



No.	Objetivo	Actividad	Unidad de Medida	Meta programada	Meta ejecutada	% de ejecución	Observación
1	Planificar y ejecutar actividades del Departamento de Mercadeo	2	Documento	2	2	100%	
		3	Documento	1	1	100%	Se presento presupuesto 2021 en conjunto con Plan de Mercadeo y Ventas 2021
		4	Documento	3	3	100%	Se realizo sondeo de mercado en Metrosur, Atunachipán, Lourdes y zona del IPSFA.
		1	Requision	2	2	100%	Se continuo con pautas de Radio y se solicito autorizacion para pautas en TV pero no fue autorizado por CD
2	Proyectar la marca CEFAFA, A traves de diferentes medios publicitarios para impulsar un posicionamiento de marca a nivel nacional.	2	Solicitud de Cheque / Pago Electronico	3	3	100%	Se ha pautado cada mes en Facebook e Instagram
		1	Documento	3	3	100%	Se ha solicitado autorizacion para diversas promociones ademas de rifas en redes sociales de productos nuevos
3	Posicionar la marca a traves de actividades POP que abonen a la campaña de medio masivos y alternativos	2	Requision	1	1	100%	Se solicito la compra de los promocionales que no se pudieron adquirir en los meses pasados pero solo se adjudicaron agendas y calendarios
		3	Documento	3	3	100%	En coordinacion con proveedores
4	Apoyar la presencia de marca con la imagen comercial del CEFAFA	1	Documento	1	0	0%	No se han abierto sucursales nuevas
		2	Documento	1	1	100%	Se realizo jornada medica y activacion de marca en Ministerio de la Defensa
		3	Documento	1	1	100%	
		4	Documento	1	1	100%	



SILVANA LEIVA GONZALEZ  
LICENCIADA  
JEFE DE MERCADEO

*Silvana Leiva Gonzalez*



CARLOS ALBERTO BELLOSO CAMPOS  
LICENCIADO  
GERENTE COMERCIAL / EN FUNCIONES

*Carlos Alberto Belloso Campos*



EDGAR ALAYZARO  
CAP. Y MAR.  
GERENTE GENERAL

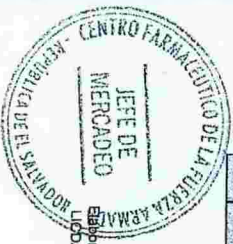
*Edgar Alayzaro*

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

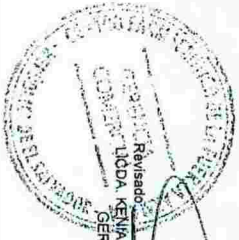
GERENCIA: Comercial  
AREA: Departamento de Mercadeo  
PERIODO: 2020



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	Planificar y ejecutar actividades del Departamento de Mercadeo	1	Elaborar Plan de Trabajo Anual del Departamento de Mercadeo para la gestión 2021	1	Documento																	
		2	Verificar cumplimiento de Plan de Trabajo del Departamento de Mercadeo 2020	4	Documento				1													
		3	Elaborar el presupuesto anual para el funcionamiento del Departamento de Mercadeo 2020	1	Documento																	
		4	Elaboración de estudios de mercado (Sondeos, Competencia, precios, promociones, ...)	12	Documento																	
2	Proyectar la marca CEFARFA, 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																	
		2	Gestionar la compra de espacios publicitarios en medios alternativos ( redes sociales, mailmarketing, entre otros)	12	Solicitud de Cheque/Pago electrónico																	
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																	
		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 pastochinos.	3	Requisición																	
		3	Calendular Impulsaciones, Jornadas Medicas y/o activaciones de marca en las diferentes salas de venta	12	Documento																	
4	Apoyar la presencia de marca con la imagen comercial del CEFARFA	1	Apertura de nuevas sucursales que incluya la imagen estandarizada del CEFARFA	2	Documento																	
		2	Actividades promocionales que abonen a la presencia de la marca del CEFARFA (perifoneo móvil y estatico, activación globo regional, ...)	4	Documento																	
		3	Actividades promocionales que abonen a la presencia de la marca del CEFARFA, en Unidades Militares	2	Documento																	
		4	Gestionar compra de rótulos para estandarizar la nueva imagen en todas las sucursales (presentes y nuevas)	4	Requisición																	
5	Implementación de programa de Fidelización	1	Documento																			
																				\$124,238.55		



Elaborado por: *Araceli Calderon*  
LIDDA, ARIGALI, CULIADY CALDERON  
JEFE DE MERCADERO



Revisado: *Kenia Xochilt Avelar de Parada*  
LIDDA, KENIA XOCHILT AVELAR DE PARADA  
GERENTE COMERCIAL



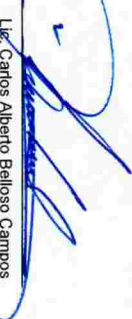
Gerente General: *Waf Rogar Alvarero*  
CABE Y WAF ROGAR ALVARERO  
GERENTE GENERAL DE CEFARFA

CUARTO SEGUIMIENTO  
 CENTRO FARMACÉUTICO DE LA FUERZA ARMADA  
 PLAN OPERATIVO ANUAL  
 EVALUACIÓN DE SEGUIMIENTO TRIMESTRAL  
 PERIODO: OCTUBRE-DICIEMBRE 2020


No.	OBJETIVOS/PROPOSITOS	No.	ACTIVIDADES	UNIDAD DE MEDIDA	META PROGRAMADA	META EJECUTADA	% DE EJECUCIÓN	OBSERVACIONES
1	Planificar, controlar, ejecutar y dirigir las actividades del Departamento.	1	Elaborar Presupuesto Anual del Departamento de Abastecimiento para la gestión 2021.	Presupuesto	1	1	100%	Se cumplió según lo proyectado.
		2	Elaborar Plan Operativo Anual de Departamento de Abastecimiento para la gestión 2021.	POA	1	1	100%	Se cumplió según lo proyectado.
		3	Verificar cumplimiento del Plan Operativo 2020.	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	900	519	58%	Hubo una disminución según lo proyectado.
		2	Ejecutar ingresos por bonificación, por producto fuera de ordenes y solicitudes de compra.	Reporte de ingreso	6	2	33%	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	2146	72%	Hubo una disminución según lo proyectado.
		4	Ejecutar anulación de notas de remisión por errores en el proceso de ambas bodegas.	N/Remisión	60	49	82%	Hubo una disminución según lo proyectado.
		5	Seguimiento de envíos y recolección de mercadería.	Reporte de envíos	3	3	100%	Se cumplió según lo proyectado.
		6	Control de Inventarios de bodega general para la identificación de mercadería con diferencias.	Reporte.	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	210	158	75%	Hubo una disminución según lo proyectado.
		2	Remitr mercadería a Sucursales por estar fuera de política.	N/Remisión	45	70	156%	Aumento, debido a que las sucursales enviaron productos anticipadamente y otros fuera del tiempo establecido.
		3	Ejecutar los controles de ingresos de mercadería a Bodega 27	N/Remisión	600	453	76%	Hubo una disminución según lo proyectado.
		4	Ejecutar las devoluciones de mercadería a domicilio a los proveedores.	N/Remisión	15	8	53%	Hubo una disminución según lo proyectado.
		5	Ejecutar ingresos por pago, a notas de remisión por devolución a proveedores.	Reporte de ingreso	45	59	131%	Hubo un aumento según lo proyectado.

Elaborado por:   
 Coordinador de Bodega



Revisado:   
 Gerente Comercial en Funciones



Vo. Bo.   
 Gerente General





**CENTRO FARMACÉUTICO DE LA FUERZA ARMADA**  
**PLAN OPERATIVO ANUAL**  
 EVALUACION DE SEGUIMIENTO TRIMESTRAL  
 PERIODO: OCTUBRE - DICIEMBRE 2020

GERENCIA: COMERCIAL  
 AREA: DEPARTAMENTO DE COMPRAS COMERCIALES  
 PERIODO: 2020

No.	OBJETIVO/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 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 Sales de Ventas en coordinación con ventas, mercado y análisis de demanda	1	Procesar formularios de productos nuevos, armados 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.	2	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.
		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 permitan tener opciones de compras.	1	Implementar 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 ampliar y contar con más opciones.
		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.
5	Realizar digitalización de archivo de expediente de ordenes de compra	1	Reportes	3	3	100%		



Elaborado:  
**Reynaldo Alexander Martínez Erazo**  
 Lcdo.  
 Jefe de Compras Comerciales



Revisado:  
**Carlos Alberto Betts Campos**  
 Lcdo.  
 Gerente Comercial en Funciones



Autorizado:  
**Edgar Inés Avayero Santos**  
 C.A.B. Y.M.A.F.  
 Gerente General





**CENTRO FARMACEUTICO DE LA FUERZA ARMADA**  
**PLAN OPERATIVO ANUAL**  
**EVALUACION DE SEGUIMIENTO TRIMESTRAL**  
**PERIODO OCTUBRE A DICIEMBRE 2020**

GERENCIA COMERCIAL  
 DEPARTAMENTO DE VENTAS  
 PERIODO: CUARTO TRIMESTRE OCT-DIC 2020

No.	OBJETIVOS/PROPOSITOS	No.	ACTIVIDADES	META ANUAL	UNIDAD DE MEDIDA	Meta		% de Ejecucion	OBSERVACIONES
						programada	ejecutada		
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	1	1	100%	Esta actividad estaba programada para el mes de noviembre, pero se realizó el mes de septiembre
		2	Sostener reunión de trabajo con Jefes de las diferentes Sucursales del CEFFAFA	9	Actas	3	2	67%	Se suspendió reunión programada del mes de diciembre debido a la planificación de fin de año.
		3	Sostener reunión de trabajo con Dependientes de las diferentes Sucursales del CEFFAFA	3	Actas	0	0	0%	No había programación de dicha actividad en el último trimestre.
		4	Verificar el cumplimiento del POA	4	Documento	1	1	100%	En coordinación con coordinadores de ventas
		5	Realizar cálculo de comisiones	6	Informes	1	0	0%	Se suspendió el pago y cálculo de comisiones debido a la emergencia nacional de COVID-19
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.	96	Informes	24	43	179%	Se realizaron supervisiones a partir del mes de septiembre debido a la emergencia nacional de COVID-19, 16 supervisiones en Octubre, 10 supervisiones en noviembre y 17 en Diciembre 2020.
		2	Realizar un análisis del cumplimiento de las metas de ventas mensuales de las Sucursales	12	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.	12	Informes	3	2	57%	Se programaron 2 capacitaciones en coordinación con los coordinadores comerciales de ventas y la correspondiente de diciembre se suspendió debido a las actividades de fin de año.
3	Realizar actividades orientadas al desarrollo del personal de Sucursales	1	Capacitaciones para Jefes y Dependientes de Servicio al cliente y sobre otros conocimientos.	4	Informes	3	0	0%	No se programó capacitación debido a la emergencia nacional por COVID-19
		2	Realizar evaluaciones sobre el cumplimiento en aspectos de asuntos regulatorios por parte de la DNM.	12	Informes	3	3	100%	En conjunto con coordinadores comerciales
				163					



Elaborado por:  
 Lic. Hamilton Alvarez  
 Jefe de Ventas en Funciones



Revisado:  
 Lic. Carlos Alberto Belloso Campos  
 Gerente Comercial en Funciones



Vo. B. en C.  
 Lic. Edgar Molas Alvarero Santos  
 Cap. y MAE  
 Gerente General



CENTRO FARMACEUTICO DE LA FUERZA ARMADA  
PLAN OPERATIVO ANUAL



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																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	9	Actas	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	\$239,807.72	En coordinación con las Sucursales y coordinadores.
		4	Sostener reunión de trabajo con Dependientes de las diferentes Sucursales del CEFAFA	3	Actas			1			1			1			1			1		En coordinación con las Sucursales y coordinadores.
		5	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.	96	Informes	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	\$239,807.72	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	1		En coordinación con las áreas involucradas
		1	Capacitaciones para Jefes y Dependientes de Servicio al cliente y sobre otros conocimientos.	4	Informes	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		En coordinación con los coordinadores comerciales y Jefe de Ventas
3	Realizar actividades orientadas al desarrollo del personal de Sucursales	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	\$239,807.72	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	
				156																	\$ 719,423.16	

Elaborado por:  
Lic. José Arnaldo Campos  
Jefe de Ventas Comerciales en Funciones

Revisado:  
Licda. Kenia Kochi de Parada  
Gerente Comercial

Edgar Moisés Alvarero Santos  
Cap. y MAF  
Gerente General





**CENTRO FARMACÉUTICO DE LA FUERZA ARMADA  
EVALUACIÓN DE SEGUIMIENTO TRIMESTRAL  
PLAN OPERATIVO ANUAL 2020**

PERÍODO: OCTUBRE, NOVIEMBRE Y DICIEMBRE 2020

Hoja 1



**GERENCIA COMERCIAL  
ÁREA: DEPARTAMENTO DE VENTAS CORPORATIVAS.**

No.	OBJETIVOS/PROPOSITOS	No.	ACTIVIDADES	UNIDAD DE MEDIDA	META PROGRAMADA	UNIDAD EJECUTADA	% DE EJECUCIÓN TRIMESTRAL	OBSERVACIONES
1	Planificar, Organizar y apoyar el 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 2020.		1	1	100%	Se realizó conforme a lo programado
		2	Elaborar el Plan de Trabajo Anual del Departamento de Ventas Corporativas para la gestión 2020	Informe	1	1	100%	
		3	Verificar cumplimiento del Plan de Trabajo 2020 del Departamento de Ventas Corporativas		1	1	100%	
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	150	17	11%	Se realizó mantenimiento de cuenta SSS, seguimiento a negociaciones de 4 cartas nuevas en el mes de diciembre.
		2	Monitoreo constante de los medios de comunicación escritos o electrónicos para la participación en licitaciones en cualquiera de sus modalidades.		240	240	100%	
		3	Realizar visitas o llamadas a diferentes empresas e instituciones gubernamentales para fidelizarlos mediante convenios.	Bitácora de seguimiento	50	20	40%	
		4	Gestionar el seguimiento a los clientes corporativos de convenios institucionales.		3	15	20%	
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	15	15	100%	No se realizaron jornadas médicas ni eventos institucionales ante la prohibición por parte del MINSAL en aglomeración de personas por emergencia COVID-19
		2	Realizar actividades institucionales que fomenten la identidad corporativa.	Informe de Actividad	3	0	0%	

Laboratorio: JENATURA  
 Oficina de Ventas Corporativas  
 Licda. Ana Carolina Cañas Suárez.  
 Jefe de Dpto. Vts. Corporativas

Gerente Comercial en Funciones

Capitán y Mst. Edgar-Moisés Alayvero.  
 Gerente General

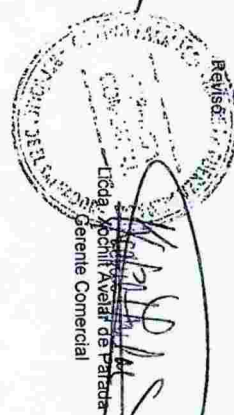


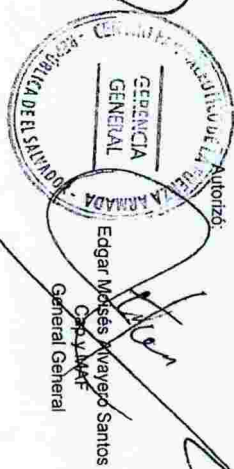
**ANEXO "A"**  
**CENTRO FARMACEUTICO DE LA FUERZA ARMADA**  
**PLAN OPERATIVO ANUAL**

GERENCIA: Comercial  
 AREA: Corporativa  
 PERIODO: 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		
3																			
2			*Realizar actividades que fomentan la identidad corporativa (jornadas médicas, eventos de salud y actividades de fidelización con clientes corporativos.	48	Informe de Actividad	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
																		\$10,530.40	

  
 Jefe de Ventas Corporativas  
 Licda. Ana Carolina Carras  
 Jefe de Ventas Corporativas

  
 Revisó:  
 Licda. Yochitl Avial de Parada  
 Gerente Comercial

  
 Autorizó:  
 Edgar Moisés Navayo Santos  
 Gerente General



**CENTRO FARMACÉUTICO DE LA FUERZA ARMADA**  
**PLAN OPERATIVO ANUAL**  
**EVALUACION DE SEGUIMIENTO TRIMESTRAL**  
**PERIODO: OCTUBRE-DICIEMBRE 2020**



**GERENCIA: COMERCIAL**  
**PERIODO: CUARTO TRIMESTRE OCTUBRE- DICIEMBRE 2020**

N°	Objetivo	N°	Actividad	Unidad de Medida	Meta programada	Meta ejecutada	% de ejecución	Observación
1	Coordinar, ejecutar 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	Ejecutar 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 julio a septiembre del 2020, con los limitantes por la Pandemia por COVID-19.
		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.	Informe	1	1	100%	Se firmo convenio con IPSFA, el cual entrará en vigencia en 2021
		3	Ejecutar acciones comerciales que promuevan la fidelización de clientes actuales y nuevos con lo cual se obtenga el posicionamiento de la marca CEFARFA.	Informe	3	0	0%	No se realizó nada por tema pandemia
		4	Coordinar la incorporación de productos nuevos que amplíen el inventario del CEFARFA 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%	Se realizó alianza estratégica con Riata Linea Babaria, a través de "Compras Comerciales" en coordinación con Mercado y Ventas, realizando la incorporación de códigos de productos nuevos entre medicamentos y productos de conveniencia.
		5	Ejecutar el seguimiento de estandarización de imagen externa de sucursales del CEFARFA	Informe	0	0	0%	No se pasaron propuestas en el cuarto trimestre 2020.
		6	Ejecutar negociaciones con proveedores, a fin de obtener un mayor margen de rentabilidad para el CEFARFA.	Informe	1	1	100%	Se han realizado mejoras en las escalas de descuento y bonificaciones
		7	Provisionar gastos en personal así como Bienes y servicios, del presupuesto de CEFARFA	Informes	0	0	0%	No se pasaron propuestas en el cuarto trimestre 2020.
		8	Elaborar y proponer a la Gerencia General y Consejo Directivo proyectos o estrategias de aperturas o reubicación de Sucursales.	Informe	0	0	0%	No se pasaron propuestas en el cuarto trimestre 2020.



Elaborado por:  
 Lic. Carlos Alberto Belioso Campos  
 Gerente Comercial en funciones

Autorizado por:



Cap. Y MAJ Edgar Awaysoro Santos  
 Gerente General

