



MANUAL DE CARGOS

Dependencia:	Dirección Mercadeo Corporativo	Área:	División Mercadeo Integrado
Código del Cargo:	3005.92	Código del Puesto:	3005
Categoría:	21	Nombre del Puesto:	Ejecutivo Bancario Administrativo 2
Nombre del Cargo:	Gestor de Estrategias de Mercadeo Digital	Reporta a:	Jefe División Mercadeo Integrado
Objetivo del Cargo:	Ejecutar labores profesionales relacionadas con asesorar, coordinar, recomendar y controlar los aspectos de la estrategia de mercadeo digital, concerniente al procesamiento, análisis de datos y herramientas (CRM), mediante la aplicación de técnicas de Investigación en Ciencias Sociales y de Negocios, Métodos de diseño de Modelos de Negocios, Métodos de Análisis Estratégico de Negocios, procurando el incremento en la inserción de la marca en el mercado, a través de la creación, ejecución y coordinación de campañas comerciales enfocadas en el cumplimiento de las metas. Así mismo, revisar y atender requerimientos varios que sean asignados por la jefatura correspondiente y brindar apoyo en lo que solicite, en concordancia con la normativa y valores institucionales.		
MACRO PROCESO	PROCESO	ACTIVIDAD	FUNCIONES PRINCIPALES
			1 Recibir y analizar requerimientos de campañas para diseñar las reglas de negocios aplicables para automatizarlas por el CRM.
			2 Analizar y proponer acciones estratégicas en mercadeo digital del conglomerado para alcanzar objetivos asignados, brindando soporte y asesoría a la Dirección.
			3 Asesorar en el análisis de la información para atender requerimientos de la Gerencia General Corporativa y demás niveles directivos superiores, así como, en la atención de las necesidades que presenta el Banco para diseñar campañas digitales segmentadas.
			4 Desarrollar investigaciones de mercados para analizar las estrategias de mercadeo digital de la competencia.
			5 Examinar resultados y rendimientos de las campañas de marketing a través del análisis de datos para corregir y proponer mejoras a los planes de mercadeo.
			6 Coordinar con las dependencias del negocio el suministro de información requerida por la Dirección Corporativa de Mercadeo para la implementación de estrategias, toma de decisiones o atención de solicitudes de las diferentes instancias.
			7 Asesorar en la toma de decisiones en situaciones críticas sobre aspectos de la estrategia digital que requieran optimización y resultados inmediatos.
			8 Aconsejar la creación de contenido en plantillas de mercadeo digital y su calendarización, para la implementación en el módulo de customer insight (CRM).
			9 Recomendar la automatización de los flujos de campañas por medio de CRM customer insight, al personal funcional del CRM.
			10 Asesorar en el diseño conceptual de los modelos de datos de mercadeo, relacionados con la actividad de los clientes del Banco para el desarrollo de investigaciones y análisis que permitan colocar productos, retener o fidelizar clientes.
			11 Proponer mejoras metodológicas a los diferentes modelos y herramientas aplicados en data marketing, para incrementar su predictibilidad o su alcance en CRM.
			12 Proponer y analizar métricas e indicadores (KPI's) para medir las diferentes estrategias de mercadeo digital que se implementen desde la Dirección.
			13 Brindar seguimiento a los proyectos de marketing digital para el Conglomerado Financiero, así como, ejecutar informes y análisis de desempeño.
			14 Actualizar y ejecutar la metodología para elaboración y distribución del presupuesto de Marketing.
			15 Confeccionar y presentar informes profesionales para la atención de requerimientos solicitados, así como, resultados sobre las campañas publicitarias realizadas y brindar las recomendaciones pertinentes en cada caso.
			16 Cumplir con la calidad y con los tiempos de respuesta establecidos para las funciones correspondientes al cargo.
			17 Colaborar en la ejecución de actividades o proyectos establecidos de alcance Institucional para la División Mercadeo Integrado.
			18 Tener disponibilidad de traslado para la atención de asuntos inherentes a su puesto de trabajo.
			19 Ejecutar otras funciones propias del puesto y de la División Mercadeo Integrado.
			FUNCIONES RELACIONADAS CON RIESGO
			20 Realizar una adecuada gestión de los riesgos, identificando, valorando y controlando aquellos que puedan impactar los Planes Estratégicos del Conglomerado a los cuales se encuentran asociados.
			21 Identificar y analizar los riesgos relevantes asociados al logro de los objetivos y las metas institucionales, relacionados directamente a la administración de los riesgos operativos, normativos, financieros, de proyectos, tecnológicos y reputacionales, según corresponda.
			22 Ejecutar los lineamientos establecidos en la metodología institucional de administración de riesgos del Conglomerado Financiero, así como las herramientas y técnicas para identificar los distintos tipos de riesgos a que se encuentra expuesta la entidad.
			23 Desarrollar las actividades relacionadas con la atención de los Planes de Mitigación de los riesgos identificados dentro de los procesos de la dependencia asignada.
			24 Dar seguimiento al control y fiscalización a las medidas adoptas para el funcionamiento del sistema de valoración del riesgo, garantizando una adecuada cultura de riesgo.
			25 Asegurar que el personal a su cargo conozca sobre la normativa de riesgo aplicable a su área, como parte de la Cultura de Riesgo.
			26 Le puede corresponder participar activamente en los diferentes Comités o comisiones definidos para el Conglomerado para conocer los planes de acción y medidas a tomar para minimizar el impacto de los riesgos inherentes en su campo de acción.
			27 En caso de materializarse un evento de riesgo es responsable de reportarlo directamente a la Dirección Corporativa de Riesgo, para su análisis y seguimiento.
CÓDIGO	REQUISITOS EXIGIBLES		
	Formación Académica:	Licenciatura o grado superior en Mercadeo; Administración de Negocios.	
	Legales:	Incorporado al Colegio Profesional respectivo y estar al día con sus obligaciones.	
	Experiencia:	Tres años de experiencia en labores relacionadas con la ejecución de programas de investigación enfocado en temas empresariales.	

CÓDIGO	* REQUISITOS TÉCNICOS EXIGIBLES				
	1. Conocimiento en análisis y presentación de datos en tablas dinámicas.				
	2. Conocimiento en estadística avanzada (descriptiva, inferencial y regresiones multivariada).				
	3. Conocimiento en diseño de indicadores de medición.				
	4. Conocimiento en análisis de comportamiento de mercados financieros.				
	5. Conocimiento en aplicación de Métodos de Investigación en Ciencias Sociales.				
	6. Conocimiento en análisis y presentación de los Modelos y estrategias de Negocios.				
	7. Conocimiento en Inteligencia de Negocios avanzada.				
	8. Conocimiento en Power BI.				
	9. Conocimiento en mecanismos para elaborar campañas comerciales en ambientes digitales y presenciales.				
	10. Conocimiento en mercadeo digital.				
	11. Conocimiento en herramientas de administración de campañas digitales.				
* Los requisitos técnicos exigibles deben ser presentados con respaldo por medio de certificaciones de participación, aprovechamiento, cursos o similares o por medio de la prueba de conocimiento que forma parte del proceso de selección.					
CÓDIGO	REQUISITOS TÉCNICOS DESEABLES				
	1. Conocimiento en la Normativa externa relacionada con la Superintendencia General de Entidades Financieras (SUGEF).				
	2. Conocimiento en la Normativa externa relacionada con la Contraloría General de la República.				
	3. Conocimiento en la Normativa externa relacionada con el Banco Central.				
	4. Conocimiento en el idioma inglés técnico (lectura y comprensión).				
	5. Conocimiento en la Normativa de Protección de Datos y Protección del Consumidor.				
CÓDIGO	SISTEMAS UTILIZADOS				
	Word, Excel, Power Point, Outlook, One Drive, TEAMS				
	Sistema T24				
	Sistema SISCARD				
	Sistema de Presupuesto (SIPRE)				
	Sistema Integrado de Préstamos (SIPO)				
	Sistema CRM Microsoft Customer Insights				
COMPETENCIAS REQUERIDAS					
PERFIL KOMPE DISC:					
CÓDIGO	Cardinales	D	C	B	A
CAR-01	Orientación al Cliente				
CAR-02	Innovación y Creatividad				
CAR-03	Orientación a Resultados				
CAR-04	Seguimiento de procedimientos (Integridad)				
CAR-05	Inteligencia Emocional				
CÓDIGO	De Soporte	D	C	B	A
SOP-01	Precisión				
SOP-02	Practicidad				
Observaciones:	La Gerencia General Corporativa aprueba la creación de este perfil mediante el oficio GGC-951-2024, del 11 de julio del 2024, aprobado el 15 de julio de 2024. Referencia DIRCH-0953-2024. Como parte de la implementación del Modelo Organizacional 2.0, aprobado por la Junta Directiva Nacional con el acuerdo JDN-6070-Acd-1469-2023-Art-4, sesión celebrada el 20 de diciembre de 2023.				