

CENTRO FARMACÉUTICO DE LA FUERZA ARMADA

Farmacias CEFAFA[®]
"Tu farmacia amiga"

POLÍTICAS DE VENTA 2013

(Ventas y Abastecimiento)

San Salvador, Diciembre de 2013

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	3
POLÍTICAS DE VENTA	4
1. BASE LEGAL.....	4
2. OBJETIVO GENERAL	4
3. OBJETIVOS ESPECIFICOS	5
4. POLÍTICAS DE DESCUENTO	5
5. POLÍTICAS DE DESCUENTOS ESPECIALES.....	6
6. POLÍTICAS DE NEGOCIACIÓN.....	7
7. POLÍTICAS PARA EL PAGO DE COMISIÓN POR VENTAS	8
8. POLITICAS PARA OTRAS COMISIONES.....	9
9 POLÍTICAS GENERALES PARA EL PAGO DE COMISIÓN POR VENTA EN PERIODO DE VACACIONES.....	9
10. POLÍTICAS PARA FACTURACIÓN DE FALTANTES DE INVENTARIO GENERALES Y SELECTIVOS.....	10
11. POLÍTICAS PARA FACTURACIÓN DE MEDICAMENTOS VENCIDOS	11
12. POLÍTICAS PARA LEVANTAMIENTO DE INVENTARIOS SELECTIVOS EN LAS SUCURSALES	12
13. POLÍTICAS PARA HORARIOS, PERMISOS, INGRESOS Y TRASLADOS DE PERSONAL.....	13
POLÍTICAS DE ABASTECIMIENTO	15
BASE LEGAL	15
OBJETIVO.....	15
1. POLÍTICAS PARA EL ABASTECIMIENTO	15
2. SOBRE LA ADQUISICIÓN DE PRODUCTO NUEVO.....	17
3. SOBRE LOS PRODUCTOS CON BAJA ROTACIÓN	17
4. SOBRE LAS REDISTRIBUCIONES	18
5. SOBRE EL ABASTECIMIENTO DE PRODUCTOS NO DEVOLUTIVOS	19
6. SOBRE EL MANEJO DE PRODUCTOS ESPECIALES	19
7. SOLICITUD DE COMPRAS	20
8. SOBRE EL ALMACENAMIENTO Y DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS	23
9. DEVOLUCIONES DE MEDICAMENTOS A PROVEEDORES.....	24
10. RECEPCIÓN DE PAGOS POR DEVOLUCIÓN	25
11. ENVÍOS DE PAQUETERÍA.....	25
12. ENVÍOS DESDE BODEGA GENERAL	26
GLOSARIO DE TÉRMINOS	28
10. VIGENCIA.....	30

INTRODUCCIÓN

Las presentes Políticas han sido creadas en cumplimiento a las Normas Técnicas de Control Interno y Ley de Creación del CEFAFA, con el objetivo asegurar el cumplimiento de las proyecciones Institucionales y propiciar lineamientos para el correcto desarrollo y maximización de los recursos disponibles, proporcionando herramientas para el adecuado manejo de los procesos dentro de la Gerencia Comercial.

De igual forma facilita el control de las actividades asignadas a las áreas que conforman la Gerencia Comercial, dando prioridad a garantizar un servicio de calidad y con eficiencia a los clientes con el propósito de fidelizarlos a nuestra marca **“Farmacias CEFAFA®”**.

Este documento se complementa con los detalles técnicos expresados en los diferentes manuales de procedimientos de cada una de las áreas de la Gerencia Comercial.

POLÍTICAS DE VENTA

1. BASE LEGAL

Ley de Creación del CEFAFA, Art. 9, literal F

Son atribuciones y deberes del Consejo "Establecer políticas administrativas de CEFAFA"

Art. 36 Normas Técnicas de Control Interno Específicas del CEFAFA, El Consejo Directivo Autorizará las Políticas, manuales, instructivos y procedimientos de control que garanticen razonablemente el cumplimiento del sistema de control interno, asimismo, las modificaciones y/o actualizaciones que sean necesarias

Art.37 Normas Técnicas de Control Interno Específicas del CEFAFA, El Consejo Directivo, los niveles gerenciales y de jefatura, documentarán, mantendrán actualizados y divulgarán internamente a través de medios de comunicación institucionales escritos y/o electrónicos las políticas, manuales, instructivos y procedimientos

Art. 57 Normas Técnicas de Control Interno Específicas del CEFAFA, Políticas de Ventas

El Consejo Directivo, los niveles gerenciales y de jefatura, establecerán por medio de las Políticas de Ventas el adecuado control de la gestión de venta en las diferentes Sucursales del CEFAFA a efecto de asegurar que se cumplan las proyecciones institucionales

2. OBJETIVO GENERAL

Proporcionar al personal del departamento de Ventas, políticas para un adecuado desarrollo y control de las actividades asignadas a cada área funcional, asimismo de las sucursales de Farmacias CEFAFA®.

3. OBJETIVOS ESPECIFICOS

3.1 Establecer los parámetros de control sobre el desarrollo de las labores de ventas en las diferentes sucursales.

3.2 Contar con los procedimientos necesarios para una adecuada administración en el Departamento de ventas.

3.3 Fortalecer un adecuado Control Interno administrativo, financiero y operativo en las salas de venta del CEFAFA.

4. POLÍTICAS DE DESCUENTO

4.1 La tabla de descuentos será propuesta por la Gerencia Comercial en coordinación con la Gerencia de Adquisiciones y Financiera, obteniendo el visto bueno de Gerencia General, para la correspondiente aprobación del Consejo Directivo del CEFAFA.

4.2 Los descuentos destinados al público en general, se realizarán garantizando los intereses de rentabilidad del CEFAFA, teniendo en consideración el posicionamiento de la marca en el mercado, tipo de medicamento, rotación, proximidad de vencimiento y cualquier otra condición que represente la factibilidad o necesidad de desplazamiento del producto.

4.3 La tabla de descuentos autorizada será ingresada al módulo de facturación del Sistema Infosweb en coordinación con el Departamento de Informática.

4.4 Los Jefes y Dependientes podrán ofrecer los descuentos establecidos y debidamente autorizados en el módulo de facturación del Sistema Infosweb.

4.5 Para los productos plaza y conveniencia no aplica descuento, excepto que su margen de rentabilidad lo permita o cuando las condiciones de rotación no sea las esperadas, para lo cual podrán realizarse mediante promociones en coordinación con los Departamentos de Mercadeo y Ventas Corporativas.

4.6 Se realizarán gestiones con proveedores para el diseño e implementación de promociones en productos de venta libre, dirigidas a público en general, con el propósito de generar posicionamiento de marca, garantizando la competitividad en el mercado farmacéutico y satisfaciendo las necesidades de los clientes en general, ofreciéndoles mejores precios o artículos promocionales, asimismo se podrá realizar como estrategia de ventas, descuentos especiales y promociones en coordinación con el Departamento Mercadeo, dirigidas al público en general, clientes corporativos, personal de alta de la Fuerza Armada entre otros.

4.7 Por ninguna razón los productos destinados para la venta podrán venderse abajo del costo de adquisición, exceptuando aquellos que sean autorizados por la Gerencia General.

5. POLÍTICAS DE DESCUENTOS ESPECIALES

5.1 Los descuentos especiales para productos con baja rotación, próximos a vencer y no devolutivos serán aplicados únicamente con autorización de la Gerencia General.

5.2 En el caso de las Instituciones públicas, empresas privadas, o entes debidamente establecidos, como: Colegios, Escuelas, Institutos, pequeños comerciantes, empleados y clientes frecuentes entre otros, podrán optar a un descuento especial, el cual puede variar de acuerdo al margen de rentabilidad de cada producto y se determinará por medio de cotización realizada por el Departamento de Ventas, debidamente autorizada por la Gerencia Comercial.

5.3 Para las Licitaciones y/o Libres gestiones con entidades públicas y/o empresas del sector privado, los precios ofertados serán según cotización por parte del proveedor, excepto en los casos de aquellos productos que se posean existencias en inventario, se podrá aplicar descuento de acuerdo a su margen de rentabilidad.

6. POLÍTICAS DE NEGOCIACIÓN

6.1 La Gerencia Comercial en coordinación con la Gerencia General y Gerencia de Adquisiciones, realizarán negociaciones con los Laboratorios fabricantes y Droguerías, con la finalidad de obtener mejores descuentos y/o promociones encaminadas al desplazamiento de sus productos las cuales sean de mutuo beneficio.

6.2 Las negociaciones se realizaran bajo los principios de transparencia, honestidad, responsabilidad, ética y sobre todo anteponiendo los intereses Institucionales.

6.3 En las negociaciones para la adquisición de medicamentos, vitaminas, producto plaza y/o conveniencia, se evaluaran los siguientes criterios:

6.3.1 Demanda y rotación del medicamento o producto.

6.3.2 Calidad del medicamento o producto.

6.3.3 Costo del medicamento, descuento y bonificación que permitan una mayor rentabilidad a fin de ser competitivos en el mercado farmacéutico.

6.3.4 Rentabilidad, condiciones de pago, Políticas de devolución, apoyo publicitario, promociones, capacitaciones para el personal y otros.

6.3.5 Precios especiales para los clientes corporativos e institucionales, previa cotizaciones recibidas por parte de los proveedores.

6.3.6 Antecedentes comerciales que el proveedor tenga con el CEFafa.

6.3.7 Y otras de igual naturaleza que pudieran garantizar el interés comercial de ambas partes.

6.4 Las negociaciones para la adquisición de productos nuevos la realizará la

Gerencia Comercial en coordinación con la Gerencia General y Gerencia de Adquisiciones.

7. POLÍTICAS PARA EL PAGO DE COMISIÓN POR VENTAS

La Gerencia Comercial por medio del Departamento de Ventas realizará un informe de las comisiones por ventas alcanzadas tomando en cuenta la tabla de metas de ventas y detalle de comisiones revisadas por la Gerencia General y debidamente autorizadas por el Consejo Directivo de acuerdo con los siguientes criterios:

7.1 La comisión por ventas será efectiva cuando el personal de sala de venta cumpla la meta asignada a cada Sucursal, y se aplicará un mes después del mes correspondiente a la venta.

7.2 La meta de venta vigente para cada Sucursal, puede sufrir variaciones dependiendo de las condiciones imperantes (alza en los gastos operativos, incremento en costos, etc.), las cuales podrán modificarse con autorización de la Gerencia General.

7.3 El pago de comisiones a sucursales se realizará a través de planilla de salarios según corresponda y el monto de la comisión se repartirá equitativamente entre el personal de las Sucursales. Dicha circunstancia podrá ser modificada, garantizando el interés institucional, previa autorización de la Gerencia General.

7.4 El personal de nuevo ingreso, en su periodo de prueba (30 días) no tendrá derecho al pago de comisión por ventas; después de su mes de prueba, tendrá derecho al 50% del monto que le corresponde, a partir del tercer mes tendrá derecho al 100% del monto que le corresponde.

8. POLITICAS PARA OTRAS COMISIONES

8.1 Conforme a la Ley de Medicamentos, en el capítulo IV, Art. 57 literal f), Se prohíbe a los Laboratorios, farmacéuticos, droguerías y farmacias:

“Usar viñetas vales y certificados de regalo, como estrategia comercial para la prescripción, dispensación o venta al público, en forma preferencial de sus medicamentos; así como cualquier otra forma de incentivo cuyo objetivo sea buscar la prescripción, dispensación o venta al público, de sus medicamentos en forma preferencial”.

9 POLÍTICAS GENERALES PARA EL PAGO DE COMISIÓN POR VENTA EN PERIODO DE VACACIONES.

Los Jefes y dependientes que gocen de su período de vacaciones anuales, tendrán derecho al pago de comisión por venta, proporcional al tiempo laborado en el mes. De acuerdo al siguiente criterio.

9.1 Los Jefes de Ventas que gozan de vacaciones colectivas tendrá derecho a un 100% de la comisión por cada periodo de vacaciones.

9.2 Los Dependientes que gocen de su periodo de vacaciones en forma individual de 15 días por año, tendrá derecho a un 50% de la comisión.

9.3 El personal de ventas, que goce incapacidad por maternidad no tendrá derecho al pago de comisión por ventas.

9.4 El personal de ventas (Jefes y Dependientes) que goce de incapacidad por un período mayor a diez (10) días, tendrá derecho al 50% del pago de comisión por ventas, proporcional al tiempo laborado en el mes.

9.5 El personal de Ventas (Jefes y Dependientes) que se retire de la Institución por cualquier motivo, no tendrá derecho al pago de comisión por ventas.

10. POLÍTICAS PARA FACTURACIÓN DE FALTANTES DE INVENTARIO GENERALES Y SELECTIVOS.

10.1 Se recibirá por parte del Departamento de Control de Inventarios, copia del Acta de resultado final del levantamiento físico de inventario en la cual se detallen los resultados obtenidos (faltante o sobrante) con las cantidades exentas del Impuesto al Valor Agregado (IVA).

10.2 Asimismo se recibirán informes de faltantes de inventario por parte de los entes fiscalizadores internos o externos, de acuerdo a las auditorías practicadas en las diferentes bodegas del CEFafa, para su facturación y pago correspondiente.

10.3 Los productos que representen faltante en un inventario general o selectivo, se facturarán al costo más IVA, en el caso que se determine que la causa sea provocada por el personal de sucursal con dolo culposo o negligencia, se dejará a discreción la facturación a precio de venta, previa autorización del Gerente General.

10.4 Si el resultado que se genere de las diferencias de costos con códigos relacionados es negativo, el monto se facturará al costo más IVA y para ello se solicitará por medio de correo electrónico al Departamento de Abastecimiento la creación de un código especial, el cual será activado por el personal del Departamento de ventas encargado de realizar la facturación, en el módulo de Adición de Productos en el sistema Infosweb que para tal efecto fue creado por el Departamento de Informática.

10.5 Para determinar responsabilidades en el manejo del inventario sobre el monto total, el DCI deberá remitir a este Departamento un informe detallado con las personas involucradas con responsabilidad en el inventario realizado en la Sucursal según el periodo inventariado (fecha comprendida entre el último inventario y el actual)

10.6 El personal de ventas, podrá solicitar cuando así lo requiera, un detalle de los cargos y abonos aplicados a su cuenta.

11. POLÍTICAS PARA FACTURACIÓN DE MEDICAMENTOS VENCIDOS

11.1 Todo medicamento vencido identificado en levantamientos de inventarios generales o selectivos efectuados por el DCI, así como en las visitas realizadas por la Unidad de Auditoria Interna y Supervisores de Venta, se facturarán costo más IVA más un 5% de rentabilidad, con el propósito de recuperar la inversión y no generar rentabilidad negativa. La facturación podrá realizarse en efectivo o al crédito rotativo dependiendo del monto a cancelar, aplicado a la cuenta de faltantes de inventario y vencidos Institucional.

11.2 Todo medicamento o producto plaza vencido, identificado en las Supervisiones y visitas realizadas por el personal de los diferentes Departamentos del CEFAFA, podrán ser facturados en el momento, ya sea en efectivo o aplicado a la cuenta de crédito rotativo del personal responsable.

11.3 El medicamento deberá ser cancelado por el personal (Jefe o dependiente) responsable del Laboratorio, lo cual estará establecido según Acta de entrega de estantes y vitrinas para el personal de farmacias.

11.4 Las sucursales que no envíen los medicamentos a Bodega 27 en la fecha establecida según las políticas de devolución de cada Laboratorio, serán responsables de dichos productos y por lo tanto, el responsable cancelará los mismos en la fecha de vencimiento.

11.5 Todo producto de corto vencimiento y que se encuentre dentro de política de devolución del proveedor, quedará bajo responsabilidad de la bodega, quién en coordinación con el Departamento de Abastecimientos (Bodega 27) deberán gestionar su devolución al proveedor, de no hacerlo se deducirá responsabilidades, cobrando el producto al costo + IVA + 5% de rentabilidad.

11.6 Los productos plaza, llegada su fecha de caducidad deberán ser facturados a precio de venta. Asimismo si en una supervisión o visita de Auditoria Interna se encontraran productos plaza vencidos, podrá ser facturados en el

momento al personal de farmacia en efectivo o al crédito rotativo a la cuenta Institucional.

11.7 La recuperación de los saldos determinados para cada uno de los miembros del personal de ventas, se realizará por medio de la Unidad Jurídica mediante acta notarial de aceptación de responsabilidad, hasta la cancelación total, para lo cual se podrá realizar una facturación en efectivo o al crédito rotativo dependiendo del monto a cancelar, aplicando saldos pendientes a la cuenta de faltantes de inventario y vencidos Institucional.

11.8 Los productos farmacéuticos y medicinales vencidos que hayan sido facturados, deberán ser remitidos al Departamento de Abastecimiento (Bodega 27) para gestionar su destrucción; serán enviados desde la sucursal en cajas selladas con el detalle de los productos vencidos y copia del documento que ampara su facturación.

11.9 Por ningún motivo deberán tenerse productos vencidos en los estantes o vitrinas de productos comercializables en las sucursales, para lo cual deberá existir un estante destinado y debidamente identificado en el que se resguarden los productos, especificándose que contiene "Productos No Comercializables".

11.10 De igual manera deberá destinarse una vitrina o estante en el que se resguarden los productos próximos a vencer, la cual deberá estar debidamente identificada.

11.11 Cualquier observación por parte de los entes fiscalizadores externos o internos que conlleve al pago de una multa por mala administración o negligencia sobre producto vencido en sucursales, será responsabilidad del personal de acuerdo al Acta de distribución de Vitrinas o Estantes.

12. POLÍTICAS PARA LEVANTAMIENTO DE INVENTARIOS SELECTIVOS EN LAS SUCURSALES

La elaboración y práctica de levantamientos físicos de inventarios selectivos contribuye a un control eficiente en las existencias de medicamentos y productos plaza de las Sucursales, por lo tanto se establece:

12.1 Es de carácter obligatorio y permanente, la realización y entrega semanal de un inventario selectivo de diferentes Laboratorios por cada Jefe o Dependientes responsable del estante o vitrina (conforme al acta de asignación de estantes), los cuales se enviarán a la jefatura de ventas a través de la ruta de abastecimiento.

12.2 Si se detectara alguna diferencia injustificable se deberá realizar los procedimientos respectivos, según cada situación, conforme al siguiente detalle:

12.2.1 Solicitar ajuste de entrada o salida, dicho requerimiento deberá ser solicitado por medio de correo electrónico al Departamento de Ventas detallando los códigos a ajustar, existencias según kardex y existencias físicas.

12.2.2 Realizar la facturación en efectivo si se determinase que es un faltante real y anexar la factura o ticket en la hoja de toma física para inventario.

12.2.3 Queda a discreción de la Gerencia Comercial, realizar validaciones físicas de los informes de inventarios selectivos entregados por el personal de Sucursal.

12.2.4 En el caso de que las validaciones de los inventarios selectivos de las sucursales no fueran reales o se encontraran diferencias injustificables al momento de comprobarlos, se sancionara con una llamada de atención escrita al personal responsable de la vitrina o estantes conforme a acta.

13. POLÍTICAS PARA HORARIOS, PERMISOS, INGRESOS Y TRASLADOS DE PERSONAL

13.1 El horario de trabajo mensual del personal de cada Sucursal, se enviará por el Jefe de Sucursal vía correo electrónico al Supervisor de ventas quien hará la distribución necesaria a RRHH, en periodo comprendido entre el 25 y 28 de cada mes, es decir antes de iniciar el mes para efectos de control, de conformidad con los lineamientos establecidos en el Reglamento Interno de Trabajo.

13.2 El horario de trabajo debe incluir todos los días del mes y hora de almuerzo.

13.3 Cuando existan cambios de horario por reducción de personal, el horario de trabajo mensual deberá ser modificado y enviado nuevamente al Jefe de Ventas, Supervisor de Ventas, Jefe y Auxiliar de Recursos Humanos y Auxiliar de Ventas encargado del control.

13.4 Cuando se realicen traslados de personal entre las Sucursales, ingreso de nuevo personal o retiros de la Institución, estos deberán ser informados por correo electrónico y anotados en el libro de novedades, detallando el motivo por el cual se traslada o retira.

13.5 Cuando el personal de sucursal goce de día libre, incapacidades, permisos o se presente oficinas, se debe anotar en libro de entradas y salidas. Queda terminantemente prohibido dejar espacios en blanco o no especificar la razón del porque no se presentó a laborar.

13.6 El personal de ventas que goce de días compensatorios, deberá solicitarlo por medio de formato establecido por el Departamento de Recursos Humanos con 72 horas de anticipación, en horas y días hábiles conforme a los horarios de las oficinas administrativas, anexando fotocopia del Libro de Entradas y Salidas en el que se demuestren el día y/o las horas que laboró extra.

13.7 Cuando el personal de ventas trabaje en días u horas laborales adicionales a las 44 horas semanales o 39 horas en nocturnidad o en días de asueto nacional remunerado u otros similares, el permiso correspondiente al tiempo o día compensatorio no podrá exceder 15 días calendario, después de este plazo el tiempo no podrá compensarse.

13.8 Se podrán solicitar permiso personales, para lo cual quedara a discreción del Gerente General del CEFafa, su aprobación y otorgarlo con o sin goce de sueldo, lo cual dependerá de la justificación del mismo.

13.9 Es responsabilidad del empleado que solicita un permiso comprobar en el Departamento de Recursos Humanos que este ha sido autorizado; de tomar el permiso sin la autorización correspondiente será acreedor a una llamada de atención por escrito.

POLÍTICAS DE ABASTECIMIENTO

BASE LEGAL

- I. Considerando que, según la Ley de Creación del CEFAFA, Art. 9, literal F, expresa que, son atribuciones y deberes del consejo "establecer políticas administrativas de CEFAFA".
- II. Considerando que de acuerdo a Normas Técnicas de Control Interno del CEFAFA, el Art 60 señala que "La Gerencia Comercial será responsable a través del departamento de Abastecimiento, de establecer el manual de procedimiento para el abastecimiento oportuno de conformidad a los índices de rotación de la mercadería que permitan mantener niveles óptimos de inventario en las sucursales y llevar un estricto control de la distribución".
- III. Considerando que, es necesario establecer lineamientos claros para la solicitud, almacenamiento, distribución, manejo y devolución de productos para el abastecimiento, así como una base para la toma de decisiones clara y coordinación específica con otros departamentos

OBJETIVO

Proporcionar al Departamento de Abastecimiento en cada una de sus áreas, lineamientos adecuados para el desarrollo y control de las funciones y actividades asignadas para lograr el buen manejo y abastecimiento de medicamentos y productos para la venta en cada una de las sucursales

1. POLÍTICAS PARA EL ABASTECIMIENTO

1.1. El abastecimiento de medicamentos, productos de conveniencia e insumos para la venta en sucursales, se hará tomando en cuenta las existencias actuales en cada sucursal y la rotación mensual promedio de los últimos tres (3) meses.

1.2. En caso el producto no presente rotación mínima de tres (3) meses, se podrá tomar un histórico de existencias previas, de lo contrario se deberá tratar como producto nuevo en inventario.

1.3. El abastecimiento de medicamentos e insumos se manejará manteniendo un nivel existencias en sucursales mínimo para un (1) mes y máximo para dos meses (2), basado en la rotación mensual promedio de los productos.

1.4. Se manejará un nivel de almacenamiento mínimo de un (1) mes y máximo de (4) meses, de acuerdo a la rotación promedio de los productos.

1.5. Con respecto a los Productos plaza, el abastecimiento se hará en un sistema de ingreso y egreso inmediato, manteniendo poco o ningún almacenamiento, por tanto solamente se contará con existencias en sucursales.

1.6. El nivel de existencias en sucursales de producto de conveniencia se deberá mantener como mínimo para diez (10) días y máximo para treinta (30) días, de acuerdo a la rotación global promedio de los productos.

1.7. La existencia global de un producto en específico no podrá exceder cantidades de abastecimiento para seis (6) meses según rotación, salvo aquellos casos en los cuales para obtener un mejor descuento en la compra, se haya adquirido mayor cantidad; esto siempre y cuando el vencimiento y la rotación global del producto lo permitan.

1.8. Cuando los niveles de existencias en sucursales lleguen a cantidades mínimas de acuerdo a política 1.3, analistas de demanda gestionarán el abastecimiento de producto desde Bodega General, en caso no se tenga existencia del producto, se podrá realizar una redistribución, siempre y cuando no se tenga compra en proceso.

1.9. En caso que el/la Jefe de Sucursal no esté de acuerdo con las cantidades enviadas, remitirá el detalle a Analistas de Demanda, dentro de los cinco días posteriores de recibido el pedido, para corroborar la cantidad enviada, tomando alguna de las siguientes decisiones:

1.9.1. Si la cantidad enviada a la sucursal no es la adecuada según rotación, se procederá a retirar el producto ya sea redistribuyendo para bodega general o para otra sucursal que tenga mayor desplazamiento.

- 1.9.2. Si la cantidad remitida es acorde a la rotación en sucursal, se deberá justificar el por qué el desacuerdo en la cantidad recibida, siendo el Jefe o Supervisor de Ventas, quien dará su visto bueno para el retiro del producto de la sucursal.

2. SOBRE LA ADQUISICIÓN DE PRODUCTO NUEVO

2.1. Todo producto que sea categorizado como producto nuevo en inventarios para venta, previo a su solicitud de compra, deberá estar autorizado por la Gerencia Comercial, Jefatura del área, Gerencia General y Gerencia de Adquisiciones, para lo cual el analista de demanda responsable presentará por escrito un análisis en base a rotación de productos similares, laboratorio, componentes, rentabilidad y otros que respalden la propuesta.

2.2. Los Jefes de Sucursal, Departamento de Ventas y Mercadeo podrán proponer al Departamento de Abastecimiento la adquisición de productos nuevos para la venta, el cual deberá ser tratado según políticas 2.1.

2.3. La cantidad a solicitar, debido a que no se tiene historial de rotación, será de acuerdo a diferentes criterios, ya sea el tipo de producto, el proveedor, condiciones y políticas de compra, sondeos de mercadeo.

2.4. Luego de la adquisición de un producto nuevo, Analistas de Demanda dará seguimiento a la cantidad ingresada. En caso no sea efectiva la venta del producto en un período de 3 a 6 meses después de su adquisición, se deberá informar a Departamento de Ventas y Gerencia Comercial para gestionar la apertura al mercado o en su defecto, gestionar con proveedor una solución factible.

2.5. Se debe considerar que los productos nuevos no presentan rotación previa, por tanto una vez adquiridos se dará seguimiento semanal, sobre su rotación y movimiento, mientras sea considerado producto nuevo.

3. SOBRE LOS PRODUCTOS CON BAJA ROTACIÓN

3.1. En los casos de productos que presenten baja rotación, cuya disminución sea considerable (es decir 25% o más), en base a su fecha de

vencimiento y tipo, se gestionará alguna de las siguientes opciones, según sea el caso:

3.1.1. Si es un caso leve o puntual de alguna sucursal, realizar redistribución hacia otra sucursal con mejor rotación.

3.1.2. Si es un caso global que está afectando muchas sucursales, informar a Departamento de Mercadeo y Ventas y dar seguimiento al impulso.

3.1.3. En el caso se haya aplicado las opciones anteriores y se presente siempre la tendencia a la baja en los siguientes meses, analista de demanda, gestionará la posible devolución a proveedor o se considerará la posible salida del producto de inventarios.

3.2. Si luego de seis (6) meses un producto no presenta rotación favorable, se deberá reportar a Gerencia Comercial y poner a consideración la posible salida del producto de inventarios si así lo amerita

3.3. El Analista de demanda encargado deberá dar seguimiento constante, hasta que la rotación se estabilice.

4. SOBRE LAS REDISTRIBUCIONES

4.1. Los analistas de demanda notificarán a cada una de las sucursales, a través de correo electrónico el último día de cada semana laboral, los productos y cantidades que serán redistribuidos, a efecto que puedan ser realizadas en sucursal durante el fin de semana.

4.2. Se dará seguimiento a las redistribuciones enviadas por sucursales hacia las diferentes bodegas. El departamento de abastecimiento informará de sucursales que sobrepasen la disponibilidad de envíos o retrasen el procedimiento.

4.3. Se solicitará redistribuciones entre sucursales en los siguientes casos:

4.3.1. En caso que se presente producto con baja rotación en una sucursal específica y sea posible su venta en otra.

4.3.2. En caso que no se tenga producto en almacenamiento, por problemas fuera del alcance de analistas de demanda, siempre evitando afectar la demanda en otras sucursales.

- 4.3.3. En el caso de los productos no devolutivos, esta tendrá que ser gestionada entre la sucursal solicitante y la sucursal destino, en coordinación con Analistas de Demanda.

5. SOBRE EL ABASTECIMIENTO DE PRODUCTOS NO DEVOLUTIVOS

5.1. El abastecimiento a sucursales de los productos que dada las condiciones de venta por parte del proveedor son "No Devolutivos", se hará en base a niveles de existencia mínimos de política de abastecimiento 1.3, siempre y cuando se tenga aprobación por parte de sucursales.

5.2. El Jefe de Sucursal podrá realizar solicitudes a Analistas de demanda para gestionar la compra de productos considerados "No Devolutivos", dejando constancia por escrito, quedando en responsabilidad del solicitante.

5.3. El nivel de existencias en sucursales para producto "No Devolutivo" dependerá de las cantidades sugeridas por cada sucursal.

5.4. La solicitud de compra de productos No Devolutivos será realizada periódicamente, aproximadamente cada 2 meses según programación. Solo en casos de necesidades especiales se procederá a realizar compras antes lo programado, siempre con base a sugerido.

5.5. Previo a solicitud de productos de los cuales se conoce con anticipación que son "No devolutivos", se debe solicitar sugerido a las sucursales, quedando a responsabilidad de cada sucursal la cantidad solicitada.

5.6. Aquellos productos que luego de solicitados y al momento de la cotización Departamento de Compras informa que son de carácter "No devolutivo", se deberá solicitar aprobación a sucursales con base a cantidades y vencimientos, para confirmar el proceso de adquisición.

6. SOBRE EL MANEJO DE PRODUCTOS ESPECIALES

6.1. El trato para el abastecimiento para casos especiales de productos será de acuerdo a la necesidad o normativas establecidas para cada uno de los casos.

6.2. Se considera casos especiales productos psicotrópicos, productos para convenios, productos para por licitaciones en diversas modalidades, productos para libre gestión.

6.3. Los productos psicotrópicos, controlados, serán tratados de acuerdo a solicitudes por parte de regentes de las sucursales.

6.4. Los productos que pertenecen a convenios o licitaciones, cantidades a solicitar para compra y el modo de abastecimiento serán manejados de acuerdo a normativas o lineamientos establecidos por el convenio o la licitación de los mismos.

6.5. Cualquier otro caso especial deberá manejarse a través de sugerido o autorizado, siendo responsabilidad de sucursal o departamento que sugiere.

7. SOLICITUD DE COMPRAS

7.1. Para generar solicitudes de compra se analizará y gestionará de acuerdo a la rotación global y las existencias en cada una de las sucursales y bodega general.

7.2. La solicitud de compras de medicamentos e insumos se gestionará solamente en los siguientes casos:

7.3. Cuando se alcancen cantidades cercanas a los niveles mínimos de existencias tanto en bodega general como en sucursales (ver política de abastecimiento 1.3 y 1.4).

7.4. Si se realiza una compra del mismo producto o varios productos en un período menor a dos (2) meses, se deberá justificar con base a niveles de existencia, rotación, vencimiento u otros que validen nuevamente la solicitud.

7.5. En casos de productos nuevos en inventario para la venta, previa proceso de autorización.

7.6. En casos especiales en los cuales se tenga justificación y autorización por parte de Gerencia General o Gerencia Comercial.

7.7. Las cantidades a solicitar de medicamentos e insumos será con el objetivo de mantener niveles de existencia y almacén de acuerdo a políticas 1.3 y 1.4, según los siguientes términos:

- 7.7.1. Tomando como base la rotación global promedio multiplicada por el número de meses que se desea abastecer y restando la existencia global en el momento de la solicitud. Siempre de acuerdo a manuales de procedimientos técnicos de abastecimiento.
- 7.7.2. Se debe considerar el tiempo promedio que toma una solicitud de compra en ser efectiva según políticas de Departamento de Compras, es decir el tiempo desde la solicitud hasta el ingreso en bodega. Se podrá aumentar o disminuir a la cantidad a solicitar, según sea el tiempo que tardará la compra.
- 7.7.3. Se podrá solicitar cantidades mayores a la cantidad calculada en sección 7.4.1, solamente en casos que se tenga autorización superior siempre y cuando la rotación permita la venta de la cantidad a solicitar antes del vencimiento del producto.
- 7.7.4. La cantidad a solicitar podrá ser mayor a la calculada en el caso que, luego de negociaciones del Departamento de Compras, se asegure una bonificación de productos para reducción de costos de adquisición en beneficio del CEFafa, siempre y cuando la rotación permita la venta de la cantidad a solicitar antes del vencimiento del producto, previo autorización de Gerencia General.
- 7.7.5. La cantidad calculada podrá variar en casos de productos nuevos, productos No devolutivos, compras especiales, productos para convenios y otros que no sean de rotación constante.
- 7.7.6. En aquellos casos que, luego de una cotización y negociaciones del Departamento de Compras se reporte **un aumento en los costos y precios de venta** de los productos, la cantidad solicitada se reducirá como mínimo en un 50%, analista de demanda responsable dará seguimiento a la rotación del producto hasta gestionar nuevamente solicitud de compra, según la nueva tendencia mostrada.
- 7.8. Si los vencimientos de medicamentos o insumos ofertados son menores a dos (2) años, se deberá considerar si la rotación global promedio permitirá la venta

del producto antes del vencimiento presentado, y en base a eso reducir o mantener las cantidades solicitadas originalmente.

7.9. La solicitud de compra de productos de conveniencia se realizará tomando en cuenta la existencia solamente en sucursales, debido a que no se cuenta con almacenamiento de dicho producto.

7.10. La solicitud de compra de productos de conveniencia se enviará a Departamento de Compras con anticipación suficiente, tomando en cuenta los siguientes puntos: Tiempo que tarda la compra en ingresar, tiempo que se tarda en recibir el producto en bodega general y tiempo que tarda el producto en llegar a las sucursales.

7.11. La cantidad de producto de conveniencia a solicitar se calculará de la misma forma que para medicamento (sección 7.3.1), tomando en cuenta la reducción del tiempo de abastecimiento, establecido en política de abastecimiento 1.6, para lo cual aplicará igualmente secciones 7.3.2 y 7.3.3.

7.12. Los Jefes de Sucursal, tienen la facultad de realizar solicitudes a Analistas de Demanda sobre compra de productos, si el producto solicitado es producto nuevo deberá aplicarse política de abastecimiento sección 2.

7.13. En los casos reportados por Departamento de Compras, sobre cotizaciones de productos por un total de compra menor a \$100.00, el analista de demanda responsable justificará y confirmará la razón de la solicitud.

7.14. En los casos que Departamento de Compra informe sobre productos con vencimiento ofertado menor a dos (2) años, el analista de demanda responsable confirmará si es factible o no su adquisición con base a la rotación y vencimiento presentado.

7.15. Analistas de demanda, darán seguimiento a los productos reportados por Departamento de Compras en los que, por falta de existencias del proveedor, problemas con el despacho del proveedor o cualquier otra razón, no se pudo generar la compra

7.16. Se podrá realizar una Recompra por parte de analistas de demanda, solo en los casos que:

7.16.1. El Departamento de Compras notifique que los proveedores cuentan con existencia de productos previamente solicitados, se volverá a realizar el análisis correspondiente para ver si procede recompra.

7.16.2. Analistas de demanda identifiquen ingresos incompletos o parciales que se puedan completar, se realizará recompra solo si la cantidad total o parcial faltante, es necesaria.

7.16.3. Solicitudes incompletas las cuales no han sido notificadas y se presenta necesidad de abastecimiento persistente.

7.17. Se dará seguimiento a aquellos casos de productos para la venta de convenios, licitaciones, ventas especiales, productos discontinuados u otros que presenten problemas, de los cuales el proveedor no pueda realizar la entrega requerida, informados por el Departamento de Compras.

8. SOBRE EL ALMACENAMIENTO Y DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS

8.1. El Analista de demanda deberá dar seguimiento a los niveles mínimos y máximos de existencia en sucursales así como almacenamiento, rotación de productos, reportes de ventas y otros que apoyen a la gestión, para mantener el abastecimiento y distribución suficiente en cada una de las sucursales y bodega general.

8.2. La distribución se hará a través de cuadros de distribución en sistema, remitidos a área de Distribución y Almacenamiento.

8.3. El Almacenamiento y la distribución de los productos, medicamentos y conveniencia, para la venta se hará de acuerdo a procedimientos de Abastecimiento.

8.4. El manejo de inventarios será a través del método Primeras Entradas, Primeras Salidas (PEPS)

8.5. Para la recepción, codificación, distribución almacenamiento y despacho de medicamentos se llevará acabo con base a procedimientos de abastecimiento.

8.6. El envío de productos para abastecimiento será remitido diariamente, en base a la capacidad operativa del área de preparación.

8.7. Auxiliar de abastecimiento encargado de almacén será responsable de llevar el control y seguimiento del producto en inventario de bodega general, a través de inventarios selectivos periódicos.

9. DEVOLUCIONES DE MEDICAMENTOS A PROVEEDORES

9.1. Periódicamente se solicitará a todos los laboratorios y proveedores, en coordinación con Departamento de Compras, actualización de políticas de devolución de productos próximos a vencer especificando: porcentaje de reconocimiento, productos no devolutivos, retiro de dispensadores incompletos, actualizaciones, etc.

9.2. En el caso que los proveedores notifiquen cambios en políticas de devolución, se realizarán las gestiones pertinentes para acoplar los procedimientos de compra, venta y devolución en base a los cambios generados; se notificará a Gerencia comercial y Gerencia de adquisiciones, quedando bajo responsabilidad de estas la negociación con proveedores sobre la modificación en políticas.

9.3. La recepción de productos próximos a vencer en bodega 27, provenientes de las sucursales, se estará recibiendo los primeros diez (10) días de cada mes.

9.4. Las sucursales entregarán los medicamentos a Bodega 27, como mínimo, un (1) mes antes de ser entregados al proveedor, según políticas de devolución del proveedor, será responsabilidad del personal de sucursal si el envío no se realiza con el tiempo establecido.

9.5. Cuando un vendedor no retire los medicamentos en el tiempo establecido, el encargado de Bodega 27 notificará y dará seguimiento, si en dado caso no se concreta la devolución, se remitirá el caso a Gerencia Comercial.

9.6. En los casos de proveedores con quienes no se tienen relaciones comerciales vigentes, el proveedor ya no está en funciones comerciales u otros casos similares, Bodega 27 documentará y notificará a Gerencia Comercial para realizar las negociaciones y gestiones necesarias, en caso existan devoluciones pendientes.

9.7. Bodega 27 no aceptará productos remitidos por las sucursales, en los casos que:

9.7.1. Sea producto No Devolutivo (previamente informado)

9.7.2. Dispensadores incompletos, blíster individuales y similares, según política de proveedor.

9.7.3. Productos con presentación alterada o manipulados.

9.7.4. Productos sin viñeta del proveedor y/o sin viñeta CEFAFA.

9.7.5. Y cualquier otro producto fuera de políticas de proveedor.

10. RECEPCIÓN DE PAGOS POR DEVOLUCIÓN

10.1. Bodega 27, será encargado de recibir pagos de proveedores ya sea con cambio de productos o documentos (Nota de crédito y Notas de Abono).

10.2. En caso el pago sea en efectivo, será remitido a Departamento de Tesorería de Gerencia Financiera.

10.3. Bodega 27, se encargará de remitir a Departamento de Tesorería, el resumen semanal de los pagos realizados por proveedores de remisiones pendientes por devolución.

11. ENVÍOS DE PAQUETERÍA

El costo de envíos de paquetería se divide de la siguiente manera:

a) Paquetes de 0 a 25 Lbs.

b) Paquetes de 26 Lbs. a 75 Lbs.

c) Paquetes que superen 75 Lbs.

11.1. El envío de paquetería a través de tercerización tiene un tiempo de entrega de 24 horas a partir de la entrega en bodega general o desde sucursales, hacia cualquier destino.

11.2. El horario de entrega en bodega general se realiza entre las 15:00 y 16:00 horas de cada día, a través de hojas de envío proporcionadas por el proveedor del servicio

11.3. Las Sucursales pueden entregar paquetería al proveedor del servicio en el momento que se presente personal por entrega programada desde bodega general o a través de solicitud de recolección por medio de administrador de contrato.

12. ENVÍOS DESDE BODEGA GENERAL

Para los envíos desde bodega general y recepción de paquetería desde sucursales en bodega general, toda la paquetería será clasificada según tipo de producto que se está remitiendo:

1. Bebidas o producto conveniencia (BBID/CONV)
2. Medicamentos (MEDI)
3. Refrigerados (REFR)
4. Papelería de Suministros Institucionales. (INST)
5. Productos controlados (CONT)
6. Traslados (TRSL)
7. Según departamentos (DEPTO) – *se clasificará por departamento remitente.-*
8. Papelería (PAPL)

13. CLASIFICACIÓN SEGÚN LA URGENCIA

1. **Envíos programados (PROG):** *es decir aquellos envíos que se preparan según programación, volumen y frecuencia normal.*
2. **Envíos Urgentes (URGE):** son envíos que se solicitan de manera urgente, para tal solicitud debe existir un comprobante por escrito o correo electrónico que respalde el envío
3. **Envíos Especiales (ESP):** otros que no puedan ser clasificados como programado o urgente.

13.1. Para el envío de toda la paquetería se buscará maximizar el peso por cada paquete, evitando siempre daño de productos por el manejo de paquetería.

- 13.2. Se considera un paquete de peso *promedio* aquellos que están dentro del rango de 40 a 50 Lbs. (según histórico de envíos). Esto debido a que no es posible para cada paquete pesar el máximo del rango (es decir 75 Lbs.)
- 13.3. Para considerar pesos máximos se tomarán en cuenta los siguientes aspectos
El tipo de caja o envoltorio en el que se está enviando el producto
El tipo de producto (ej. Productos frágiles no soportan mucho peso)
El volumen del producto (ej. productos con mucho volumen representan complicaciones en su manejo)
La urgencia del envío (en general los envíos urgentes son de poco peso).
- 13.4. Para envíos solicitados por departamentos se agregará al momento de la preparación. Se separará solo si el artículo o producto requiere un paquete propio (es decir no se puede enviar junto a mercadería).
- 13.5. Se debe tomar en cuenta que mensualmente se presentará un reporte de envío de paquetería, en el cual se hará la separación de costos según clasificación y departamento.

14. ENVÍOS DESDE SUCURSALES

- 14.1. El envío de paquetería desde sucursales será maximizado según la mercadería, papelería y otros que se tengan para remitir, cada sucursal es responsable de los costos que implique envíos extra.
- 14.2. Los envíos hacia bodega general desde sucursales serán solamente una vez por semana, si en dado caso se necesita más de un envío desde sucursales, se deberá solicitar autorización y se justificará dicho envío para respaldo del administrador.
- 14.3. En casos especiales, donde sea necesario recolectar paquetería desde sucursales, el administrador de contrato coordinará, previa autorización de Gerencia Comercial o Jefatura de Abastecimiento.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Rotación de productos

Cantidad real vendida de un producto en un determinado período de tiempo.

Rotación Mensual

Cantidad de un producto específico vendida durante un mes completo

Rotación Mensual Promedio

Generalmente se utiliza, para el análisis de niveles de existencia, un promedio de los últimos tres (3) meses, es decir la suma de la rotación mensual obtenida los últimos tres meses dividida entre tres:

$$\text{RM promedio} = (\text{RM1} + \text{RM2} + \text{RM3}) / 3$$

Rotación Global

Se refiere a la cantidad total vendida por todas las sucursales de un producto en específico, durante un período de tiempo establecido.

Rotación de sucursal

Se refiere a la cantidad vendida por una sucursal de un producto en específico, durante un período de tiempo establecido.

Nivel de existencias.

Cantidad de un producto en salas de venta para un período determinado.

Nivel de existencias mínimo

Cantidad de mínima esperada de un producto en salas de venta para un período determinado, la cual varía dependiendo su condición, rotación mensual o tipo de producto.

Niveles de existencias máximo

Cantidad de máxima esperada de un producto en salas de venta para un período determinado, la cual varía dependiendo su condición, rotación mensual o tipo de producto.

Almacenamiento y nivel de almacenamiento.

Se refiere al producto que se encuentra en resguardo en bodega general listo para ser distribuido a las diferentes salas de venta, el nivel de almacenamiento es la cantidad de producto establecido por la rotación global del mismo.

Existencia global de productos

Es la suma de la existencia real de un producto en todas las sucursales más la existencia en almacenamiento.

Productos de conveniencia o producto plaza

Se refiere a todo el producto que es apto para su venta en despensa familiar.

Distribución de productos

Corresponde a la repartición de los productos a las diferentes sucursales desde bodega general de acuerdo a la rotación de cada uno.

Redistribución

Corresponde a la distribución desde sucursales hacia otras sucursales o hacia bodega general.

Bodega 27

Se refiere a la bodega número 27 (en sistema) la cual es responsable de mantener las existencias de productos próximos a vencer o productos para devolución a proveedores.

Políticas de Devolución

Son las políticas impuestas por cada uno de los proveedores donde se aclara la condición y el tiempo previo, a la fecha de vencimiento de los productos, en que aceptarán devoluciones.

Productos No Devolutivos:

Son aquellos productos por políticas de proveedor tienen dicha condición (pueden igualmente considerarse No devolutivos aquellos productos que por alguna razón no cumplen con las políticas establecidas de devolución, ej. Producto dañado)

Productos con Baja Rotación.

Son aquellos productos que presentan una rotación durante los últimos tres (3) meses, con tendencia a la baja y según su tipo y vencimiento presentan probabilidades altas de una devolución.

Producto Nuevo en Inventario

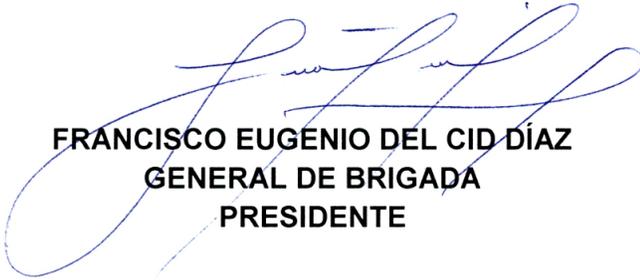
Corresponde a aquellos productos que no ha existido dentro de los inventarios de productos para la venta, esta condición se mantendrá durante tres (3) meses posteriores a su adquisición, se debe considerar que los productos nuevos en inventario no presentarán rotación de venta.

Recompra.

Se refiere a la solicitud de compra de productos, previamente solicitados y no ingresados.

10. VIGENCIA

Las presentes políticas de los departamentos de Ventas y Abastecimiento, entrarán en vigencia a partir de Diciembre de 2013



FRANCISCO EUGENIO DEL CID DÍAZ
GENERAL DE BRIGADA
PRESIDENTE



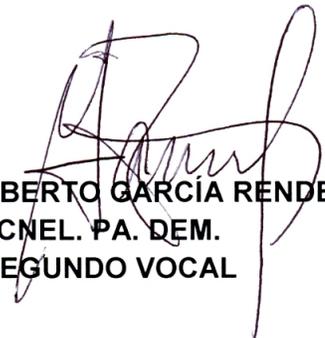
RAÚL ANTONIO LIMA PACHECO
CNEL. INF. DEM.
VICEPRESIDENTE



MARIO JOSÉ PASTORE ORTIZ
CAP. FGTA. DEM.
SECRETARIO



LUIS ROBERTO LINARES RAMÍREZ
CAP. Y DR.
PRIMER VOCAL



ENRIQUE ALBERTO GARCÍA RENDEROS
CNEL. PA. DEM.
SEGUNDO VOCAL

