

**CENTRO FARMACEUTICO DE LA FUERZA ARMADA**  
**PLAN OPERATIVO ANUAL**  
**EVALUACION DE SEGUIMIENTO TRIMESTRAL**  
**PERIODO: JULIO - SEPTIEMBRE 2021**

**GERENCIA: COMERCIAL**  
**PERIODO: TERCER TRIMESTRE JULIO - SEPTIEMBRE 2021**

| N° | Objetivo   | N° | Actividad   | Unidad de Medida | Meta programada | Meta ejecutada | % de ejecución | Observación  |
|----|--|----|---|------------------|-----------------|----------------|----------------|--|
| 1  | Planificar, coordinar 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  | Efectuar 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 de 2021  |
|    |  | 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. Además, hacer un seguimiento eficaz y oportuno al cumplimiento de la meta de ventas establecida para las Sucursales del CEFAFA. | Informe          | 1               | 1              | 100%           | Se han realizado negociaciones comerciales con proveedores para fidelizar a nuestros clientes y dinamizar la venta en las sucursales por ejemplo: Lab. Emmilen, Razel, Vides, con quienes se realizó la promoción de 1+1 para favorecer a nuestros clientes. El Seguimiento a las ventas es a diario, se da seguimiento de ventas por dependiente en cada Sucursal y se evalúa semanalmente con Jefe de Ventas, para motivar y crear en nuestra fuerza de ventas compromiso de cumplimiento por medio de nuestros coordinadores. |
|    |  | 3  | 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%           | Seguimos pactando en Facebook e Instagram para darle movilidad y posicionamiento a nuestra marca. Se implementó tarjetas de cliente frecuente en las Sucursales con las cuales nuestros clientes ganan promocionales al completar los sellos requeridos en la tarjeta. Nos estamos anunciando en radio en Radio Cuscatán, ya está aprobado pautarnos en YSKL y esta en proceso convenio con canal 10 de televisión.  |
|    |  | 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.   | Informe          | 3               | 3              | 100%           | Ejecutado a través de "Compras Comerciales" en coordinación con Mercadeo y Ventas, realizando la incorporación de códigos de productos nuevos entre medicamentos y productos de conveniencia, por Ejemplo incorporamos oxímetros digitales.  |
|    |  | 5  | Efectuar el seguimiento de estandarización de imagen interna y externa de sucursales del CEFAFA.  | Informe          | 1               | 1              | 100%           | Se colocó vinil microperforado para vitrinas de 5 sucursales: San Miguel Regional, Apopa, Cojutepeque, Santa Tecla, Brigada especial. (todas estas sucursales ya cuentan con el mismo microperforado) Se realizó la estandarización en el sentido de que todas las cajas registradoras estén estandarizadas de forma accesible para cobrarle a los clientes.   |
|    |  | 6  | Efectuar negociaciones con proveedores, a fin de obtener un mayor margen de rentabilidad en la adquisición de medicamentos y productos de conveniencia para su comercialización   | Informe          | 1               | 1              | 100%           | se han efectuado negociaciones con proveedores para obtener mejores descuentos, bonificaciones y precios especiales, para aumentar la rentabilidad, ejemplo: Irbersartan, Crema fría, entre otros.   |
|    |  | 7  | Provisionar los gastos en personal, así como Bienes y Servicios del presupuesto de Gerencia Comercial   | Informes         | 0               | 0              | 0%             | No se planificó nada para este periodo   |
|    |  | 8  | Elaborar y proponer a la Gerencia General y Consejo Directivo proyectos o estrategias de aperturas o reubicación de Sucursales.   | Informe          | 1               | 0              | 0%             | No se ha realizado ninguna apertura o reubicación en este periodo.   |

Elaborado por:



Licda. Ana Arely Sigüenza de Sigüenza  
 Gerente Comercial

Autorizado por: Cap. y MAF Edgar Alvarero Santos  
 Gerente General





**CENTRO FARMACEÚTICO DE LA FUERZA ARMADA**  
**PLAN OPERATIVO ANUAL**  
**EVALUACION DE SEGUIMIENTO TRIMESTRAL**  
**PERIODO: JULIO - SEPTIEMBRE 2021**

GERENCIA: COMERCIAL  
 AREA: DEPARTAMENTO DE COMPRAS COMERCIALES  
 PERIODO: 2021

| No. | OBJETIVOS/PROPOSITOS   | No. | ACTIVIDADES  | UNIDAD DE MEDIDA          | META PROGRAMADA | META EJECUTADA | % DE EJECUCIÓN | 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 esta siendo acorde a las demandas de las mismas y en respuesta al informe de venta perdida y sugeridos de compra; 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 referencia 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), se solicito refuerzo presupuestario por incremento de venta a cliente corporativo |
| 2   | Adquirir productos nuevos para el abastecimiento de las Salas de Ventas en coordinación con ventas, mercadeo 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.                                    |
| 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   | 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.  |
|     |  | 2   | Instaurar una alianza comercial que permita trasladar beneficios adicionales a los consumidores.   | Actas                     | 3               | 3              | 100%           | Se han realizado activaciones con programas de fidelización de los laboratorios para beneficios de los consumidores, mejoras en las escalas de descuentos y bonificaciones.   |
|     |  | 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 permiten tener opciones de compras.  | 1   | Incrementar y mantener actualizado el banco de los proveedores para tener mas opciones de compra.  | Informes                  | 1               | 1              | 100%           | Se ha realizado actualización de banco de proveedores para ampliarlo y contar con más opciones.   |
| 5   | Realizar digitalización de archivo de expediente de ordenes de compra  | 1   | Mantener en digital y físicamente los expedientes completos de las ordenes de compras generadas por mes y por correlativo.                                   | Reportes                  | 3               | 3              | 100%           | Se han mantenido por digitalizado y físicamente los expedientes completos de las ordenes de compras generadas por correlativo por mes.  |



Elaborado:

**JEFE DE COMPRAS**

**Reynaldo Alexander Martínez Erazo**  
 Licdo.  
 Jefe de Compras Comerciales



Revisado:

**Ana Arely Siguenza de Siguenza**  
 Licda.  
 Gerente Comercial



Autorizado:

**Edgar Moisés Alvayero Santos**  
 Cap. y MAF  
 Gerente General



**CENTRO FARMACEUTICO DE LA FUERZA ARMADA**  
**PLAN OPERATIVO ANUAL**  
PERIODO JULIO-SEPTIEMBRE 2021



GERENCIA COMERCIAL  
DEPARTAMENTO DE VENTAS  
PERIODO:2021

| No. | OBJETIVOS/PROPOSITOS   | No. | ACTIVIDADES   | META ANUAL | UNIDAD DE MEDIDA    | META            |                |                | OBSERVACIONES   |
|-----|--|-----|---|------------|---------------------|-----------------|----------------|----------------|---|
|     |  |     |   |            |                     | META PROGRAMADA | META EJECUTIVA | % DE EJECUCIÓN |   |
| 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 2022.   | 1          | Presupuesto         | 1               | 1              | 100%           | Se realizó en agosto 2021.  |
|     |  | 2   | Elaborar y proponer a la Gerente General y Consejo Directivo las metas para la Gestión 2022   | 1          | Metas               | 1               | 1              | 100%           | Se realizó en agosto 2021.  |
|     |  | 3   | Sostener reunión de trabajo con Jefes de las diferentes Sucursales del CEFAFA   | 12         | Actas               | 3               | 3              | 100%           | En coordinación con las Sucursales y coordinadores.   |
|     |  | 4   | Verificar el cumplimiento del POA   | 4          | Documento           | 1               | 1              | 100%           | 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. | 108        | Informes            | 26              | 30             | 87%            | Las supervisiones serán ejecutadas por los coordinadores como mínimo 1 vez al mes, elaborando un informe mensual. Se obtuvo el 87% debido a que el 13 de septiembre se inició una actividad extraordinaria de actualización de inventarios con el objetivo de migrar toda la base de datos corregida al nuevo sistema SICOFAFAR y todo el equipo de coordinadores de venta participo. |
|     |  | 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   |
|     |  | 4   | Realizar capacitaciones con proveedores, jefes de farmacia y dependientes, a fin de conocer sobre los productos que se comercializan.                                       | 12         | Informes            | 3               | 3              | 100%           | En coordinación con las áreas involucradas  |
| 3   | Realizar actividades orientadas al desarrollo del personal de Sucursales   | 1   | Capacitaciones para Jefes y Dependientes de Servicio al cliente y sobre otros conocimientos.  | 3*         | Informes            | 1               | 0              | 0%             | En coordinación con los coordinadores comerciales y Talento Humano. Se aplazo el seguimiento de la capacitación debido a actividad extraordinaria de actualización de inventarios con el objetivo de migrar toda la base de datos corregida al nuevo sistema SICOFAFAR. Capacitación del Sistema SICOFAFAR.   |
|     |  | 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, reportándolo a los coordinadores comerciales  |
|     |  | 3   | Evaluación de desempeño de personal.  | 2          | Hojas de Evaluación | 1               | 0              | 0%             | En conjunto con coordinadores comerciales se realizará en Diciembre 2021  |
|     |  |     |   | 164        |                     |                 |                |                |   |



Elaborado por:   
Lic. Hamilton Alberto Álvarez Aquino  
Jefe de Ventas Comerciales



Lic. Arley de Sigüenza  
Gerente Comercial



Edgar Moisés Alvayero Santos  
Jefe y MAF  
Gerente General

**Centro Farmacéutico de la Fuerza Armada**  
**Período: Julio, Agosto y Septiembre.**  
**Plan Operativo Anual año 2021**  
**Evaluación de Seguimiento Trimestral**

**Gerencia: Comercial**  
**Área: Departamento de Ventas Corporativas.**  
**Año 2021/ Julio, Agosto y Septiembre.**

| No. | OBJETIVOS/PROPÓSITOS   | No. | ACTIVIDADES   | UNIDAD DE MEDIDA        | META PROGRAMADA | UNIDAD EJECUTADA | % DE EJECUCIÓN TRIMESTRAL | OBSERVACIONES  |
|-----|--|-----|---|-------------------------|-----------------|------------------|---------------------------|--|
| 1   | Apoyar el alcance de metas de venta de las sucursales CEFAFA, mediante la fidelización de nuevos clientes corporativos.                                      | 1   | Elaborar el Presupuesto Anual de Ventas Corporativas para la gestión 2021.  | Presupuesto             | 1               | 1                | 100%                      | Se realizó conforme a lo programado  |
|     |  | 2   | Elaborar el Plan de Trabajo Anual del Departamento de Ventas Corporativas para la gestión 2021.   | Plan                    | 1               | 1                |                           |  |
|     |  | 3   | Verificar cumplimiento del Plan de Trabajo 2021 del Departamento de Ventas Corporativas.  | Informe                 | 1               | 1                |                           |  |
| 2   | Reforzar la atención a clientes corporativos, mediante gestión comercial personalizada, realizando ventas con clientes frecuentes, temporales y permanentes. | 1   | Elaboración de cotizaciones a precios competitivos a clientes corporativos.   | Cotización              | 30              | 66               | 220%                      | Se ah realizado cotizaciones para diferentes clientes, esto con el fin de brindar un servicio personalizado. Ademas se han realizado reuniones con FOPROLYD para la creación del botiquin CEFAFA, con ISSS para solventar la entrega de las recetas y con FAE HMC para facturar lo despachado. |
|     |  | 2   | Realización de visitas, llamadas y entrega de carpetas ejecutivas a instituciones gubernamentales y empresa privada para fidelizarlos.      | Bitácora de seguimiento | 12              | 12               | 100%                      |  |
|     |  | 3   | Monitorear seguimiento de clientes corporativos, convenios institucionales, gubernamentales y empresa privada.                              |                         | 3               | 3                | 100%                      |  |
| 3   | Fomentar una imagen institucional que permita que los clientes corporativos se identifiquen con la marca.  | 1   | Realizar jornadas médicas, eventos de salud y actividades de fidelización de clientes corporativos, convenios comerciales para ganar marca. | Informe de actividad    | 12              | 0                | 0%                        | Se han suspendido las jornadas medicas para evitar aglomeraciones por causa del COVID-19   |

  
 Elaboró: Lic. William Salmerón  
 Jefe de Ventas Corporativas

  
 Revisó: Lcda. Arely de Sigüenza  
 Gerente Comercial

  
 Autorizado: Capitan y Mar. Edgar Moisés Alvayero  
 Gerente General

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

GERENCIA: COMERCIAL

AREA: CONTROL DE INVENTARIOS

PERIODO: 01 DE JULIO AL 30 DE SEPTIEMBRE 2021

| No.          | OBJETIVOS/PROPOSITOS  | No. | ACTIVIDADES POR EL FONDO CEFAFA  | UNIDAD DE MEDIDA | META PROGRAMADA | META EJECUTADA | % EJECUCION | OBSERVACIONES   |
|--------------|---|-----|--|------------------|-----------------|----------------|-------------|---|
| 1            | Identificar diferencias de inventarios y deducción de responsabilidad de faltantes existentes, tanto al personal activo en cada sucursal como al personal desvinculado. | 1   | Realizar levantamiento de inventarios generales                              | Reporte          | 0               | 3              |             | En este periodo no se habian programado inventarios generales, sin embargo se realizaron 3 por: renuncia y traslados de personal a otras salas. |
|              |   | 2   | Elaborar actas y reportes de levantamiento de inventarios generales.         | Actas            | 0               | 3              |             |   |
|              |   | 3   | Enviar por correo faltantes para facturación y deducción de responsabilidad. | Correo           | 0               | 3              |             |   |
| 2            | Actualizar inventarios, existencias físicas y existencias del sistema, mediante levantamiento de inventarios físicos en las diversas sucursales y bodegas del CEFAFA    | 1   | Elaborar cronograma de inventarios Periódicos                                | Reporte          | 1               | 1              | 100%        | Se cumplió lo programado en este periodo  |
|              |   | 2   | Solicitar autorización para inicio de inventarios periódicos                 | Informe          | 1               | 1              | 100%        |   |
| <b>TOTAL</b> |   |     |  |                  |                 |                |             |   |

Elaborado:



Sra. Roxana Abigail Hernández de Puro  
Coordinadora de Control de Inventarios

Revisado:



Lic. Ana Arely De Siguenza  
Gerente Comercial

Autorizado:



Edgar Alvarero  
CAP Y MAF  
Gerente General

SEGUIMIENTO 3

**CENTRO FARMACÉUTICO DE LA FUERZA ARMADA**  
**PLAN OPERATIVO ANUAL**  
 EVALUACIÓN DE SEGUIMIENTO TRIMESTRAL  
 PERIODO: JULIO-SEPTIEMBRE 2021

GERENCIA:COMERCIAL  
 ÁREA: BODEGA  
 PERIODO: 2021

| No. | OBJETIVOS/PROPOSITOS   | No. | ACTIVIDADES  | UNIDAD DE MEDIDA    | META PROGRAMADA | META EJECUTADA | % DE EJECUCIÓN | OBSERVACIONES                             |
|-----|--|-----|--|---------------------|-----------------|----------------|----------------|---|
| 1   | Planificar, controlar, ejecutar y dirigir las actividades del Área | 1   | Verificar cumplimiento del Plan Operativo 2021.  | 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  | 600             | 587            | 98%            | Hubo una disminución según lo proyectado  |
|     |  | 2   | Ejecutar ingresos por bonificación, por producto fuera de ordenes y solicitudes de compra.                 | Reporte de ingreso  | 2               | 1              | 50%            | Se realizo la mitad según lo proyectado   |
|     |  | 3   | Ejecutar los controles de salidas de mercadería de Bodega General (a sucursales)                           | N/Remisión revisada | 2300            | 1639           | 71%            | Hubo una disminución según lo proyectado. |
|     |  | 4   | Ejecutar anulación de notas de remisión en Bodega 01 y Bodega 27.  | N/Remisión          | 51              | 21             | 41%            | Hubo una disminución según lo proyectado. |
|     |  | 5   | Seguimiento de envíos y recolección de mercadería.   | Reporte de envios   | 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          | 195             | 157            | 81%            | Hubo una disminución según lo proyectado. |
|     |  | 2   | Remitir mercadería a Sucursales por estar fuera de política.   | N/Remisión          | 30              | 24             | 80%            | Hubo una disminución según lo proyectado. |
|     |  | 3   | Ejecutar los controles de ingresos de mercadería a Bodega 27   | N/Remisión          | 555             | 365            | 66%            | Hubo una disminución según lo proyectado. |
|     |  | 4   | Ejecutar las devoluciones de mercadería a domicilio a los proveedores .                                    | N/Remisión          | 15              | 7              | 47%            | Hubo una disminución según lo proyectado. |
|     |  | 5   | Ejecutar ingresos por pago, a notas de remisión por devolución a proveedores.                              | Reporte de ingreso  | 45              | 37             | 82%            | Hubo una disminución según lo proyectado. |



Elaborado por: Ltdo. Oscar Rosales  
 Coordinador de Bodega



Revisado: Ltda. Arley de Sigüenza  
 Gerente Comercial



Autorizado: Ltdo. Edgar Alvarado  
 Gerente General