

# CENTRO FARMACÉUTICO DE LA FUERZA ARMADA



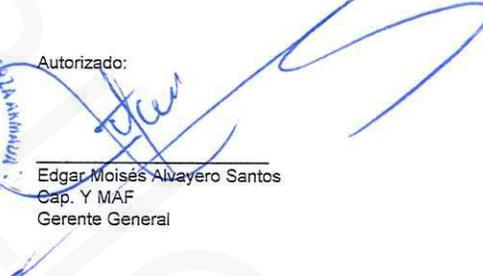
## **SEGUIMIENTOS A POA ENE-MAR 2023 GERENCIA COMERCIAL**

**CENTRO FARMACEUTICO DE LA FUERZA ARMADA**  
**SEGUIMIENTO A PLAN OPERATIVO ANUAL**  
**ENE-MAR 2023**

GERENCIA: COMERCIAL  
 PERIODO: 2023

No.	OBJETIVOS/PROPOSITOS	No.	ACTIVIDADES POR EL FONDO CEFAFA	UNIDAD DE MEDIDA	META PROGRAMADA	META EJECUTADA	% DE EJECUCIÓN	OBSERVACIONES
1	Planificar, coordinar y controlar todas las actividades comerciales de cada uno de 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 realizo el seguimiento de acuerdo a lo planificado
		2	Hacer un seguimiento eficaz y oportuno al cumplimiento de la meta de ventas establecida para las Sucursales del CEFAFA.	Informe	3	3	100%	Se realizó seguimiento semanal al cumplimiento de venta mensual por sucursal
		3	Coordinar Inventarios periódicos en las Sucursales y bodegas de Gerencia Comercial.	Informe	0	0		No se planifico nada para este periodo
		4	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	1	100%	Se han realizado pautas en redes sociales, Todos los meses se han realizado promociones según estacionalidad, Pautas en Radio Cadena Cuscatlán, se realizaron activaciones de marca en Sucursales, 49 Avenida, Terminal, apopa y Chalatenango.
		5	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	30	474	100%	se han incorporado nuevos productos requeridos por el personal de las Sucursales y otros que aun no comercializabamos, también nuevos productos que han lanzado los laboratorios.
		6	Provisionar los gastos en personal, así como Bienes y Servicios del presupuesto de Gerencia Comercial.	Informe	0	0	0%	No se planifico nada para este periodo
		7	Elaborar y proponer a la Gerencia General y Consejo Directivo proyectos o estrategias de aperturas o reubicación de Sucursales.	Informe	0	0	100%	En este trimestre se propuso la apertura de dos nuevas sucursales, las cuales quedaron autorizadas por CD, para aperturarse el proximo trimestre.

Elaborado:   
 Licenciada  
 Gerente Comercial

Autorizado:   
  
 Edgar Moisés Alvarero Santos  
 Cap. Y MAF  
 Gerente General



CENTRO FARMACÉUTICO DE LA FUERZA ARMADA  
SEGUIMIENTO A PLAN OPERATIVO ANUAL  
ENERO - MARZO 2023



GERENCIA : COMERCIAL  
AREA: COMPRAS COMERCIALES  
PERIODO: 2023

N°	OBJETIVOS/PROPOSITOS	N°	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	Determinar solicitudes de compras	Reporte	974	1,357	139%	El abastecimiento a las sucursales esta siendo acorde a la Rotacion del producto en cada una de ellas.
		2	Solicitar cotizaciones a los proveedores	Reporte	1,948	2,714	139%	Se realizaron igual número de solicitudes de cotización a los proveedores referencia principal la demanda.
		3	Recibir y Evaluar las cotizaciones que cumplan con las condiciones de compras requeridas en las solicitudes.	Reporte	1,948	2,440	125%	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 y Mercadeo.	1	Procesar formularios de productos nuevos, analizados por diferentes áreas.	Informes	15	474	3160%	Se han incorporado nuevos productos los cuales han sido requeridos en el informe de venta perdida y/o sugerido por la sucursal, 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 proveedores para mejorar precios, escalas de bonificaciones, porcentajes de descuentos que generen mayor rentabilidad.	Informes	9	16	178%	Se ha realizado presentación de nuevos productos, actualización de catálogo de productos, mejoras en las condiciones de Compra
		2	Instaurar una alianza comercial que permita trasladar beneficios adicionales a los consumidores.	Actas	3	3	100%	Se han realizado activaciones con programas de fidelidad 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 proveedores	Informes	2	5	250%	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 expedientes completos de las ordenes de compras generadas por correlativo por mes.

Elaborado por:



Jefe Compras Comerciales

Revisado:



Gerente Comercial

Autorizado:



Cap. Y MAF. Edgar Moises Alvayero Santos  
Gerente General



**CENTRO FARMACEUTICO DE LA FUERZA ARMADA**  
**SEGUIMIENTO PLAN OPERATIVO ANUAL**  
**ENERO-MARZO 2023**



GERENCIA : COMERCIAL  
 AREA : VENTAS COMERCIALES  
 PERIODO : 2023

No.	OBJETIVOS/PROPOSITOS	No.	ACTIVIDADES	UNIDAD DE MEDIDA	META PROGRAMADA	META EJECUTIVA	% DE EJECUCIÓN	OBSERVACIONES
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 2024.	Presupuesto	1	1	0%	Se realizará en agosto 2023.
		2	Elaborar y proponer a Gerente General y Consejo Directivo las metas para la Gestión 2024	Metas	1	1	0%	Se realizarán en octubre 2023
		3	Sostener reunión de trabajo con Jefes de las diferentes Sucursales del CEFAFA	Actas	3	3	100%	Se realizaron las reuniones junto con Coordinadores de Ventas
		4	Verificar el cumplimiento del POA	Documento	1	1	100%	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.	Informes	27	8	30%	No se logro la meta programada debido a falta de coordinadores de venta e incapacidades medicas.
		2	Realizar un análisis del cumplimiento de las metas de ventas mensuales de las Sucursales	Informes	3	3	100%	En coordinación con los coordinadores comerciales de ventas
		3	Realizar capacitaciones con proveedores, jefes de farmacia y dependientes, a fin de conocer sobre los productos que se comercializan.	Informes	3	3	100%	En coordinación con los coordinadores comerciales de ventas
3	Realizar actividades orientadas al desarrollo del personal de Sucursales.	1	Realizar evaluaciones sobre el cumplimiento en aspectos de asuntos regulatorios por parte de la DNM.	Informes	3	3	100%	Esta labor es desarrollada por los regentes externos, reportandolo a los coordinadores comerciales
		2	Evaluación de desempeño de personal.	Documento	1	1	0%	En coordinación con coordinadores, se realizará en junio 2023



Elaborado por

Jefe de Ventas Comerciales



Revisado

Gerente Comercial



Autorizado

Edgar Moisés Alvayero Santos  
 Cap y MAF  
 Gerente General

**Centro Farmacéutico de la Fuerza Armada**  
**Seguimiento a Plan Operativo Anual**  
**Enero - Marzo 2023**

Gerencia: Comercial

Área: Departamento de Ventas Corporativas.

Periodo: 2023

No.	OBJETIVOS/PROPOSITOS	No.	ACTIVIDADES	UNIDAD DE MEDIDA	META PROGRAMADA	UNIDAD EJECUTADA	% DE EJECUCIÓN TRIMESTRAL	OBSERVACIONES
1	Planificar, organizar y apoyar al alcance de metas de venta de las Sucursales CEFAFA, mediante la fidelización de clientes y la incorporación de nuevos.	1	*Elaborar el presupuesto anual de Ventas Corporativas para la gestión 2024	Presupuesto	0	0	0%	No se cuenta con la elaboración del presupuesto y plan de trabajo ya que están programados para agosto 2023.
		2	*Elaborar el Plan de Trabajo Anual del Departamento de Ventas Corporativas para la gestión 2024.	Plan de Trabajo	0	0		
		3	*Verificar cumplimiento de Plan de Trabajo 2023, de Departamento de Ventas Corporativas	Informe	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.	Cotización	44	45	102%	1)Se realizaron un total de 45 cotizaciones con nuestros clientes corporativos de las cuales un 98% fueron aceptadas. 2) Con el objetivo de ampliar nuestra cartera corporativa se contacto a personal de SOPESA a fin de dar inicio a negociaciones de posible alianza CEFAFA-SOPESA. Se tuvo reunion Con el personal de gerencia desarrollo humano CNR, a fin de negociar alianza CEFAFA-CNR, 3)Se firmo convenio entre CEFAFA-HNNBB el 27-01-2023.
		2	*Realizar visitas a instituciones gubernamentales y empresa privadas como prospectos para crear nuevos clientes corporativos	Registro digital de Salidas	12	3	25%	
		3	*Realizar visitas o llamadas a instituciones gubernamentales y empresa privadas que forman parte de nuestros clientes para fidelizarlos	Registro digital de Seguimiento	6	50	833%	
		4	*Ejecución de convenios o alianzas comerciales con empresas publicas o privadas.	Convenio interinstitucional/ Alianza Comercial	2	1	50%	
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; abierta al público en general.	1	*Entrega de material (calendario , agenda ,etc) que identifique al cliente corporativo con nuestra marca. Los cuales serán proporcionados por el Departamento de Mercadeo	Registro digital de entrega de regalías	3	3	100%	1) Se hizo entrega de promocionales solicitado por ISBM con motivo de su aniversario, se han realizado actividades que van dirigidas a fomentar nuestra identidad corporativa ,en el mes de enero participamos en las jornadas medicas de Artillería y Chalatenengo, en febrero participamos del Show aereo , durante el mes de marzo estuvimos presentes en las jornadas medicas de Waitmar,CALFA,Estado Mayor y Cojutepeque.
		2	*Realizar actividades que fomentan la identidad corporativa (jornadas médicas, eventos de salud y fidelización con clientes corporativos.)	Reporte	3	7	233%	

Elaboró:  
 Jefe de Ventas Corporativas

Revisó:  
 Gerente Comercial

Autorizó:  
 Capitán y Mgr. Edgar Moisés Alvarero  
 Gerente General



**CENTRO FARMACEUTICO DE LA FUERZA ARMADA  
SEGUIMIENTO PLAN OPERATIVO ANUAL  
ENERO A MARZO 2023**



GERENCIA: Comercial  
AREA: Departamento de Mercadeo  
PERIODO: 2023

No.	OBJETIVOS/PROPOSITOS	No.	ACTIVIDADES	UNIDAD DE MEDIDA	META PROGRAMADA	META EJECUTADA	% DE EJECUCIÓN	OBSERVACIONES
1	Planificar y ejecutar actividades del Departamento de Mercadeo	1	Verificar cumplimiento de Plan de Trabajo del Departamento de Mercadeo 2023	Documento	1	1	100%	Se ha realizado cumplimiento de estrategias y creaciónn de contenido
		2	Elaboración de estudios de mercado (Sondeos competencia, precios, promociones..)	Documento	3	3	100%	Se ha realizado estudios de mercado y reporte de promociones según estacionalidad.
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 (radio)	Documento	3	3	100%	Se ha realizado pauta en Radio Cadena Cuscatlán.
		2	Gestionar la compra de espacios publicitarios en medios alternativos ( redes sociales, mailmarketing, entre otros)	Documento	3	3	100%	Se ha realizado pauta en Redes Sociales.
		3	Gestionar la compra de materiales para apoyar activaciones de marca	Documento	2	2	100%	Se ha realizado compra de flyers y roll up + banner
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.	Documento	3	3	100%	Todos los meses se ha realizado promociones según estacionalidad y productos en stock
		2	Calendarizar impulsaciones, Jornadas Medicas y/o activaciones de marca en las diferentes salas de venta	Documento	3	3	100%	Se ha realizado todos los meses impulsaciones y móvil de diferentes laboratorios en salas de ventas así como tambien en jornadas médicas en destacamentos militares y Ministerios de Agricultura y Ganadería
4	Apoya la presencia de marca con la imagen comercial del CEFAFA	1	Actividades promocionales que abonen a la presencia de la marca del CEFAFA (perifoneo movil y estatico, activación globo regalón...)	Documento	3	1	33%	se realizó activación de globo regalón y perifoneo estático en Sucusales: Terminal, Apopa y Chalatenango, en el mes de marzo
		2	Actividades promocionales que abonen a la presencia de la marca del CEFAFA en Unidades Militares	Documento	3	3	100%	Se ha realizado en jornadas médicas: entrega de promocionales por compra, consultas de parte de los laboratorios Farmacéuticos, perifoneo, descuentos especiales, carnetización
		3	Gestionar compra de rótulos, cambio de mobiliario y pintura de sucursales para estandarizar la nueva imagen en todas las sucursales (presentes y nuevas)	Documento	1	1	100%	San Marcos, cambios de rotulo exterior; Ilopango: Cambio de lona de toldo e iluminacion de rotulo, 49 ave. :cambio de vinyl de caja registradora.

Elaborado por:   
JEFE DE MERCADEO



Revisado:   
GERENTE COMERCIAL



Autorizado por:   
CAE Y MAF EDGAR MOISES ALVAYERO SANTOS  
GERENTE GENERAL



**CENTRO FARMACEUTICO DE LA FUERZA ARMADA  
SEGUIMIENTO A PLAN OPERATIVO ANUAL  
ENERO A MARZO 2023**



GERENCIA: GERENCIA COMERCIAL  
AREA: LOGISTICA E INVENTARIOS, AREA TRANSPORTE  
PERIODO: AÑO 2023

**SEGUIMIENTO A POA 2023, AREA TRANSPORTES**

No.	OBJETIVOS/PROPÓSITOS	No.	ACTIVIDADES	UNIDAD DE MEDIDA	META PROGRAMADA	META EJECUTADA	% DE EJECUCIÓN TRIMESTRAL	OBSERVACIONES
1	Planificar, controlar, ejecutar y dirigir las actividades del Área	1	Elaborar Presupuesto Anual de Transporte para la gestión 2022.	Informe	144	1	100%	Se elaboro el POA de Transportes y se le ha dado cumplimiento a la planificacion
		2	Elaborar Plan Operativo Anual de Transporte para la gestión 2022.	POA	2160	1	100%	
		3	Verificar cumplimiento del Plan Operativo de Transporte 2022.	Informe	1	1	100%	
2	Ejecución y seguimiento de procesos.	1	Elaborar Informes de Manejo Vales de Combustible.	Vales de combustible	2400	351	15%	Se elaboro y se lleva al dia un libro de registro de consumo de combustible, en coordinacion con la Gerencia Administrativa
		2	Ejecutar Mantenimiento Preventivo y Correctivo de Vehículos comerciales	Créditos Fiscales	60	2	3%	Se ha proporcionado mantenimiento correctivo y preventivo a 2 vehiculos
		3	Ejecutar Mantenimiento Preventivo y Correctivo de motocicletas	Créditos Fiscales	45	4	9%	Se ha proporcionado mantenimiento correctivo y preventivo a 4 motocicletas
		4	Ejecutar los controles de salidas de Vehículos y Motocicletas	Bitácora de cada vehiculo	180	135	75%	Se lleva un registro escrito detallado de las comisiones realizadas por los motociclistas
		5	Seguimiento de envíos y recolección de mercadería por transporte propio	Reporte de envíos	12	12	100%	Se lleva un registro escrito detallado de las comisiones realizadas por los vehiculos comerciales del CEFAFA
		6	Seguimiento de envíos y recolección de mercadería por transporte tercerizado	Reporte de envíos	12	12	100%	Se lleva un registro escrito detallado de transportes de mercadería realizadas por transporte tercerizado a las sucursales del interior del pais
		7	Auditoria del manejo de Vales de Combustible	Libro de Registro de vales de combustible	3	3	100%	Mensualmente se audita el consumo de los vales de combustible tanto por el Jefe de Logistica como por la Jefa de Servicios Generales



Elaborado por:

Jefe de Logística e Inventario



Revisado:

Gerente Comercial



Autroizado:

Cap y MAF Edgar Moises Alvayero Santos  
Gerente General



**CENTRO FARMACÉUTICO DE LA FUERZA ARMADA  
SEGUIMIENTO A PLAN OPERATIVO ANUAL  
ENERO A MARZO 2023**



GERENCIA: GERENCIA COMERCIAL  
 ÁREA: LOGÍSTICA E INVENTARIOS, AREA BODEGA GENERAL  
 PERIODO: 2023

**SEGUIMIENTO A POA 2023, AREA DE BODEGA GENERAL**

No.	OBJETIVOS/PROPÓSITOS	No.	ACTIVIDADES	UNIDAD DE MEDIDA	META PROGRAMADA	META EJECUTADA	% de Ejecución Trimestral	OBSERVACIONES
1	Planificar, controlar, ejecutar y dirigir las actividades del Área	1	Elaboración y Seguimiento al Presupuesto Anual de Logística para la gestión 2023.	Informe.	1	1	100%	Se elaboro el POA de Bodega General y se le ha dado cumplimiento a la planificación
		2	Elaborar Plan Operativo Anual de Bodega para la gestión 2023.	POA.	1	1	100%	
		3	Dar seguimiento al cumplimiento del Plan Operativo de Logística 2023.	Informe.	1	1	100%	
2	Ejecución y seguimiento de procesos.	1	Elaborar Informes de Recepción de las compras de mercadería recibida a los proveedores.	Reporte de recepciones de compra.	525	622	118%	Hubo un aumento según lo proyectado.
		2	Ejecutar ingresos por bonificación, por producto fuera de ordenes y solicitudes de compra	Reporte de ingresos por bonificación.	2	6	300%	Hubo una disminución según lo proyectado.
		3	Ejecutar los controles de salidas de mercadería de Bodega General (a sucursales)	Nota de despacho revisada.	1800	2013	112%	Hubo una disminución según lo proyectado.
		4	Ejecutar anulación de notas de remisión en Bodega 01 y Bodega 27.	Nota de despacho.	105	837	797%	Se aumento el numero de anulaciones por motivo que las remisiones generadas por sistema no tienen las existencias completas para ocupar esos correlativos
		5	Seguimiento de envíos y recolección de mercadería.	Reporte de envíos	3	3	100%	Se cumplio según lo proyectado.
		6	Control de Inventarios de bodega general para la identificación de mercadería con diferencias.	Reporte de inventario selectivo.	1	1	100%	Se cumplio 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.	Nota de despacho a proveedor.	180	146	81%	Hubo una disminución según lo proyectado.
		2	Remitir mercadería a Sucursales por estar fuera de política.	Nota de despacho.	21	1	5%	Hubo una disminución según lo proyectado.
		3	Ejecutar los controles de ingresos de mercadería a Bodega 27	Nota de despacho.	345	280	81%	Hubo una disminución según lo proyectado.
		4	Ejecutar las devoluciones de mercadería a domicilio a los proveedores.	Nota de despacho.	9	0	0%	No se ejecutaron devoluciones a domicilio según lo proyectado.
		5	Ejecutar ingresos por pago, a notas de remisión por devolución a proveedores	Reporte de devolución de productos.	51	36	71%	Hubo una disminución según lo proyectado.
		6	Reporte de seguimiento de bodega 27	Reporte de gestion de cobro bod 27	1	1	100%	Se cumplio según lo proyectado.



Elaborado por:   
 Coordinador de Bodegas



Revisado por:

Gerente Comercial



Autorizada por:

Cap. y MAF Edger Moises Alvarero Santos  
 Gerente General

**CENTRO FARMACEUTICO DE LA FUERZA ARMADA  
SEGUIMIENTO A PLAN OPERATIVO ANUAL  
ENERO A MARZO 2023**

GERENCIA: COMERCIAL  
AREA: CONTROL DE INVENTARIOS  
PERIODO: 2023

No.	OBJETIVOS/PROPOSITOS	No.	ACTIVIDADES POR EL FONDO CEFAFA	META PROGRAMADA	META EJECUTADA	% EJECUCION	OBSERVACIONES
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	5	5	100%	
		2	Elaborar actas y reportes de levantamiento de inventarios generales.	5	5	100%	
		3	Enviar por correo faltantes para facturación y deducción de responsabilidad.	5	5	100%	
		4	Realizar ajustes en el sistema, para solventar diferencias de faltantes y sobrantes.	5	5	100%	
		5	Entregar al Departamento de Contabilidad copia de los reportes de ajustes realizados en el sistema.	5	5	100%	
2	Monitorear el inventario de sucursales o bodegas con mayor movimiento	1	Elaborar cronograma de inventarios selectivos	1	1	100%	Se realizo mas inventarios de lo programados para actualizar lotes y fechas de vencimiento a inventarios de sucursales
		2	Realizar levantamiento de inventarios selectivos en sucursales y/o bodegas comerciales del CEFAFA.	2	9	450%	
TOTAL							

Elaborado:   
Coordinadora de Control de Inventarios

Revisado:   
Gerente Comercial

Siguenza

Autoriza:   
Edgar Alvayero  
CAP Y MAF  
Gerente General