



CENTRO FARMACEUTICO DE LA FUERZA ARMADA
PLAN OPERATIVO ANUAL
 PERIODO ABRIL-JUNIO 2020



No.	OBJETIVOS/PROPOSITOS	No.	ACTIVIDADES	META ANUAL	UNIDAD DE MEDIDA	META MENSUAL												PRESUPUESTO	OBSERVACIONES
						ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC		
1	Efectuar el seguimiento de las actividades del POA de cada una de los Departamentos que conforman la Gerencia Comercial	4	Informe	1															Se ha realizado en el segundo trimestre 2020 el respectivo seguimiento con los Departamentos de Compras, Mercadeo, Ventas Comerciales y Ventas Controladas
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															Convenios en proceso: ISSS, ampliación por medio de carta con UNICOMER.
3	Efectuar acciones comerciales que promuevan la fidelización de clientes actuales y nuevos con lo cual se obtenga el posicionamiento de la marca CEFAFA.	12	Informe	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Pautas publicitarias en redes sociales y televisión. Se hizo la contratación de radio pero se ejecutará en el tercer trimestre.
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.	4	Informe	1															Se han creado más de 30 códigos nuevos entre medicamentos que no se comercializaban en CEFAFA y productos de Conveniencia.
5	Efectuar el seguimiento de estandarización de imagen interna y externa de las sucursales del CEFAFA.	3	Informe	1															El Depto. de Mercadeo solicitó vinyles para San Miguelito. La sucursal Bloom está en remodelación por Servicios Generales.
6	Efectuar negociaciones con proveedores, a fin de obtener un mayor margen de rentabilidad para el CEFAFA.	6	Informe	1	1														Se tuvo acercamiento con proveedores a fin de mejorar las negociaciones y aumentar la rentabilidad
7	Provisionar los gastos en Personal así como Bienes Y Servicios, del presupuesto de CEFAFA.	1	Informes	1															Presupuesto total de Gerencia Comercial
8	Elaborar y proponer a la Gerencia General y Consejo Directivo proyectos o estrategias de aperturas o reubicación de Sucursales.	2	Informe	1															Pendiente la ejecución, proyecto tentativo para nueva sucursal en FORPOLYD.
TOTAL				36															5,206,869.49

Elaborado:

Kochin Avila-Sarada
 Licenciada
 Gerente Comercial

Autorizado:

Edegar Morales Alvarero Santos
 SACAP y MAE
 Gerente General





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

GERENCIA COMERCIAL
 AREA: DEPARTAMENTO DE COMPRAS COMERCIALES
 PERIODO: 2020

No.	OBJETIVOS/PROPOSITOS	No.	ACTIVIDADES	UNIDAD DE MEDIDA	META PROGRAMADA	META EJECUTADA	% DE EJECUCION	OBSERVACIONES
1	Realizar las compras de medicamentos, insumos médicos y productos de conveniencia, negociando con los proveedores la condición en la compra para mantener o mejorando la rentabilidad de los productos adquiridos.	1	Recibir solicitudes de compras de análisis de demanda	Reporte	800	800	100%	El abastecimiento a las sucursales está siendo acorde a las demandas de las mismas y en respuesta al Informe de Venta Parada, 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 mantenido 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, mercado 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.
		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.
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	Instaurar una alianza comercial que permita trasladar beneficios adicionales a los consumidores.	Actas	3	2	67%	Se han realizado activaciones con programas de fidelización de los laboratorios para beneficios de los consumidores, mejoras en las escalas de descuentos y bonificaciones, y negociación con proveedor para entrega de producto en consignación.
		2	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.
		3	Incorporar y mantener actualizado el banco de los proveedores para tener más opciones de compra.	Informes	1	1	100%	Se ha realizado actualización de banco de proveedores para ampliarlo y contar con más opciones.
4	Realizar un registro de datos que nos permitan tener opciones de compras.	1	Mantener en digital y físicamente los expediente completos de las ordenes de compras generadas por mas 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.
		1						

Elaborador:

Reynaldo Alexander Martínez Erazo
 Lcdo.
 Jefe de Compras Comerciales

Revisado:

Kenia Xochitl Avelar de Parada
 Lcda.
 Gerente Comercial

Autorizado:

Edgar Moisés Alvarero Santos
 Cap. y MAF
 Gerente General

CENTRO FARMACÉUTICO DE LA FUERZA ARMADA
PLAN OPERATIVO ANUAL
EVALUACIÓN DE SEGUIMIENTO TRIMESTRAL
PERIODO: ABRIL-JUNIO 2020

GERENCIA:
 ÁREA: BODEGA
 PERIODO: 2020

No.	OBJETIVOS/PROPOSITOS	ACTIVIDADES	UNIDAD DE MEDIDA	META PROGRAMADA	META EJECUTADA	% DE EJECUCIÓN	OBSERVACIONES	
	Planificar, controlar, ejecutar y dirigir las actividades del Departamento.	1	Verificar cumplimiento del Plan Operativo 2020.	Informe	1	1	100%	Se cumplió según lo proyectado.
		1	Elaborar Informes de Recepción de las compras de mercadería recibida a los proveedores.	Reporte de Ingreso	900	539	60%	Hubo una disminución según lo proyectado.
		2	Ejecutar ingresos por bonificación, por producto fuera de ordenes y solicitudes de compra.	Reporte de Ingreso	6	0	0%	Ha disminuido, debido a que las bonificaciones vienen reflejadas en la orden de compra.
		3	Ejecutar los controles de salidas de mercadería de Bodega General (a sucursales)	N/Remisión revisada	3000	1989	66%	Hubo una disminución según lo proyectado, debido al cierre de algunas sucursales.
		4	Ejecutar anulación de notas de remisión por errores en el proceso de ambas bodegas.	N/Remisión	60	42	70%	Hubo una disminución según lo proyectado.
2	Ejecución y seguimiento de procesos.	5	Seguimiento de envíos y recolección de mercadería.	Reporte de envíos	3	3	100%	Se cumplió según lo proyectado.
		1	Ejecutar las devoluciones a los proveedores, de toda mercadería próxima a vencer según políticas vigentes.	N/Remisión	210	178	85%	Hubo una disminución según lo proyectado.
		2	Remitir mercadería a Sucursales por estar fuera de por	N/Remisión	45	79	176%	Aumento, debido a que las sucursales enviaron productos anticipadamente.
		3	Ejecutar los controles de ingresos de mercadería a Bodega Z7	N/Remisión	600	480	80%	Hubo una disminución según lo proyectado.
		4	Ejecutar las devoluciones de mercadería a domicilio a los proveedores.	N/Remisión	15	11	73%	Hubo una disminución según lo proyectado.
3	Ejecución y seguimiento de procesos de devolución.	5	Ejecutar ingresos por pago, a notas de remisión por devolución a proveedores.	Reporte de Ingreso	45	43	96%	Hubo una disminución según lo proyectado.

COORDINADOR DE ABASTECIMIENTO
 Elaborado por: Carlos Alfredo Argueta
 Cargo: Coordinador de Bodega

GERENCIA COMERCIAL
 Revisado: Licda. Xochitl Aveiler de Parada
 Cargo: Gerente Comercial

GERENCIA GENERAL
 Vo. Bo: Cap. y M.C. Edgar Arroyero
 Cargo: Gerente General

No.	OBJETIVOS/PROPOSITOS	No.	ACTIVIDADES	META ANUAL	UNIDAD DE MEDIDA	META MENSUAL												PRESUPUESTO	OBSERVACIONES
1	Planificar, organizar y apoyar al alcance de metas de venta de las Sucursales CEFARFA, mediante la fidelización a nuevos clientes corporativos	1	*Elaborar el presupuesto mensual de Ventas Corporativas para la gestión 2020	1	Presupuesto	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1			Se realizó conforme a lo programado	
		2	*Elaborar Plan de Trabajo mensual del Depto. de Ventas Corporativas para la gestión 2020.	1	Plan de Trabajo	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1				
		3	*Verificar cumplimiento de Plan de Trabajo mensual 2020, de Departamento de Ventas Corporativas	1	Plan de Trabajo	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1				
2	Reforzar la atención personalizada a clientes corporativos, mediante visitas, correos electrónicos y comunicación mediante WhatsApp y realizar gestionando ventas con clientes frecuentes, temporales y permanentes.	1	*Elaboración de cotizaciones a precios competitivos a clientes corporativos.	600	Cotización	50	50	50	20	20	10							Gestión no personalizada por emergencia COVID-19	
		2	*Monitoreo constante de los medios de comunicación, escritos, electrónicos para la participación en licitaciones en cualquiera de sus modalidades.	240	Bitácora de seguimiento	1	1	1	1	1	1	1							
		3	*Realizar visitas o llamadas y entregar carpetas ejecutivas a instituciones de gobierno para fidelizarlos.	300	Bitácora de seguimiento	1	1	1	1	1	1	1							
		4	*Gestionar el seguimiento a Convenios Institucionales de los clientes corporativos.	15	Convenio	1	1	1	1	1	1	0							
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 de informativo para clientes corporativos y promocionales, los cuales serán entregados por el Departamento de Mercado	15	Correo envío de Informe	1	1	1	0	0	0						Se realizó conforme a necesidades del ISSS en redes sociales debido a sus políticas de distribuciones de despacho de medicamentos ante emergencia COVID-19 lo programado y más ya que se enviaron carpetas ejecutivas y correos a clientes corporativos. No se realizaron jornadas médicas ni eventos institucionales y presentamos ante prohibición por parte del MINSA, en la aglomeración de personas Debido a emergencia COVID-19		
		2	*Realizar actividades que fomentan la identidad corporativa (jornadas médicas, eventos de salud y actividades de fidelización con clientes corporativos).	48	Informe de Actividad	1	1	1	1	1	1	1							

Revisó:

Autorizó:



JEFATURA DE VENTAS CORPORATIVAS
 Licda. Xaphile Avellar de Parada
 Gerente Comercial

Edgar Mejías Alvarado Santos
 Cap. y MAE
 General General



CENTRO FARMACEUTICO DE LA FUERZA ARMADA
PLAN OPERATIVO ANUAL
EVALUACION DE SEGUIMIENTO TRIMESTRAL
PERIODO ABRIL A JUNIO 2020



GERENCIA COMERCIAL
 DEPARTAMENTO DE VENTAS COMERCIALES
 PERIODO: SEGUNDO TRIMESTRE ABRIL - JUNIO 2020

No.	OBJETIVOS/PROPOSITOS	No.	ACTIVIDADES	META ANUAL	UNIDAD DE MEDIDA	Meta		% de Ejecucion	OBSERVACIONES
						programada	efectuada		
1	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 reunion de trabajo con Jefes de las diferentes Sucursales del CEFARFA	9	Actas	2	0	0%	Se presento escrito memorandium número RMD 56/2020, RMD 86/2020 y RMD 86/2020 para cancelar las reuniones debido a la emergencia nacional de COVID-19
		4	Sostener reunion de trabajo con Dependientes de las diferentes Sucursales del CEFARFA	3	Actas	1	0	0%	Se presento escrito memorandium número RMD 56/2020, RMD 86/2020 y RMD 86/2020 para cancelar las reuniones debido a la emergencia nacional de COVID-19
		5	Verificar el cumplimiento del POA	4	Documento	1	1	100%	En coordinación con coordinadores de ventas
		6	Realizar calculo de comisiones	6	Informes	2	0	0%	Se suspendió el pago y calculo de comisiones debido a la emergencia nacional de COVID-19
		1	Realizar supervisiones a traves de los coordinadores comerciales a las diferentes sucursales, enfocadas a mejoras de abastecimiento, atención al cliente e imagen sucursal.	96	Informes	24	0	0%	No se realizaron supervisiones debido a la emergencia nacional de COVID-19
		2	Realizar un analisis del cumplimiento de las metas de ventas mensuales de las Sucursales	12	Informes	3	3	100%	En coordinación con los coordinadores de ventas
2	Monitorear el cumplimiento de las Metas	4	Realizar capacitaciones con proveedores, jefes de farmacia y dependientes, a fin de conocer sobre los productos que se comercializan.	12	Informes	3	0	0%	No se programaron capacitaciones debido a la emergencia de COVID-19
		1	Capacitaciones para Jefes y Dependientes de Servicio al cliente y sobre otros conocimientos.	4	Informes	1	0	0%	No se programaron capacitaciones debido a la emergencia de COVID-19
		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, reportando a los coordinadores de ventas
		3	Evaluación de desempeño de personal.	2		1	1	100%	En conjunto con coordinadores de ventas
				182					

Elegido por:
JEFE DE VENTAS
 Licda. Aída, Fatima, Estelitz, Tovar
 Melinda Virellis Comerciales

Revisado:
GERENTE COMERCIAL
 Licda. Kenia Kochill de Parada
 Gerente Comercial

Vº Bº:
GERENTE GENERAL
 Edgier Moisés Álvarez Santos
 Gerente General

DEPARTAMENTO: MERCADERO
GERENCIA: COMERCIAL



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



No.	Objetivo	Actividad	Unidad de Medida	Meta programada	Meta ejecutada	% de ejecución	Observación
1	Planificar y ejecutar actividades del Departamento de Mercaderos	2	Documento	1	1	100%	
		4	Documento	3	3	100%	Se realizó sondeo online de las estrategias de venta impulsadas por la competencia durante la emergencia nacional, así mismo de precios de productos reportados como venta perdida.
		1	Requisición	2	2	100%	Se pauló dos meses en canal 21, impulsando nuestra Sucursal Paseo y San Miguelito.
		2	Solicitud de Cheque/Pago electrónico	3	3	100%	Se ha paulado cada mes en Facebook e Instagram.
2	Proyectar la marca CEFAFA, a través de diferentes medios publicitarios para impulsar un posicionamiento de marca a nivel nacional	1	Documento	3	3	100%	Se ha solicitado autorización para promociones cada mes.
		2	Documento	3	3	100%	Se ha paulado cada mes en Facebook e Instagram.
3	Posicionar la marca a través de actividades POP que abonen a la campaña de medio masivos y alternativos	1	Documento	3	3	100%	Se ha solicitado autorización para promociones cada mes.
		2	Requisición	1	0	0%	Se contemplaba la compra de promocionales, pero debido a la emergencia por COVID-19 no se ha podido realizar la compra ya que las empresas no cuentan con autorización para laborar.
		3	Documento	3	0	0%	No se ha programado jornadas ni impulsos con el fin de cumplir con las medidas de distanciamiento social y seguridad sanitaria en las sucursales.
4	Apoyar la presencia de marca con la imagen comercial del CEFAFA	1	Documento	1	0	0%	Debido a la emergencia por COVID-19 no se han podido realizar actividades promocionales.
		2	Documento	1	0	0%	
		3	Documento	1	0	0%	Durante la emergencia nacional el personal de la Fuerza Armada se ha encontrado trabajando de lleno en el apoyo a la población.
		4	Requisición	1	0	0%	Durante la cuarentena las empresas de rotulación no cuentan con autorización para trabajar, por lo que no se pudo efectuar la compra de ningún elemento.

CENTRO FARMACEUTICO DE LA FUERZA ARMADA
JEFE DE MERCADERO
Eduardo P. de Et...
NOCAMAR...
ABIGAIL DE LOS ANGELES QUIJADA
Jefe de Mercaderos

CENTRO FARMACEUTICO DE LA FUERZA ARMADA
GERENCIA COMERCIAL
Revisado: Licda. Xochilt de Parada
Licenciada
Gerente Comercial

CENTRO FARMACEUTICO DE LA FUERZA ARMADA
GERENCIA GENERAL
Autorizado por: Edgarp Altavero
Cap. y MAF
Gerente General