciales.	12	4. Realizar el proceso de Compras negociadas que permitan el cumplimiento del presupuesto asignado a Compras Comerciales.	12	Asignación Presupuestal	\$ 426.011,13	\$ 397.149,80	\$ 406.911,87	\$ 403.973,87	\$ 437.027,50	\$ 422.337,50	\$ 437.027,50	\$ 403.973,87	\$ 426.010,00	\$ 437.026,37	\$ 429.981,37	\$ 429.981,37	\$ 429.981,37	\$ 429.981,37	\$ 5.064.167,15	
1	Adquirir productos nuevos para el abastecimiento de las Salas de Venta en coordinación con ventas, mercado	12	1. Proceso formularios de productos nuevos, analizados por diferentes áreas.	12	Informes	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	\$ 43.24	
1	Realizar negociaciones, estrategias 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.	48	1. Realizar reuniones periódicas con los proveedores para mejorar los porcentajes de bonificación, porcentajes de descuentos que generen mayor rentabilidad	48	Informes	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	\$ 172,97	
2	Realizar un registro de datos que nos permitan tener opciones de compra	12	2. Mantener una agenda comercial que permita trabajar beneficios adicionales a los consumidores.	12	Actas	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	\$ 43,24	
3	Realizar un registro de datos que nos permitan tener opciones de compra	12	3. Buscar solucionar problemas referente a productos pronto a vencerse, asimismo aquellos que no han sido rotados en los últimos 3 meses.	12	Actas	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	\$ 43,24	
4	Realizar un registro de datos que nos permitan tener opciones de compra	12	4. Revisar consumos mensuales en buqueada de suministrar productos a tiempo	12	Informes	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	\$ 43,24	
5	Realizar un registro de datos que nos permitan tener opciones de compra	12	5. Mantener en agua y fidejante los expediente completos de las órdenes de compra generados por mes y por Contraste	12	Reportes	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	\$ 43,24	
																		\$ 5.087.902,88			

Elaborado:
 Gerente Comercial en funciones

Revisado:
 Gerente General

AutORIZADO:
 Gerente General



SEGUIMIENTO I

CENTRO FARMACÉUTICO DE LA FUERZA ARMADA
 PLAN OPERATIVO ANUAL
 EVALUACIÓN DE SEGUIMIENTO TRIMESTRAL
 PERIODO: ENERO-MARZO 2021

GERENCIA:COMERCIAL
 ÁREA: BODEGA
 PERIODO: 2021

No.	OBJETIVOS/PROPOSITOS	No.	ACTIVIDADES	UNIDAD DE MEDIDA	META PROGRAMADA	META EJECUTADA	% DE EJECUCIÓN	OBSERVACIONES
1	Planificar, controlar, ejecutar y dirigir las actividades del Área	1	Verificar cumplimiento del Plan Operativo 2021.	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	600	577	96%	Hubo una disminución según lo proyectado.
		2	Ejecutar ingresos por bonificación, por producto fuera de ordenes y solicitudes de compra	Reporte de ingreso	2	1	50%	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	2400	2278	95%	Hubo una disminución según lo proyectado.
		4	Ejecutar anulación de notas de remisión en Bodega 01 y Bodega 27.	N/Remisión	51	41	80%	Hubo una disminución según lo proyectado.
		5	Seguimiento de envíos y recolección de mercadería.	Reporte de envíos	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	195	168	86%	Hubo una disminución según lo proyectado.
		2	Remitir mercadería a Sucursales por estar fuera de política.	N/Remisión	30	32	107%	Hubo una disminución según lo proyectado.
		3	Ejecutar los controles de ingresos de mercadería a Bodega 27	N/Remisión	555	386	70%	Hubo una disminución según lo proyectado.
		4	Ejecutar las devoluciones de mercadería a domicilio a los proveedores.	N/Remisión	15	12	80%	Hubo una disminución según lo proyectado.
		5	Ejecutar ingresos por pago, a notas de remisión por devolución a proveedores	Reporte de ingreso	45	47	104%	Hubo un aumento según lo proyectado.

Elaborado por: 
 Carlos Argüeta
 Coordinador de Bodega



Revisado: 
 Licda. Arely de Sigüenza
 Gerente Comercial



Vo Bo: 
 Cap. y MAF Edgar Alvayero
 Gerente General



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

GERENCIA: COMERCIAL
 AREA: BODEGA
 PERIODO: 2021

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, controlar, ejecutar y dirigir las actividades del Área	1	Elaborar Presupuesto Anual de Bodega para la gestión 2022.	1	Informe												1	\$0,54	En coordinación con la Gerencia de área y Presupuesto.	
		2	Elaborar Plan Operativo Anual de Bodega para la gestión 2022.	1	POA													1	\$0,54	En coordinación con la Gerencia de área.
		3	Verificar cumplimiento del Plan Operativo 2021.	4	Informe			1			1							1	\$2,18	Los primeros 15 días hábiles del mes siguiente.
2	Ejecución y seguimiento de procesos.	1	Elaborar Informes de Recepción de las compras de mercadería recibida a los proveedores.	2400	Reporte de ingreso	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	\$1.306,26	De acuerdo la cantidad de Créditos Fiscales presentados por proveedores.	
		2	Ejecutar ingresos por bonificación, por producto fuera de ordenes y solicitudes de compra	8	Reporte de ingreso	4	1	1	1		1	1			1	1		1	\$4,35	Según las bonificaciones recibidas.
		3	Ejecutar los controles de salidas de mercadería de Bodega General (a sucursales)	9300	N/Remisión revisada	800	800	800	700	800	800	800	700	800	800	800	700		\$5.061,76	De acuerdo a la cantidad de productos distribuidos y la capacidad operativa.
		4	Ejecutar anulación de notas de remisión en Bodega 01 y Bodega 27.	204	N/Remisión	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17		\$111,03	Anulación en sistema.
		5	Seguimiento de envíos y recolección de mercadería.	12	Reporte de envíos	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		\$6,53	Reporte de volumen, peso y paquetería enviado a través de Iercertización.
		6	Control de Inventarios de bodega general para la identificación de mercadería con diferencias.	2	Reporte													1	\$1,09	En coordinación con personal del Departamento y Jefatura.
3	Ejecución y seguimiento de procesos de devolución	1	Ejecutar las devoluciones a los proveedores, de toda mercadería próxima a vencer según políticas vigentes.	780	N/Remisión	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65		\$424,53	Según la cantidad de devoluciones presentes.	
		2	Remitir mercadería a Sucursales por estar fuera de política.	120	N/Remisión	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10		\$65,31	Envíos hacia sucursales de bodega 27.	
		3	Ejecutar los controles de ingresos de mercadería a Bodega 27	2220	N/Remisión	185	185	185	185	185	185	185	185	185	185	185		\$1.208,29	En coordinación con las distintas salas de venta.	
		4	Ejecutar las devoluciones de mercadería a domicilio a los proveedores.	60	N/Remisión	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		\$32,66	En coordinación con Departamento de Transporte.	
		5	Ejecutar ingresos por pago, a notas de remisión por devolución a proveedores	180	Reporte de ingreso	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15		\$87,97	De acuerdo a la cantidad de productos que presenta el proveedor.	
				15292														\$8.323,05		

Elaborado por: 
 Carlos Wilfredo Argueta
 Coordinador de Bodega


 Revisado: 
 Lic. Carlos Alberto Belloso Campos
 Gerente Comercial


 Vo. Bode: 
 Cap. y May. Edgar Alvarero
 Gerente General



CENTRO FARMACEUTICO DE LA FUERZA ARMADA

PLAN OPERATIVO ANUAL

PERIODO ENERO-MARZO 2021

GERENCIA COMERCIAL
DEPARTAMENTO DE VENTAS
PERIODO:2021

No.	OBJETIVOS/PROPOSITOS	No.	ACTIVIDADES	META ANUAL	UNIDAD DE MEDIDA	META			OBSERVACIONES
						META PROGRAMADA	META EJECUTIVA	% DE EJECUCIÓN	
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 2022.	1	Presupuesto	1	0	0%	Se empezará a realizar en Julio 2021.
		2	Elaborar y proponer a la Gerente General y Consejo Directivo las metas para la Gestión 2022	1	Metas	1	0	0%	Se empezará a realizar en Julio 2021.
		3	Sostener reunión de trabajo con Jefes de las diferentes Sucursales del CEFAFA	12	Actas	3	3	100%	En coordinación con las Sucursales y coordinadores.
		4	Verificar el cumplimiento del POA	4	Documento	1	1	100%	En coordinación con coordinadores.
2	Monitorear el cumplimiento de las Metas	1	Realizar supervisiones a traves de los coordinadores comerciales a las diferentes sucursales, enfocadas a mejoras de abastecimiento, atención al cliente e imagen sucursal.	108	Informes	27	24	89%	Las supervisiones serán ejecutadas por los coordinadores como minimo 1 veces al mes, elaborando un informe mensual. No se obtuvo el 100% de cumplimiento debido que falta un coordinador.
		2	Realizar un análisis del cumplimiento de las metas de ventas mensuales de las Sucursales	12	Informes	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	En coordinación con las areas involucradas
3	Realizar actividades orientadas al desarrollo del personal de Sucursales	1	Capacitaciones para Jefes y Dependientes de Servicio al cliente y sobre otros conocimientos.	3*	Informes	1	1	100%	En coordinación con los coordinadores comerciales y Talento Humano
		2	Realizar evaluaciones sobre el cumplimiento en aspectos de asuntos regulatorios por parte de la DNM.	12	Informes	3	3	100%	Esta labor es desarrollada por los regentes externos, reportandolo a los coordinadores comerciales
		3	Evaluación de desempeño de personal.	2					En conjunto con coordinadores comerciales a realizarse en Junio
				164					



Elaborado por:

Ltc. Hamilton Alberto Alvarez Aquino
Jefe de Ventas Comerciales en Funciones

Revisado:

Lic. Arly de Sigüenza
Gerente Comercial

Vo. Bo:

Edgar Moisés Alvayero Santos
Cap y MAF
Gerente General



CENTRO FARMACEUTICO DE LA FUERZA ARMADA
PLAN OPERATIVO ANUAL



GERENCIA COMERCIAL
DEPARTAMENTO DE VENTAS
PERIODO: 2021

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															\$309,974.55	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	12	Actas	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		1	En coordinación con las Sucursales y coordinadores.
		4	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.	108	Informes	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	\$309,974.55	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		En coordinación con las áreas involucradas	
3	Realizar actividades orientadas al desarrollo del personal de Sucursales	1	Capacitaciones para Jefes y Dependientes de Servicio al cliente y sobre otros conocimientos.	3*	Informes			1				1						1		\$309,974.55	En coordinación con los coordinadores comerciales y Jefe de Ventas	
		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	1		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	
				164															\$ 929,923.64			

*Anexo: Programa de capacitación

Elaborado por:

Lic. Hamilton Alberto Alvarez Aquino
Jefe de Ventas Comerciales en Funciones

Revisado:

Lic. Carlos Alberto Belloso Campos
Gerente Comercial en Funciones



Edgar Wilson Alvarez Santos
Cap. MAF.
Gerente General

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

GERENCIA: COMERCIAL

AREA: CONTROL DE INVENTARIOS

PERIODO: 01 DE ENERO AL 31 DE MARZO 2021

No.	OBJETIVOS/PROPOSITOS	No.	ACTIVIDADES POR EL FONDO CEFAFA	UNIDAD DE MEDIDA	META PROGRAMADA	META EJECUTADA	% EJECUCION	OBSERVACIÓN
1	Identificar diferencias de inventarios y deducción de responsabilidad de faltantes existentes, tanto al personal activo en cada sucursal como al personal desvinculado.	1	Realizar levantamiento de inventarios generales	Reporte	5	7	140%	Esta actividad incremento, debido a que surgio la necesidad de realizar inventario general en sucursales del CEFAFA, donde hubieron traslados, renuncias o desvinculación de personal
		2	Elaborar actas y reportes de levantamiento de inventarios generales.	Actas	5	7	140%	
		3	Enviar por correo faltantes para facturación y deducción de responsabilidad.	Correo	5	7	140%	
		4	Realizar ajustes en el sistema, para solventar diferencias de faltantes y sobrantes.	Reporte	5	7	140%	
		5	Entregar al Departamento de Contabilidad copia de los reportes de ajustes realizados en el sistema.	Reporte	5	7	140%	

Elaborado:



Sra. Roxana Abigail Hernández de Puro
Coordinadora de Control de Inventarios

Revisado:



Lic. Ana Arely De Siguenza
Gerente Comercial

Autorizado:



Edgar Alvayero
CAP Y MAF
Gerente General

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

GERENCIA: GENERAL

AREA: CONTROL DE INVENTARIOS

PERIODO: 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2021

No.	OBJETIVOS/PROPOSITOS	No.	ACTIVIDADES POR EL FONDO CEFAFA	META ANUAL	UNIDAD DE MEDIDA	META MENSUAL												PRESUPUESTO	OBSERVACIONES
						ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC		
1	Identificar diferencias de inventarios y deducción de responsabilidad de faltantes existentes, tanto al personal activo en cada sucursal como al personal desvinculado.	1	Realizar levantamiento de inventarios generales	8	Reporte	3	1	1	1	1	1							Estos inventarios deben ser solicitados por la Gerencia Comercial, por lo menos con ocho días de anticipación, por traslados, renuncias, o desvinculación de personal en sucursales o bodegas del CEFAFA.	
		2	Elaborar actas y reportes de levantamiento de inventarios generales.	8	Actas	3	1	1	1	1	1								
		3	Enviar por correo faltantes para facturación y deducción de responsabilidad.	8	Correo	3	1	1	1	1	1								
		4	Realizar ajustes en el sistema, para solventar diferencias de faltantes y sobrantes.	8	Reporte	3	1	1	1	1	1								
		5	Entregar al Departamento de Contabilidad copia de los reportes de ajustes realizados en el sistema.	8	Reporte	3	1	1	1	1	1								
2	Actualizar inventarios, existencias físicas y existencias del sistema, mediante levantamiento de inventarios físicos en las diversas sucursales y bodegas del CEFAFA	1	Elaborar cronograma de inventarios Periódicos	1	Reporte									1			Dar cumplimiento al Art 142 del Código Tributario, Art. 43 de las Normas Técnicas de Control Interno Específicas del CEFAFA y actualizar en el sistema las existencias y pasar el dato de faltantes detectados, para la facturación antes de finalizar el año		
		2	Solicitar autorización para inicio de inventarios periódicos	1	Informe									1					
		3	Iniciar el proceso de levantamiento en las diferentes sucursales y bodegas del CEFAFA	26	Reporte										9	10		7	
		4	Elaborar actas y reportes de levantamiento de inventarios	26	Reporte										9	10		7	
		5	Enviar por correo faltantes para facturación y deducción de responsabilidad a la Gerencia Comercial	26	Correo										8	11		7	
		6	Realizar ajustes de entrada y salida de los códigos que tuvieron diferencia durante el levantamiento inventarios realizados	26	Reporte										8	11		7	
		7	Entregar al Departamento de Contabilidad copia de los reportes de ajustes realizados en el sistema.	26	Reporte										8	11		7	
		8	Entregar copias de actas de resultado final para conocimiento de Gerencia Comercial	1	Memorando													1	
TOTAL																			

Elaborado:



[Signature]
Sra. Ana Abigail Hernández de Puro
Coordinadora de Control de Inventarios

Revisado:



[Signature]
Lic. Carlos Alberto Belloso Campos
Gerente Comercial en Funciones

Autorizado:



[Signature]
Edgar Alvayero
CAP Y MAF
Gerente General

Centro Farmacéutico de la Fuerza Armada

Periodo: Enero, Febrero y Marzo.

Plan Operativo Anual año 2021

Evaluación de Seguimiento Trimestral

Gerencia: Comercial

Área: Departamento de Ventas Corporativas.

Año 2021/ Enero, febrero y marzo.

No.	OBJETIVOS/PROPÓSITOS	No.	ACTIVIDADES	UNIDAD DE MEDIDA	META PROGRAMADA	UNIDAD EJECUTADA	% DE EJECUCIÓN TRIMESTRAL	OBSERVACIONES
1	Apoyar el alcance de metas de venta de las sucursales CEFAFA, mediante la fidelización de nuevos clientes corporativos.	1	Elaborar el Presupuesto Anual de Ventas Corporativas para la gestión 2021.	Presupuesto	1	1	100%	Se realizó conforme a lo programado
		2	Elaborar el Plan de Trabajo Anual del Departamento de Ventas Corporativas para la gestión 2021.	Plan	1	1		
		3	Verificar cumplimiento del Plan de Trabajo 2021 del Departamento de Ventas Corporativas.	Informe	1	1		
2	Reforzar la atención a clientes corporativos, mediante gestión comercial personalizada, realizando ventas con clientes frecuentes, temporales y permanentes.	1	Elaboración de cotizaciones a precios competitivos a clientes corporativos.	Cotización	30	40	133%	Se ha realizado seguimientos de clientes perdidos para recuperación. Prospección de nuevos clientes a través de llamadas con contactos de cartera de nueva Jefe de Vtas. Corporativas. Realización de reuniones presenciales con clientes principales como por ejemplo: FAE, FOPROLYD y se programa para el trimestre entrante, el Seguro Social.
		2	Realización de visitas, llamadas y entrega de carpetas ejecutivas a instituciones gubernamentales y empresa privada para fidelizarlos.	Bitácora de seguimiento	12	24	200%	
		3	Monitorear seguimiento de clientes corporativos, convenios institucionales, gubernamentales y empresa privada.		3	3	100%	
3	Fomentar una imagen institucional que permita que los clientes corporativos se identifiquen con la marca.	1	Realizar jornadas médicas, eventos de salud y actividades de fidelización de clientes corporativos, convenios comerciales para ganar marca.	Informe de actividad	12	2	17%	En relación a jornadas médicas y en seguimiento de la gestión anterior del departamento, se contactó a la cuenta ISTU. Por el momento se tiene pendiente la programación de jornadas debido a la situación de pandemia, sin embargo es posible que se puedan retomar pronto. Agregar que se están trabajando convenios con aseguradoras para reforzar los servicios y mejorar el posicionamiento de CEFAFA.


 Elaboró:
 Lcda. Marcela Morán
 Jefe de Dpto. Vts. Corporativas

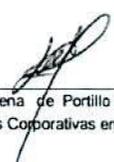

 Revisó:
 Lcda. Arely de Sigüenza
 Gerente Comercial

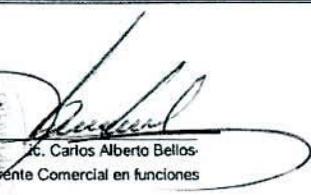

 Autorizado:
 Capitán y Mar. Edgar Moisés Alvayero
 Gerente General

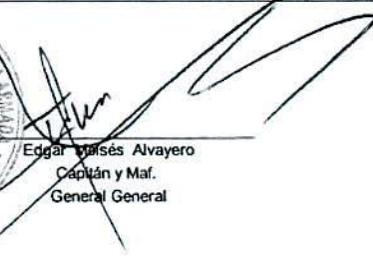
ANEXO "A"
CENTRO FARMACEUTICO DE LA FUERZA ARMADA
PLAN OPERATIVO ANUAL

GERENCIA: Comercial
 AREA: Ventas Corporativas
 PERIODO: 2021

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	Apoyar al alcance de metas de venta de las Sucursales CEFAFA, mediante la fidelización de nuevos clientes corporativo.	1	Elaborar el presupuesto anual de Ventas Corporativas para la gestión 2022	1	Presupuesto																
		2	Elaborar el Plan de Trabajo Anual del Departamento de Ventas Corporativas para la gestión 2022.	1	Plan																
		3	Verificar cumplimiento de Plan de Trabajo 2020, de Departamento de Ventas Corporativas	4	Informe			1			1				1						
2	Reforzar la atención a clientes corporativos, mediante realización comercial, personalizada, gestionando ventas con clientes frecuentes, temporales y permanentes	1	Elaboración de cotizaciones a precios competitivos a clientes corporativas.	120	Cotización	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10			
		2	Realizar visitas o llamadas y entregar carpetas ejecutivas a instituciones gubernamentales y empresa privadas para fidelizarlos	48	Bitácora de seguimiento	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
		3	Monitorear el seguimiento a los clientes corporativos de convenios institucionales gubernamentales y empresas privadas	12	Convenio	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		
3	Fomentar una imagen institucional que permita que los clientes corporativos se identifiquen con la marca	2	Realizar jornadas médicas, eventos de salud y fidelización con clientes corporativos.	48	Informe de Actividad	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		En coordinación con Departamento de mercadeo, ventas, Médico de CEFAFA	

Elaboró:

 Lorena de Portillo
 Jefe de Ventas Corporativas en Funciones

Revisó:

 Carlos Alberto Bellos
 Gerente Comercial en funciones

Autorizó:

 Edgar Masis Alvayero
 Capitán y Maf.
 General General



CENTRO FARMACEUTICO DE LA FUERZA ARMADA
 PLAN OPERATIVO ANUAL
 EVALUACION DE SEGUIMIENTO TRIMESTRAL
 PERIODO: ENE - MAR 2021



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	4 Elaboracion de estudios de mercado (sondeo competencia, precios, promociones....)	Documento	3	3	100%	Se realizo sondeo de zona central, en redes sociales de la competencia, tanto como sus seguidores, su imagen, servicios y jornadas medicas
2	Proyectar la marca CEFAFA, a través de diferentes medios publicitarios para impulsar un posicionamiento de marca a nivel nacional	1 Gestionar la compra de espacios publicitario en medios masivos (TV, radio, entre otros)	Documento	2	2	100%	Se inicio las pautas con Radio Cadena Cuscatlan en le mes de Marzo
		2 Gestionar la compra de espacios publicitarios en medios alternativos (redes sociales, mailmarketing, entre otros)	Solicitud de Cheque / Pago Electronico	3	3	100%	Se ha pautado en Facebook e Instagram
		3 Gestionar la compra de materiales para apoyar activaciones de marca	Documento	3	3	100%	Se realizo la compra de Hojas Volantes, Afiches, para las diferentes actividades
3	Posicionar la marca a través de actividades POP que abonen a la campaña de medio masivos y alternativos	1 Crear promociones para cliente publico que ayuden a la venta de las diversas Sucursales	Documento	3	3	100%	Se han realizado Activaciones de marca en las diferentes sucursales para ayudar a generar mas reconocimiento de marca y ventas
		2 Gestionar la elaboracion de articulos promocionales de stock para el Departamento de Mercadeo con el fin de apoyar actividades de impulsacion jornadas y patrocinios	Requisicion	1	0	0%	Para el mes de marzo se contemplaba la compra de promocionales, pero debido a que las empresas se tardan en enviar cotizaciones, se tramitara hasta el mes de abril 2021.
		3 Calendarizar impulsaciones, Jornadas Medicas y/o activaciones de marca en las diferentes salas de venta.	Documento	3	3	100%	Cada mes se programa calendarización de impulsos, jornadas y activaciones con apoyo de proveedores, para mejorar las ventas.
4	Apoyar la presencia de marca con la imagen comercial del CEFAFA	1 Apertura de nuevas sucursales que incluyan la imagen estandarizada del CEFAFA	Documento	1	1	100%	Se realizo una reubicación de Sucursal Ahuachapan,
		2 Actividades promocionales que abonen a la presencia de la marca del CEFAFA (perifoneo movil y estatico, activacion globo reventon	Fisico	1	1	100%	Se han realizaron activaciones de marca en sucursales y globo rogalon, tambien se realizo la actividad de "clases de zumba" en Sucursal Santa Ana.
		4 Gestionar compra de rotulos, cambio de mobiliario y pintura de sucursales para estandarizar la nueva imagen en todas las sucursales (presentes y nuevas)	Documento	3	3	100%	Se realizo cambio de mobiliario en Sucursal Ahuachapan



Silvana Leiva Gonzalez

SILVANA LEIVA GONZALEZ
 LICENCIADA
 JEFE DE MERCADEO



Licda Ana Arely Siguenza

Revisado:

LICDA ANA ARELY SIGUENZA
 LICENCIADA
 GERENTE COMERCIAL

Edgar Alvarero

Autorizado por:

EDGAR ALVARERO
 CAP. Y MAF
 GERENTE GENERAL



CENTRO FARMACEUTICO DE LA FUERZA ARMADA
PLAN OPERATIVO ANUAL



GERENCIA: Comercial
AREA: Departamento de Mercadeo
PERIODO: 2021

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 2022	1	Documento														1	\$7,147.58		
		2	Verificar cumplimiento de Plan de Trabajo del Departamento de Mercadeo 2021	4	Documento																	1
		3	Elaborar el presupuesto anual para el funcionamiento del Departamento de Mercadeo 2022	1	Documento																	1
		4	Elaboración de estudios de mercado (Sondeos competencia, precios, promociones...)	12	Documento	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1			1
2	Proyectar la marca CEFAFA, 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		1	1		1	1		1	1					1	1	\$88,025.17	
		2	Gestionar la compra de espacios publicitarios en medios alternativos (redes sociales, mailmarketing, entre otros)	12	Solicitud de Cheque/Pago electrónico	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		
		3	Gestionar la compra de materiales para apoyar activaciones de marca	4	Requisición		1	1	1	1												
		4	Apertura y mantenimiento de la nueva Tienda en línea	9	Pagina Web				1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		
3	Posicionar la marca a través de actividades POP que abonen a la campaña de medio masivos y alternativos	1	Crear promociones para cliente público que ayuden a la venta de las diversas Sucursales.	12	Documento	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	\$37,692.74	En coordinación con Medico CEFAFA y Laboratorios.	
		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 patrocinios.	3	Requisición				1		1											1
		3	Calendarizar impulsaciones, Jornadas Medicas y/o activaciones de marca en las diferentes salas de venta	12	Documento	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1			1
		4	Ampliar y actualizar catálogos de productos con nuevas líneas de productos	4	Documento				1		1					1						1
4	Apoyar la presencia de marca con la imagen comercial del CEFAFA	1	Apertura de nuevas sucursales que incluya la imagen estandarizada del CEFAFA	2	Documento				1										1	\$71,995.16	En coordinación con Gerencia General y Gerencia Comercial Cuando se habilite el Sistema Informático se realizará Campaña en Unidades Militares. En coordinación con Departamento de Tecnología y Sistemas para la implementación del Sistema necesario.	
		2	Actividades promocionales que abonen a la presencia de la marca del CEFAFA (perifoneo movil y estatico, activación globo regalo...)	8	Documento		1	1			1	1			1	1			1			1
		3	Actividades promocionales que abonen a la presencia de la marca del CEFAFA en Unidades Militares	16	Documento		1	1			7				1	6						
		4	Gestionar compra de rótulos, cambio de mobiliario y pintura de sucursales para estandarizar la nueva imagen en todas las sucursales de la mmano con el departamento de Servicios Generales (presentes y nuevas)	5	Requisición		1	1	1	1	1											
		5	Implementación de programa de Fideización	1	Documento																	1
												\$204,860.65										

Elaborado por:
LCDA. ANA MARGARITA SURÁ CHÁVEZ
DPTO. DE MERCADEO

Revisado:
LIC. CARLOS ALBERTO BELLOSO CAMPOS
GERENTE COMERCIAL
EN FUNCIONES

Vo. Bo.:
CAP. Y MAJ. EDGAR ALVAYERO
GERENTE GENERAL DE CEFAFA