

Plan de trabajo y presupuesto 2025

Asociación Solidarista de Empleados del Instituto Tecnológico de Costa Rica

PRESUPUESTOS Y ESTADOS DE RESULTADOS PROYECTADOS

2025

Contenido

Contenido

- 1 CAPTACIÓN DE RECURSOS 3**
- 2 COLOCACIÓN DE RECURSOS..... 4**
- 3. TRANSFORMACIÓN DIGITAL - ÁREA COMERCIAL..... 4**
- 4. NUEVO SERVICIO “COMPRA ASISTIDA” 6**
- 5. ÁREA DE SERVICIOS FINANCIEROS Y ADMINISTRATIVOS 8**
- 6 ÁREA DE SERVICIOS12**
- 7 BIENESTAR Y SALUD.....12**
- 8 MERCADEO (PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN)13**
- 9 PROYECTOS ADICIONALES14**
- 10. ACTIVIDADES SOLIDARISTAS A NIVEL NACIONAL.....15**
- Presupuestos 2025 y Estado de Resultados Proyectados.....16**

Nota * El nombre del ASETEC corresponde a la denominación histórica de la personería jurídica oficial y debe entenderse que la asociación agrupa a empleadas y empleados por igual.

1 CAPTACIÓN DE RECURSOS

ÁREA FINANCIERA

1.1 Objetivo:

Promover y consolidar las diferentes opciones de ahorro, a la vista, programado, previsión futura, marchamo, vacacional en las plataformas de servicio personalizadas y por medio de los nuevos dispositivos digitales.

1.1.1 Acciones:

- a) Dar a conocer al asociado las características y ventajas de los sistemas de ahorros a través de nuestros medios de información.
- b) Brindar tasas de interés competitivas con el Mercado Financiero Nacional.
- c) Habilitar medios prácticos para su gestión y trámite.
- d) Brindar la opción de incremento y retiro de ahorros en el APP.

1.2 Objetivo:

Mantener el propósito del "Ahorro Vacacional" de ser retirable dos veces al año en los meses pre- establecidos, a saber, junio 2025 y diciembre 2025.

1.2.1 Acciones:

- a) Brindar un rendimiento que se ubique como mínimo en un 1,5% sobre la tasa promedio ofrecida en el Mercado Financiero Nacional para este tipo de ahorro.
- b) Promover los diferentes sistemas de ahorros que ofrece la ASETEC.
- c) Brindar la opción de incremento y retiro de ahorros en el APP

1.3 Objetivo:

- a) Continuar con el seguimiento de la propuesta presentada a Rectoría para incrementar gradualmente el porcentaje de aporte patronal del TEC hacia la Asociación.
- b) Ante las implicaciones de la Ley de Fortalecimiento de las Finanzas Públicas y el efecto que esta tiene en los ingresos del personal del TEC, resulta altamente deseable y estratégico fortalecer el modelo solidaria, lo que permitiría un aumento del aporte patronal del TEC como vía para rescatar los ingresos del núcleo familiar.

1.3.1 Acciones:

- a) Continuar con el seguimiento del tema con las autoridades del TEC para dar continuidad a la propuesta presentada por ASETEC el día 21 de abril de 2014, mediante los oficios 22-2023 y 76-2023.
- b) Acompañar al patrono durante todo el proceso en todas las instancias que lo requiera, para que el proyecto se haga realidad.

2 COLOCACIÓN DE RECURSOS

2.1 Objetivo:

Colocar en las líneas de crédito de ASETEC dos mil quinientos millones de colones en el periodo 2025.

2.1.1 Acciones:

- a) Facilitar la gestión de créditos de forma ágil en las plataformas de servicio personalizadas y mediante los nuevos dispositivos digitales.
- b) Reforzar la información sobre los sistemas de crédito mediante actualizaciones continuas en la página Web y en la APP.
- c) Valorar nuevas líneas de crédito que respondan a las necesidades y gustos de los asociados.
- d) Brindar opciones de crédito sin comprometer en demasía su liquidez salarial.
- e) Revisión, ajuste y actualización de la normativa crediticia según los nuevos requerimientos de ley, lineamientos de SUGEF y NIIF.
- f) Consolidación del expediente electrónico como parte del proceso administrativo.
- g) Formular nuevas líneas de crédito y acciones de mitigación que respondan a las necesidades y gustos de los asociados en un entorno de disminución de la Tasa Básica Pasiva y Tasa Básica Activa según el Banco Central de Costa Rica, y medidas originadas por la Ley 9635 (regla fiscal), la Ley Marco de Empleo Público 10159 y la Ley de Usura 9859.
- h) Según los requerimientos de liquidez y de ser necesario, establecer topes en la colocación, dando prioridad a los préstamos con garantía de ahorros, salud y bienestar personal.
- i) Realizar ferias crediticias periódicas durante el año.
- j) Adecuar la normativa y procedimientos en cumplimiento con los requerimientos de SUGEF, según la Ley 7786.
- k) Cumplir con los lineamientos en materia crediticia establecidos por SUGEF según la Ley 7786.

3. TRANSFORMACIÓN DIGITAL - ÁREA COMERCIAL

Fortalecer y mantener la alianza estratégica kakaomarket.cr ASETEC-Banco Popular y ampliar los servicios en el market place.

3.1 Objetivo:

Continuar y fortalecer la relación comercial y tecnológica con el Banco Popular para vincular más productos y servicios del banco y sus clientes a Kakaomarket.cr

3.1.1 Acciones:

- a) Llevar a cabo sesiones de trabajo conjunta para identificar oportunidades de negocios virtuales, tanto del banco como de sus aliados comerciales.
- b) Implementar en Kakaomarket.cr lo referente al convenio de venta de seguros auto expedibles, bienes adjudicados, marchamos y cualquier otro producto viable para comercialización virtual.
- c) Realizar lanzamientos y actividades conjuntas de vinculación, lanzamiento y promoción.
- d) Realizar campañas de comunicación y promoción para aprovechar al máximo el nuevo servicio y la oportunidad de canje de puntos de las tarjetas de crédito del Banco Popular en Kakaomarket.cr.
- e) Incluir el canje de puntos BP en la nueva opción de Kakao Internacional "Amazon", que permita un valor agregado a los clientes y un mayor volumen transaccional en el Market Place.
- f) De ser posible incluir el sistema tasa 0% y mini cuotas a tarjetahabientes en la pasarela de pagos del market place
- g) Continuar con la consolidación y ampliación de los nuevos servicios tecnológicos

3.2 Objetivo:

- a) Utilizar los recursos tecnológicos digitales como punta de lanza para la transformación y modernización de ASETEC, respondiendo a los cambios en hábitos de consumo y utilización de tecnología digitales, que han modificado la preferencia en los canales transaccionales hacia lo digital.
- b) Ofrecer una gama de productos y servicios por medio de novedosas herramientas, puntos de venta y plataformas digitales facilitando el pago, transporte y entrega de bienes y servicios acorde a las nuevas tendencias de mercado.
- c) Reactivar las ventas y facilitar la tramitología de las áreas comerciales y lograr abarcar nuevos mercados con la ayuda de la tecnología y alianzas estratégicas.
- d) Brindar la opción de compras en el exterior y facilitar la gestión de transporte internacional y tramites de aduanas con aliados estratégicos en logística.
- e) Expandir el alcance comercial y de disponibilidad de bienes y servicios de ASETEC mediante alianzas estratégicas, convenios o figuras admisibles, así como plataformas digitales para ofrecer a un público mayor, considerando el fenómeno de no presencialidad e incremento de consumo por delivery.
- f) Incluir la opción en auto gestión de crédito y compra asistida mediante el sistema de billetera digital.

3.2.1 Acciones:

- a) Mantener puntos de venta debidamente identificados con el nuevo branding kakaomarket.
- b) Contar con las herramientas tecnológicas, sistemas en .Net y servicios de internet que garanticen un adecuado funcionamiento.
- c) Adquirir y desarrollar las herramientas digitales para la oferta de productos, medios de pagos virtuales y sistema de entregas.
- d) Contar con un sistema que permita hacer los pagos de las compras en las áreas de servicios de ASETEC y sus convenios, por medio de una aplicación en sus sistemas digitales móviles.
- e) Selección y diseño de marcas para cada una de las herramientas digitales.
- f) Realizar convenios comerciales y alianzas estratégicas con medios reconocidos de transporte y entrega de productos.
- g) Facilitar a la persona asociada la opción de medio de pago ligado a sus ahorros o crédito,

buscando la simplicidad con un menor costo financiero y acceso a mejores precios finales.

- h) Facilitar a la persona asociada y al cliente en general la opción de medio de pago digital moderno y competitivo, tecnología accesible y fácil, con un menor costo financiero y acceso a mejores precios finales.
- i) Por medio de la aplicación realizar promociones a los usuarios y brindar información relacionada a los beneficios y alcances del sistema.
- j) Conducir el nuevo modelo de pago a un nivel escalable que permita ser aplicado a nuevos contextos fuera del ámbito TEC, siempre con el enfoque de Economía Social Solidaria.
- k) Integrar medios de logística para el transporte y tramites aduanales para compras en el exterior.
- l) Para el depósito del crédito y compra asistida incluir el proveedor bancario que cuente con la integración del medio de transferencia en línea con el ERP SIBU.

3.3 Objetivo:

Ampliar y fortalecer la oferta de servicios y productos en general (librería, soda, cafetería, etc.), operando bajo el nuevo branding Kakaomarket y facilitando la comercialización mediante las nuevas herramientas tecnológicas para ventas en línea, entregas exprés, SICOP, y mejores condiciones en el espacio físico y tecnológico en los puntos de venta.

3.3.1 Acciones:

- a) Fortalecer el posicionamiento y presencia del nuevo branding Kakaomarket.
- b) Realizar nuevos estudios de mercado para identificar los gustos y preferencias de los clientes, y adecuar los negocios a sus requerimientos y necesidades.
- c) Ofrecer productos de calidad que se ajusten a las posibilidades económicas de nuestra población de interés.
- d) Lograr una comunicación y promoción efectiva con la ayuda de las APP y demás medios existentes.
- e) Incrementar las ventas e ingresos con una mejor oferta y el apoyo de la tecnología.
- f) Ampliar la gama de productos saludables, especialmente de auto preparación.
- g) Valorar la posibilidad de incluir cajas de auto pago en el punto de venta y de ser posible incluir el sistema funcional acorde a los recursos operativos disponibles.
- h) Continuar con la ampliación de la capacidad de la Cafetería con mobiliario en los alrededores del Deck.
- i) Ofrecer y gestionar ventas por medio del SICOP.
- j) Realizar evaluaciones periódicas de satisfacción del servicio al cliente.

4. NUEVO SERVICIO "COMPRA ASISTIDA"

La realidad comercial actual es diversa, tanto en la oferta como en las estrategias de venta. La exclusividad de las grandes cadenas de negocios dejó de ser una norma, y con ello, el mercado genera oportunidades y grandes descuentos en productos y servicios. El tema medular para los interesados es contar con el poder adquisitivo y los medios crediticios en las mejores condiciones del mercado.

Los compradores son más analíticos, buscan oportunidades y descuentos, los cuales el mercado ofrece en momentos específicos y únicos

4.1 Objetivos:

- a) Ofrecer a las personas asociadas un sistema ágil y eficiente de compra asistida de productos y servicios, sin limitaciones de horario y en los negocios que les resulten más convenientes.
- b) Brindar a las personas asociadas la oportunidad de adquirir productos y servicios en condiciones favorables o en oferta, tanto en negocios físicos y digitales, como en los convenios de Kakaomarket y cualquier otro establecimiento lícito y formal del país.
- c) Ofrecer financiamiento con una tasa del 0% más una comisión única, en condiciones favorables para las personas asociadas, permitiéndoles aprovechar las ofertas del mercado y atender sus necesidades, gustos y preferencias. Esto sin limitar sus compras a las áreas de servicios de ASETEC, asegurando que la comisión única represente un beneficio en comparación con el ahorro obtenido en sus compras.
- d) Implementar y consolidar la nueva modalidad de servicio comercial y de crédito en línea: "Compra Asistida".

4.1.1 Acciones:

- a) Desarrollar un sistema de pago automatizado en alianza con una entidad bancaria, que cuente con un instrumento de pago (Billetera Digital) en línea, compatible con los disponibles en el ERP SIBU.
- b) Establecer la normativa y los procedimientos para la compra asistida.
- c) Activar el sistema de depósito de compra asistida en línea a través de SINPE.
- d) Definir la comisión a aplicar según corresponda.
- e) Brindar el servicio cuando sea viable, ya sea mediante un enlace de pago (Link de Pagos) o en un punto de venta con tarjeta corporativa.
- f) Fortalecer el posicionamiento y la presencia del nuevo servicio a través de estrategias de branding.
- g) Habilitar la opción de autogestión para la autorización del monto destinado a la compra o pago de servicios (aplicable al sistema de reembolso).
- h) Lograr una comunicación y promoción efectiva mediante el uso de aplicaciones móviles (APP) y otros medios disponibles.
- i) Incrementar las ventas e ingresos mediante una mejor oferta y el aprovechamiento de la tecnología.
- j) Realizar evaluaciones periódicas de satisfacción del servicio al cliente.

5. ÁREA DE SERVICIOS FINANCIEROS Y ADMINISTRATIVOS

5.1 Objetivo:

Incrementar e instruir a las personas asociadas en el uso de la APP de gestión financiera y lograr que un mayor número la utilicen y se beneficien con sus servicios en línea.

5.1.1 Acciones:

- Ofrecer una gama de servicios de ahorro y crédito por medio del App para dispositivos móviles que venza la distancia geográfica.
- Brindar al asociado información oportuna de su estado de cuenta.
- Facilitar la gestión de tramites de forma ágil en las plataformas de servicio personalizadas.
- Mantener una comunicación continua y efectiva por medio del APP. Coordinar y realizar visitas a los asociados y asociadas para ayudar con la instalación del APP e instruir sobre su funcionamiento.
- Dar acompañamiento sobre su uso y beneficios en la campaña de actualización de datos programada para el periodo 2025.

5.2 Objetivo:

- Continuar e implementar la estrategia de transformación digital en las áreas de servicio al cliente, crédito y ahorro.
- Dotar las áreas de servicio con los medios tecnológicos y capacidad de internet adecuados.
- Consolidar el CRM "Customer Relationship Management" tecnología enfocada en datos y relación con los clientes.



5.2.1 Acciones:

- a) Ampliar e integrar otras áreas en el sistema de Help Desk (herramienta de gestión y administración de datos) con el fin de brindar un mejor servicio en la atención y seguimiento de requerimientos y consultas.
- b) Integrar gradualmente al sistema las diferentes dependencias de ASETEC para que se ofrezca un servicio al cliente de forma integral.
- c) Continuar con el proceso de expedientes digitales.
- d) Incluir equipo de auto servicio en los puntos de venta de las áreas comerciales
- e) Continuar con el uso y alcance del CRM "Customer Relationship Management" en las principales Áreas de Servicio
- f) Capacitar a los colaboradores en los nuevos sistemas.
- g) Valorar la viabilidad de integración de las áreas comerciales y de servicio por medio de fibra óptica u otro sistema con mayor capacidad que el actual.

5.3 Objetivo:

Revisar y seleccionar el proveedor más conveniente para la póliza de protección crediticia en caso de que el INS realice en la renovación incrementos exponenciales en los costos.

5.3.1 Acciones:

- a) Revisar la nueva propuesta de protección crediticia del INS, ver sus implicaciones en la mensualidad de los créditos existentes y realizar las gestiones que correspondan de renovación, cancelación o cambio de oferente.
- b) Valorar los cambios de la propuesta del INS y sus implicaciones en la gestión y tramitología de los nuevos créditos.
- c) Analizar la información de las propuestas de póliza de protección crediticia de otros oferentes privados y comparar con la del INS.
- d) Según los estudios y análisis de las propuestas de seguros de protección crediticia seleccionar al o a los oferentes del servicio.
- e) Dependiendo los nuevos montos de pólizas de protección crediticia, validar la continuidad o no del traslado del remanente del Fondo Mutual al Fondo de Rendimientos Complementarios (FRC) y pagos de Póliza Saldo Deudores (PSD) planteados en el plan 2021.

5.4 Objetivos:

- a) Continuar con la transformación del Fondo Mutual para que este acorde a los nuevos requerimientos de los servicios y en concordancia con los fines de la Ley 6970.
- b) Cumplir con la normativa vigente en materia de estos fondos acorde a las disposiciones de SUGESE.
- c) Establecer un nuevo modelo, incluyendo el cambio de origen de los fondos y su uso. (Sujeto a la valoración de las nuevas propuestas de protección crediticia presentada por el INS y otros oferentes)

5.4.1 Acciones:

- a) Redefinir el Fondo Mutual en apego a la normativa vigente, aprovechando la coyuntura para crear en tres conceptos o frentes, a saber: Pago de póliza de Saldos Deudores (PSD), Consolidación del Fondo de Apoyo Solidario (FAS) y creación del Fondo de Rentabilidad Complementaria (FRC).
- b) De permitir las nuevas condiciones de póliza crediticia valorar el pago del nuevo seguro de saldos deudores para los créditos ya formalizados y vigentes hasta su vencimiento o cancelación, siempre y cuando, los montos cobrados por la aseguradora no varíen en forma exponencial. (Sujeto a la valoración de la nueva propuesta de protección crediticia presentadas por el INS y otros oferentes)
- c) El pago de la póliza de saldos deudores a los préstamos, ya existentes, se cubrirá con la asignación de fondos, según la cartera crediticia actual y con los rendimientos que este genere. En caso de que se den variaciones exponenciales en los precios de las pólizas durante la vigencia de los préstamos los deudores pagaran únicamente la diferencia del incremento. (Sujeto a la valoración de la nueva propuesta de protección crediticia presentada por el INS y otros oferentes)
- d) Los nuevos créditos pagarán en su cuota lo que corresponda a la póliza de saldos deudores, sin tener que aportar en forma unilateral fondos adicionales para el fondo común.
- e) Consolidar el "FAS", el cual incluye el saldo destinado para Fondo de Auxilio actual y un nuevo sistema de auto sostenibilidad con los rendimientos generados por el acumulado no utilizado y un 3% del rendimiento del FRC que se estaría creando.
- f) Institucionalizar la nueva reglamentación revisada por la Asesoría Legal.
- g) Como lo establece la Ley 6970 y el Estatuto Orgánico de ASETEC, la Junta Directiva emitirá los reglamentos y procedimientos del nuevo modelo de apoyo solidario y pólizas de saldos deudores.

5.5 Objetivos:

- a) Constituir el Fondo de Rendimiento Complementario (FRC) para asignarlo a:
- b) Proyectos de inversión financiera aprobados por la Junta Directiva.
- c) Inversión en obra pública cuando las Asociaciones Solidaristas tengan acceso mediante alguna figura oficial legalmente definida en el país.
- d) Proyectos de inversión no financiera aprobados por la Junta Directiva.
- e) Financiamiento de proyectos internos de la ASETEC, sobre los cuales la Junta Directiva fijará un rendimiento a favor del FRC.
- f) Préstamos a asociados e inversiones en títulos valores de entidades financieras reguladas por SUGEF.
- g) Brindar la oportunidad a las personas asociadas de realizar capitalizaciones de excedentes o bien aportes complementarios a un nuevo fondo de crecimiento continuo, cuyo fin es generar bienestar, desarrollo y un mejor rendimiento ponderado capitalizable.

5.5.1 Acciones:

- a) Una vez separado el monto del Fondo Mutual asignado para el pago de la póliza de saldos deudores y el 25% del Fondo de Auxilio para el nuevo Fondo de Apoyo Solidario (FAS), el remanente resultante se destinará como monto de apertura para el Fondo de Rentabilidad Complementaria (FRC), sujeto a la valoración de la nueva propuesta de protección crediticia presentada por el INS y otros oferentes.

- b) Con el fin de dar sostenibilidad y crecimiento continuo, el 10% del ahorro sobre excedentes se destinará, como mínimo, un 5% para el FRC, el cual ganará intereses, como mínimo, los asignados al ahorro de excedentes actual, según el rendimiento del nuevo fondo. Este porcentaje se revisará cada año para analizar su comportamiento.
- c) Toda persona asociada tiene la posibilidad de hacer aportaciones adicionales al FRC o bien solicitar un porcentaje mayor de capitalización de sus excedentes para destinarlos al FRC.
- d) Los rendimientos se asignarán según el aporte individual acumulado y se llevará un estado de cuenta detallado.
- e) Al igual que los otros instrumentos de ahorro, los rendimientos del FRC estarán sujetos a los cargos que por ley correspondan (si los hay) y tendrá un cargo único del 3% sobre el monto de rendimiento mensual, no rembolsable, para fortalecer y apoyar el Fondo de Apoyo Solidario (FAS). Este porcentaje se revisará cada año para analizar su comportamiento.
- f) Tal como lo establece la Ley 6970 y el Estatuto Orgánico de ASETEC, la Junta Directiva emitirá los reglamentos y procedimientos del nuevo Fondo de Rentabilidad Complementaria.

5.6 Objetivos:

- a) Brindar a las personas asociadas la opción de un plan de atención en salud con subsidio parcial del Fondo de Apoyo Solidario (**FAS**).
- b) Ofrecer a las personas asociadas medios de salud preventiva y de atención con las mejores condiciones posibles de mercado y facilidades de pago.

5.6.1 Acciones:

- a) Continuar con la promoción e inclusión de más personas asociadas y sus adicionales al sistema de salud Medismart en convenio con ASETEC y con subsidio parcial del FAS (Fondo de Apoyo Solidario).
- b) Promover e incluir convenios en salud preventiva y medicina prepagada en beneficio de un mayor número de personas asociadas.
- c) Brindar las opciones a las personas asociadas con un porcentaje de subsidio del FAS y un sistema de pagos a 0% de interés.
- d) Según la demanda del servicio, valorar los ajustes periódicos en los subsidios y los rendimientos a favor del FAS para garantizar la mayor cobertura, beneficio y sostenibilidad.
- e) En primera instancia, el subsidio es para la persona asociada. Periódicamente, se revisarán las opciones con los oferentes y las disponibilidades del FAS para incluir o dar algún beneficio a los familiares directos.
- f) Realizar todos los esfuerzos de información y promoción para que una gran mayoría pueda hacer uso de este beneficio.

6 ÁREA DE SERVICIOS

GIMNASIO

6.1 Objetivos

- a) Ampliar las modalidades y ofertas con nuevas tarifas para la asistencia a las clases y servicios del gimnasio, ajustándolas a las posibilidades y necesidades de los clientes.
- b) Continuar con los servicios de entrenamiento funcional y adaptar el servicio a las nuevas tendencias del mercado.
- c) Realizar mayores esfuerzos de promoción y mercadeo en redes sociales y otros medios de comunicación para posicionar la marca Gym Tec.
- d) Mantener la meta de 1,100 clientes y, de ser posible, superarla.
- e) Consolidar el CRM (Customer Relationship Management) como herramienta de mejora en la atención y seguimiento de los servicios.

6.1.1 Acciones:

- a) Realizar un cambio integral en la oferta de servicios y en la calidad del servicio al cliente que responda a sus necesidades y a los nuevos métodos de entrenamiento.
- b) Continuar con el acondicionamiento y ajuste de la planta física para que esté acorde con los requerimientos normativos y del servicio.
- c) Realizar mantenimiento profundo y preventivo del equipo existente, así como la compra de equipo nuevo necesario para brindar un servicio adecuado.
- d) Capacitar a los colaboradores en entrenamiento funcional y nuevas tendencias en materia de mejoramiento y acondicionamiento personal.
- e) Ofrecer paquetes a medida y lograr una promoción y comunicación efectivas, tanto de manera personal como a través de las nuevas herramientas tecnológicas.
- f) Mantener y cumplir con las medidas sanitarias y protocolos del Ministerio de Salud y de GASEL.
- g) Realizar esfuerzos de promoción y consolidación de la nueva marca Gym Tec.
- h) Continuar con la capacitación e implementación del CRM.

7 BIENESTAR Y SALUD

7.1 Objetivo

Ofrecer nuevos servicios en materia de salud preventiva, diagnóstico oportuno y atención de enfermedades.

7.1.1 Acciones:

- a) Revisar y formalizar nuevos convenios con diversas áreas y profesionales de la salud que ofrezcan servicios en condiciones favorables en los lugares donde los requiera la persona asociada y su familia.
- b) Mejorar la comunicación e información a través de la APP de servicios generales.
- c) Realizar miniferias virtuales para dar a conocer los servicios y, de ser posible, ofrecer atención en sitio.
- d) Ofrecer líneas de subsidio y crédito en condiciones favorables para los asociados y sus familiares directos.
- e) Consolidar los sistemas de medicina prepagada como Medismart, Salud 360 y otros similares en beneficio de las personas asociadas y sus familias.

7.2 Objetivo

Mejorar la atención con equipos médicos digitales y ampliar los horarios extraordinarios, según la demanda.

7.2.1 Acciones:

- a) Actualizar y adquirir el equipo médico necesario para brindar un excelente servicio.
- b) Simplificar y reducir los procesos y el tiempo de espera para aumentar el confort del paciente, entre otros.
- c) Según la demanda del servicio y con el fin de disminuir los tiempos de espera, habilitar jornadas extraordinarias de atención.
- d) Brindar más información sobre las facilidades y mejoras en el servicio con el nuevo escáner digital y equipo complementario.

8 MERCADEO (PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN)

8.1. Objetivos:

- a) Implementar un plan de medios alineado con las épocas y días especiales del año, asegurando su difusión a través de todos los canales de comunicación disponibles.
- b) Mantener una divulgación constante sobre los servicios y actividades que ofrece la Asociación, incorporando herramientas tecnológicas que faciliten el acceso a la información y la gestión de trámites.
- c) Reanudar la campaña de información y actualización de datos mediante visitas a las diferentes sedes del TEC.

8.1.1 Acciones:

- a) Consolidar la Comisión de Branding como un equipo de trabajo conformado por asociados y personal con experiencia en comunicación, mercadeo y medios digitales, con el fin de posicionar las nuevas marcas de ASETEC y garantizar una comunicación efectiva.
- b) Mantener una divulgación constante sobre los servicios y actividades que ofrece la Asociación.
- c) Realizar visitas periódicas a los asociados para dar a conocer los nuevos servicios y atender sus consultas.
- d) Disponer de manuales digitales que faciliten el uso de los medios virtuales y la gestión de trámites en línea.
- e) Brindar instrucción en temas solidaristas.
- f) Proyectar de manera oportuna y eficiente la gestión de ASETEC.
- g) Incluir y mantener información actualizada en todos los medios de comunicación y canales de servicio al cliente.
- h) Realizar promociones, sorteos y actividades interactivas en redes sociales y medios del BP para atraer audiencia, fortalecer la presencia de marca e incentivar a las empresas a ser miembros de Kakaomarket.cr.
- i) Elaborar un cronograma de publicidad para las diferentes unidades comerciales.
- j) Diseñar un plan de medios internos para la divulgación de las condiciones crediticias.
- k) Implementar una campaña de afiliación y actualización de datos.
- l) Desarrollar una campaña de salud preventiva.

- m) Ejecutar campañas para fomentar la participación y dinamismo en todos los canales digitales.
- n) Realizar estudios de mercado con el objetivo de desarrollar publicidad más segmentada y ofrecer productos alineados con las necesidades de las personas asociadas.
- o) Promover el uso de la aplicación de ASETEC entre los asociados mediante una campaña específica.
- p) Consolidar el Customer Relationship Management (CRM) como una herramienta clave para mejorar la atención y el seguimiento de los servicios.

9 PROYECTOS ADICIONALES

Sujetos al comportamiento y condiciones del entorno

Dar uso y funcionalidad temporal a los bienes inmuebles (sujeto a cambios estructurales de la economía y viabilidad en materia de desarrollo inmobiliario).

9.1 Objetivo

- a) Además de la plusvalía, contingencia y oportunidad que representan las propiedades adquiridas por ASETEC, ubicadas en el sector sur del campus, se busca darles un uso temporal que responda a la necesidad existente de parqueo y otros servicios complementarios para la comunidad del TEC, y, de ser posible, para clientes externos. Paralelamente, se realizará la planificación de su uso futuro.
- b) Es importante señalar que la Junta Directiva y la Gerencia de ASETEC han dado seguimiento al mercado inmobiliario y han realizado los estudios necesarios para tomar decisiones oportunas sobre sus bienes inmuebles. Se ha concluido que, en este momento, el país no es propicio para inversiones fuertes en estos terrenos, por lo que se mantendrán bajo revisión periódica. Por ahora, los terrenos solo recibirán las mejoras mínimas necesarias y mantenimiento.

9.1.1 Acciones:

- a) Acondicionar espacio con una infraestructura básica
- b) Tramitar los permisos necesarios.
- c) De contar con los permisos, realizar cierre perimetral con un sistema flexible.
- d) Hacer los movimientos básicos de tierra y colocar material permeable.
- e) Realizar los trabajos de infraestructura básica y tecnológica necesaria para su operación.
- f) Brindar los servicios a clientes internos del campus y de ser posible complementar con clientes externos.

Valorar servicios en una infraestructura mayor.

De acuerdo con lo indicado en el objetivo 1 y considerando los estudios de mercado y viabilidad, se valorará la posibilidad de realizar, en futuros periodos, obras de mayor envergadura y acondicionamiento que permitan ampliar los servicios e incluir otros negocios de conveniencia, todo en concordancia con el uso de suelo permitido.

10. ACTIVIDADES SOLIDARISTAS A NIVEL NACIONAL

10.1 Objetivo

Participar de manera proactiva en el escenario nacional para la defensa de la Ley 6970, a través de las uniones solidaristas, como la Alianza Solidarista, la Red Solidarista de Universidades Estatales y cualquier otra que ASETEC considere conveniente para la defensa de sus intereses individuales y colectivos.

10.1.1 Acciones:

- a) Impulsar la creación de la Federación de Asociaciones Solidaristas de Universidades Estatales.
- b) Mantener la participación en la Alianza Solidarista, de forma que ASETEC tenga acceso a información de primera mano y participe en la toma de decisiones sobre asuntos de contexto nacional e interés sectorial.
- c) Explorar otras formas de organización que permitan la protección de nuestros derechos, los intereses particulares de ASETEC y los del sector solidarista en general.
- d) Analizar otras vías de participación en la realidad nacional para la defensa y proyección de los ideales contemplados en la Ley 6970, los cuales respaldan la actividad de las Asociaciones Solidaristas.
- e) Promover y defender, en conjunto con la Alianza Solidarista y otras organizaciones representativas del sector, la razón de ser del solidarismo y su naturaleza social, tal como lo establece la Ley 6970.
- f) Brindar información oportuna y veraz a las entidades de gobierno, gestores de proyectos de ley y otros actores que puedan afectar o poner en riesgo el desarrollo del solidarismo en el país.

Presupuestos 2025 y Estado de Resultados Proyectados

PRESUPUESTO 2025 PRESUPUESTO DE EFECTIVO (en millones de colones)	
Saldo al 31 de diciembre 2024	¢3 207
Menos:	
Cancelación de Excedentes 2024	¢715
TOTAL	¢2 492
Menos:	
Proveedores y Otros	¢100
TOTAL	¢2 392
Más:	
Ingresos del periodo (Anexo 1)	¢6 278
Menos:	
Egresos del periodo (Anexo 2)	¢5 769
Saldo en caja al 31 de diciembre 2025	¢2 901

ASETEC ANEXO N° 1 INGRESOS DE EFECTIVO (Expresado en millones de colones)		
	2024	Proyección 2025
Ahorro Ordinario de Asociados	1300	1 325
Aporte Institucional	510	525
Amortización de Préstamos	1420	1 450
Amortización Cuentas por Cobrar	200	250
Intereses sobre Préstamos	943	971
Intereses sobre Convenios	2	2
Intereses sobre Inversiones	265	215
Ingresos Sección Gimnasio	329	334
Ingresos Sección Bienestar y Salud	48	55
Ventas de Contado Librería	138	182
Ingresos Convenios	12	14
Ventas de Contado Soda	181	209
Ventas de Contado Cafetería	88	110
Ahorro Voluntarios	600	625
Otros Ingresos	10	10
TOTAL	6 048	6 278

Nota:

En la partida de intereses sobre inversiones valores se estima según el comportamiento de la Tasa Política Monetaria, Tasa Básica Pasiva y cambios en la Reserva de Liquidez del Banco Central de Costa Rica.

ASETEC ANEXO N° 2 EGRESOS DE EFECTIVO PROYECTADOS (Expresado en millones de colones)		
	2024	Proyección 2025
Préstamos (Estimación)	1 800	2 500
Compras Librería	108	143
Compras Soda	135	155
Compras Cafetería	59	74
Liquidación de Asociados	844	1 000
Gastos Financieros	120	115
Gastos sección Librería	44	47
Gastos sección Financiera	325	342
Gastos sección Soda	38	39
Gastos sección Odontología	47	53
Gastos sección Gimnasio	241	241
Gastos sección Cafetería	32	34
Gastos Actividades Sociales	63	67
Ahorros Extraordinarios	500	825
Compra Activos Fijos (Monto asignado)	75	70
Remodelaciones (Monto asignado)	83	65
TOTAL	4 514	5 769

Nota:

Se estima una colocación crediticia controlada según los requerimientos de liquidez de las liquidaciones de asociados que se presenten por jubilación. Se presentan partidas con estimación de salida en efectivo.

ASETEC- ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS

Del 1° de Enero al 31 de Diciembre de 2025

(Expresado en millones de colones)

Ventas netas Librería	¢182	
Convenios Librería	¢14	
Ventas netas Soda	¢209	
Ventas Cafetería el Lago	¢110	
Servicios Bienestar y Salud	¢55	
Servicios del Gimnasio	¢334	
Intereses sobre préstamos	¢971	
Intereses sobre Inversiones	¢215	
Intereses sobre Convenios	¢2	
TOTAL DE INGRESOS		¢2 093
COSTO DE VENTAS		¢372
EXCEDENTES BRUTOS		¢1 720
TOTAL DE GASTOS		¢1 005
Otros Ingresos	¢10	
EXCEDENTES PROYECTADOS SIN RESERVA LEGAL		¢725
Reserva Legal Estimada 2%	¢15	
EXCEDENTES NETOS PROYECTADOS		¢711