

CENTRO FARMACEUTICO DE LA FUERZA ARMADA
SEGUIMIENTO A PLAN OPERATIVO ANUAL
JUL-SEP 2022

GERENCIA: COMERCIAL
PERIODO: 2022

No.	OBJETIVOS/PROPOSITOS	No.	ACTIVIDADES POR EL FONDO CEFAFA	UNIDAD DE MEDIDA	META PROGRAMADA	META EJECUTADA	% DE EJECUCIÓN	OBSERVACIONES
1	Planificar, coordinar y controlar todas las actividades comerciales de cada uno de 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 realizo el seguimiento de acuerdo a lo planificado
		2	Hacer un seguimiento eficaz y oportuno al cumplimiento de la meta de ventas establecida para las Sucursales del CEFAFA.	Informe	3	3	100%	se Hace un seguimiento diario y se presenta un informe mensual a Consejo Directivo del resultado y cumplimiento de metas de venta.
		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	6	100%	Se han realizado pautas en radio cadena Cuscatlán, además de entrevistas gratuitas en Radio Stereo; se realizaron 2 jornadas médicas mensuales en Brigadas Militares y Agro Mercado de Santa Tecla; se ha generado más contenido en nuestras redes sociales, tanto de medicamentos autorizados por DNM, como de productos de conveniencia; se han recibido tarjetas de clientes frecuentes selladas por compras realizadas por nuestros clientes a lo largo de estos 3 meses
		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	2	70	100%	se han incorporado nuevos productos que no comercializabamos en nuestra cadena de farmacias, pero que ya existían en el mercado farmacéutico y productos nuevos que han lanzado los laboratorios, que están siendo solicitados por nuestros clientes.
		5	Provisionar los gastos en personal, así como Bienes y Servicios del presupuesto de Gerencia Comercial	Informe	1	1	100%	En el mes de septiembre se realizó los presupuestos de la Gerencia Comercial
		6	Elaborar y proponer a la Gerencia General y Consejo Directivo proyectos o estrategias de aperturas o reubicación de Sucursales.	Informe	1	2	100%	Se propuso a apertura de Sucursal 4\$ Avenida y Botiquín FOPROLYD.
TOTAL UPRESUPUESTO								

Elaborado:
GERENCIA
COMERCIAL

Licenciada
Gerente Comercial

Autorizado:

GERENCIA
GENERAL

Edgar Moisés Alvayero Santos
Cap. y MAF
Gerente General



CENTRO FARMACÉUTICO DE LA FUERZA ARMADA
SEGUIMIENTO A PLAN OPERATIVO ANUAL
JUL-SEP

GERENCIA : COMERCIAL

AREA: LOGISTICA E INVENTARIOS, TRANSPORTE

PERIODO: JULIO A SEPTIEMBRE 2022

No.	OBJETIVOS/PROPÓSITOS	No.	ACTIVIDADES	UNIDAD DE MEDIDA	META PROGRAMADA	UNIDAD EJECUTADA	% DE EJECUCIÓN TRIMESTRAL	OBSERVACIONES
1	Planificar, controlar, ejecutar y dirigir las actividades del Área	1	Elaborar Presupuesto Anual de Transporte para la gestión 2022.	Informe	26	1	100%	Se elaboro el POA de Transportes y se le ha dado cumplimiento a la planificación
		2	Elaborar Plan Operativo Anual de Transporte para la gestión 2022.	POA	26	1	100%	
		3	Verificar cumplimiento del Plan Operativo de Transporte 2022.	Informe	1	1	100%	
2	Ejecución y seguimiento de procesos.	1	Elaborar Informes de Manejo Vales de Combustible.	Vales de combustible	600	196	33%	A través del libro para el control de los vales de combustible se le da seguimiento a la cantidad de vales y combustible utilizado
		2	Ejecutar Mantenimiento Preventivo y Correctivo de Vehículos comerciales	Créditos Fiscales	15	4	27%	Se han efectuado 4 mantenimientos a los vehículos comerciales y 8 mantenimientos a motocicletas (preventivos y correctivos)
		3	Ejecutar Mantenimiento Preventivo y Correctivo de motocicletas	Créditos Fiscales	15	8	53%	
		4	Ejecutar los controles de salidas de Vehículos y Motocicletas	Bitácora de cada vehículo	30	24	800%	Semanalmente se revisan los libros de bitácora de los vehículos y motocicletas, además se lleva el control de las hojas de salida de los mismos
		5	Seguimiento de envíos y recolección de mercadería por transporte propio	Reporte de envíos	3	3	100%	En la bitácora de cada vehículo se anota el tipo de misión, ya sea para transporte de la mercadería o de personal, en total se realizaron 3,168 abastecimientos durante el periodo
		6	Auditoria del manejo de Vales de Combustible	Libro de Registro de vales de combustible	1	1	100%	A partir de marzo se lleva un libro de control de uso de vales de combustible, lo cual aunque corresponde a Servicios Generales, pero ayuda al control de desasto

Elaborado: 
 Jefe de Logística e Inventarios

Revisado: 
 Gerente Comercial

Autorizado: 
 Edgar Moisés Alvayero Santos
 CAP Y MAF
 Gerente General



**CENTRO FARMACÉUTICO DE LA FUERZA ARMADA
SEGUIMIENTO A PLAN OPERATIVO ANUAL
JUL-SEP**



GERENCIA: COMERCIAL
AREA: LOGISTICA E INVENTARIOS, BODEGA GENERAL N°1
PERIODO: JULIO A SEPTIEMBRE 2022

No.	OBJETIVOS/PROPÓSITOS	No.	ACTIVIDADES	UNIDAD DE MEDIDA	META PROGRAMADA	UNIDAD EJECUTADA	% DE EJECUCIÓN TRIMESTRAL	OBSERVACIONES
1	Planificar, controlar, ejecutar y dirigir las actividades del Área	1	Seguimiento al Presupuesto Anual de Logística para la gestión 2022.	Informe	1	1	100%	Se elaboro el POA de Bodega General y se le ha dado cumplimiento a la planificación
		2	Elaborar Plan Operativo Anual de Logística para la gestión 2022.	POA	1	1	100%	
		3	Verificar cumplimiento del Plan Operativo de Logística 2022.	Informe	1	1	100%	
2	Ejecución y seguimiento de procesos.	1	Elaborar Informes de Recepción de las compras de mercadería recibida a los proveedores.	Reporte de ingreso	600	569	95%	Hubo una disminución según lo proyectado.
		2	Ejecutar ingresos por bonificación, por producto fuera de ordenes y solicitudes de compra	Reporte de ingreso	2	2	100%	Se cumplió según lo proyectado.
		3	Ejecutar los controles de salidas de mercadería de Bodega General (a sucursales)	N/Despacho revisada	2400	1,565	65%	Hubo una disminución según lo proyectado.
		4	Ejecutar anulación de notas de remisión en Bodega 01 y Bodega 27.	N/Remisión	30	356	1187%	Se aumento el numero de anulaciones por motivo que las remisiones generadas por sistema no tienen las existencias completas.
		5	Seguimiento de envíos y recolección de mercadería.	Reporte de envíos	3	3	100%	Se cumplió según lo proyectado.
		6	Control de Inventarios de bodega general para la identificación de mercadería con diferencias.	Reporte	1	1	100%	Se cumplió según lo proyectado.
3	Ejecución y seguimiento de procesos de devolución	1	Ejecutar las devoluciones a los proveedores, de toda mercadería próxima a vencer según políticas vigentes.	N/Remisión	180	146	81%	Hubo una disminución según lo proyectado.
		2	Remitir mercadería a Sucursales por estar fuera de política.	N/Remisión	36	10	28%	Hubo una disminución según lo proyectado.
		3	Ejecutar los controles de ingresos de mercadería a Bodega 27	N/Remisión	540	220	41%	Hubo una disminución según lo proyectado.
		4	Ejecutar las devoluciones de mercadería a domicilio a los proveedores .	N/Remisión	15	0	0%	No se ejecutaron devoluciones a domicilio según lo proyectado.
		5	Ejecutar ingresos por pago, a notas de remisión por devolución a proveedores	Reporte de ingreso	45	52	116%	Hubo un aumento según lo proyectado.



Elaborado: Jefe Dr. 1511/CI/A
LOGISTICA
Jefe de Logística e Inventarios

Revisado:



Gerente comercial

Autorizado:



Edgar Motees Alvayero Santos
CAP Y MAF
Gerente General

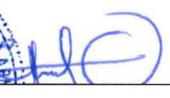


CENTRO FARMACÉUTICO DE LA FUERZA ARMADA
SEGUIMIENTO A PLAN OPERATIVO ANUAL
JUL-SEP



GERENCIA : CO MERCIAL
 AREA: LOGISTICA E INVENTARIOS, DCI
 PERIODO: JULIO A SEPTIEMBRE 2022

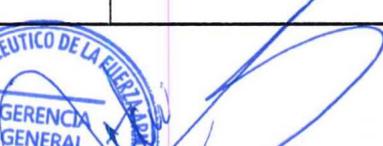
No.	OBJETIVOS/PROPOSITOS	No.	ACTIVIDADES	UNIDAD DE MEDIDA	META PROGRAMADA	UNIDAD EJECUTADA	% DE EJECUCIÓN TRIMESTRAL	OBSERVACIONES
2	Actualizar inventarios, existencias físicas y existencias del sistema, mediante levantamiento de inventarios físicos en las diversas sucursales y bodegas del CEFAFA	1	Elaborar cronograma de inventarios Periódicos	Reporte	1	1	100%	En agosto se elaboro el plan de levantamiento de inventarios periódicos y se sometió a autorización del Sr. Gerente General
		2	Solicitar autorización para inicio de inventarios periódicos	Informe	1	1	100%	En agosto se autorizo el Plan para iniciar en el mes de septiembre
		3	Iniciar el proceso de levantamiento en las diferentes sucursales y bodegas del CEFAFA	Reporte	24	7	29%	Los inventarios periódicos se iniciaron a partir del mes de septiembre
		4	Elaborar actas y reportes de levantamiento de inventarios	Reporte	0	0	0	Pendiente
		5	Enviar por correo faltantes para facturación y deducción de responsabilidad a la Jefatura de Logística	Correo	0	0	0	Pendiente
		6	Realizar ajustes de entrada y salida de los códigos que tuvieron diferencia durante el levantamiento inventarios realizados	Reporte	0	0	0	Pendiente
		7	Entregar al Departamento de Contabilidad copia de los reportes de ajustes realizados en el sistema.	Reporte	0	0	0	Pendiente
		8	Entregar copias de actas de resultado final para conocimiento de la Jefatura de Logística	Memorando	0	0	0	Pendiente

Elaborado: 
 Jefe de Logística e Inventarios

Revisado:


 Gerente Comercial

Autorizado:


 Edgar Moises Alvayero Santos
 CAP Y MAF
 Gerente General



CENTRO FARMACEUTICO DE LA FUERZA ARMADA

SEGUIMIENTO PLAN OPERATIVO ANUAL
PERIODO JULIO-SEPTIEMBRE 2022



GERENCIA : COMERCIAL
ÁREA : VENTAS COMERCIALES
PERIODO : 2022

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 2023.	1	Presupuesto	1	1	100%	Se realizo en agosto 2022.
		2	Elaborar y proponer a la Gerente General y Consejo Directivo las metas para la Gestión 2023	1	Metas	1	1	100%	Se aprobaron en septiembre 2022
		3	Sostener reunión de trabajo con Jefes de las diferentes Sucursales del CEFAFA	12	Actas	3	3	100%	Se realizaron las reuniones junto con Coordinadores de Ventas
		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	28	104%	Se logro la meta programada a pesar de tener visitas permanentes en Sucursal Zacatecoluca que se tienen a partir de abril 2022 según instrucción girada por Gerencia Comercial.
		2	Realizar un análisis del cumplimiento de las metas de ventas mensuales de las Sucursales	12	Informes	3	3	100%	En coordinación con los coordinadores comerciales de ventas
		3	Realizar capacitaciones con proveedores, jefes de farmacia y dependientes, a fin de conocer sobre los productos que se comercializan.	12	Informes	3	3	100%	En coordinación con los coordinadores comerciales de ventas
	Realizar actividades orientadas al desarrollo del personal de Sucursales.	1	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
		2	Evaluación de desempeño de personal.	2		0	0	0%	Se realizara hasta diciembre 2022
				164					



Elaborado por:

Jefe de Ventas Comerciales



Revisado:

Gerente Comercial



Autorizado:

Edgar Moises Alvarado Santos
Cap y MAF
Gerente General



Centro Farmacéutico de la Fuerza Armada
 Período: Julio, Agosto y Septiembre
 Plan Operativo Anual año 2022
 Evaluación de Seguimiento Trimestral



Gerencia: Comercial

Área: Departamento de Ventas Corporativas.

Año 2022/ Julio, Agosto y Septiembre

No.	OBJETIVOS/PROPOSITOS	No.	ACTIVIDADES	UNIDAD DE MEDIDA	META PROGRAMADA	UNIDAD EJECUTADA	% DE EJECUCIÓN TRIMESTRAL	CJBSERVACIONES
1	Planificar, organizar y apoyar al alcance de metas de venta de las Sucursales CEFAFA, mediante la fidelización de nuevos clientes corporativo.	1	•Elaborar el presupuesto anual de Ventas Corporativas para la gestión 2023	Presupuesto	1	1	100%	Se realizó el presupuesto 2023 y el POA 2023 del Departamento de Ventas Corporativas
		2	•Elaborar el Plan de Trabajo Anual del Departamento de Ventas Corporativas para la gestión 2023.	Plan de Trabajo	1	1	100%	
		3	•Verificar cumplimiento de Plan de Trabajo 2022, de Departamento de Ventas Corporativas	Informe	1	1	100%	
2	Reforzar la atención a clientes corporativos, mediante realización comercial, personalizada, gestionando ventas con clientes frecuentes, temporales y permanentes	1	•Elaboración de cotizaciones a precios competitivos a clientes corporativas.	Cotización	35	41	117%	Se ah realizado cotizaciones para diferentes clientes como empresas privadas e instituciones públicas, esto con el fin de brindar un servicio personalizado, se ah realizado visitas de seguimiento a clientes como el ISSS, ISBM y Foprolyd, ademas se firmo el convenio interinstitucional con ISBM
		2	•Realizar visitas a instituciones gubernamentales y empresa privadas como prospectos para crear nuevos clientes corporativos	Registro digital de Salidas	11	3	27%	
		3	•Realizar visitas o llamadas a instituciones gubernamentales y empresa privadas que forman parte de nuestros clientes para fidelizarios	Registro digital de Seguimiento	5	9	180%	
		4	•Ejecución de convenios o alianzas comerciales con empresas publicas o privadas.	Convenio interinstitucional/ Alianza Comercial	2	1	50%	
3	Crear una imagen institucional que permita que los clientes corporativos se identifiquen con la marca y perciban a la empresa como dispensadora de medicamentos de calidad; abierta al público en general.	1	•Entrega de material (calendario , agenda ,etc) que identifique al cliente corporativo con nuestra marca. Los cuales serán proporcionados por el Departamento de Mercadeo	Registro digital de entrega de regalías	3	3	100%	Se ah realizado jornadas en destacamentos militares y caja mutual en Zacatecoluca
		2	•Realizar actividades que fomentan la identidad corporativa O'ornadas médicas, eventos de salud y fidelización con clientes corporativos.)	Informe de Actividad	3	7	233%	



[Handwritten signature]
 Jefe de Ventas Corporativas



Revisó: *[Handwritten signature]*
 Gerente Comercial



Autóricó: *[Handwritten signature]*
 Capitán y Mgr. Edgar Moisés Alvayero
 Gerentéx General



CENTRO FARMACEÚTICO DE LA FUERZA ARMADA
PLAN OPERATIVO ANUAL
EVALUACION DE SEGUIMIENTO TRIMESTRAL
PERIODO: JULIO - SEPTIEMBRE 2022



GERENCIA: COMERCIAL

AREA: DEPARTAMENTO DE COMPRAS COMERCIALES

PERIODO: 2022

No.	OBJETIVOS/PROPOSITOS	No.	ACTIVIDADES	UNIDAD DE MEDIDA	META PROGRAMA	META EJECUTADA	% PE 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	Determinar solicitudes de compras	Reporte	967	1,934	200%	El abastecimiento a las sucursales esta siendo acorde a la rotación de productos y en respuesta a sugeridos de compra.
		2	Solicitar cotizaciones a los <u>proveedores</u>	Reporte	1,934	1,934	100%	Se realizaron igual número de solicitudes de cotización a los <u>proveedores</u> referencia principal la demanda.
		3	Recibir y Evaluar las cotizaciones que cumplan con las condiciones de compras requeridas en las <u>solicitudes</u> .	Reporte	1,934	1,934	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 realizaron compras por volumen de productos con mayor rotación
2	Adquirir productos nuevos para el abastecimiento de las Salas de Ventas en coordinación con ventas, mercadeo y <u>análisis de demanda</u>	1	Procesar formularios de productos nuevos, analizados por diferentes <u>áreas</u> .	Informes	3	70	2333%	Se han incorporado nuevos 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 <u>rentabilidad</u> .	Informes	6	22	367%	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 <u>3 meses</u> .	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 <u>opciones de compra</u> .	Informes	1	2	200%	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 expediente completos de las ordenes de compras generadas por mes y por correlativo.	Reportes	3	3	100%	Se han mantenido por digitalizado y físicamente los expedientes completos de las ordenes de compra generadas por correlativo por mes.

Elaborado:



Licdo.
Jefe de Compras Comerciales

Revisado:



Licda.
Gerente Comercial

Autorizado:



Edgar Moises Alvarero Santos
Cap. y MAF
Gerente General



CENTRO FARMACEUTICO DE LA FUERZA ARMADA
PLAN OPERATIVO ANUAL
EVALUACION DE SEGUIMIENTO TRIMESTRAL
PERIODO: JULIO - SEPTIEMBRE 2022



GERENCIA: COMERCIAL

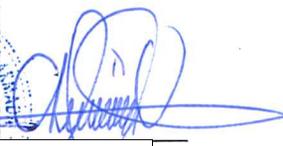
AREA: MERCADEO

PERIODO: 2022

No.	OBJETIVOS/PROPOSITOS	No.	ACTIVIDADES	UNIDAD DE MEDIDA	META PROGRAMADA	META EJECUTADA	% DE EJECUCIÓN	OBSERVACIONES
1	Lograr un mayor alcance y posicionamiento de marca.	1	Realizar publicaciones en redes sociales de medicamentos autorizados por la DNM.	Estadísticas de RRSS	3	3	100%	Todos los meses se han realizado publicaciones en redes sociales de los productos aprobados por la DNM.
		2	Participar en jornadas medicas de desctamentos militares	Reporte	6	6	100%	Se han realizado jornadas medicas en destacamentos militares de julio a septiembre 2022
		3	Tener presencia de marca en medios tradicionales (Radio)	Informes	3	2	67%	Se han realizado pautas en Radio cadena cuscatlan y con el apoyo de Roblenet se han tenido entrevistas gratuitas en radios de grupo Radio Stereo.
		4	Crear alianzas con diferentes instituciones que nos permitan realizar jornadas medicas dentro de sus instalaciones	Informes	3	3	100%	Se logro hacer una jornada medica en el agro mercado de Ministerio de Agricultura y Ganadería en donde se llevo impulso y examen biocuantico.
2	Fidelizar a los clientes por medio de incentivos de compra.	1	Contar con una tarjeta de cliente frecuente para fidelizacion.	Informes	3	3	100%	Se han recibido tarjetas de clientes frecuentes completadas a lo largo de los 3 meses.
		2	Entregar material promocional o alusivo a las festividades para crear engagement con el consumidor	Reporte	1	1	100%	Para el mes de Septiembre se entrego material alusivo a la independencia para las sucursales.
3	Aumentar el posicionamiento de marca en plataformas digitales	1	Ampliar el catalogo de productos en plataforma Hugo	Reporte	3	2	66%	Se han incorporado nuevos productos en la plataforma Hugo para cumplir con las expectativas de los clientes
		2	Se han realizado publicaciones de producto de conveniencia y cosméticos en redes sociales	Estadísticas de RRSS	3	3	100%	Se ha generado mas contenido de productos cosméticos y de conveniencia en nuestras redes sociales, con el objetivo de mostrar nuestro catalogo de productos.

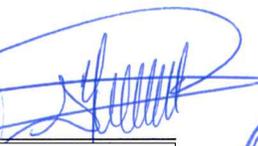
4	Aumentar trafico de clientes a sucursales	1	Realizar una mejor distribucion de impulsacion para abarcar mas sucursales con apoyo de laboratorios	Informes	3	3	100%	Se trabajo junto con los laboratorios para tener mas apoyo de impulsacion en mas sucursales de la cadena CEFAFA
		2	Contratar servicios de perifoneo y volanteo para diferentes sucursales	Informes	2	2	100%	Se han realizado activaciones de marca en las sucursales donde los laboratorios no nos dan cobertura
		3	Realizar dinamicas que incrementen el ticket promedio de compra en las sucursales	Reporte	3	2	66%	Mes a mes se realiza la dinamica del MIERCOLES REGALON para incentivar la venta por medio de regalias de promocionales
		4	Realizar sondeos de mercado para crear estrategias de precio competitivas de acuerdo a la rentabilidad y demanda de productos	Reporte	3	3	100%	Se creado promociones basadas en sondeos de mercadeo todos los meses, con el fin de incrementar trafico a sucursales e incrementar la venta.
		5	Publicar jornadas medicas en redes sociales para generar mas trafico a las sucursales	Reporte	3	3	100%	Todos los meses se han publicado en redes sociales las jornadas medicas que se tendran, esto con el objetivo de atraer trafico a las sucursales
		6	Tener más apoyo de los laboratorios para jornadas medicas en sucursales.	Reporte	3	3	100%	Se ha logrado tener mas jornadas medicas con exámenes biocuanticos y densitometrias oseas en las sucursales.

Elaborado:



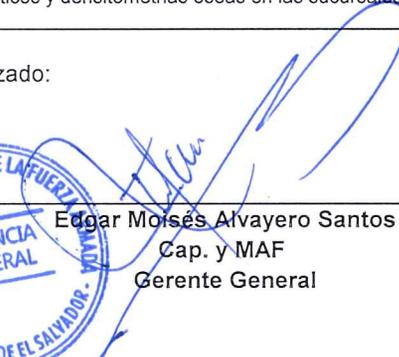
Licda.
Jefe de Mercadeo

Revisado:



Licda.
Gerente Comercial

Autorizado:



Edgar Moisés Alvayero Santos
Cap. y MAF
Gerente General