

CENTRO FARMACEUTICO DE LA FUERZA ARMADA
PLAN OPERATIVO ANUAL
EVALUACION DE SEGUIMIENTO TRIMESTRAL
PERIODO: ENERO - MARZO 2017

GERENCIA: COMERCIAL

N°	Objetivo	Actividad	Unidad de Medida	Meta programada	Meta ejecutada	% de ejecución	Observación
1	Garantizar la ejecución de actividades planificadas en coordinación con los Departamentos de la Gerencia Comercial y verificar que cada uno cuente con los insumos y herramientas necesarias para el cumplimiento de los objetivos institucionales	Efectuar el seguimiento de las actividades del POA de cada una de las áreas que conforman la Gerencia Comercial	Informe	1	1	100%	Ejecutado de acuerdo a lo planificado por cada Departamento de la Gerencia Comercial.
		Coordinar y monitorear la ejecución de estrategias de venta que promuevan una proyección de crecimiento eficaz, a través de analizar con clientes corporativos y/o convenios comerciales.	Informe	1	1	100%	Ejecutado según lo planificado con el Depto. de Ventas Corporativas con la incorporación de nuevos clientes corporativos tales como: Contingente Malí, Decameron, Alges, Sistema Fedecrédito, ISBM, ISSS, FOPROLYD y otros en proceso de ejecución.
		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%	Ejecutado a través de RR.HH. con la programación de capacitación de atención al cliente con todo el personal del área de ventas (3 jornadas de 8 horas cada una).
		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	1	1	100%	Ejecutado a través de los Analistas de Demanda con la entrega de formulas matemáticas que les permitirán calcular la rotación de inventarios y el cálculo más adecuado para stock de productos nuevos o de seguridad. De igual manera a través de los convenios generados por el Depto. de Ventas Corporativas, CEFAFA está incursionando en el despacho de insumos y equipo médico.
		Efectuar el seguimiento de estandarización de imagen externa de sucursales del CEFAFA para nuevas sucursales	Informe	1	1	100%	Ejecutado a través del Depto. de Mercadeo con la compra de espacios publicitarios en medios masivos (TV y radio) y la requisición para medios publicitarios en medios alternativos (vallas, redes sociales).
		Coordinar y monitorear las acciones para la estandarización de imagen interna de todas las sucursales del CEFAFA.	Informe	1	1	100%	Ejecutado a través del Depto. de Mercadeo con el diseño de publicidad o campañas promocionales en las diferentes sucursales (área de caja, cartelera informativa, brochures de promociones).

Elaborado por:



Ing. Gisela Loza de Pérez
Gerente Comercial
(en funciones)

Autorizado por:



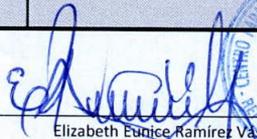
Tenel. y Lidea. María Armida Aguilar
Gerente General

CENTRO FARMACEUTICO DE LA FUERZA ARMADA
 PLAN OPERATIVO ANUAL
 EVALUACIÓN DE SEGUIMIENTO TRIMESTRAL
 PERIODO: ENE-MAR 2017

GERENCIA : **COMERCIAL**
 DEPARTAMENTO : **VENTAS**
 PERIODO : **2017**

No.	Objetivo	Actividad	Unidad de Medida	Meta programada	Meta ejecutada	% 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	Sostener Reunión de Trabajo con Jefes de las Diferentes Sucursales del CEFAFA	Actas	3	1	33%	Solo se realizo una reunion debido a la realizacion de capacitaciones programadas por RRHH, tomando en cuenta la cantidad de personal que se quedan en salas (1 a 2 como maximo)
2	Monitorear el cumplimiento de las Metas	Realizar Supervisiones a las Diferentes Sucursales de Ventas	Informes	3	2	67%	Según instrucciones de la jefatura de ventas en gestion durante Enero, no se realizaron supervisiones para la realizacion de asuntos administrativos.
		Dar seguimiento a las ventas perdidas y los Sugeridos de las Sucursales	Informes	3	3	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado
		Realizar un análisis del cumplimiento de las metas de ventas mensuales de las Sucursales	Informes	3	3	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado
		Sostener reunión de trabajo con proveedores, orientados a fortalecer las relaciones comerciales	Informes	6	6	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado
3	Realizar actividades orientadas al desarrollo del personal de Sucursales	Lleva a cabo capacitaciones para el personal del Departamento de Ventas y Sucursales	Informes	1	1	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado
		Capacitaciones para Jefes y Dependientes de Servicio y Atención al cliente	Informes	3	1	33%	Solo se realizo una capacitacion debido a la realizacion de capacitaciones programadas por RRHH, tomando en cuenta la cantidad de personal que se quedan en salas (1 a 2 como maximo)
		Evaluar el conocimiento del personal de Sucursales en relación a la gestión de Ventas, mediante evaluación escrita	Informes	1	1	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado

Elaborado por: _____


 Elizabeth Eunice Ramirez Vasquez
 Jefe de Ventas
 (en funciones)

Revisado por: _____


 Karina Gisela Loza de Perez
 Gerente Comercial
 (en funciones)


 TCnel. Maria Armida Aguilar Rodriguez
 Gerente General

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

CENTRO FARMACEUTICO DE LA FUERZA ARMADA
PLAN OPERATIVO ANUAL
EVALUACION DE SEGUIMIENTO TRIMESTRAL
PERIODO: ENE-MAR 2017

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

No.	Objetivo	Actividad	Unidad de Medida	Meta programada	Meta ejecutada	% de ejecución	Observación
1	Planificar y ejecutar actividades del Departamento de Mercadeo	Verificar cumplimiento de Plan de Trabajo del Departamento de Mercadeo 2017	Documento	1	1	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado.
		Elaboración de sondeos de mercado y/o de precios	Documento	3	3	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado.
2	Proyectar la marca CEFAFA, a través de diferentes medios publicitarios para posicionamiento de marca en la escala mental de los consumidores a nivel nacional	Gestionar la compra de espacios publicitarios en medios masivos (TV, radio, periódico, entre otros)	Requisición	2	2	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado.
		Gestionar la compra de espacios publicitarios en medios alternativos (Mupies, vallas, redes sociales, autobuses, entre otros)	Requisición	1	1	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado.
		Adquirir contrato para dominio de sitio web institucional	Documento	1	1	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado.
3	Crear imagen de marca a través de actividades POP que abonen al posicionamiento de los medios masivos y alternativos	Realizar jornadas médicas en empresas e instituciones (Cliente Corporativo)	Documento	3	3	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado.
		Diseñar publicidad de impulso en las tiendas, incluyendo área de caja, cartelera informativa y brochures de promociones a clientes corporativos y público	Documento	1	1	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado.
		Gestionar la elaboración de artículos promocionales como stock en el Departamento de Mercadeo para las diferentes actividades de impulsación y en aperturas de nuevas sucursales	Documento	1	1	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado.
		Elaborar la Memoria de Labores 2016	Documento	125	125	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado.
		Realizar impulsaciones y/o activaciones de marca en las diferentes salas de venta	Documento	2	2	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado.
4	Apoyar la presencia de marca con la imagen comercial del CEFAFA	Actividades promocionales que abonen a la presencia de la marca del CEFAFA	Documento	2	2	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado.
		Actividades promocionales que abonen a la presencia de la marca del CEFAFA en Unidades Militares	Documento	2	2	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado.

Elaborado por:
 Licda. Anyela Yesenia Mancía Mejivar
 Jefe de Mercadeo



Revisado por:
 Ing. Gisela Loza de Perez
 Gerente Comercial



Aprobado por:
 Tcnl. y Licda. María Armida Aguilar
 Gerente General



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

PRIMER SEGUIMIENTO

PERIODO: ENE-MAR 2017

GERENCIA: COMERCIAL
 ÁREA : VENTAS CORPORATIVAS

No.	OBJETIVOS/PROPÓSITOS	No.	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	1	Elaborar el Presupuesto Anual de Ventas Corporativas para la gestión 2016.	Informe	1	1	100%	Se realizó conforme a lo programado
		2	Elaborar el Plan de Trabajo Anual del Departamento de Ventas Corporativas para la gestión 2016.		1	1		
		3	Verificar cumplimiento del Plan de Trabajo 2016 del Departamento de Ventas Corporativas		1	1		
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	1	9	800%	Se realizó conforme a lo programado y más.
		2	Monitoreo constante de los medios de comunicación escritos o electrónicos para la participación en licitaciones en cualquiera de sus modalidades.	Bitácora de seguimiento	1	1	100%	
		3	Realizar visitas o llamadas a diferentes empresas e instituciones gubernamentales para fidelizarlos mediante convenios.		1	3	300%	
		4	Gestionar el seguimiento a los clientes corporativos de convenios institucionales.		1	2	200%	
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	0	6	600%	Se realizó conforme a lo programado y más, ya que se enviaron carpetas ejecutivas y correos a clientes corporativos
		2	Realizar actividades institucionales que fomenten la identidad corporativa.	Informe de Actividad	3	7	400%	Se realizó conforme a lo programado y más, ya que se realizaron reuniones con clientes corporativos potenciales y existentes, además de realizar jornadas médicas.

Elaborado por: *[Firma]*
 María Nidia Peña Hernández
 Jefe de Ventas Corporativas

Centro Farmacéutico de la Fuerza Armada
 Departamento de Ventas Corporativas
 República de El Salvador

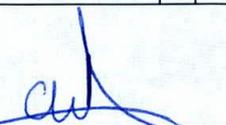
[Firma]
 Autorizado por:
 Tché y Lidia María Armida Aguilar Rodríguez
 Gerente General

Centro Farmacéutico de la Fuerza Armada
 Gerencia General
 República de El Salvador

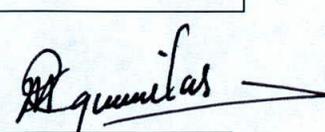
ANEXO "A"
CENTRO FARMACEUTICO DE LA FUERZA ARMADA
PLAN OPERATIVO ANUAL

GERENCIA: COMERCIAL
 AREA: ABASTECIMIENTO
 PERIODO: ENERO-MARZO 2017

No.	OBJETIVOS/PROPOSITOS	No.	ACTIVIDADES	META ANUAL	UNIDAD DE MEDIDA						OBSERVACIONES
						ENE	FEB	MAR	TOTAL	% DE EJECUCIÓN	
1	Planificar, ejecutar y dirigir las actividades del Departamento de Abastecimiento.	1	Elaborar Presupuesto Anual del Departamento de Abastecimiento para la gestión 2018.		Presupuesto 2016						
		2	Elaborar Plan Operativo Anual de Departamento de Abastecimiento para la gestión 2018.		POA 2016						
		3	Verificar cumplimiento del Plan Operativo 2017.	1	Informe			1	1	100%	
		4	Actualización y mejora de manuales de procesos internos del Departamento de Abastecimiento.		Manual actualizado						
2	Ejecución y seguimiento de procesos de abastecimiento	1	Elaborar Informes de Recepción de las compras de mercadería recibida a los proveedores.	900	Reporte de ingreso	195	294	400	889	99%	
		2	Ejecutar ingresos por bonificación, por producto fuera de ordenes y solicitudes de compra	9	Reporte de ingreso	3	1	1	5	56%	El ingreso de productos fuera de orden de compra a disminuido según lo proyectado, ya que todo viene respaldado con documento.
		3	Codificación de productos con código de barra, por ingresos por compras locales	24	Rollos x 1000 viñetas	8	6	6	20	83%	
		4	Ejecutar los controles de salidas de mercadería de Bodega General (a sucursales)	3300	N/Remisión revisada	871	966	1393	3230	98%	
		5	Ejecutar anulación de notas de remisión por errores en el proceso de ambas bodegas.	60	N/Remisión	26	23	29	78	130%	
		6	Seguimiento de mercadería remisionada por sucursal	3	Reporte de envíos	1	1	1	3	100%	
		7	Seguimiento de volumen y paquetería en envíos de mercadería hacia sucursales	3	Reporte de envíos	1	1	1	3	100%	
		4	Seguimiento de casos especiales (productos nuevos, baja rotación, alta rotación, etc.)	1	Reporte			1	1	100%	
		8	Control de Inventarios de bodega general para la identificación de mercadería con diferencias.								
		9	Ejecutar cuadros de distribución de las necesidades de abastecimiento según rotación y existencias en sucursales.	900	Cuadro de distribución	208	137	228	573	64%	Los cuadro de distribución disminuyeron debido a que se hacen con mas items
3	Ejecución y seguimiento de procesos de devolución	1	Ejecutar las devoluciones a los proveedores, de toda mercadería próxima a vencer según políticas vigentes.	285	N/Remisión	92	68	98	258	91%	
		2	Remitir mercadería a Sucursales por estar fuera de política.	81	N/Remisión	24	14	12	50	62%	Los productos fuera de políticas han disminuido, debido a que las sucursales llevan un mejor control
		3	Ejecutar los controles de ingresos de mercadería a Bodega 27	645	N/Remisión	216	215	136	567	88%	En coordinación con las distintas salas de venta.
		4	Ejecutar las devoluciones de mercadería a domicilio a los proveedores.	12	N/Remisión	5	3	5	13	108%	
		5	Ejecutar ingresos por pago, a notas de remisión por devolución a proveedores	45	Reporte de ingreso	15	22	16	53	118%	
		6	Reporte de seguimiento de bodega 27	3	Reporte de bod 27	1	1	1	3	100%	


 Elaborado por: 
 Carlos Argueta
 Coordinador de Abastecimiento


 Revisado por: 
 Ing. Gisela Loza de Pérez
 Gerente Comercial


 Va. B. 
 TCnel. María Armida Aguilar Rodríguez
 Gerente General