

Plan de trabajo y presupuesto 2026

Asociación Solidarista de Empleados del Instituto Tecnológico de Costa Rica
PRESUPUESTOS Y ESTADOS DE RESULTADOS PROYECTADOS

2026

Contenido

CAPTACIÓN DE RECURSOS.....3

1. ÁREA FINANCIERA.....3

2. ÁREA DE SERVICIOS..... 12

GIMNASIO 12

Bienestar y Salud..... 13

Mercadeo (promoción y divulgación)..... 15

Proyectos adicionales 16

Actividades Solidaristas a Nivel Nacional..... 18

Presupuestos 2026 y Estado de Resultados Proyectado..... 19

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.

CAPTACIÓN DE RECURSOS

1. 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.

Acciones:

- 1.1.1 Comunicar a las personas asociadas las características y ventajas de los sistemas de ahorro, mediante los distintos medios de información institucionales.
- 1.1.2 Ofrecer tasas de interés competitivas en relación con el mercado financiero nacional.
- 1.1.3 Habilitar medios prácticos y accesibles para la gestión y el trámite de los productos de ahorro.
- 1.1.4 Brindar la opción de incremento y retiro de ahorros a través de la APP institucional.
- 1.1.5 Facilitar el retiro del Ahorro a la Vista mediante el sistema SINPE 24/7.
- 1.1.6 Permitir el pago de diversos servicios externos (electricidad, agua, telefonía, entre otros) con el Ahorro a la Vista, mediante procesos de autogestión disponibles 24/7.

1.2 Objetivo:

Mantener el propósito del “Ahorro Vacacional” de ser retirable dos veces al año, en los meses preestablecidos, a saber: junio de 2026 y diciembre de 2026.

Acciones:

- 1.2.1 Brindar un rendimiento que se ubique, como mínimo, un 1,5 % por encima de la tasa promedio ofrecida en el mercado financiero nacional para este tipo de ahorro.
- 1.2.2 Promover los diferentes sistemas de ahorro que ofrece ASETEC.
- 1.2.3 Brindar la opción de incremento y retiro de ahorros a través de la APP institucional.

1.3 Objetivo:

Continuar con el seguimiento de la propuesta presentada a Rectoría para incrementar gradualmente el porcentaje de aporte patronal del TEC hacia la Asociación. 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 solidarista, lo que permitiría un aumento del aporte patronal del TEC como vía para rescatar los ingresos del núcleo familiar.

Acciones:

- 1.3.1 Continuar con el seguimiento ante las autoridades del TEC, a fin de dar continuidad a la propuesta presentada por ASETEC el 21 de abril de 2014, mediante los oficios N.º 22-2023, 76-2023 y 75-2025.
- 1.3.2 Acompañar al patrono durante todo el proceso, en las instancias que así lo requieran, con el objetivo de contribuir a la materialización del proyecto.

1.4 Objetivo:

Colocar en las líneas de crédito de ASETEC dos mil quinientos millones de colones en el periodo 2026.

Acciones:

- 1.4.1 Facilitar la gestión de créditos de forma ágil mediante plataformas de servicio personalizadas y el uso de nuevos dispositivos digitales.
- 1.4.2 Reforzar la información sobre los sistemas de crédito mediante actualizaciones continuas en la página web y en la APP institucional.
- 1.4.3 Valorar el desarrollo de nuevas líneas de crédito que respondan a las necesidades y preferencias de las personas asociadas.
- 1.4.4 Brindar opciones de crédito que no comprometan de manera excesiva la liquidez salarial de las personas asociadas.
- 1.4.5 Revisar, ajustar y actualizar la normativa crediticia, conforme a los nuevos requerimientos legales y a los lineamientos de la SUGEF.
- 1.4.6 Consolidar el expediente electrónico como parte integral del proceso administrativo crediticio.
- 1.4.7 Formular nuevas líneas de crédito y acciones de mitigación que respondan a las necesidades de las personas asociadas, en un entorno de disminución de la Tasa Básica Pasiva y la Tasa Básica Activa, según disposiciones del Banco Central de Costa Rica, así como a las medidas derivadas de la Ley N.º 9635 (Regla Fiscal), la Ley Marco de Empleo Público N.º 10159 y la Ley de Usura N.º 9859.
- 1.4.8 Ejecutar revisiones internas y externas de la gestión operativa y del cumplimiento normativo.
- 1.4.9 De acuerdo con los requerimientos de liquidez y, de ser necesario, establecer topes en la colocación crediticia, priorizando los préstamos con garantía de ahorros, salud y bienestar personal.
- 1.4.10 Realizar ferias crediticias de forma periódica durante el año.
- 1.4.11 Cumplir con la normativa y los procedimientos establecidos por la SUGEF, conforme a la Ley N.º 7786.
- 1.4.12 Promover la solicitud de créditos a través de los sistemas de autogestión y SINPE 24/7.

Transformación digital - área comercial

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

1.5 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.

Acciones:

- 1.5.1 Llevar a cabo sesiones de trabajo conjuntas para identificar oportunidades de negocios virtuales, tanto del banco como de sus aliados comerciales.
- 1.5.2 Implementar en *Kakaomarket.cr* los alcances del convenio para la venta de seguros autoexpedibles, bienes adjudicados, marchamos y otros productos viables para su comercialización virtual.
- 1.5.3 Realizar lanzamientos y actividades conjuntas de vinculación, posicionamiento y promoción de los productos y servicios.
- 1.5.4 Ejecutar campañas de comunicación y promoción orientadas a maximizar el aprovechamiento del nuevo servicio y la oportunidad de canje de puntos de las tarjetas de crédito del Banco Popular en *Kakaomarket.cr*.
- 1.5.5 Fortalecer el canje de puntos BP en las distintas opciones del *Marketplace*, generando valor agregado para las personas usuarias y un mayor volumen transaccional.
- 1.5.6 De ser posible, incorporar los sistemas de tasa 0 % y mini cuotas para tarjetahabientes en la pasarela de pagos del *Marketplace*.
- 1.5.7 Consolidar la modalidad de compra asistida, tanto para la oferta local como internacional.

Continuar con la consolidación y ampliación de los nuevos servicios tecnológicos

1.6 Objetivo:

- a) Utilizar los recursos tecnológicos digitales como eje de la transformación y modernización de ASETEC, en respuesta a los cambios en los hábitos de consumo y uso de tecnologías digitales, que han orientado la preferencia de los canales transaccionales hacia lo digital.
- b) Ofrecer una gama diversificada de productos y servicios mediante herramientas innovadoras, puntos de venta y plataformas digitales, facilitando el pago, transporte y entrega de bienes y servicios, conforme a las nuevas tendencias del mercado.
- c) Reactivar las ventas y simplificar la tramitología de las áreas comerciales, así como ampliar el acceso a nuevos mercados mediante el uso de la tecnología y el establecimiento de alianzas estratégicas.
- d) Brindar la opción de compras en el exterior, facilitando la gestión de transporte internacional y los trámites aduaneros, en coordinación con aliados estratégicos en logística.
- e) Expandir el alcance comercial y la disponibilidad de bienes y servicios de ASETEC mediante alianzas estratégicas, convenios u otras figuras admisibles, así como a través de plataformas digitales, con el fin de llegar a un público más amplio, considerando el fenómeno de la no presencialidad y el incremento del consumo por servicios de *delivery*.
- f) Fortalecer las opciones de autogestión de crédito, SINPE 24/7 y compra asistida.

Acciones:

- 1.6.1 Mantener los puntos de venta debidamente identificados con el nuevo *branding* Kakaomarket.
- 1.6.2 Contar con herramientas tecnológicas, sistemas en .NET y servicios de internet que garanticen un funcionamiento adecuado y continuo.
- 1.6.3 Adquirir y desarrollar herramientas digitales para la oferta de productos, medios de pago virtuales y sistemas de entrega.
- 1.6.4 Disponer de un sistema que permita realizar pagos por compras en las áreas de servicios de ASETEC y sus convenios, mediante una aplicación integrada a los sistemas digitales móviles.
- 1.6.5 Seleccionar y diseñar marcas asociadas a cada una de las herramientas digitales implementadas.
- 1.6.6 Establecer convenios comerciales y alianzas estratégicas con empresas reconocidas de transporte y entrega de productos.
- 1.6.7 Fortalecer la opción de medios de pago vinculados a los ahorros o al crédito 24/7, procurando simplicidad, un menor costo financiero y acceso a mejores precios finales.
- 1.6.8 Facilitar a las personas asociadas y al público en general el acceso a medios de pago digitales modernos y competitivos, con tecnología accesible y fácil de utilizar, menor costo financiero y mejores precios finales.
- 1.6.9 Utilizar la aplicación para realizar promociones dirigidas a las personas usuarias y brindar información relacionada con los beneficios y alcances del sistema.
- 1.6.10 Conducir el nuevo modelo de pago hacia un esquema escalable que permita su aplicación en nuevos contextos fuera del ámbito del TEC, manteniendo el enfoque de Economía Social Solidaria.
- 1.6.11 Integrar servicios logísticos para el transporte y los trámites aduaneros relacionados con compras en el exterior.
- 1.6.12 Para el depósito de créditos y la compra asistida, contar con un proveedor bancario que disponga de la integración del medio de transferencia en línea con el ERP SIBU.

Área Comercial

1.7 Objetivos:

- a) Desarrollar y consolidar mecanismos financieros y crediticios flexibles y competitivos, que respondan a la evolución del mercado comercial y a los nuevos hábitos de consumo, facilitando a las personas asociadas el acceso oportuno a bienes y servicios en condiciones favorables, y fortaleciendo su capacidad de análisis, decisión y aprovechamiento de oportunidades comerciales.
- b) Ampliar y fortalecer la oferta de servicios y productos en general (librería, soda, cafetería, entre otros), operando bajo el nuevo *branding* Kakaomarket y facilitando la comercialización mediante nuevas herramientas tecnológicas para ventas en línea, entregas exprés, así como mejores condiciones en el espacio físico y tecnológico de los puntos de venta.
- c) 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.

- d) Consolidar el nuevo sistema de Compra Asistida, facilitando diversas opciones de acompañamiento y financiamiento.

Acciones:

- 1.7.1 Fortalecer el posicionamiento y la presencia del *branding* Kakaomarket.
- 1.7.2 Desarrollar estudios de mercado periódicos que permitan identificar los gustos y preferencias de los clientes, con el fin de adecuar la oferta comercial a sus requerimientos y necesidades.
- 1.7.3 Ofrecer productos de calidad que se ajusten a las posibilidades económicas de la población objetivo.
- 1.7.4 Potenciar la comunicación y promoción de los productos y servicios mediante el uso de aplicaciones y demás medios disponibles.
- 1.7.5 Incrementar las ventas y los ingresos a través de una oferta comercial competitiva y el uso estratégico de la tecnología.
- 1.7.6 Ampliar la gama de productos saludables, con énfasis en opciones de autopreparación.
- 1.7.7 Evaluar la implementación de cajas de autopago en el punto de venta, considerando la viabilidad operativa y los recursos disponibles.
- 1.7.8 Continuar con la ampliación de la capacidad de la Cafetería mediante la incorporación de mobiliario en los alrededores del Deck.
- 1.7.9 Implementar el sistema de depósito de compra asistida en línea a través de SINPE.
- 1.7.10 Brindar el servicio de Compra Asistida cuando sea viable, ya sea mediante enlaces de pago (*Links de Pago*) o directamente en el punto de venta con tarjeta corporativa.
- 1.7.11 Establecer un medio de pago automatizado en alianza con una entidad bancaria, que cuente con un instrumento de pago SINPE compatible con el ERP SIBU.
- 1.7.12 Realizar evaluaciones periódicas de la satisfacción del servicio al cliente, como insumo para la mejora continua.

Servicios financieros y administrativos

1.8 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.

Acciones:

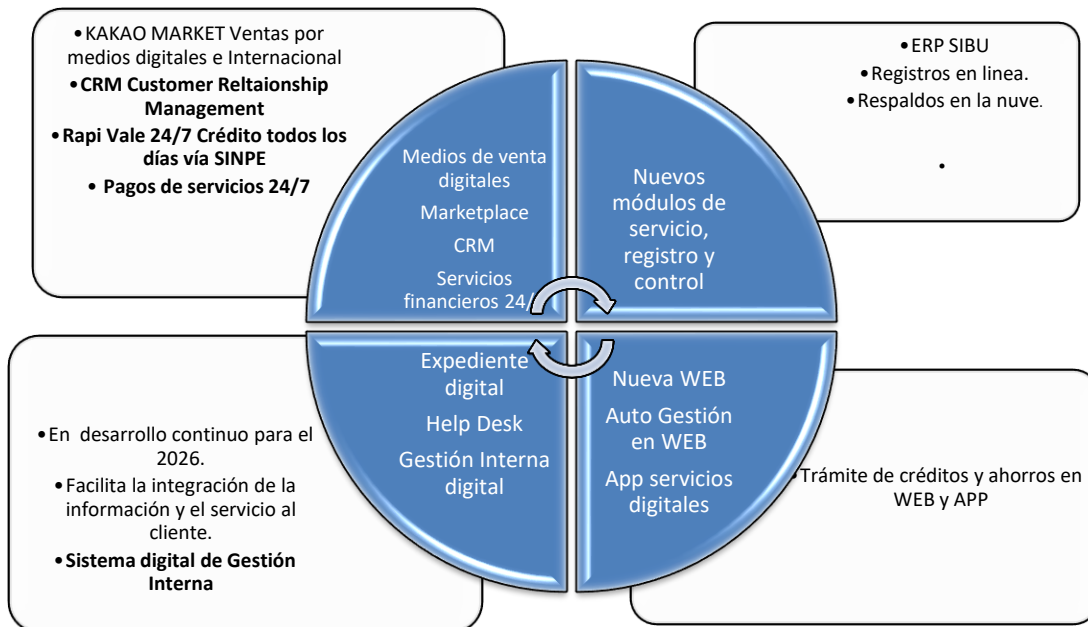
- 1.8.1 Ofrecer una gama de servicios de ahorro y crédito a través de la APP para dispositivos móviles, que permita superar la distancia geográfica.
- 1.8.2 Brindar a las personas asociadas información oportuna y actualizada sobre su estado de cuenta.
- 1.8.3 Facilitar la gestión de trámites de forma ágil mediante plataformas de servicio personalizadas.
- 1.8.4 Mantener una comunicación continua y efectiva a través de la APP, así como coordinar y realizar visitas a las personas asociadas para apoyar la instalación de la aplicación e instruir sobre su funcionamiento.

- 1.8.5 Ejecutar revisiones internas y externas del cumplimiento de la gestión operativa y del marco normativo aplicable.
- 1.8.6 Brindar acompañamiento sobre el uso y los beneficios de la APP durante la campaña de actualización de datos programada para el período 2026.

Transformación digital Servicios Financieros y Administrativos

1.9 Objetivo:

- Continuar e implementar la estrategia de transformación digital en las áreas de servicio al cliente, crédito y ahorro.
- Dotar a las áreas de servicio de los medios tecnológicos y de la capacidad de conectividad a internet necesarios para su adecuado funcionamiento.
- Avanzar en el desarrollo del módulo de impuestos para las declaraciones tributarias, que automatice la preparación y presentación fiscal, asegurando el cumplimiento normativo.
- Consolidar el CRM (*Customer Relationship Management*), como una tecnología enfocada en la gestión de datos y la relación con las personas usuarias.
- Continuar con el desarrollo del sistema de gestión interna, orientado a optimizar la administración y los distintos procesos organizacionales.



Acciones:

- 1.9.1 Continuar e implementar la estrategia de transformación digital en las áreas de servicio al cliente, crédito y ahorro.
- 1.9.2 Dotar a las áreas de servicio de los medios tecnológicos y la capacidad de conectividad a internet necesarios para un funcionamiento eficiente.
- 1.9.3 Avanzar en el desarrollo del módulo de impuestos para las declaraciones tributarias, que automatice la preparación y presentación fiscal, asegurando el cumplimiento normativo.
- 1.9.4 Consolidar el uso del CRM (*Customer Relationship Management*), como una tecnología orientada a la gestión de datos y al fortalecimiento de la relación con las personas usuarias.
- 1.9.5 Continuar con el desarrollo del sistema de gestión interna, orientado a optimizar la administración y los distintos procesos organizacionales.

1.10 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.

Acciones:

- 1.10.1 Revisar la nueva propuesta de protección crediticia del INS, analizar sus implicaciones en la mensualidad de los créditos vigentes y realizar las gestiones correspondientes para la renovación, cancelación o cambio de oferente.
- 1.10.2 Valorar los cambios contenidos en la propuesta del INS y sus implicaciones en la gestión y tramitología de los nuevos créditos.
- 1.10.3 Analizar las propuestas de pólizas de protección crediticia de otros oferentes privados y compararlas con la propuesta del INS.
- 1.10.4 Con base en los estudios y análisis realizados, seleccionar al o los oferentes del servicio de protección crediticia.
- 1.10.5 De acuerdo con los nuevos montos de las pólizas de protección crediticia, validar la continuidad o no del traslado del remanente del Fondo Mutual al Fondo de Rendimientos Complementarios (FRC), así como los pagos de la Póliza de Saldos Deudores (PSD) establecidos en el Plan 2021.

1.11 Objetivos:

- a) Continuar con la transformación del Fondo Mutual, de forma que se adecúe a los nuevos requerimientos de los servicios y en concordancia con los fines establecidos en la Ley N.º 6970.
- b) Cumplir con la normativa vigente aplicable a estos fondos, conforme a las disposiciones de la SUGESE.

- c) Establecer un nuevo modelo de gestión del Fondo Mutual, que incluya el cambio en el origen y uso de los recursos, sujeto a la valoración de las nuevas propuestas de protección crediticia presentadas por el INS y otros oferentes.

Acciones:

- 1.11.1 Redefinir el Fondo Mutual en apego a la normativa vigente, aprovechando la coyuntura para estructurarlo en tres conceptos o frentes:
- Pago de la Póliza de Saldos Deudores (PSD)
 - Consolidación del Fondo de Apoyo Solidario (FAS), y
 - Creación del Fondo de Rendimiento Complementario (FRC).
- 1.11.2 De permitirlo las nuevas condiciones de la póliza de protección crediticia, valorar el pago del nuevo seguro de saldos deudores para los créditos ya formalizados y vigentes hasta su vencimiento o cancelación, siempre que los montos cobrados por la aseguradora no presenten incrementos de carácter exponencial. *(Sujeto a la valoración de las nuevas propuestas de protección crediticia presentadas por el INS y otros oferentes).*
- 1.11.3 El pago de la póliza de saldos deudores correspondiente a los préstamos ya existentes se cubrirá mediante la asignación de fondos, según la cartera crediticia actual, y con los rendimientos que esta genere. En caso de presentarse variaciones exponenciales en los costos de las pólizas durante la vigencia de los préstamos, las personas deudoras asumirán únicamente la diferencia generada por dicho incremento. *(Sujeto a la valoración de la nueva propuesta de protección crediticia presentada por el INS y otros oferentes).*
- 1.11.4 Los nuevos créditos incorporarán en su cuota el monto correspondiente a la póliza de saldos deudores, sin requerir aportes unilaterales adicionales al fondo común.
- 1.11.5 Consolidar el Fondo de Apoyo Solidario (FAS), el cual integrará el saldo actualmente destinado al Fondo de Auxilio, así como un nuevo esquema de autosostenibilidad basado en los rendimientos generados por los recursos no utilizados y en un 3 % del rendimiento del Fondo de Rendimiento Complementario (FRC) que se propone crear.
- 1.11.6 Institucionalizar la nueva reglamentación, una vez revisada y avalada por la Asesoría Legal.
- 1.11.7 Conforme a lo establecido en la Ley N.º 6970 y en el Estatuto Orgánico de ASETEC, la Junta Directiva emitirá los reglamentos y procedimientos del nuevo modelo de apoyo solidario y de pólizas de saldos deudores, los cuales serán institucionalizados durante el período 2026.

1.12 Objetivos:

- a) Constituir el Fondo de Rendimiento Complementario (FRC), con el fin de asignar sus recursos a los siguientes destinos:
- 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 ASETEC, para los cuales la Junta Directiva establecerá un rendimiento a favor del FRC.
- f) Otorgamiento de préstamos a personas asociadas e inversiones en títulos valores emitidos por entidades financieras reguladas por la SUGEF.
- g) Brindar a las personas asociadas la oportunidad de realizar capitalizaciones de excedentes o aportes complementarios a un fondo de crecimiento continuo, orientado a generar bienestar, desarrollo y un mejor rendimiento ponderado capitalizable.

Acciones:

- 1.12.1 Una vez separado el monto del Fondo Mutua! asignado al pago de la póliza de saldos deudores y el veinticinco por ciento (25%) del Fondo de Auxilio destinado al nuevo Fondo de Apoyo Solidario (FAS), el remanente resultante se destinará como monto de apertura del Fondo de Rentabilidad Complementaria (FRC), sujeto a la valoración de la nueva propuesta de protección crediticia presentada por el INS y otros oferentes.
- 1.12.2 Con el fin de garantizar la sostenibilidad y el crecimiento continuo del FRC, del diez por ciento (10%) del ahorro sobre excedentes se destinará, como mínimo, un cinco por ciento (5%) al FRC. Dicho fondo devengará intereses no inferiores a los actualmente asignados al ahorro de excedentes, según el rendimiento del nuevo fondo. Este porcentaje será revisado anualmente para analizar su comportamiento.
- 1.12.3 Toda persona asociada podrá realizar aportaciones adicionales al FRC o bien solicitar un mayor porcentaje de capitalización de sus excedentes para ser destinados a dicho fondo.
- 1.12.4 Los rendimientos se asignarán de acuerdo con el aporte individual acumulado, para lo cual se llevará un estado de cuenta detallado por persona asociada.
- 1.12.5 Al igual que otros instrumentos de ahorro, los rendimientos del FRC estarán sujetos a los cargos que por ley correspondan, en caso de existir. Adicionalmente, se aplicará un cargo único del tres por ciento (3%) sobre el monto del rendimiento mensual, no reembolsable, con el fin de fortalecer y apoyar el Fondo de Apoyo Solidario (FAS). Este porcentaje será revisado anualmente para evaluar su comportamiento.
- 1.12.6 Considerando el comportamiento de los incrementos de la póliza de protección crediticia, los cuales no han sido exponenciales durante los últimos tres años, se plantea para el año 2026 la separación formal del Fondo de Rentabilidad Complementaria (FRC), institucionalizando la normativa correspondiente.
- 1.12.7 Conforme a lo establecido en la Ley N.º 6970 y en el Estatuto Orgánico de ASETEC, la Junta Directiva emitirá los reglamentos y procedimientos aplicables al Fondo de Rentabilidad Complementaria (FRC).

1.13 Objetivos:

- a) Brindar a las personas asociadas la opción de acceder a un plan de atención en salud con subsidio parcial del Fondo de Apoyo Solidario (FAS), orientado a mejorar

su bienestar y calidad de vida.

- b) Promover el acceso a servicios de salud preventiva y de atención médica para las personas asociadas, mediante convenios y alternativas que ofrezcan condiciones competitivas de mercado y facilidades de pago.

Acciones:

- 1.13.1 Continuar con la promoción e incorporación de personas asociadas y sus adicionales al sistema de salud Medismart, en convenio con ASETEC, con subsidio parcial del Fondo de Apoyo Solidario (FAS).
- 1.13.2 Promover e incorporar nuevos convenios en salud preventiva y medicina prepagada, que permitan ampliar la cobertura y beneficiar a un mayor número de personas asociadas.
- 1.13.3 Brindar a las personas asociadas opciones de acceso a los servicios de salud mediante un porcentaje de subsidio del FAS y facilidades de pago con financiamiento a 0% de interés.
- 1.13.4 Valorar periódicamente, según la demanda del servicio, los ajustes en los porcentajes de subsidio y en los rendimientos destinados al FAS, con el fin de garantizar la sostenibilidad, cobertura y beneficio social del fondo.
- 1.13.5 Priorizar inicialmente el otorgamiento del subsidio a la persona asociada y, de manera periódica, evaluar la posibilidad de extender beneficios a familiares directos, de acuerdo con las condiciones ofrecidas por los proveedores y la disponibilidad financiera del FAS.
- 1.13.6 Institucionalizar la nueva normativa del Fondo de Apoyo Solidario (FAS) durante el período 2026.
- 1.13.7 Ejecutar estrategias de información, divulgación y promoción que permitan un alto nivel de conocimiento y uso de este beneficio por parte de la población asociada.

2. ÁREA DE SERVICIOS

GIMNASIO

2.1 Objetivos:

- a) Ampliar las modalidades de servicio y la oferta de tarifas para la asistencia a clases y uso de los servicios del gimnasio, ajustándolas a las posibilidades económicas y necesidades de los distintos segmentos de clientes.
- b) Dar continuidad a los servicios de entrenamiento funcional, adaptándolos de forma progresiva a las nuevas tendencias del mercado y a las demandas de las personas usuarias.

- c) Intensificar las estrategias de promoción y mercadeo, especialmente a través de redes sociales y otros medios de comunicación, con el fin de fortalecer el posicionamiento y reconocimiento de la marca Gym Tec.
- d) Mantener como meta mínima una base de 1.100 personas clientes activas y, de ser posible, implementar acciones que permitan superar esta cifra.
- e) Consolidar el uso del CRM (Customer Relationship Management) como herramienta clave para mejorar la atención, el seguimiento de clientes y la gestión de los servicios ofrecidos.

- f) Ejecutar la estrategia de innovación y desarrollo interno, dotando al personal de herramientas tecnológicas que permitan brindar un servicio más eficiente, ágil y oportuno, así como facilitar a las personas usuarias la gestión de sus solicitudes con soluciones expeditas y de calidad.

Acciones:

- 2.1.1 Implementar un cambio integral en la oferta de servicios y en la calidad de la atención al cliente, de forma que responda eficazmente a sus necesidades y a los nuevos métodos y tendencias de entrenamiento.
- 2.1.2 Dar continuidad al acondicionamiento y adecuación de la planta física, asegurando su alineación con los requerimientos normativos vigentes y con los estándares de calidad del servicio.
- 2.1.3 Ejecutar un programa de mantenimiento profundo y preventivo del equipo existente, así como la adquisición del equipamiento nuevo necesario para garantizar un servicio seguro, moderno y de alta calidad.
- 2.1.4 Fortalecer las competencias del personal mediante la capacitación continua en entrenamiento funcional y en nuevas tendencias de mejoramiento y acondicionamiento físico.
- 2.1.5 Diseñar y ofrecer paquetes de servicios personalizados, apoyados en una estrategia de promoción y comunicación efectiva, tanto a nivel presencial como mediante el uso de herramientas tecnológicas y digitales.
- 2.1.6 Mantener y asegurar el cumplimiento permanente de las medidas sanitarias y los protocolos establecidos por el Ministerio de Salud y GASEL.
- 2.1.7 Desarrollar acciones de promoción, posicionamiento y consolidación de la nueva marca *Gym Tec*, fortaleciendo su identidad y reconocimiento en el mercado.
- 2.1.8 Continuar con la capacitación del personal y la implementación del sistema CRM, con el fin de optimizar la gestión de clientes, la comunicación y la toma de decisiones estratégicas.

Bienestar y Salud

2.2 Objetivo

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

Acciones:

- 2.2.1 Revisar, actualizar y formalizar nuevos convenios con distintas áreas y profesionales del sector salud, que permitan ofrecer servicios en condiciones favorables, accesibles y oportunas, según las necesidades de la persona asociada y su grupo familiar, en los lugares donde se requiera.
- 2.2.2 Fortalecer la comunicación y el acceso a la información mediante la APP de servicios generales, asegurando contenidos claros, oportunos y de fácil consulta para las personas asociadas.
- 2.2.3 Organizar y ejecutar miniferias virtuales orientadas a la divulgación de los servicios disponibles y, cuando sea viable, complementar estas actividades con atención presencial en sitio.
- 2.2.4 Diseñar y ofrecer líneas de subsidio y crédito en condiciones preferenciales, dirigidas a las personas asociadas y sus familiares directos, como apoyo a su bienestar y acceso a servicios esenciales.
- 2.2.5 Consolidar los sistemas de medicina prepagada, tales como *Medismart*, *Salud 360* y otros esquemas similares, con el objetivo de fortalecer la cobertura, los beneficios y el valor agregado para las personas asociadas y sus familias.

2.3 Objetivo

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

Acciones:

- 2.3.1 Actualizar y adquirir el equipamiento médico necesario, con el fin de garantizar la prestación de un servicio eficiente, seguro y de alta calidad.
- 2.3.2 Optimizar, simplificar y reducir los procesos operativos y los tiempos de espera, con el objetivo de mejorar la experiencia, el confort y la satisfacción del paciente.
- 2.3.3 Habilitar jornadas extraordinarias de atención, de acuerdo con la demanda del servicio, como medida para disminuir los tiempos de espera y ampliar la capacidad de atención.
- 2.3.4 Desarrollar, en coordinación con el área de Tecnologías de la Información (TI), un sistema propio de gestión de citas, que permita el agendamiento directo, así como la implementación de recordatorios y confirmaciones automáticas para las personas usuarias.
- 2.3.5 Mantener y fortalecer la oferta del paquete de diagnóstico, el cual incluye revisión clínica, escaneo y cuatro radiografías, facilitando una evaluación integral inicial a un costo más accesible en comparación con la contratación individual de cada procedimiento.

- 2.3.6 Reforzar la comunicación de las facilidades y mejoras del servicio, mediante el uso estratégico de herramientas tecnológicas, tales como el escáner digital, el equipamiento complementario y el sistema CRM.

Mercadeo (promoción y divulgación)

"Un año de transformación digital, innovación constante y compromiso con la excelencia en el servicio a nuestros asociados. Juntos construimos el futuro de ASETEC."

2.4 Objetivos:

- a) Implementar un plan integral de medios, alineado con las épocas y fechas especiales del año, garantizando su difusión coordinada y oportuna a través de todos los canales de comunicación disponibles.
- b) Mantener una estrategia de divulgación permanente sobre los servicios, programas y actividades que ofrece la Asociación, incorporando herramientas tecnológicas que faciliten el acceso a la información, la interacción y la gestión eficiente de trámites.
- c) Reactivar la campaña de información y actualización de datos, mediante visitas programadas a las diferentes sedes del Tecnológico de Costa Rica (TEC), con el fin de fortalecer el vínculo con las personas asociadas.
- d) Ejecutar la estrategia de comunicación y promoción del 45.º Aniversario de ASETEC, en coordinación con las distintas áreas y competencias de la Asociación, asegurando coherencia institucional y alto impacto comunicacional.
- e) Digitalizar los procesos de afiliación y reingreso, optimizando la gestión administrativa, reduciendo los tiempos de atención y mejorando la experiencia de las personas usuarias.
- f) Diseñar e implementar un Programa de Bienestar Integral, orientado al fortalecimiento de la calidad de vida de las personas asociadas, mediante acciones preventivas, formativas y de acompañamiento.

Acciones:

- 2.4.1 Consolidar la Comisión de Branding como un equipo de trabajo interdisciplinario, integrado por personas asociadas y personal con experiencia en comunicación, mercadeo y medios digitales, con el objetivo de posicionar las nuevas marcas de ASETEC y garantizar una comunicación clara, coherente y efectiva.
- 2.4.2 Mantener una estrategia de divulgación permanente sobre los servicios, programas y actividades que ofrece la Asociación, asegurando consistencia y continuidad en los mensajes.
- 2.4.3 Realizar visitas periódicas a las personas asociadas, con el fin de dar a conocer los nuevos servicios, fortalecer el vínculo institucional y atender consultas de manera oportuna.
- 2.4.4 Desarrollar y poner a disposición manuales digitales que faciliten el uso de los medios virtuales y la gestión de trámites en línea por parte de las personas asociadas.

- 2.4.5 Brindar procesos de formación e instrucción en temas solidaristas, fortaleciendo el conocimiento, la identidad y el compromiso con los principios del solidarismo.
- 2.4.6 Proyectar de manera oportuna, transparente y eficiente la gestión de ASETEC, fortaleciendo la confianza y la percepción positiva de la Asociación.
- 2.4.7 Incluir y mantener información actualizada en todos los medios de comunicación institucionales y canales de atención al cliente.
- 2.4.8 Ejecutar promociones, sorteos y actividades interactivas en redes sociales y medios del BP, con el propósito de atraer audiencia, fortalecer la presencia de marca e incentivar la afiliación de empresas a *Kakaomarket.cr*.
- 2.4.9 Elaborar y ejecutar un cronograma de publicidad para las diferentes unidades comerciales, asegurando una planificación ordenada y estratégica de las campañas.
- 2.4.10 Diseñar un plan de medios internos orientado a la divulgación clara y oportuna de las condiciones crediticias.
- 2.4.11 Implementar una campaña permanente de afiliación y actualización de datos, que facilite la incorporación de nuevas personas asociadas y mantenga información institucional actualizada.
- 2.4.12 Desarrollar y ejecutar una campaña de salud preventiva, orientada al bienestar integral de las personas asociadas.
- 2.4.13 Implementar campañas digitales que fomenten la participación, la interacción y el dinamismo en todos los canales digitales institucionales.
- 2.4.14 Realizar estudios de mercado con el fin de desarrollar estrategias publicitarias más segmentadas y ofrecer productos y servicios alineados con las necesidades reales de las personas asociadas.
- 2.4.15 Promover activamente el uso de la aplicación de ASETEC, mediante una campaña específica dirigida a incrementar su adopción y aprovechamiento.
- 2.4.16 Iniciar campañas en Google Ads y ejecutar estrategias de retargeting, orientadas a captar personas usuarias que no hayan completado procesos de compra o afiliación.
- 2.4.17 Desarrollar campañas con creadores de contenido nano y micro, con el objetivo de aumentar la visibilidad de los servicios en nichos específicos y fortalecer la credibilidad de marca.
- 2.4.18 Consolidar el sistema de Customer Relationship Management (CRM) como una herramienta estratégica para mejorar la atención, el seguimiento de los servicios y la toma de decisiones basada en datos

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).

2.5 Objetivo

- a) Además de la plusvalía, la contingencia y la oportunidad que representan las propiedades adquiridas por ASETEC, ubicadas en el sector sur del campus, se plantea otorgarles un uso temporal que responda a la necesidad existente de espacios de parqueo y otros servicios complementarios para la comunidad del TEC y, cuando sea viable, para clientes externos. De manera paralela, se llevará a cabo la planificación de su uso futuro, alineada con los objetivos estratégicos de la Asociación.
- b) La Junta Directiva y la Gerencia de ASETEC han dado seguimiento permanente al mercado inmobiliario y han realizado los estudios técnicos necesarios para respaldar la toma de decisiones oportunas sobre los bienes inmuebles de la Asociación. Para el período 2026, se ha contemplado presupuestariamente la realización de estudios de prefactibilidad orientados a verificar a la idoneidad de negocios ya planteados e identificar nuevas alternativas fuera del campus, incluyendo la valoración de posibles usos de los bienes inmuebles. Durante el desarrollo de estos estudios, los terrenos recibirán únicamente las mejoras mínimas indispensables y el mantenimiento correspondiente, asegurando la conservación de su valor y funcionalidad.

Acciones:

- 2.5.1 Acondicionar el espacio mediante el desarrollo de infraestructura básica, orientada a su uso temporal y a la prestación de servicios, para lo cual se contempla:
 - Realizar estudios de prefactibilidad sobre los posibles usos de los bienes inmuebles, que respalden técnica y financieramente la toma de decisiones.
 - Mantener el espacio debidamente acondicionado y, de ser necesario, ejecutar obras de infraestructura básica de protección.
 - Gestionar y tramitar los permisos requeridos ante las instancias correspondientes.
 - Implementar un cierre perimetral con un sistema flexible, una vez obtenidos los permisos necesarios
 - Efectuar movimientos básicos de tierra y la colocación de material permeable, que garantice condiciones adecuadas de uso y drenaje.
 - Desarrollar la infraestructura básica y tecnológica necesaria para la operación eficiente del espacio.
 - Brindar servicios prioritariamente a clientes internos del campus y, cuando sea viable, complementar la oferta con atención a clientes externos.
- 2.5.2 Valorar la ampliación de servicios mediante el desarrollo de una infraestructura de mayor escala, para lo cual: Con base en lo establecido en el objetivo, y considerando los resultados de los estudios de mercado y viabilidad, se analizará

la factibilidad de ejecutar, en períodos futuros, obras de mayor envergadura y procesos de acondicionamiento que permitan ampliar la cartera de servicios e incorporar otros negocios de conveniencia.

Actividades Solidaristas a Nivel Nacional

2.6 Objetivo

Participar de manera proactiva en el ámbito nacional para la defensa de la Ley N.º 6970, mediante la articulación y participación en las distintas uniones y espacios del movimiento solidarista, tales como la Alianza Solidarista, la Red Solidarista de Universidades Estatales y cualquier otra instancia que ASETEC considere pertinente, con el fin de salvaguardar y promover sus intereses individuales y colectivos.

Acciones:

- 2.6.1 Impulsar la creación de la Federación de Asociaciones Solidaristas de Universidades Estatales, como un espacio de articulación, coordinación y representación de intereses comunes.
- 2.6.2 Mantener una participación y estratégica en la Alianza Solidarista, con el propósito de acceder a información de primera mano y contribuir en la toma de decisiones relacionadas con asuntos de interés nacional y sectorial.
- 2.6.3 Explorar y analizar otras formas de organización y articulación, que permitan fortalecer la protección de los derechos, los intereses particulares de ASETEC y los del sector solidarista en su conjunto.
- 2.6.4 Evaluar nuevas vías de participación en la realidad nacional, orientadas a la defensa, promoción y proyección de los principios e ideales contemplados en la Ley N.º 6970, que sustenta la actividad de las Asociaciones Solidaristas.
- 2.6.5 Promover y defender, de manera conjunta con la Alianza Solidarista y otras organizaciones representativas del sector, la razón de ser del solidarismo y su carácter social, conforme a lo establecido en la Ley N.º 6970.
- 2.6.6 Proveer información oportuna, técnica y veraz a las entidades gubernamentales, gestores de proyectos de ley y demás actores relevantes, con el fin de prevenir, mitigar o evitar iniciativas que puedan afectar o poner en riesgo el desarrollo del solidarismo en el país.

**Presupuestos 2026 y Estado de Resultados
Proyectado**

ASETEC
PRESUPUESTO 2026
PRESUPUESTO DE EFECTIVO
(en millones de colones)

Saldo al 31 de diciembre 2025	¢4 474
Menos:	
Cancelación de Excedentes 2025	¢705
TOTAL	¢3 769
Menos:	
Proveedores y Otros	¢100
TOTAL	¢3 669
Más:	
Ingresos del periodo (Anexo 1)	¢6 491
Menos:	
Egresos del periodo (Anexo 2)	¢5 737
Saldo en caja al 31 de diciembre 2026	¢4 423

ASETEC ANEXO N° 1 INGRESOS DE EFECTIVO (Expresado en millones de colones)		
	2025	Proyección 2026
Ahorro Ordinario de Asociados	1 325	1 400
Aporte Institucional	525	560
Amortización de Préstamos	1 450	1 475
Amortización Cuentas por Cobrar	250	275
Intereses sobre Préstamos	940	972
Intereses sobre Convenios	2	2
Intereses sobre Inversiones	239	248
Ingresos Sección Gimnasio	347	361
Ingresos Sección Bienestar y Salud	51	60
Ventas Kakao Market (Librería/Soda)	321	369
Ingresos Convenios	8	10
Ventas de Contado Cafetería	117	130
Ahorro Voluntarios	625	625
Otros Ingresos	10	4
TOTAL	6 210	6 491

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)		
	2025	Proyección 2026
Préstamos (Estimación)	2 500	2 500
Compras Sección Kakao Market (Librería/Soda)	246	283
Compras Cafetería	77	85
Liquidación de Asociados	1 000	1 300
Gastos Financieros	120	124
Gastos Sección Kakao Market (Librería/Soda)	71	74
Gastos sección Financiera	335	382
Gastos sección Odontología	49	54
Gastos sección Gimnasio	247	255
Gastos sección Cafetería	31	36
Gastos Actividades Sociales	52	67
Ahorros Extraordinarios	825	825
Compra Activos Fijos (Monto asignado)	75	70
Remodelaciones (Monto asignado)	70	65
TOTAL	5 698	6 119

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. Dentro del rubro Gastos Sección Financiera se ha contemplado el presupuesto para atender la supervisión de SUGEF o Auditoría según se requiera, lo que explica el incremento en la previsión de gastos 2026.

ASETEC- ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS

Del 1° de Enero al 31 de Diciembre de 2026

(Expresado en millones de colones)

Ventas netas Librería	¢154	
Convenios Librería	¢10	
Ventas netas Soda	¢216	
Ventas Cafetería el Lago	¢130	
Servicios Bienestar y Salud	¢60	
Servicios del Gimnasio	¢361	
Intereses sobre préstamos	¢972	
Intereses sobre Inversiones	¢248	
Intereses sobre Convenios	¢2	
TOTAL DE INGRESOS		¢2 152
COSTO DE VENTAS		¢369
EXCEDENTES BRUTOS		¢1 784
TOTAL DE GASTOS		¢1 058
Otros Ingresos	¢4	
EXCEDENTES PROYECTADOS SIN RESERVA LEGAL		¢730
Reserva Legal Estimada 2%	¢15	
EXCEDENTES NETOS PROYECTADOS		¢715