

CENTRO FARMACEUTICO DE LA FUERZA ARMADA
PLAN OPERATIVO ANUAL
EVALUACION DE SEGUIMIENTO TRIMESTRAL
PERIODO: OCTUBRE- DICIEMBRE 2021

GERENCIA: COMERCIAL
PERÍODO: CUARTO TRIMESTRE OCTUBRE- DICIEMBRE 2021

Nº	Objetivo	Nº	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 abril del 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.	Informe	1	1	100%	Seguimos trabajando y fortaleciendo los convenios interinstitucionales, a través de Ventas Corporativas. En este año logramos una venta extraordinario con el cliente corporativo ISSS de \$2,772,715.90.
		3	Efectuar acciones comerciales y mercadologicas que promuevan la fidelización de clientes actuales y nuevos pretendiendo un buen posicionamiento de la marca CEFAFA.	Informe	3	3	100%	Continuamos pactando en redes sociales como:Facebook e Instagram para darle movilidad y posicionamiento a nuestra marca. Se implemento la tarjeta Cefafa Premium para miembros de la Fuerza Armada, se realizaron pautas y cortinas televisivas en Canal 10, se realizaron pautas y cuñas en radio nacional, radio YSKL y radio Cuscatlán.
		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%	Se siguen ejecutando a través de "Compras Comerciales" en coordinación con Mercadeo y Ventas, realizando la incorporación de códigos de productos nuevos entre medicamentos y conveniencia. Ejemplo: se incorporo la línea dermatologica Española BABE.
		5	Efectuar el seguimiento de estandarización de imagen interna y externa de sucursales del CEFAFA.	Informe	0	0	0%	No se planifico nada para este periodo
		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 efectuaron negociaciones con proveedores para obtener mejores precios, para aumentar la rentabilidad. En los meses de noviembre y diciembre se compró por volumen a laboratorios de alta Rotación, para obtener mejor escala de descuento y/o bonificación.
		7	Provisionar los gastos en personal, así como Bienes y Servicios del presupuesto de Gerencia Comercial	Informes	1	1	100%	El presupuesto para el año 2022 se realizó según lo planificado.
		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 Alvayero Santos
Gerente General



CENTRO FARMACEUTICO DE LA FUERZA ARMADA
PLAN OPERATIVO ANUAL
PERIODO OCTUBRE-DICIEMBRE 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	27	10	37%	Se obtuvo el 37% debido a que el equipo de coordinadores de venta acompañó en la realización de inventario general anual al Departamento de Inventarios a la vez se desarrollaron Jornadas Médicas en EMCFA y Destacamento Militar de Chalatenango el cual conllevó a planificar toda la operación de dichas actividades.
		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. No se ejecutó la capacitación debido a actividad de realización de inventario General en Sucursales del CEFAFA y realización de Jornadas Médicas.
		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	1	100%	En conjunto con coordinadores comerciales se realizó en Diciembre 2021



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



Revisado:
 Lic. Arely de Síguenza
 Gerente Comercial



Autorizado:
 Edgar Morales Alvarado Santos
 Gerente General

Centro Farmacéutico de la Fuerza Armada
Período: Octubre, noviembre y diciembre
Plan Operativo Anual año 2021
Evaluación de Seguimiento Trimestral

Gerencia: Comercial

Área: Departamento de Ventas Corporativas.

Año 2021/ Octubre, noviembre y diciembre.

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 coporativos.	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	34	113%	Se ah realizado cotizaciones para diferentes clientes, esto con el fin de brindar un servicio personalizado. Ademas se han realizado reuniones para darle seguimineto a cada cliente corporativo (Decameron, FAE HMC, ISSS, Ingenio el angel, IPSFA, Foprolyd y la iberica) y además brindarles calendarios y promocionales
		2	Realización de visitas, llamadas y entrega de carpetas ejecutivas a instituciones gubernamentales y empresa privada para fidelizarlos.	Bitácora de seguimiento	12	22	183%	
		3	Monitorear seguimiento de clientes corporativos, convenios institucionales, gubernamentales y empresa privada.		3	6	200%	
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	2	17%	Solo se han realizado jornadas medicas en destacamentos militares como en Estado Mayor y Chalatenango.



 Elaboró: Lic. William Salmerón
 Jefe de Ventas Corporativas



 Revisó: Lcda. Arely de Sigüenza
 Gerente Comercial



 Autorizó: Capitán y Mar. Edgar Moisés Alvayero
 Gerente General



CENTRO FARMACÉUTICO DE LA FUERZA ARMADA
PLAN OPERATIVO ANUAL
EVALUACION DE SEGUIMIENTO TRIMESTRAL
PERIODO: OCTUBRE - DICIEMBRE 2021

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

No.	OBJETIVOS/PROPOSITOS	No.	ACTIVIDADES	UNIDAD DE MEDIDA	META PROGRAMA	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.
		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 y publico
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.
		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:

Revisado:

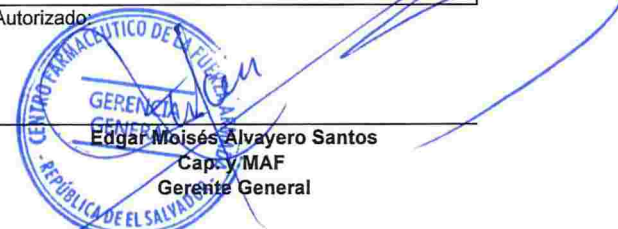
Autorizado:



Reynaldo Alexander Martinez Erazo
 Licdo.
 Jefe de Compras Comerciales



Ana Arely Siguenza de Siguenza
 Licda.
 Gerente Comercial



Edgar Moisés Alvayero Santos
 Cap. y MAF
 Gerente General



CENTRO FARMACEUTICO DE LA FUERZA ARMADA
PLAN OPERATIVO ANUAL
EVALUACION DE SEGUIMIENTO TRIMESTRAL
PERIODO: OCTUBRE- DICIEMBRE 2021



DEPARTAMENTO: MERCADEO
GERENCIA: COMERCIAL

No.	Objetivo	Actividad	Unidad de Medida	Meta programada	Meta ejecutada	% de ejecución	Observación	
1	Planificar y ejecutar actividades del Departamento de Mercadeo	1	Elaborar Plan de Trabajo Anual del Departamento de Mercadeo para la gestión 2021	Documento	1	1	100%	Se realizo plan de trabajo
		2	Verificar cumplimiento de Plan de Trabajo del Departamento de Mercadeo 2021	Documento	1	1	100%	Ejecutado
		3	Elaborar el presupuesto anual para el funcionamiento del Departamento de Mercadeo 2021	Documento	1	1	100%	Se elaboro Presupuesto anual
		4	Elaboración de estudios de mercado (Sondeos competencia, precios, promociones..)	Documento	1	1	100%	Se realizo promociones de precios
		5	Ampliar y actualizar catálogos de productos con nuevas líneas de productos	Documento	1	1	100%	Ejecutado
2	Proyectar la marca CEFAFA, a través de diferentes medios publicitarios para impulsar un posicionamiento de marca a nivel nacional	1	Gestionar la compra de espacios publicitarios en medios nativos (TV, radio, entre otros)	Documento	2	2	100%	Pautas, cuñas y apoyo en jornadas medicas de radio cadena cuscatlan y perifoneo móvil
		2	Gestionar la compra de espacios publicitarios en medios alternativos (redes sociales, mailmarketing, entre otros)	Solicitud de Cheque / Pago Electronico	3	3	100%	Se ha pautado en Facebook, Instragram, Twitter, para tener mayor incremento de seguidores
3	Posicionar la marca a través de actividades POP que abonen a la campaña de medio masivos y alternativos	1	Gestionar la elaboración de articulos promocionales de stock para el Departamento de Mercadeo con el fin de apoyar en diferentes actividades de impulsación, jornadas y patrocinios.	Requisicion	0	0	100%	Se realizo material de apoyo para jornadas medicas, tarjetas de cliente frecuente y compra de gift card para fidelizacion de clientes
		2	Calendarizar impulsaciones, Jornadas Medicas y/o activaciones de marca en las diferentes salas de venta	Documento	3	3	100%	Cada mes se programa calendarización de impulsos, jornadas y activaciones con apoyo de proveedores, para mejorar las ventas, en dichas actividades se hacen regalías a los clientes por compras de productos
		3	Ampliar y actualizar catalogos de productos con nuevas lineas de producto	Documento	1	1	100%	Ejecutado
4	Apoyar la presencia de marca con la imagen comercial del CEFAFA	1	Apertura de nuevas sucursales que incluya la imagen estandarizada del CEFAFA	Documento	0	0	0%	No se planifico nada para este periodo
		2	Actividades promocionales que abonen a la presencia de la marca del CEFAFA (perifoneo movil y estatico, activación globo regalón...)	Documento	1	1	100%	Con la radio cuscatlan se realizo perifoneo movil
		3	Actividades promocionales que abonen a la presencia de la marca del CEFAFA en Unidades Militares	Documento	0	0	100%	Se realizo jornadas medicas en Unidades militares
		4	Gestionar compra de rótulos, cambio de mobiliario y pintura de sucursales para estandarizar la nueva imagen en todas las sucursales (presntes y nuevas).	Documento	0	0	100%	Se modifiko estructuras, pintura de sucursales y rotulos
		5	Implementación de programa de Fidelización	Documento	0	0	100%	Se implemento la Tarjeta VIP para las unidades militares



Elaborado por:

BLANCA BERENICE QUINTANILLA
SUPERVISORA DE MERCADEO



Revisado:

LICDA ANA ARELY SIGUENZA DE SIGUENZA
GERENTE COMERCIAL



Autorizado por:

EDUARDO MOISES ALVAYERO SANTOS
CAP. Y MAF
GERENTE GENERAL

SEGUIMIENTO 4

CENTRO FARMACÉUTICO DE LA FUERZA ARMADA
 PLAN OPERATIVO ANUAL
 EVALUACIÓN DE SEGUIMIENTO TRIMESTRAL
 PERIODO: OCTUBRE-DICIEMBRE 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	430	72%	Hubo una disminución según lo proyectado
		2	Ejecutar ingresos por bonificación, por producto fuera de ordenes y solicitudes de compra.	Reporte de ingreso	2	3	150%	Hubo un aumento según lo proyectado
		3	Ejecutar los controles de salidas de mercadería de Bodega General (a sucursales)	N/Remisión revisada	2300	1377	60%	Hubo una disminución según lo proyectado.
		4	Ejecutar anulación de notas de remisión en Bodega 01 y Bodega 27.	N/Remisión	51	24	47%	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.
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	129	66%	Hubo una disminución según lo proyectado.
		2	Remitir mercadería a Sucursales por estar fuera de política.	N/Remisión	30	22	73%	Hubo una disminución según lo proyectado.
		3	Ejecutar los controles de ingresos de mercadería a Bodega 27	N/Remisión	555	239	43%	Hubo una disminución según lo proyectado.
		4	Ejecutar las devoluciones de mercadería a domicilio a los proveedores .	N/Remisión	15	9	60%	Hubo una disminución según lo proyectado.
		5	Ejecutar ingresos por pago, a notas de remisión por devolución a proveedores.	Reporte de ingreso	45	26	58%	Hubo una disminución según lo proyectado.



 Elaborado por: Lic. Oscar Alexander Rosales
 Coordinador de Bodegas



 Revisado: Licda. Ana Arcely de Sigüenza
 Gerente Comercial



 Autorizado: Cap. y MAF Edgar Moisés Alvayero
 Gerente General

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

GERENCIA: COMERCIAL

AREA:CONTROL DE INVENTARIOS

PERIODO: 01 DE OCTUBRE AL 31 DE DICIEMBRE DE 2021

No.	OBJETIVOS/PROPOSITOS	No.	ACTIVIDADES POR EL FONDO CEFAFA	UNIDAD DE MEDIDA	META PROGRAMADA	META EJEGUTADA	% EJECUCION	OBSERVACIONES
	Actualizar inventarios, existencias físicas y existencias del sistema, mediante levantamiento de inventarios físicos en las diversas sucursales y bodegas del CEFAFA	3	Iniciar el proceso de levantamiento en las diferentes sucursales y bodegas del CEFAFA	Reporte	26	26	100%	
		4	Elaborar actas y reportes de levantamiento de inventarios	Reporte	26	26	100%	
		5	Enviar por correo faltantes para facturación y deducción de responsabilidad a la Gerencia Comercial	Correo	26	26	100%	
		6	Realizar ajustes de entrada y salida de los códigos que tuvieron diferencia durante el levantamiento inventarios realizados	Reporte	26	26	100%	
		7	Entregar al Departamento de Contabilidad copia de los reportes de ajustes realizados en el sistema.	Reporte	26	26	100%	
		8	Entregar copias de actas de resultado final para conocimiento de Gerencia Comercial	Memorando	1	26	2600%	
TOTAL								

Elaborado:



[Handwritten signature]

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

Revisado:



[Handwritten signature]

Lic. Ana Arely De Siguenza
Gerente Comercial

Autorizado:



[Handwritten signature]

Edgar Alvayero
CAP Y MAF
Gerente General



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



DEPARTAMENTO: MERCADEO
 GERENCIA: COMERCIAL

No.	Objetivo	Actividad	Unidad de Medida	Meta programada	Meta ejecutada	% de ejecución	Observación
1	Planificar y ejecutar actividades del Departamento de Mercadeo	1 Elaborar Plan de Trabajo Anual del Departamento de Mercadeo para la gestión 2021	Documento	0	0	0%	No se planifico nada para este periodo
		2 Verificar cumplimiento de Plan de Trabajo del Departamento de Mercadeo 2021	Documento	1	1	100%	Se esta verificando de acuerdo a los periodos establecidos
		3 Elaborar el presupuesto anual para el funcionamiento del Departamento de Mercadeo 2022	Documento	1	1	100%	Elaborado
		4 Elaboracion de estudios de mercado (sondeo competencia, precios, promociones....)	Documento	3	3	100%	Se realizo estudio de mercado
2	Proyectar la marca CEFafa, a través de diferentes medios publicitarios para impulsar un posicionamiento de marca a nivel nacional	1 Gestionar la compra de espacios publicitario en medios masivos (TV, radio, entre otros)	Documento	2	2	100%	Paullas, cufes y apoyo en jornadas medicas de radio cadena cuscatlan, aprobado YSKL, en proceso convenio con canal 10
		2 Gestionar la compra de espacios publicitarios en medios alternativos (redes sociales, mailmarketing, entre otros)	Solicitud de Cheque / Pago Electronico	3	3	100%	Se ha paullado en Facebook, Instagram, Twitter, se han realizado en facebook e Instagram concursos para tener un incremento de seguidores y mejorar la interaccion con nuestros clientes
		3 Gestionar la compra de materiales para apoyar activaciones de marcas	Documento	0	0	0%	No se planifico nada para este periodo
		4 Apertura y mantenimiento de la nueva tienda en linea	Pagina Web	0	0	0%	No se planifico nada para este periodo
3	Posicionar la marca a través de actividades POP que abonen a la campaña de medio masivos y alternativos	1 Crear promociones para cliente publico que ayuden a la venta de las diversas Sucursales	Documento	3	3	100%	Se han realizado Activaciones de marca en las diferentes sucursales para ayudar a generar mas reconocimiento de marca . promocion despensa cefafa, compra de botiquines, oferton cefafa (cliente interno)
		2 Gestionar la elaboracion de articulos promocionales de stock para el Departamento de Mercadeo con el fin de apoyar actividades de impulsacion jornadas y patrocinios	Requisicion	0	0	0%	No se planifico nada para este periodo
		3 Calendarizar impulsaciones, Jornadas Medicas y/o activaciones de marca en las diferentes salas de venta.	Documento	3	3	100%	Cada mes se programa calendarización de impulsos, jornadas y activaciones con apoyo de proveedores, para mejorar las ventas, en dichas actividades se hacen regalías a los clientes por compras de productos
		4 Ampliar y actualizar catalogos de productos con nuevas lineas de producto	Documento	1	1	100%	Ejecutado a traves de compras comercial en coordinacion con ventas y mercadeo
4	Apoyar la presencia de marca con la imagen comercial del CEFafa	1 Apertura de nuevas sucursales que incluyan la imagen estandarizada del CEFafa	Documento	0	0	0%	No se planifico nada para este periodo
		2 Actividades promocionales que abonen a la presencia de la marca del CEFafa (perifoneo movil y estatico, activacion globo reventon	Documento	1	1	100%	
		3 Actividades promocionales que abonen a la presencia de la marca del CEFafa en Unidades Militares	Documento	0	0	0%	No se planifico nada para este periodo
		4 Gestionar compra de rotulos, cambio de mobiliario y pintura de sucursales para estandarizar la nueva imagen en todas las sucursales (presentes y nuevas)	Documento	0	0	0%	No se planifico nada para este periodo
		5 Implementación de programa de Fidelización	Documento	0	0	0%	No se planifico nada para este periodo



Elaborado por:

BERENICE QUINTANILLA
 SUPERVISORA DE MERCADEO

Revisado:

LICDA ANA ARELY SIGUENZA
 LICENCIADA
 GERENTE COMERCIAL



Elaborado por:

EDGAR MOISE ALVARADO SANTOS
 CAP. EN COM.
 GERENTE GENERAL