

CENTRO FARMACEUTICO DE LA FUERZA ARMADA
SEGUIMIENTO A PLAN OPERATIVO ANUAL
OCT-DIC 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 Gerencia General y 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 realizaron pautas en radio cadena Cuscatlán y Radio corporación además de entrevistas gratuitas en radios de Grupo Radio Stereo; se realizaron 2 jornadas médicas mensuales en Brigadas Militares y 2 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, se crearón promociones todos los meses.
		4	Coordinar la incorporación de productos nuevos que amplien 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	78	100%	se han incorporado nuevos productos que no comercializábamos en nuestra cadena de farmacias, además de productos nuevos en salir al mercado.
		5	Provisionar los gastos en personal, así como Bienes y Servicios del presupuesto de Gerencia Comercial	Informe	0	0	0%	El presupuesto se realizó en el mes de septiembre
		6	Elaborar y proponer a la Gerencia General y Consejo Directivo proyectos o estrategias de aperturas o reubicación de Sucursales.	Informe	1	1	100%	En el mes de diciembre se apertura la Sucursal 49 Avenida.
TOTAL PRESUPUESTO								



Licenciada
Gerente Comercial



Autorizado:
Edgar Moisés Alvayero Santos
Cap. Y. MAF
Gerente General



CENTRO FARMACÉUTICO DE LA FUERZA ARMADA
 PLAN OPERATIVO ANUAL
 EVALUACION DE SEGUIMIENTO TRIMESTRAL
 PERIODO: OCTUBRE - DICIEMBRE 2022



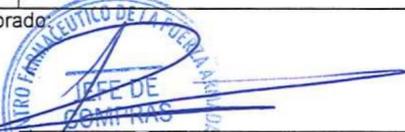
GERENCIA: COMERCIAL

AREA: DEPARTAMENTO DE COMPRAS COMERCIALES

PERIODO: 2022

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	Determinar solicitudes de compras	Reporte	880	1,934	220%	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 proveedores	Reporte	1,934	1,934	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	1,934	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 requeridos 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 análisis de demanda	1	Procesar formularios de productos nuevos, analizados por diferentes áreas.	Informes	3	78	2600%	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 rentabilidad.	Informes	6	26	433%	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 expediente completos de las ordenes de compras generadas por mes y por correlativo.	Reportas	3	3	100%	Se han mantenido por digitalizado y físicamente los expedientes completos de las ordenes de compras generadas por correlativo por mes.

Elaborado:



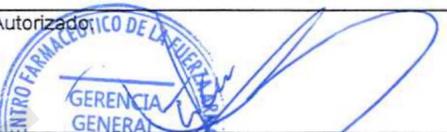
 Lic.
 Jefe de Compras Comerciales

Revisado:



 Lic.
 Gerente Comercial

Autorizado:



 Edgar Moisés Alvayero Santos
 Cap. y MAF
 Gerente General



CENTRO FARMACEUTICO DE LA FUERZA ARMADA
SEGUIMIENTO PLAN OPERATIVO ANUAL
PERIODO OCTUBRE-DICIEMBRE 2022



GERENCIA : COMERCIAL
ÁREA : VENTAS COMERCIALES
PERÍODO : 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 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	23	85%	No se logro la meta programada debido a incapacidades medicas que presentaron los coordinadores de ventas.
		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	Documento	1	1	100%	En coordinación con coordinadores.se realizo en diciembre 2022
				164					



Elaborada por:
[Signature]
Jefe de Ventas Comerciales



GERENCIA
COMERCIAL
[Signature]
Gerente Comercial



Autorizado:
[Signature]
Edgar Moisés Alvayero Santos
Cap y MAF
Gerente General



Ce JO Farmacéutico de la Fuerza Armada
Período: Octubre, Noviembre y Diciembre
Plan Operativo Anual año 2022
Evaluación de Seguimiento Trimestral



Gerencia: Comercial

Área: Departamento de Ventas Corporativas.

Año 2022/ Octubre, Noviembre y Diciembre

No.	OBJETIVOS/PROPOSITOS	No.	ACTIVIDADES	UNIDAD DE MEDIDA	META PROGRAMADA	UNIDAD EJECUTADA	% DE EJECUCIÓN TRIMESTRAL	OBSERVACIONES
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	0	0	0%	N/A
		2	*Elaborar el Plan de Trabajo Anual del Departamento de Ventas Corporativas para la gestión 2023.	Plan de Trabajo	0	0	0%	
		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	25	26	104%	Se ha realizado cotizaciones para diferentes clientes tanto empresas privadas e instituciones públicas, esto con el fin de brindar un servicio personalizado. Asimismo, se realizaron visitas de seguimiento a clientes como el ISSS, ISBM y FOPROLYD, se firmó la actualización de convenio interinstitucional con FOPROLYD, en el cual se autoriza tener un Botiquín en sus instalaciones para mejorar el servicio y entrega de medicamentos, y se envió a firma por parte del ISSS la nueva modalidad de dispensación de medicamentos a los almacenes que tienen.
		2	*Realizar visitas a instituciones gubernamentales y empresa privadas como prospectos para crear nuevos clientes corporativos	Registro digital de Salidas	10	3	30%	
		3	*Realizar visitas o llamadas a instituciones gubernamentales y empresa privadas que forman parte de nuestros clientes para fidelizarios	Registro digital de Seguimiento	5	4	80%	
		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 realizaron jornadas médicas en La Unión y San Juan Opico, en donde se entregaron regalías a los clientes.
		2	*Realizar actividades que fomentan la identidad corporativa (jornadas médicas, eventos de salud y fidelización con clientes corporativos.)	Informe de Actividad	3	4	133%	

Elaboro: 
 Supervisor de Ventas Corporativas

Reviso: 
 Gerente Comercial

Autorizo: 
 Capitán y Ma. Edgar Moisés Alvarero
 Gerente General



CENTRO FARMACEÚTICO DE LA FUERZA ARMADA
PLAN OPERATIVO ANUAL
EVALUACION DE SEGUIMIENTO TRIMESTRAL
PERIODO: OCTUBRE - DICIEMBRE 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 y productos de conveniencia.	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 descantamentos militares	Reporte	6	6	100%	Se han realizado jornadas medicas en destacamentos militares de octubre a diciembre 2022
		3	Tener presencia de marca en medios tradicionales (Radio)	Informes	3	2	67%	Se han realizado pautas en Radio cadena cuscatlan y Radio Corporación 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 octubre y noviembre se entrego material alusivo a al cáncer de mama y navidad para las sucursales.
3	Aumentar el posicionamiento de marca en plataformas digitales	1	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 distribución de impulsación 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 dinámicas que incrementen el ticket promedio de compra en las sucursales	Reporte	3	2	66%	Mes a mes se realiza la dinámica del MIERCOLES REGALON para incentivar la venta por medio de regalías 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 tendrán, 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:



Jefe de Mercadeo

Jefe de Mercadeo

Revisado:



Gerente Comercial

Gerente Comercial

Autorizado:



Gerente General

Rayero Santos
Cap. y MAF
Gerente General



CENTRO FARMACÉUTICO DE LA FUERZA ARMADA
SEGUIMIENTO A PLAN OPERATIVO ANUAL
OCT - DIC



GERENCIA: COMERCIAL

AREA: LOGISTICA E INVENTARIOS, BODEGA GENERAL N°1

PERIODO: OCTUBRE A DICIEMBRE 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	586	98%	Hubo un aumento según lo proyectado.
		2	Ejecutar ingresos por bonificación, por producto fuera de ordenes y solicitudes de compra	Reporte de ingreso	2	5	250%	Hubo una disminución según lo proyectado.
		3	Ejecutar los controles de salidas de mercadería de Bodega General (a sucursales)	N/Despacho revisada	2400	1,572	66%	Hubo una disminución según lo proyectado.
		4	Ejecutar anulación de notas de remisión en Bodega 01 y Bodega 27.	N/Remisión	30	473	1577%	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	3	300%	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	141	78%	Hubo una disminución según lo proyectado.
		2	Remitir mercadería a Sucursales por estar fuera de política.	N/Remisión	36	12	33%	Hubo una disminución según lo proyectado.
		3	Ejecutar los controles de ingresos de mercadería a Bodega 27	N/Remisión	540	317	59%	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	33	73%	Hubo una disminución según lo proyectado.

COORDINADOR
 LABORADO:
 ABASTECIMIENTO

Coordinador de Bodegás

Revisado:

GERENCIA
 COMERCIAL

Gerente Comercial

Autorizado#A

Edgar Moises Alvayero Santos
 CAP Y MAF
 Gerente General



**CENTRO FARMACÉUTICO DE LA FUERZA ARMADA
SEGUIMIENTO A PLAN OPERATIVO ANUAL
OCT-DIC**



GERENCIA: COMERCIAL

AREA: LOGISTICA E INVENTARIOS, TRANSPORTE

PERIODO: OCTUBRE A DICIEMBRE 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	1	1	100%	Se ha dado seguimiento al POA , verificando lo informado con datos reales
		2	Elaborar Plan Operativo Anual de Transporte para la gestión 2022.	POA	1	1	100%	
		3	Verificar cumplimiento del Plan Operativo de Transporte 2022.	Informe	4	4	100%	
2	Ejecución y seguimiento de procesos.	1	Elaborar Informes de Manejo Vales de Combustible.	Vales de combustible	600	345	58%	La cantidad de vales utilizados alcanza el 52.83% del estimado para el trimestre
		2	Ejecutar Mantenimiento Preventivo y Correctivo de Vehículos comerciales	Créditos Fiscales	15	5	33%	Los mantenimientos han sido menores en cantidad en relación al periodo anterior
		3	Ejecutar Mantenimiento Preventivo y Correctivo de motocicletas	Créditos Fiscales	15	11	73%	Aunque las reparaciones han sido menores en cantidad, han sido mas costosos en cuanto a precio
		4	Ejecutar los controles de salidas de Vehiculos y Motocicletas	Bitácora de cada vehículo	45	45	100%	Según bitácora realizada por el personal de transporte.
		5	Seguimiento de envíos y recolección de mercadería por transporte propio	Reporte de envíos	3	3	100%	Según bitácoras recibidas por parte del personal de transporte.
		6	Auditoria del manejo de Vales de Combustible	Libro de Registro de vales de combustible	3	3	100%	En coordinación con personal de la Gerencia Administrativa.



Elaborado:

JEFE DE LOGISTICA

Jefe de Logística e Inventarios

Revisado:



Gerente Comercial

Autorizado:



Edgar Moises Alvayejir Santos
CAR Y MAF
Gerente General

CENTRO FARMACEUTICO DE LA FUERZA ARMADA
SEGUIMIENTO A PLAN OPERATIVO ANUAL
OCTUBRE A DICIEMBRE 2022

GERENCIA: COMERCIAL

AREA: CONTROL DE INVENTARIOS

PERIODO: OCTUBRE A DICIEMBRE 2022

No.	OBJETIVOS/PROPOSITOS	No.	ACTIVIDADES POR EL FONDO CEFAFA	META PROGRAMADA	META EJECUTADA	PRESUPUESTO	OBSERVACIONES
2	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	26	24	92%	Para 4to trimestre se habían programado 26 inventarios, iniciando desde el mes de octubre, por motivos de entrega de resultados antes de finalizar el año, se dio inicio en el mes de septiembre en el cual se realizaron 7 inventarios
		4	Elaborar actas y reportes de levantamiento de inventarios	26	24	92%	
		5	Enviar por correo faltantes para facturación y deducción de responsabilidad a la Jefatura de Logística	26	24	92%	
		6	Realizar ajustes de entrada y salida de los códigos que tuvieron diferencia durante el levantamiento inventarios realizados	26	24	92%	
		7	Entregar al Departamento de Contabilidad copia de los reportes de ajustes realizados en el sistema.	26	24	92%	
		8	Entregar copias de actas de resultado final para conocimiento de la Jefatura de Logística	1	1	100%	
TOTAL							

Elaborado:



Coordinadora de Control de Inventarios

Revisado:



Gerente Comercial-

Autoriza:



Edgar Ifoises Alvayero
CAP Y MAR
Gerente General