



Dependencia: Dirección Comercial

Fecha: jueves 5 de setiembre 2019

Referencia: DM-277-2019

PARA: Director Comercial
Sr. Marco Meza Altamirano
Radiográfica Costarricense S.A

Asunto: Informe Final de Gestión según lo dispuesto en el artículo No. 12 inciso e) de la Ley General de Control Interno No. 8292

En cumplimiento de las disposiciones contenidas en la Ley General de Control Interno No. 8292, la Directriz R-CO-61 y oficio 08540 de la Contraloría General de la República, me permito presentar el Informe Final de Gestión correspondiente a mi desempeño en el cargo de Jefatura de Mercadeo, ejercido durante el periodo comprendido entre el 2017 y el setiembre 2019.

RESULTADOS DE LA GESTIÓN

I. Presentación. (Resumen ejecutivo del contenido del informe).

El presente resumen de gestión presenta las funciones principales de la jefatura de mercadeo de Racsa y el estado en el que quedan los trabajos actuales de los miembros del departamento. Además, se incluyen los activos que están a cargo de la jefatura de mercadeo actualmente.

II. Estado de las principales funciones. (Referencia sobre la labor sustantiva institucional o de la unidad a su cargo, según corresponda al jerarca o titular subordinado).

Además de las responsabilidades y tareas que contiene el perfil del puesto de la Jefatura de Mercadeo de Racsa, las principales funciones diarias son:

Dar seguimiento al trabajo y cumplimiento de solicitudes de los líderes de servicio en relación a los servicios que le corresponden a cada uno, acciones de publicidad y promoción, ofertas especiales, participación en eventos especiales, solicitudes de información diaria, revisión de notas, cartas, contratos, ofertas, presentaciones, videos, entre otros.

Es importante mencionar la participación activa de la jefatura de mercadeo en relación a los eventos que se dan durante el año, ya sean propios de RACSA o los que la empresa patrocina por medio de empresas como lo son La Nación, El Financiero, La República, entre otras, en donde la participación de la jefatura es:

- Colaborar con temas de montaje
- Imagen corporativa
- Relaciones públicas con posibles clientes
- Relación directa con la empresa organizadora del evento
- Responsabilidad de toda la imagen e información brindada en la actividad
- Atención del equipo de RACSA que asista al evento en relación de velar por la alimentación y condiciones requeridas para laborar fuera de la oficina.
- Transporte de materiales (Promocionales, trofeos, uniformes, material impreso, regalos, entre otros) a la locación del evento.
- Coordinar la adecuada presencia de los miembros del departamento de mercadeo (uniforme de eventos especiales, el que corresponda según el tipo de evento)
- Aseguramiento del correcto uso y entrega de materiales promocionales de la empresa cuando no se entreguen directamente en el stand de Racsa.
- Velar por el desmontaje de la infraestructura Racsa para que la misma se dé en tiempo y forma según los requerimientos especiales de cada actividad.

III. Principales cambios. (Cambios habidos en el entorno durante el periodo de su gestión, incluyendo los principales cambios en el ordenamiento jurídico que afectan el quehacer institucional o de la unidad, según corresponda al jerarca o titular subordinado).

Entre los cambios más representativos del departamento está la re estructuración del equipo, no solo a nivel de funciones y servicios, sino a nivel de re ordenamiento físico, la estructura actual del departamento está conformada de la siguiente manera:

- Líderes de servicio
- Diseñadores Gráficos / Diseñador Web
- BTL / Actividades Especiales
- Estadística
- Tendencias e indicadores
- Soporte administrativo (Tramitología interna y externa)

Adicionalmente los líderes de servicios cambiaron los servicios que tenían a cargo y hoy en día cada líder ve los siguientes servicios:

Celia Cordero	Dennis Chaves	Jackeline Vargas
DOCS	CONNECT	SICOP
TRAMITE YA	ERP	VITAL -E
VDI	SERVICIOS ADMINISTRADOS	RECETA DIGITAL
		REGISTRELO
		BICICLETAS

Karolayn Esquivel	Michael Cordero	Marielos Brenes
CREAR EMPRESA	CORE	ROAD
SMS EMPRESARIAL	IAAS	SECURITY
M2M	CLOUD	FACTOREO DIGITAL
HOUSING COLOCATION	VID / INTERDATA	1311
PARQUEA - T	INFRAESTRUCTURA TEL. IP	CIUDADES INTELIGENTES

Los diseñadores gráficos tienen una nueva distribución de servicios que está compuesta de la siguiente manera:

Roberto Calderón	Erick Solórzano	Mayer Soto
CONNECT	ERP	SMS EMPRESARIAL
CORE	DOCS	M2M
INTERDATA	VDI	ROAD
VID	TRAMITE YA	SICOP
RACSAGRAMA	HOUSING	SECURITY
ZII	COLOCATION	SERVICIOS ADMINISTRADOS
CLOUD	FACTOREO	REGISTRELO
CIUDADES INTELIGENTES	CREAR EMPRESA	VITAL - E
	IAAS	BICICLETAS
		PARQUEA - T

IV. Estado de la Autoevaluación del Sistema de Control Interno. (Estado de la autoevaluación del sistema de control interno institucional o de la unidad al inicio y al final de su gestión, según corresponda al jerarca o titular subordinado).

En relación a la autoevaluación del sistema de control interno, la misma se realizó entre los días lunes 2 y martes 3 de setiembre y fue enviada a los colaboradores Luis Paulino Ramírez Piedra y Karen Porras Mora, por medio del Formulario para la Autoevaluación del Sistema de Control Interno 2019. Además del formulario que se encuentra en el LINK: http://intranet.racsa.go.cr/control_interno/index.html



martes 3/9/2019 07:45

Ana Marcela Monge Méndez

RE: Autoevaluación del Sistema de Control Interno 2019

Para Luis Ramírez Piedra

CC: Karen Porras Mora; Lorena Rodriguez (lorodriguez@racsa.go.cr)

Respondió a este mensaje el 3/9/2019 08:04.



Formulario-ASCI-2019 (1).doc
25 MB

Buenos días

Estimado Luis Paulino, le comparto el Formulario para la Autoevaluación del Sistema de Control Interno 2019. Ya mismo entro al LINK para llenarlo en línea.

Saludos cordiales,

Ana Marcela Monge Méndez
Gerente de Mercadeo

+506 2287-0831 / +506 4060-0831

mmonge@racsa.go.cr

@racsa_cr | www.racsa.go.cr



martes 3/9/2019 08:04

Ana Marcela Monge Méndez

RE: Autoevaluación del Sistema de Control Interno 2019

Para Luis Ramírez Piedra

CC: Karen Porras Mora; Lorena Rodriguez (lorodriguez@racsa.go.cr)

Buenos días

Les comparto la pantalla de finalización del formulario que llené en línea por medio del LINK.



- V. Estado de los planes correctivos para cerrar las brechas del Sistema de Control Interno. (Acciones emprendidas para establecer, mantener, perfeccionar y evaluar el sistema de control interno institucional o de la unidad, al menos durante el último año, según corresponda al jerarca o titular subordinado).

VI. Logros alcanzados. (Principales logros alcanzados durante su gestión de conformidad con la planificación institucional o de la unidad, según corresponda).

Entre los logros alcanzados, aparte de mis responsabilidades y tareas diarias y propias del puesto, están:

	Perfil de Puesto	Versión	1.1	Página	1/4
Título del Puesto:		Fecha	Noviembre 2018		
Jefatura Departamento de Mercadeo		Dirección	Departamento		
		Comercial	Mercadeo		

I. Propósito General:			
Razón principal de existir en la organización, el cual se deriva de las finalidades (funciones y resultados finales) definidas en el siguiente apartado. Se describen la función principal y resultado general que debe lograr este puesto, y por el cual podría ser medido en su desempeño.			
Acción	Objetivo	Guía	Resultado final
¿Qué hace? Verbo en infinitivo	¿Sobre qué lo hace? Función principal	¿De acuerdo con qué? Elemento Normativo	¿Para qué lo hace? Resultado principal
Ejemplo: Coordinar	el desarrollo y ejecución de los proyectos de inversión	Con base en la estrategia de negocios, políticas y procedimientos corporativos	Con el fin de asegurar la rentabilidad y ejecución de crecimiento delictos.

Establecer las estrategias de mercadeo y administrar las tácticas para la administración eficiente del portafolio de servicios y para el posicionamiento de la marca y de la imagen empresarial de acuerdo con los objetivos estratégicos de la empresa para generar una oferta que genere valor a los clientes así como la consecución de las metas establecidas.

II. Funciones y Responsabilidades Críticas			
Cinco funciones críticas dirigidas a producir determinados resultados finales, por los cuales cualquier persona que ocupe este puesto podría ser medida en su desempeño. Las funciones y resultados finales deberán permitir cumplir con la misión del puesto.			
Acción	Objetivo	Guía	Resultado final
¿Qué hace? Verbo en infinitivo	¿Sobre qué lo hace? Función principal	¿De acuerdo con qué? Elemento Normativo	¿Para qué lo hace? Resultado principal
Ejemplo: Controlar	Las operaciones y transacciones bancarias en los sistemas electrónicos de la institución	Para verificar que corresponden a las cantidades autorizadas por la dirección y que cumplen con los procedimientos establecidos.	

Se redacta en forma de texto en cada uno de los espacios siguientes (más importantes y preferiblemente solamente cinco funciones y tres actividades para cada una).

1. Diseñar, implementar y controlar las estrategias para la investigación de las tendencias y fuerzas del mercado, así como su ejecución de acuerdo con la estrategia empresarial y corporativa para generar valor al negocio así como asegurar la fidelización y retención de clientes estratégicos.

Tareas
1.1. Establecer las estrategias y políticas de mercado, desarrollando la visión estratégica de mercado actual de la empresa, así como el análisis y segmentación del mercado para la definición del mercado meta.
1.2. Coordinar con el ICE y sus empresas las acciones que se deriven de los planeamientos estratégicos corporativos en materia de Mercadeo.
1.3. Diseñar y mantener actualizada la experiencia del cliente y su alineamiento para un proceso continuo de mejora e integralidad que permitan construir una estrategia que posibilite al Grupo ICE retener y fidelizar su base instalada de clientes.
2. Dirigir el proceso de generación de información estratégica para la toma de decisiones mediante flujos de información de la empresa en relación con el comportamiento y tendencias del mercado y de los servicios, emitiendo informes estadísticos y estudios de mercado que apoyen la estrategia empresarial, las políticas y procedimientos corporativos.

Tareas
2.1. Dirigir la investigación, análisis de datos y monitoreo del mercado, tendencias, entorno social-político-económico y de competencia para proveer de información estratégica a la empresa para la toma de decisiones.
2.2. Coordinar y supervisar el suministro de información a nivel estadístico o de mercado dirigidos hacia usuarios internos de la Empresa o hacia terceros.
3. Desarrollar e implementar el Plan Anual de Mercadeo que contenga los objetivos y acciones para la implementación de una oferta que agregue alto valor, para contar con un portafolio de servicios de alto perfil que coadyuven a la satisfacción de los clientes.

Tareas

Realización del Plan Comercial 2017, 2018 y 2019 entregados todos formalmente a la Dirección Comercial y Gerencia General por medio del sistema ORBE.



La producción, logística y convocatoria del I Congreso de Ciudades Inteligentes 2017

Con el objetivo de ser el socio de las Municipalidades en la construcción de un Estado que responda a los ciudadanos en forma oportuna, eficiente y eficaz mediante el uso de la Tecnología, el desarrollo de la infraestructura, la gestión de proyectos, y el aprovechamiento de oportunidades relacionadas con la generación de energías limpias.



La producción, logística y convocatoria del II Congreso de Ciudades Inteligentes 2018

Con el objetivo de brindar una visión integral de los diferentes aspectos que conforman una Ciudad Inteligente, por medio del uso de la tecnología e innovación, como herramientas para digitalizar servicios y facilitar el acceso al ciudadano, potenciando el intercambio de conocimiento y experiencias a nivel internacional para mejorar la calidad de vida del costarricense.



La contratación de tres nuevos líderes de servicio para el departamento de mercadeo de Racsa.

Toda la producción, logística y convocatoria de los eventos realizados entre los años 2017 – 2019, tanto los eventos internos como externos (El financiero – Grupo Nación)

Algunos eventos del 2017



Algunos eventos del 2018



Evento	Fecha	Lugar	Hora
"Transformación Digital 2018"	14 de marzo 2018	Hotel Crowne Plaza Corobici	8:00 am a 5:00 pm
"Encuentro Costa Rica 2018"	24 de mayo 2018	Hotel Crowne Plaza Corobici	8:00 am a 5:00 pm



Evento	Fecha	Lugar	Hora
"Igualdad de Género"	24 de mayo 2018	Hotel Real Intercontinental	2:00pm
"El futuro de los negocios hoy"	6 de junio	Hotel Real Intercontinental	2:00pm
"Red 506"	6 Julio 2018	Por definir	De 8:30 a 5:00pm
"Perfil del cliente"	Setiembre 2018	Por definir	De 8:00 am a 5:00pm
"Trilogía"	Octubre 2018	Por definir	2:00pm
"Empresario del año"	Noviembre 2018	Por definir	2:00pm



Evento	Fecha	Lugar	Hora
Desayuno	31 de mayo	Hotel Radisson	7:30 am
Desayuno	29 de junio	Hotel Radisson	7:30 am
Desayuno	30 de julio	Hotel Radisson	7:30 am
Desayuno	31 de agosto	Hotel Radisson	7:30 am
Desayuno	28 de setiembre	Hotel Radisson	7:30 am
Desayuno	29 de octubre	Hotel Radisson	7:30 am
Desayuno	29 de noviembre	Hotel Radisson	7.30 am

Algunos eventos del 2018



En el año 2017 nos hicimos cargo de la decoración del edificio en fechas especiales como lo fueron, 15 de setiembre y navidad.

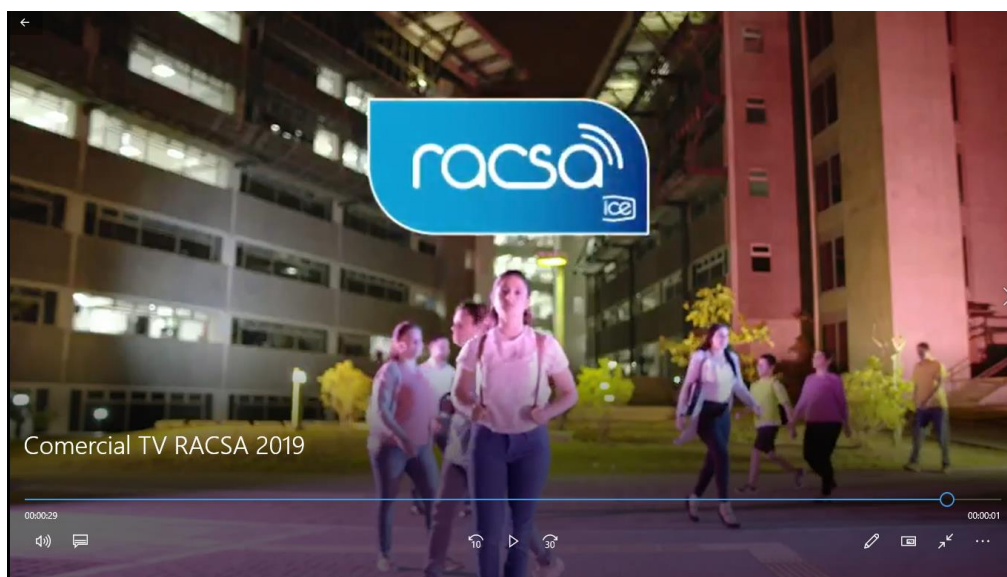
Contratación de la agencia de publicidad y todo el trabajo de campañas de publicidad realizadas con Satchi & Satchi (Campaña: ¡Eso Hace RACSA!) Contratación número 0062017014300024 correspondiente a la adquisición de Contratación de agencia de publicidad.



Producción de videos para cada uno de los servicios de RACSA.



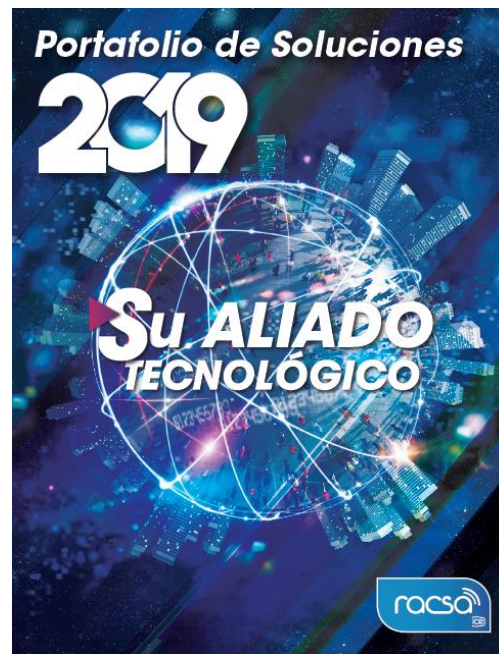
Producción del anuncio de televisión que estrenó RACSA a finales del año 2018.



Contratación y producción del estudio “Investigación de Mercado para Identificar la Demanda de Servicios de TIC’s en el Sector Público Costarricense” tiene su origen en la contratación por principio número 2017PP-000041-0000800001, publicada en la Plataforma Tecnológica de Compras Públicas Mer-Link/SICOP, en el mes de marzo 2017.



Actualización del portafolio de soluciones RACSA.



Creación del portafolio de servicios de Ciudades Inteligentes.



VII. Estado de los proyectos principales. (Estado de los proyectos más relevantes en el ámbito institucional o de la unidad, existentes al inicio de su gestión y de los que dejó pendientes de concluir).

En relación a los pendientes que quedan según cada uno de los miembros del equipo de mercadeo los voy a mencionar según cada uno de los líderes, diseñadores y servicios.

Karolayn Esquivel:

- Está en proceso la campaña de precio especial de colocation (800 clientes) La campaña es por un período de 3 meses culminando el 30 de setiembre, la divulgación de la misma es por medio de correo electrónico (email marketing) y por las redes sociales Facebook y LinkedIn, los envíos de correos ya culminaron, se envió de manera exitosa a 679 clientes de la base de datos de la Cámara de Industrias y a 137 clientes de la base instalada de RACSA, la misma continuará promoviéndose por redes sociales.
- Está pendiente el trabajo de actualización y mantenimiento en la página web de Crear Empresa, y se está trabajando con Eric Solórzano la campaña en redes sociales. Ya está en proceso la migración de CrearEmpresa a la plataforma de TRAMITE ¡YA!,

para la cual se espera que la fecha de lanzamiento sea el 4 de noviembre, se envió comunicado a las Municipalidades haciendo notificación de esta migración y se comenzó a solicitar datos de pantones y logos para la vista personalizada que tendrá cada una de estas. Aunado a esto se realizaron artes para la promoción de CrearEmpresa sin mención de la página, dichas publicaciones comenzaron el 14 de agosto por medio de las redes sociales Facebook y LinkedIn.

- Se está en la búsqueda de otro proveedor que brinde el servicio de M2M, esta acción es en conjunto con el colaborador Julio Alan de ventas. Con esto se pretendía vender el servicio M2M con equipos como routers LTE de manera que el cliente recibiera una opción adicional de conectividad de manera completa, se encontró un proveedor de estos equipos, sin embargo, se abrió un caso de negocio para un cliente (TriMedic), pero el mismo, con los costos y demás cargas que utiliza el Departamento de Nuevos Negocios en su herramienta financiera hace que el servicio supere los 500 dólares mensuales, de los cuales solamente 3.000 colones corresponden al servicio M2M. Esto, aunado a la indicación de Don Marco de no promover el servicio M2M hasta la toma de decisiones, se suspende.
- Karolayn está trabajando en el tema de pulseras con chip con el proveedor NECTAR, está pendiente la reunión.
- Actualmente se está trabajando en el contrato de M2M. Contrato elaborado en manos de Esteban Duarte para su revisión.
- En relación a parquímetros, ya el servicio cuenta con presentación de conceptualización trabajada en conjunto con el diseñador Mayer Soto. Presentación lista a espera de la normalización por parte de Nuevos Negocios para su adaptación.
- Para el servicio de SMS Empresarial se está trabajando en la campaña publicitaria para clientes específicos para municipalidades, Universidades y Sector Financiero. La campaña de SMS Empresarial se está realizando por medio de redes sociales, aunado a esto las campañas enfocadas se enviarán por correo electrónico, ya se

comenzó con el envío a municipalidades y universidades, se espera para la primera semana de setiembre enviarla al Sector Financiero.

- Se está trabajando en el plan de acción para la salida del servicio Racsagrama. El departamento de Tecnologías de Información nos brindó el insumo desde su pericia, aunado a esto se solicitó el análisis costo-beneficio del servicio. En el momento en que se cuente con este segundo insumo se enviarán ambos al Departamento de Asesoría Jurídica para validar las implicaciones legales de retirar el servicio del portafolio, dado que el mismo se brinda por una Concesión de Ley.
- La compañera Karolayn es la líder que apoya el servicio de Espacios Públicos conectados y está trabajando en la propuesta de monetización del servicio, esto en conjunto con Innovación Racsa; ya presentaron un avance a la Dirección de Nuevos Negocios e Innovación, y actualmente están mejorando el contenido de la presentación para reforzar el modelo de monetización del servicio. En efecto, el día de hoy martes 27 de agosto tuvimos la capacitación virtual con Fon, quienes son los proveedores del portal cautivo para conocer los alcances de campañas publicitarias y demás en la misma, aunado a esto el viernes 30 de agosto tenemos reunión con David Zamora quien es el Service Manager del proyecto, ya que solicitamos datos y reportería del tráfico obtenido en los ZAIG's en los últimos meses, adicional se están realizando estudios de potencialidad de cada uno de los ZAIGs, ya que muchos, por su ubicación, no serán de mucho aporte, con estos elementos y demás investigaciones podemos tener un norte más claro de las propuestas a desarrollar, ya que muchas de las que habíamos propuesto no se podrán implementar por limitantes que se presentarán en el próximo avance, para el cual también pretendemos informar sobre las acciones de monetización posibles, su precio, alcances y demás. Cabe destacar que para el desarrollo de esta etapa se requieren reuniones con todas las partes, ya que se debe determinar el protagonismo de cada una y la repartición de las ganancias, además de la asignación de un recurso de Nuevos Negocios para el análisis del caso de negocio.

- La líder de servicio está trabajando el tema de Análisis de rentabilidad de los servicios de RACSA, según la nota GG-1007-2019, y en la Revisión Integral del Ciclo de Vida de los Servicios según la solicitud específica de la nota GG-1008-2019, información que se debe presentar antes del 08 de setiembre 2019.

Jackeline Vargas:

- En relación a SICOP se está tramitando y evaluando una solicitud de la
- compañera Sandra Aguilar (SICOP – Mall San Pedro) en relación a brindarles materiales promocionales (los que tenemos limitados) para hacer rifas cada vez que capacitan a un grupo de personas en la plataforma.
- En relación a Vital E hay negociaciones en curso las cuales son:
- CREGANNA con una oferta que contiene 2 consultorios + una fisioterapeuta.
- EXTRALUM, se les envió una oferta para 3 consultorios + una nutricionista + una psicóloga.
- IMPRENTA NACIONAL, con oferta de un consultorio + un psicólogo + un fisioterapeuta.
- Está pendiente una reunión con el colaborador de ventas Jose Pablo a donde el cliente, NOVA PARK, quien está interesado en el servicio Vital E.
- Se solicitó a la Agencia de publicidad Satchi & Satchi una cotización para el servicio de Bicicletas, ya la misma envió información sobre los precios de publicidad exterior, queda pendiente la cotización de investigación de mercados.

Michael Cordero:

- En relación a los pendientes y estatus del servicio VID, ya el contrato de SCOTIABANK está listo, sin embargo, las pruebas técnicas en relación a la Caja Costarricense del Seguro Social estuvieron fallando. El servicio presenta a hoy tres fuentes primarias con problemas de cierre de acuerdos, se está en negociación con la CCSS el día de hoy se realizará una reunión de la cual pueda surgir el brindar o no la solución al banco.
- Se está a la espera de la respuesta en relación al Acelerador comercial del presentada para el servicio VID, está en análisis de Dirección Comercial.

- Michael en conjunto con los compañeros de ventas está coordinando visitas y reuniones con cooperativas interesadas en el servicio como por ejemplo con COOPENAE, Caja de Ande, Mutual Alajuela con la finalidad de ofrecer el servicio VID.
- En relación al servicio Interdata, el acuerdo comercial con la Dirección Nacional de Migración y Extranjería está en legal; una vez que legal le dé visto bueno se presenta a los señores de la DGME para el aval correspondiente, se realizaron ajustes los cuales están siendo valorados por Asesoría Jurídica de RACSA.
- En relación a Integra ID, ya contamos con, Video del servicio (30 segundos), la presentación del servicio, el contrato borrador está en revisión, ya hay borrador de oferta; sin embargo, están pendientes las fuentes primarias y los precios no han sido ratificados por nuevos negocios.
- La presentación del servicio y el video del mismo se le compartieron al señor Alan Archila, quien emitió las observaciones correspondientes y las mismas fueron tomadas en cuenta, Se ajustará el video y presentación con las observaciones del socio.
- Se está negociando el servicio Integra ID con algunos potenciales clientes.
- En relación con servidores virtuales se solicitó por medio de nota formal, los ajustes de precios de las soluciones. El proveedor de licencias de servidores virtuales, realizará un video con operaciones.
- En relación al servicio de Interdata, una vez firmado el acuerdo, se deberá ir previendo la migración al servicio de biometría.
- Se emitió consulta a la Asesoría Jurídica, sobre la aplicación del IVA en diferentes servicios.
- Se emitieron las reglas de negocio del proyecto Kiri (sistema de voluntariado). Se crearon los términos y condiciones en relación con el uso del servicio de voluntariado, emitidas a proyectos propiamente a Sandra y Carol Mesen.

Celia Cordero:

- Normalización- DOCS y VDI (Operaciones entregó Pre factibilidad de DOCS en junio. Desarrollo de nuevos negocios no ha entregado costos asociados al socio. Y de VDI no se ha entregado ningún avance porque Operaciones no ha entregado nada por no tener proyección de ventas. Se envió último recordatorio 30-8 a Gaudy y Marcel, se le

envió oficio 19-8 a Dirección DNNI. Se ha mandado 2 correos (17-7 y 23-8) y se han hecho llamadas a operaciones)

- Revisión de manuales TRAMITE ¡YA!, Evento de lanzamiento y Desarrollo de campaña/estrategia de comunicación TRAMITE ¡YA! - Factoreo/ Crear Empresa.
- Elaboración de presentación comercial - TRAMITE ¡YA! - Crear Empresa para DNN MEIC RN y Desarrollo Plan de capacitación TRAMITE ¡YA! Crear Empresa.
- Desarrollo video y presentación TRAMITE ¡YA! - Factoreo y Desarrollo video y presentación TRAMITE ¡YA! - Crear Empresa
- Envío de FAQS para subir a la plataforma TRAMITE ¡YA!, plan de crecimiento de clientes de Factoreo, TRAMITE ¡YA! y creación de Reglas de Negocio.
- Enviar contenido para Landing page, TRAMITE ¡YA!
- Presentación TRAMITE ¡YA! AIVEMA/ PROCOMER
- Seguimiento oportunidades VDI- DOCS, seguimiento Leads de ventas y revisión del 50% cumplimiento sustantivo en Asociaciones empresariales, normalización de servicio VDI- DOCS.

Mayer Soto:

- Presentación SCRUM (terminarla idealmente)
- PESOS & DIMENSIONES
- Ventanas de Tesorería
- Ascensores RACSA:
- Diseño de las puertas a nivel externo
- Medición de puertas (3 ascensores, son diferentes)
- Medición interna de los 3 ascensores (son diferentes)
- Distribución del contenido en los paneles y espacios internos (según cada tema)
- Diseño de al menos uno de los ascensores (hoy)
- Distribución de los contenidos en cada piso (puertas) Se realizó todo el trabajo, pero ahora lo tiene Prensa y Comisión de Cultura, no estamos tomados en cuenta a nivel

de diseño, pasó a manos de Roberta. Esto a que se hizo un giro en la temática de los ascensores y lo están manejando ellos.

Andrés Umaña:

- Definición de la participación en el Festival de la Luz 2019, logística, reuniones con la Municipalidad de San Jose, coordinación de tarima, alimentación, seguridad y materiales promocionales a entregar en la actividad.
- Logística y supervisión de los eventos que restan en el año entre los meses de setiembre a diciembre 2019, gráfica y producción del stand, materiales promocionales a entregar en el evento y coordinación con los o el líder de servicio que participe en la actividad.
- Coordinación y logística de todos los eventos relacionados con el lanzamiento del proyecto “Espacios públicos Conectados Zii”

EVENTO	FECHA
Eventos – Espacios Públicos Conectados	Julio a Diciembre
Shift	16 de Julio
Congreso de Medicina del Trabajo & Salud Laboral	27 al 30 de Agosto
Transformación Digital 2019	26 de setiembre
Evento INNOVARACSA	4 de Setiembre
Grupo Nación – Perfil del Consumidor	Setiembre 2019
III Congreso de Ciudades Inteligentes	25 de Octubre
Data Center SUMMIT 2019	29 de Octubre
Grupo Nación – Evento empresarial	Noviembre 2019

- Andrés tiene la tarea de apoyar con la logística y compra de los regalos de navidad para clientes especiales, para este año 2019 no hay presupuesto adicional para la compra de algún artículo especial para el TOP 20 de clientes, ya que se propone entregar los bolígrafos especiales con puntero y foco que hay en bodega de materiales promocionales, sin embargo, si se define la compra de algo especial adicional, entre Andrés Umaña y Lorena Rodríguez apoyan con la gestión.

Erick Solórzano:

- Videos para la mesa de servicio ARANDA

- Video para el servicio Vital – e
- Video para el proyecto de Espacios Públicos Conectados Zii
- Video para el proyecto KIRI

Marielos Brenes:

- Se está realizando una actualización del contrato de SECURITY en conjunto con el Nuevos Negocios y Operaciones
- Se está a la espera de la respuesta de la Agencia para cambio de nombre de ROAD, considerando esto, se debe de actualizar información, cambio página WEB, APP, papelería, documentos, contratos, entre otros.
- Diseño de Marketing de contenido
- En paralelo se está trabajando en armado de kit de ventas para SECURITY
- Se está trabajando el documento de diferenciadores de NECTAR TECHNOLOGIES
- Se está trabajando en la actualización de la información del análisis del ciclo de vida de cada servicio.
- Comunicación con Municipalidades para estrategia de acercamiento para servicio VES en conjunto con CORREOS DE CR.
- Se están revisando los contratos de ROAD.
- Se está trabajando en la revisión y creación de documentos para proceso de TRAMITE YA con el servicio de FACTOREO DIGITAL

Dennis Chaves:

- Se envió el borrador de nota para el Ministerio de Ciencia y Tecnología en relación al caso de correo costarricense. Dennis desarrolló un plan de acción de correo con acciones específicas, responsable y fechas.
- En relación a la información de Políticas de servicio al cliente, Dennis envió el documento realizado al GEDE para que Oscar Quintero lo alinee con el Customer Journey.
- Se realizó el acuerdo marco entre Procomer y RACSA, y se trabajó en las correcciones que solicitó legal al respecto.
- La homologación de contratos está en manos del departamento legal.

- Se realizó la formalización de descuentos, previo visto bueno de la dirección comercial.

VIII. Administración de los recursos financieros: (Administración de los recursos financieros asignados durante su gestión a la institución o a la unidad, según corresponda).

Con relación al presupuesto asignado para el 2019, se solicitó por medio de nota formal a gerencia un monto adicional para cumplir con el resto de compromisos pendientes en el 2019, el detalle de la nota se adjunta a continuación.

Durante el presente año se ejecutó una programación de gasto acorde a una serie de actividades macro relevantes para destinar dichos recursos, los cuales fueron expuesto en Plan de Comunicación; y con la salvedad de informar desde un inicio el requerimiento al cual amerita el presente oficio, expuesto también en el Plan Comercial 2019. No omito, indicar que esas programaciones fueron ejecutadas mediante contrataciones vía SICOP, lo que implica la reserva de contenido presupuestario, por un valor superior a los 264 millones de colones, para lo cual se puntualizan algunos de ellos:

Compromisos adquiridos e implementados en el 2019	MONTO COMPROMETIDO Datos en colones
Patrocinio de eventos Grupo Nación Eventos programados para ser implementados durante el año 2019. Este monto fue derivado de una negociación con la citada empresa, para buscar un valor tangible en la presencia de marca durante todo el año en los eventos que organiza el medio de comunicación El Financiero, el cual ha permitido acrecentar la exposición de marca en eventos de corte empresarial.	39,786,200.00
Contratación Grupo Nación Eventos Posición Marca Evento desarrollado en el 2018, pero ejecutado pago en el primer trimestre 2019. Dinero que se compromete desde el año pasado, pero al ejecutar la cancelación del mismo se realiza en el 2019; es decir compromete recursos para el presente año.	5,048,601.00
Evento III Congreso de Ciudades Inteligentes Actividad programada para el mes de octubre del 2019. Inversión que está destinando RACSA para el citado evento.	28,054,778.68
SINART 2019 (Acatar Ley 8346 - Ley Orgánica del Sistema Nacional de Radio y Televisión Cultural (SINART)). * Se ejecutó reserva presupuestaria de forma anual, de	35,672,000.00

conformidad con la normativa vigente. La ejecución de pauta será en el tercer trimestre del presente año.	
Contratación Empresa Publicidad Monto corresponde a un saldo de la primera orden de compra del periodo 2018-2019, para lo cual se espera sea consumida en los próximos meses. Además, el monto incluye la disponibilidad de recursos para la primera prórroga de contratación 2019-2020 , para efectos de cumplir con la normativa del procedimiento de contratación efectuado vía SICOP.	138,343,941.00
Colocación de pauta publicitaria en Internet Responde a la colocación de pauta digital realizada en diversas redes sociales, sitios web de contenido y otros durante el primer semestre del presente año.	17,248,000.00
TOTAL	264,153,520.68

Fuente:

Área de Diseño de Estrategia y Marca, Departamento de Mercadeo, con datos del reporte de sellos con montos pendientes para OCs del Departamento de Presupuesto (3 de julio del 2019).

* Artículo 19.-Financiamiento. El SINART, S. A., se financiará de la siguiente manera:

Cita textual del Ítem c) *La Asamblea Legislativa, la Defensoría de los Habitantes de la República, la Contraloría General de la República, las instituciones autónomas y semiautónomas, las empresas públicas y demás entes menores, así como todas las instituciones y dependencias del Poder Ejecutivo, pautarán en el SINART, S. A., mediante la agencia de publicidad del SINART, S. A., creada en esta Ley, por lo menos el diez por ciento (10%) de los dineros que destinen a publicidad e información en radio, televisión u otros medios de comunicación.*

Adicionalmente, se han venido realizado otras contrataciones de índole publicitario, lo que implica la disminución de la disponibilidad de presupuesto, como parte normal de las actividades propias de un área de publicidad. Lo anterior, acorde a las actividades programadas y emergentes inclusive que puedan surgir como parte del dinamismo del área de publicidad (ejemplo: compras de materiales publicitarios y/o producción, pauta publicitaria-publireportajes, comunicados oficiales, etc.).

Tomar en consideración que los beneficios tangibles en términos publicitarios obedece en primera instancia a una visibilidad de marca (Branding), tal como fue expuesto a finales del año pasado con la campaña de imagen empresarial **"Eso hace RACSA"**, cuyo objetivo es relanzar o posicionar la marca, para lo cual es importante recordar, que la idea del relanzamiento es reconectar con el consumidor, **reposicionar**, llamar su atención

nuevamente y mostrar la evolución del producto, y debe ser constante para que poco a poco construya sobre un nuevo concepto, algo que RACSA no hacía en los últimos años.

Dentro de esta temática, se incluye un gasto programado para finales del año 2017 por un valor de ₡ 36.923.065,00 (Inversión destinada para la colocación de pauta publicitaria en cines y televisión); es decir que los pagos a los proveedores se formalizan con presupuesto del 2019 hasta concretar la implementación de la campaña publicitaria. Por lo tanto, implica un gasto programado para la partida en cuestión al tener que destinar recursos.

Otra consideración a mencionar es que este año, la partida de publicidad presentó una disminución de más de 124 millones de colones que impactan directamente la planificación real realizada para el ejercicio 2019; monto que se insta a que en la medida de lo posible pueda ser destinado para el año en curso, para efectos de solventar la campaña de comunicación indicada, y para mantenerla vigente para lo que resta del segundo semestre, junto con el reforzamiento de otros canales de comunicación a saber:

Prioridad de gestiones a invertir en materia publicitaria

Iniciativas a implementar (enfoque acorde al periodo de ejecución vigente).	Monto destinado Datos en colones
Contratación de vallas de carretera y digitales para campaña ¡Eso hace RACSA!	30,000,000.00
Colocación de pauta digital (empresarial de RACSA) para segundo semestre en sitios de contenido a nivel nacional, redes sociales, buscadores, generación de contenido, y otros)	35,000,000.00
Pauta en cines y televisión.	25,000,000.00
Contratación de cuñas de radio.	10,000,000.00
Total	100,000,000.00

De no contar con los recursos financieros necesarios para la continuidad de la estrategia de comunicación trazada para el presente período, no se logra el objetivo propuesto indicado previamente y centrado en el posicionamiento de marca y el impacto derivado de las acciones propuestas para lograr recordación y reconexión con el público meta, lo que daría al traste con los esfuerzos realizados hasta el momento, donde como se detalla se han alcanzado importantes logros en materia de visibilidad de marca.

IX. Recomendaciones sugeridas. (Sugerencias para la buena marcha de la institución o de la unidad, según corresponda, si el funcionario que rinde el informe lo estima necesario).

RACSA requiere una verdadera transformación digital que le permita obtener rápidos y positivos resultados, con un equipo profesional y calificado, con una inversión de recursos a la altura, por medio de una profesionalización del departamento; liderando y gestionando el cambio digital a la nueva realidad empresarial si queremos seguir siendo competitivos. Esta transformación la podemos lograr solo con el realineamiento de tecnología, modelos de negocios y procesos, con el fin de crear valor a los clientes y empleados en una economía digital cambiante; con el objetivo de incrementar la productividad y eficacia del funcionamiento interno, mejora de la eficiencia de la prestación de servicios a los clientes, gestión corporativa inteligente, empoderamiento de los trabajadores al tomar riesgos controlados, reducir la fricción en las interacciones con clientes, incrementar la velocidad de las transacciones de clientes, reducción de costos operativos, incrementar la lealtad interna y externa, aumentar participación de mercado, acelerar la capacidad de adaptación a nuevas tecnologías.

El departamento de mercadeo debe proporcionar métodos de prospección B2B, por medio de nuevas perspectivas con valiosas ideas, diferenciación y soluciones a la medida. En el área de mercadeo, el perfil profesional debe describir el conjunto de capacidades y competencias que identifican la formación y experiencia del colaborador, lo que le permitirá que el mismo pueda encarar las funciones y tareas diarias encomendadas para el cumplimiento satisfactorio de sus tareas y el desarrollo institucional esperado.

Es necesario que el departamento de mercadeo, cuente con un área de Big Data Analytics, que nos permita procesar toda información que podamos obtener no solo de fuentes internas, sino toda información externa que nos permita crecer.

Además, es indispensable contar con un community manager que se encargue de administrar las redes sociales, generando contenido de interés para nuestros clientes, con el fin de mantener el interés de los mismos, atrayendo clientes potenciales y nuevos negocios.

X. Detalle de los activos bajo su custodia. (Entrega y recepción de los bienes institucionales asignados a los jerarcas o titulares según corresponda).

Los activos que se encuentran bajo mi responsabilidad se describen a continuación, y todos se encuentran en el departamento de Mercadeo de RACSA.

TIPO	PLACA/COD	DESCRIPCIÓN	MARCA	SERIE	CANTIDAD
Activo	80311	Software	Licencia Reingeniería		0
Activo	400025	Disco Duro	Samsung1 TB Slim USB	E2FCJ10B600417	0
Activo	713688	Pantalla de TV	Xtreme de pared HLIPX de 86"		0
Activo	714047	Pantalla de TV	Phillips LCD de 40" 40PFL3706/FXAIA1144110	XAIA1144110813	0
Activo	714053	Mueble	Para pantalla de TV		0
Activo	76305	Mesa redonda	Sibajamadera Cenizaro		0
Activo	76306	Silla	Sibajamadera Cenizaro		0
Activo	76307	Silla	Sibajamadera Cenizaro		0
Activo	76308	Silla	Sibajamadera Cenizaro		0
Activo	76309	Silla	Sibajamadera Cenizaro		0
Activo	76310	Silla	Sibajamadera Cenizaro		0
Activo	77361	Estación de trabajo	Haworth 2 posiciones		0
Activo	78244	Biblioteca	Fantinién melamina		0
Activo	78492	Archivador	Fantiniarturito con rodines		0
Activo	79481	Teléfono	Siemensstandard 420	75639990	0
Activo	79709	Sillón	Fantiniejecutivo		0
Activo	947138	Microcomputador	AppleMac/ con teclado		0
Activo	970641	Router	Ciscomeraki MR42		0
Activo	970690	Microcomputadora portatil	Lenovo ThinkPad T570 CORE 17SR90Q654M	Q2KD83VWB2M8	0
Herramienta	1	Maletín para micro portatil	Asignado: Feb 27 2017	SR90Q654M	1
Herramienta	11	Pizarra Acrílica	Asignado: Feb 27 2018		1
Herramienta	2	Candado para micro portatil	Asignado: Feb 27 2019		1
Herramienta	9	Puntero Laser	Asignado: Feb 27 2020		1

Además de los activos que se encuentran a mi nombre, el departamento de mercado cuenta con dos Tabletas con las siguientes características:

DESCRIPCIÓN	MARCA	SERIE	CANTIDAD
Samsung GALAXY TAB 4 177.7 mm(7.0") WXGALCD	Samsung	R52FCOHT2XF	1
Samsung GALAXY TAB 4 177.7 mm(7.0") WXGALCD	Samsung	R52FCOHWPZR	1

XI. Retos pendientes de atender. (Observaciones sobre otros asuntos de actualidad que a criterio del funcionario que rinde el informe la instancia correspondiente enfrenta o debería aprovechar, si lo estima necesario).

Documento integral de ciclo de vida de cada uno de los líderes de servicio, este documento de cada uno de los servicios del portafolio está en proceso y se debe entregar el 10 de setiembre del 2019.

El documento está estructurado de la siguiente manera:

Objetivo

Diagnosticar el estado del servicio en el primer semestre 2019 en relación al mismo semestre del año anterior, definir un plan de acción que incluya recomendaciones, y responsables con el fin de determinar la potencialidad para continuar o no, comercializando el servicio.

Familia Gestión de Archivos Digitales

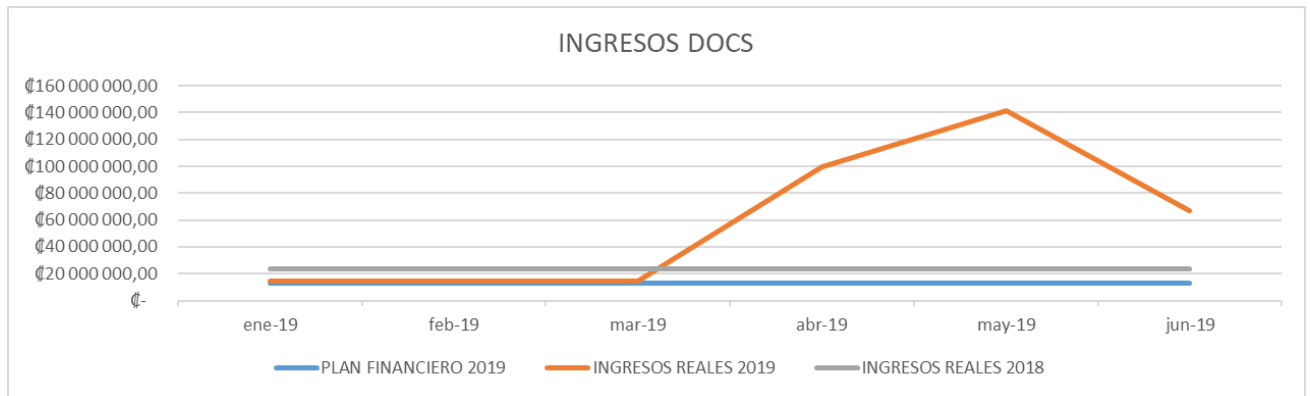
Nombre del servicio	DOCS
Fecha en operación del servicio:	XXXX
Etapas del ciclo de vida:	Introducción

Rendimiento del servicio

RENDIMIENTO DEL SERVICIO	I SEMESTRE	
	2018	2019
Clientes:		
Cantidad de clientes activos	2	3
ARPU (promedio de ingreso por cliente/# Clientes a Junio)	¢23 642 333,00	¢58 545 000,00
Cantidad de clientes nuevos	0	1
Oportunidades de negocio en SAP/identificadas*	6	8
Ingresos nuevos estimados si se concretan oportunidades		
Ingresos:		

Plan Financiero I semestre	N/S	€79 203 840,00
Ingresos reales I semestre	€141 848 000,00	€351 270 000,00
Cumplimiento acumulado	#¡VALOR!	444%
Proporción ingresos (del ingreso servicio/total ingresos)	0.75%	1.59%

*SAP no cuenta con el registro del 100% de las oportunidades identificadas, por lo que se tomó en consideración.



Análisis de mercado

MERCADO	I SEMESTRE	
	2018	2019
Cantidad de competidores principales	8	8
Cuenta con diferenciación según Benchmarking de atributos	No	Si
Cómo son los precios según Benchmarking de precios	Altos	Altos

Benchmarking de Atributos

ATRIBUTOS/EMPRESAS	RACSA	CODISA	ALKAID	ROLOSA	GSI	PBS	THREE REVERS	LEXON	ADD	ACCESS	ITECH
SOFTWARE	FILE-ON	CODISA	ALFRESCO	ECOFIRMA	EPOWER	DOCOUCHER	VISION 2020	ON BASE	ADD	ACCESS	ORBE
Expediente electrónico	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Gestión de Documentos	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Data center Tier 3	X	X					X				
Firma Digital	X	X	X	X							X
Firma Digital Certificada por Bco Central	X	X									
Digitalización de expedientes	X							X	X		
Certificación Seguridad SSL							X				
Accesos ilimitados (sin licencias) para "n" usuarios.	X						X				
Planoteca									X		
Boveda		X							X		
Consultoría	X			X					X		
Facilita integrarse a otros sistemas	X	X		X						X	X
Entorno web	X		X		X						X
Posibilidad de creación de PDF/A3 para información vitalicia	X										
Personal certificado ISO 9001 -2015, Gestión de Calidad, ITIL, Scrum y Business Intelligence	X										
Prototipo de ambiente de prueba	X										
Módulo de automatización de correos	X										
Cumple la ley archivística CR	X		X	X							X
Automatización de correos	X										
Realiza un "throttling" o ahorcamiento del ancho de banda	X										

Benchmarking de Precios

Empresa	GESTOR	Costo total	Costo anual (4años)
ROLOSA	ECOFIRMA	₡ 102 885 000,00	₡ 25 721 250,00
ALKAID	ALFRESCO	₡ 125 000 000,00	₡ 31 250 000,00
PBS	DOCUSHARE	₡ 100 966 032,00	₡ 25 241 508,00
ITECH	ORBE	₡ 109 000 000,00	₡ 27 250 000,00
GSI	EPOWER	₡ 110 498 490,00	₡ 27 624 622,50
APLICOM	LASERFICHE	₡ 99 715 821,20	₡ 24 928 955,30
RICOH	LASERFICHE	₡ 144 418 795,76	₡ 36 104 698,94
SERVIARCHIVO	DOCS	₡ 88 424 995,20	₡ 22 106 248,80

Recomendaciones, plan de acción y responsables

Se recomienda la continuidad del servicio haciendo especial énfasis en:

Acción necesaria para comercializar	Responsables	Fecha	Comentarios
Normalizar el servicio	Equipo de Normalización		Operaciones entregó pre-factibilidad, pendiente respuesta nuevos negocios.
Implementar el Multitenant	Operaciones		Requiere costos del aliado, que lo debe proporcionar Desarrollo

			de Nuevos Negocios
Desarrollar la calculadora de cotización de precios Incluir metas de venta por servicio	Desarrollo de nuevos negocios		

XII. Cumplimiento de las disposiciones de la Contraloría General de la República. (Estado actual del cumplimiento de las disposiciones que durante su gestión le hubiera girado la Contraloría General de la República).

N/A

XIII. Cumplimiento de las disposiciones otros órganos de control externo. (Estado actual del cumplimiento de las disposiciones o recomendaciones que durante su gestión le hubiera girado algún otro órgano de control externo, según la actividad propia de cada administración).

N/A

XIV. Cumplimiento de las recomendaciones de la Auditoría Interna. (Estado actual de cumplimiento de las recomendaciones que durante su gestión le hubiera formulado la respectiva Auditoría Interna).

N/A

XV. Otros puntos de interés. (Cualquier otro aspecto que usted quiera mencionar).

Congreso de Ciudades inteligentes

En relación a la locación del evento, ya se confirmó y se reservó el Hotel Real Intercontinental (los tres salones reales) para el día viernes 25 de octubre del 2019, todo el día.

En relación a la empresa productora del evento, ya se realizó la selección de la empresa que se va a encargar del tema de recolección de patrocinios y logística general del evento, esta empresa se llama AVILCO- MASCO y el representante de la misma y principal contacto es el señor Gilberto Chaves / Gerente General.



Ya tuvimos la reunión de confirmación con la empresa productora, se les dio la lista de posibles patrocinadores, se les envió la presentación del evento por medio de una PPT preparada por el departamento de mercadeo de RACSA y se les envió la carta de patrocinio con los montos de cada una de las categorías de participación, misma desarrollada por RACSA.

Ya se le brindó a la Sra. Aurora Bermúdez, el tipo de contratación o más bien “Acuerdo/Carta de intenciones” que se debe hacer con la empresa productora firmada por la máxima representación del “GRUPO ICE” al mismo tiempo investigué a nivel legal y la persona a la que le correspondería firmar ese acuerdo es al señor Jaime Palermo.

Se presentó el diseño en borrador, realizado por el Sr. Roberto Calderón Departamento de Mercadeo RACSA, el posible stand del Grupo ICE.

Se realizaron acercamientos con posibles patrocinadores del evento y HUAWEI confirmó la participación, por medio del patrocinio Diamante, por un monto de \$35.000,00, el Banco Popular mostró interés de participación y se reunió con la empresa productora y la Sra. Aurora Bermúdez, y la empresa Itbiz, del señor Warren Benavides está evaluando la participación en el congreso.

Tomando en cuenta que el diseño del stand le correspondió a RACSA, aprovechamos para hacer una primera propuesta de servicios por mostrar de nuestra parte, dentro de los cuales puedo mencionar:

- Security (Video Vigilancia)
- ROAD (Geolocalización Satelital)

- Parquímetros Inteligentes (con la colaboración de PARSO como marca blanca / RACSA)
- Postería Inteligente
- Bicicletas
- Mobiliario Urbano



Estos servicios se van a mostrar bajo la marca RACSA, sin embargo, se solicitó colaboración directa de la Dirección de Nuevos Negocios e Innovación y de la dirección de Operaciones, para el adecuado funcionamiento de las soluciones que vamos a mostrar y estar todos de acuerdo, y sobre todo seguros de que sí estamos en condiciones de mostrar los servicios propuestos en el stand sin ningún inconveniente.

Se le presentó a la Sra. Aurora Bermúdez un diseño de cuaderno para el III Congreso de Ciudades Inteligentes Grupo ICE 2019, sin embargo, la misma no estuvo de acuerdo con la imagen del mismo. Adjunto diseño.



En relación al tema de las conferencias y los conferencistas, en este momento están siendo valorados y evaluados por la Sra. Aurora Bermúdez, en conjunto con la presidencia del grupo ICE.

En lo que se refiere al plan de medios, el mismo fue visto con la dirección comercial de Racsa en la reunión del lunes 26 de agosto en el ICE.

El Status de entrega de invitaciones, ya se enviaron las invitaciones electrónicas a la lista de municipalidades que RACSA le compartió a la empresa productora AVILCO.

A continuación se muestra el arte de las invitaciones, el mismo se hizo en RACSA por medio de Roberto Calderón.



La logística de contratación y producción del stand del Grupo Ice para el III Congreso de Ciudades Inteligentes 2019 está a cargo del ICE, los mismos que se van a encargar de cotizar con diferentes empresas productoras la estructura y a su vez se van a encargar de las especificaciones técnicas que se requieren para que todos los servicios que se muestren en el área puedan funcionar perfectamente.

Racsa se responsabiliza por los servicios y requerimientos especiales de los servicios que vamos a mostrar, además del Internet que se requiere para ese día y del personal que va a atender al público que nos visite, esto bajo el entendido que RACSA sigue siendo el frontal responsable de desarrollar el concepto de Ciudades Inteligentes a nivel nacional.

Racsa es la responsable de todo lo relacionado con la línea gráfica del evento, además del video que realizó el compañero Erick Solórzano en relación al Congreso.

A continuación, se muestran los artes de la publicidad en medios digitales:



Un pendiente de ver con la dirección comercial es la decisión de participar en el 2020 con los compañeros de KOLBI 1155, las propuestas económicas presentadas son las siguientes:

Redes Sociales, que incluye:



- Creaciones de perfiles
- Reuniones de estrategia
- Asesoría y desarrollo de imagen gráfica
- Reportes mensuales y estadísticas de cada perfil
- Moderación de comentarios y respuestas automáticas
- Artes para las publicaciones
- Desarrollo de Imagen / Personalidad de la marca

Inversión **₡175.000** mensuales (***Publicación por 12 meses***)

Social Ads:

Campañas publicitarias en redes sociales según las necesidades y estrategias del negocio:

- Aumentar ventas
- Generar tráfico
- Potencializar la visibilidad de la marca
- Promocionar producto o servicio
- Captar leads
- Entrega de reportes y estadísticas

Inversión \$200 mensuales para los tres perfiles de Redes Sociales (Facebook – Twitter - LinkedIn) *Publicación por 12 meses*

Google AdWords

Google AdWords es un servicio publicitario de Google para las empresas que desean mostrar anuncios en la red de publicidad. AdWords se divide en dos componentes principales:

- Google Search: es la publicidad que se da mediante palabras claves en Google, los anuncios aparecen en la página de resultados de Google y se ubican en la parte superior e inferior. *Mínimo de inversión \$200 mensuales*
- Google Display: pueden encontrarlos en formas de imágenes, banners, vídeo o textos en webs asociadas a Google y relacionadas a su público de interés, y esto se conoce como Red de Display. *Mínimo de inversión \$500 mensuales*

La recomendación de la jefatura de mercadeo es definitivamente entrar por medio de medios digitales solamente y enfocarse en redes sociales que es la tendencia del momento, la persona que atiende RACSA es el señor Rolando Molina C., Cel: 8777-9394 / 8392-5239, Email: rolando.molina@yellomq.com Esto se debe negociar según el presupuesto aprobado para el año 2020, y se puede evaluar fácilmente con el señor Roberto Calderón M.

Se adjunta al presente informe, la copia digital del mismo.

Atentamente,

ANA MARCELA MONGE MÉNDEZ
Jefatura del departamento de mercadeo

Cc: Sucesor(a)
Departamento de Talento Humano.