

**INFORME FINAL DE GESTION
MBA MARTHA ULLOA ZAMORA
COORDINADORA PROCESO MERCADO ESTRATEGICO
ABRIL 22, 2009**

A. PRESENTACION

Se somete a consideración del Lic. Gerardo Porras Sanabria, Gerente General Corporativo del Banco Popular y del Mae Geovanni Garro M., Subgerente General de Negocios, el presente Informe Final de Gestión, en cumplimiento al artículo 11 de la Constitución Pública y al inciso e) del artículo 12 de la Ley General de Control Interno.

Se resumen las principales actividades realizadas del 1 de octubre 2001 al 20 de julio 2009 como Coordinadora del Proceso de Mercadeo Estratégico.

B. RESULTADOS DE LA GESTION

Fui contratada el 1 de octubre 2001 como Coordinadora del Proceso Gerencial de Mercadeo Estratégico, unidad adscrita a la Gerencia General de la institución. No obstante lo anterior, posteriormente el Proceso de Mercadeo pasó a ser una dependencia de la Subgerencia General de Negocios, debiendo coordinar aspectos de imagen con la Gerencia General Corporativa.

Ingresé al área con una estructura humana que ya venía funcionando con anteriores jefaturas y una estructura física inadecuada para la cantidad de personas que se encontraban laborando.

PLANES DE MERCADEO

La prioridad que se me fijó por parte del Gerente General fue la elaboración del primer Plan de Mercadeo oficial que debía tener la Institución, mismo que elaboré en coordinación con el entonces Subgerente de Negocios, Lic. Gerardo Porras. A partir del año 2001, se han elaborado e implementado Planes de Mercadeo para los años 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008 y 2009.

Cada Plan de Mercadeo elaborado e implementado, fue acompañado de un presupuesto de Mercadeo. El Plan y su correspondiente presupuesto, fueron aprobados por la Gerencia General, Subgerencia General de Negocios y Junta Directiva Nacional. Cada Plan fue acompañado de un Informe de Avance trimestral de cumplimiento del Plan mismo que fue presentado ante los miembros de la Junta Directiva Nacional. El informe correspondiente al segundo trimestre del año 2009 está en revisión por parte de las Direcciones de Banca y deberá ser remitido al Señor Subgerente para que sea agendado en sesión de Junta Directiva Nacional.

SISTEMA DE CONTROL INTERNO Y RIESGO OPERATIVO

Con el objetivo de fortalecer el sistema de control interno, se realizaron las siguientes funciones:

- Se implementó una Unidad de Control dedicada a aspectos de control interno, control presupuestario, riesgo operativo, formulación y seguimiento del PAO y aspectos administrativos. Se logró con el establecimiento de esta Unidad, delimitar las responsabilidades en 3 funcionarios que conforman la Unidad. Esta Unidad rinde informes presupuestarios mensuales los cuales son remitidos al señor Gerente General, Subgerente General de Negocios y Direcciones de Banca

con el objetivo de mantener una retroalimentación sobre la ejecución presupuestaria.

- El encargado de la Casa de Cultura fue trasladado físicamente al Proceso de Mercadeo con el objetivo de darle la inducción necesaria respecto a aspectos de control y riesgo operativo, revisión de la normativa a través de la Intranet y otros aspectos administrativos.
- Los funcionarios de nuevo ingreso al Area han recibido la correspondiente capacitación en cuanto a procedimientos del Area y la inducción ha quedado debidamente documentada.
- De igual forma, se han rotado las funciones entre los ejecutivos de producto de forma tal que cuando haya una incapacidad, vacaciones u otros, todos los funcionarios puedan ser cubiertos por los que permanecen en la oficina.
- En diciembre 2008, el área física del Proceso fue remodelada en seguimiento a recomendación de la Auditoría Interna. Con esta remodelación se acondicionó no sólo el área de trabajo de los funcionarios, sino también el espacio para bodega de artículos promocionales y el espacio cerrado para archivo.
- Los procedimientos del Area han sido revisados y actualizados oportunamente, siendo la última actualización comunicada mediante oficio ME-364-2009 del 9 de julio 2008 al Proceso de Gestión de Desarrollo Organizacional.
- Existe en el Area un Plan de Vacaciones el cual ha sido establecido de común acuerdo con los funcionarios quienes han disfrutado sus vacaciones conforme este Plan. Se adjunta Plan Vacacional. Anexo 1.
- La aprobación de los gastos de Mercadeo se ha realizado según los niveles aprobados por la Subgerencia General de Negocios. Los niveles vigentes al 20 de julio 2009 son los que exhiben el oficio SGN-825-2009 del 15 de junio 2009. Se adjunta copia oficio SGN-825-2009. Anexo 2.
- El Informe Presupuestario al 30 junio 2009 fue enviado a la Gerencia General Corporativa, Subgerencia General de Negocios, Dirección Banca Personas y Dirección Banca de Desarrollo el 12 de julio 2007.
- El Informe de Avance de Ejecución del PAO primer semestre 2009 fue enviado mediante oficio ME-349-2009 del 3 julio 2009. Adjunto copia oficio ME-349-2009. Anexo 3.
- La inclusión provisional del PAO 2010 se realizó el 3 julio 2009 y la inclusión definitiva con los ajustes solicitados por Gestión Estratégica fue realizada el 13 de julio 2009.
- Se detalla a continuación la información referente a las calificaciones de Control Interno y Riesgo Operativo obtenidos por el Proceso durante los últimos 3 años:

Resultado de Riesgo Operativo de acuerdo a la Autoevaluación y Evaluación realizada por la Auditoría Interna

Tipo	Año	Fecha Corte	Oficio Comunicado	Calificación	Nivel
Autoevaluac	2009	Feb 2009	Ans-341-2009	10%	Satisfactorio
Autoevaluac	2008	31-10-08	UTEG-390-08	0%	Excelente
Autoealuac	2008	31-5-08	UTEG-22-08	0%	Excelente
Autoevaluac	2007	30-11-07	UTEG-010-08	0%	Excelente
Autoevaluac	2007	31-5-07	PAR-445-07	0%	Excelente
Evaluac A.I.	2008	1-2-08	ANS-090-08	4%	Excelente
Evaluac A.I.	2007	27-6-07	ANS-622-07	8%	Satisfactorio
Evaluac A.I.	2006	18-1-06	AFA-048-06	15%	Regular
Evaluac A.I.	2005	21-3-05	AG-116-05	10%	Satisfactorio

Autoevaluaciones de Control Interno

Calificación	Nivel	Año
0%	Excelente	2008
4,977%	Optimo	2007
4,402%	Satisfactorio	2006
4,92%	Muy Satisfactorio	2005

PRINCIPALES LOGROS ALCANZADOS

- El programa promocional “Super Lunes Popular” se implementó a partir del 20 de abril 2009 con el objetivo de proveer un centro de premiación para los clientes de la Institución. Esta modalidad de concurso, con el seguro del premio mayor por parte del INS, es el único que opera en el país y de seguirse su implementación con el suficiente apoyo publicitario, se convertirá en una herramienta importante de comunicación y negocios para el Banco Popular. Se adjuntan las estadísticas correspondientes remitidas por la Dirección de Banca de Personas de transacciones logradas a la fecha con este programa promocional. Anexo 4.

ESTADO DE LOS PROYECTOS RELEVANTES

- Se trabajó en la elaboración del Plan de Mercadeo 2010, dejando el mismo en un avance del 60%.
- El programa promocional “Super Lunes Popular” inició el 20 de abril y para el 20 de julio se realizó el programa número 14.

ADMINISTRACION DE LOS RECURSOS FINANCIEROS

Para el año 2009 , el presupuesto de Mercadeo aprobado por Junta Directiva Nacional fue de ¢4,353MM, de los cuales al 30 de junio 2009 se habían invertido ¢1,383,6MM, según Informe Presupuestario enviado a la Gerencia General Corporativa,

Subgerencia General de Negocios y Direcciones de Banca el 12 de julio 2009. Se adjunta Informe Presupuestario al 30 de junio 2009. Anexo 5.

El Proceso de Mercadeo lleva un control mensual de gastos con el objetivo de cumplir con la directriz gerencial de racionalización de gastos. Este control consiste en la reducción de al menos un 20% en los gastos, porcentaje que se ha superado. Se adjunta Control Mensual de Gastos al 30 de junio 2009. Anexo 6.

SUGERENCIAS PARA LA BUENA MARCHA DE LA INSTITUCION

Consideramos que el Proceso de Mercadeo debe ser una unidad adscrita a la Gerencia General Corporativa dado que la estrategia del negocio así como la del manejo de la marca Banco Popular son aspectos estratégicos que deben tener una sola línea de dirección y no dos.

Se debe dotar al Proceso del personal humano adecuado para la realización de las labores actuales y las que en el futuro, se desea que sean implementadas por este Proceso.

ESTADO ACTUAL DEL CUMPLIMIENTO DE LAS DISPOSICIONES O RECOMENDACIONES DE ORGANOS DE CONTROL Y/O AUDITORIA INTERNA

El Informe de Auditoría AIFS-86-2009 correspondiente a un análisis selectivo de cuentas que realizó la Auditoría Interna con corte a enero 2009, contiene una recomendación para el Proceso de Mercadeo Estratégico, específicamente la Recomendación No. 4. Dicha recomendación fue debidamente atendida a través del Sistema CAR.