

**PLAN OPERATIVO ANUAL
EVALUACION DE SEGUIMIENTO TRIMESTRAL
PERIODO: ABRIL - JUNIO 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	2	2	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, CEL, CEPA 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 del Departamento de ventas Corporativas, con la firma de nuevos convenios con clientes Corporativos como CEL y CEPA. Además mediante la realización de jornadas medicas orientadas a clientes corporativos y público en general en zonas geograficas especificas, a fin de fidelizar los clientes. Así mismo, el envío de notas a nuevos clientes Corporativos potenciales para incrementar dicha cartera.
		Coordinar la incorporación de productos nuevos que amplien 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 incorporación de productos nuevos al CEFAFA, así mismo, se conformó comisión para la elaboración de lista de productos de alta rotación (Ley Pareto), estableciendo el cuadro "A" y cuadro "B" para venta a público. Además, se presento propuesta de actualización de reorganización del CEFAFA, políticas de Compras Comerciales y procedimiento de Compras Comerciales, orientadas a optimizar el proceso de abastecimiento en las diferentes Sucursales del CEFAFA.
		Efectuar el seguimiento de estandarización de imagen externa de sucursales del CEFAFA para nuevas sucursales	Informe	1	1	100%	Ejecutado a través de supervisión a las diferentes sucursales del CEFAFA, verificando la imagen externa de las Sucursales, en cuanto a colores institucionales y colocación de rotulos. Así mismo, fue ejecutado a través del Depto. de Mercadeo con la gestión de 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 de presentación de propuestas de estudio al Honorable Consejo Directivo para estandarización de imagen interna de las diferentes sucursales del CEFAFA, en base a planimetría, ubicación de vitrinas, medicamentos y sistema informático. Ejecutado también, 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:



Myr. e Ing. DEM José Antonio Pérez
Gerente Comercial



AutORIZADO por: Tenel. y Lic María Armida Aguilar Rodríguez
Gerente General

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

GERENCIA COMERCIAL
 DEPARTAMENTO DE VENTAS
 PERIODO: SEGUNDO TRIMESTRE ABRIL/JUNIO 2017

No.	OBJETIVOS/PROPOSITOS	No.	ACTIVIDADES	META ANUAL	UNIDAD DE MEDIDA	Meta Programada	Meta Ejecutada	% de Ejecución	OBSERVACIONES
	Planificar, Organizar, Dirigir y Monitorear la gestión y seguimiento efectivo a las ventas que permita el alcance de las metas y objetivos institucionales	3	Sostener Reunión de Trabajo con Jefes de las Diferentes Sucursales del CEFAFA	12	Actas	3	3	100%	Realizado en coordinación con los supervisores y los jefes de sala, en la reunion mensual de ventas.
2	Monitorear el cumplimiento de las Metas	1	Realizar Supervisiones a las Diferentes Sucursales de Ventas	12	Informes	3	27	900%	Ejecutado en coordinación de la Gerencia Comercial y supervisores de Venta, según cronograma de supervisión, autorizado por Gerencia General.
		2	Dar seguimiento a las ventas perdidas y los Sugeridos de las Sucursales	12	Informes	3	13	433%	Ejecutado a travez de correos que envian salas de venta a supervisores y con el debido seguimiento que se les otorga a cada situación.
		3	Realizar un análisis del cumplimiento de las metas de ventas mensuales de las Sucursales	12	Informes	3	3	100%	Realizado por mi persona a travez de la información de sistema INFOS de donde obtenemos Reportes de Ventas.
		4	Sostener reunión de trabajo con proveedores, orientados a fortalecer las relaciones comerciales	24	Informes	6	4	80%	Reuniones programadas con los proveedores y las áreas requeridas, según sea el motivo de la reunión.
3	Realizar actividades orientadas al desarrollo del personal de Sucursales	1	Lleva a cabo capacitaciones para el personal del Departamento de Ventas y Sucursales	6	Informes	1	5	90%	Ejecutado en las reuniones de ventas mensuales, con el soporte de los proveedores, quienes capacitan sobre los usos de los productos que distribuyen o presentaciones de productos.
		2	Capacitaciones para Jefes y Dependientes de Servicio y Atención al cliente	12	Informes	3	2	66%	Realizado en coordinación con los supervisores y los jefes de sala, en la reunión mensual de ventas.
		3	Capacitación de Gestion documental y reordenamiento de documentos	1	Informe	1	1	100%	Realizada con la coordinación del departamento de Archivo y ejecutada en reunión de ventas.
		4	Evaluar el conocimiento del personal de Sucursales en relación a la gestión de Ventas, mediante evaluación escrita	4	Informes	2	0	0%	En coordinación con las areas involucradas (Crédito, ventas corporativas, informatica) se ejecutara en el proximo trimestre desarrollando las que estan pendientes y las evaluaciones que corresponden a ese trimestre.
				95					

Elaborado por:

Lic. Rebeca Tablas
 Jefe de Ventas



REVISADO POR:

José Antonio Pérez
 Myr. e Ing. DBM
 Gerente Comercial



AUTORIZADO POR:

María Armida Aguilar
 Tcnol. Licda.
 Gerente General

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

DEPARTAMENTO:
GERENCIA:

MERCADEO
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	3	3	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado.
		Gestionar la compra de espacios publicitarios en medios alternativos (Mupies, vallas, redes sociales, autobuses, entre otros)	Requisición	3	3	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado.
3	Crear imagen de marca a través de actividades POP que abonen al pocionamiento de los medio 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	2	2	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado.
		Realizar impulsaciones y/o activaciones de marca en las diferentes salas de venta	Documento	3	3	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado.
4	Apoyar la presencia de marca con la imagen comercial del CEFAFA	Apertura de nuevas sucursales que incluya la imagen estandarizada del CEFAFA	Documento	1	1	50%	Se ha realizado búsqueda de locales, pero no se ha encontrado local adecuado para aperturar sucursal
		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	1	1	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado.
		Gestionar compra de rótulos estándar e imagen interna para todas las sucursales (presentes y nuevas)	Documento	1	1	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado.



Elaborado por:
LICDA. AMBAR MENCIA MENCIVAR
JEFE DE MERCADEO



Revisado:
JOSÉ ANTONIO PÉREZ
MYR.-E.ING. DEM
GERENTE COMERCIAL



Autorizado por:
MARIA ARMIDA AGUILAR RODRIGUEZ
TCNEL Y LICDA.
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.

CONFIDENCIAL

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

GERENCIA: COMERCIAL
 AREA: ABASTECIMIENTO
 PERIODO: 2017

No.	OBJETIVOS/PROPOSITOS	No.	ACTIVIDADES	UNIDAD DE MEDIDA	PROYECTADO	META MENSUAL			EJECUTADO	PORCENTAJE %	OBSERVACIONES
						ABR	MAY	JUN			
1	Planificar, ejecutar y dirigir las actividades del Departamento de Abastecimiento.	3	Verificar cumplimiento del Plan Operativo 2017.	Informe	1			1	1	100%	Se cumplió según lo proyectado para el periodo a evaluar
2	Ejecución y seguimiento de procesos de abastecimiento	1	Elaborar Informes de Recepción de las compras de mercadería recibida a los proveedores.	Reporte de ingreso	900	300	300	300	527	59%	Menor cantidad de Informes de Recepcion debido a Ordenes de Compra con mayor cantidad de producto.
		2	Ejecutar ingresos por bonificación, por producto fuera de ordenes y solicitudes de compra	Reporte de ingreso	9	3	3	3	4	44%	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	Rollos x 1000 viñetas	24	8	8	8	0	0%	No se hizo uso de la impresora de códigos de barra en el periodo en mención.
		4	Ejecutar los controles de salidas de mercadería de Bodega General (a sucursales)	N/Remisión revisada	3300	1100	1100	1100	2204	67%	Las notas de remisión disminuyeron, debido a las vacaciones de Semana Santa.
		5	Ejecutar anulación de notas de remisión por errores en el proceso de ambas bodegas.	N/Remisión	60	20	20	20	44	73%	Las anulaciones han disminuido por mejor control interno de procesos.
		6	Seguimiento de mercadería remisionada por sucursal	Reporte de envíos	3	1	1	1	3	100%	Se cumplió según lo proyectado para el periodo a evaluar
		7	Seguimiento de volumen y paquetería en envíos de mercadería hacia sucursales	Reporte de envíos	3	1	1	1	2	67%	Pendiente el reporte del mes de Junio, ya que nuestro proveedor de servicio de transporte no lo ha enviado
		4	Seguimiento de casos especiales (productos nuevos, baja rotación, alta rotación, etc.)	Reporte	1			1	1	100%	Se cumplió según lo proyectado para el periodo a evaluar
		8	Control de Inventarios de bodega general para la identificación de mercadería con diferencias.	Reporte	1			1	2	200%	Inventarios realizados en Mayo y Junio
		9	Ejecutar cuadros de distribución de las necesidades de abastecimiento según rotación y existencias en sucursales.	Cuadro de distribución	900	300	300	300	341	38%	Menos cantidad de distribuciones debido a generacion de solicitudes de compras mas grandes y distribuciones mas grandes
10	Elaborar las solicitudes de compra de acuerdo a las existencias, necesidades y rotación de los productos.	Solicitud de Compra	1150	400	300	450	554	48%	Disminución de solicitudes de compra por elaborar solicitudes de mayor volumen.		
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	285	95	95	95	171	60%	Se ha impulsado la rotacion con mercadeo y ventas corporativas para disminuir devoluciones de productos.
		2	Remitir mercadería a Sucursales por estar fuera de política.	N/Remisión	81	27	27	27	27	33%	Ha disminuido por mejoras en procesos de sucursales
		3	Ejecutar los controles de ingresos de mercadería a Bodega 27	N/Remisión	645	215	215	215	306	47%	Se han presentado menores devoluciones por aumento de rotacion de productos.
		4	Ejecutar las devoluciones de mercadería a domicilio a los proveedores.	N/Remisión	12	4	4	4	8	67%	Ha disminuido por menor cantidad de devoluciones desde sucursal.
		5	Ejecutar ingresos por pago, a notas de remisión por devolución a proveedores	Reporte de ingreso	45	15	15	15	42	93%	De acuerdo a la cantidad de productos que presenta el proveedor.
		6	Reporte de seguimiento de Bodega 27	Reporte de bod 27	3	1	1	1	3	100%	Se cumplió según lo proyectado para el periodo a evaluar



Elaborado por:
 Ing. Armando Morales
 Jefe de Abastecimiento



Revisado por:
 M. Sc. Ing. DEM José Antonio Pérez
 Gerente Comercial



Vo Bo:
 Licda. María Armida Aguilár Rodríguez
 Gerente General

SEGUNDO SEGUIMIENTO

PERIODO: ABR-JUN 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	3	11	300%	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	1	100%	
		4	Gestionar el seguimiento a los clientes corporativos de convenios institucionales.		1	1	100%	
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	1	3	300%	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	3	100%	Se realizó conforme a lo programado y más, ya que se realizaron reuniones con clientes corporativos potenciales y existentes, además de realizar jornadas médicas.



Licda. Karla Noemí Peña Hernández
Jefe de Ventas Corporativas



Myr. e Ing. DEB José Antonio Pérez
Gerente Comercial



AutORIZADO
Tcnl. y Licda. María Armida Aguilar Rodríguez
Gerente General