

Casos y empresas manejadas por Image & Value Management

B. SECTOR PÚBLICO

Proyecto completo para crear una Fundación de Becados en la Universidad Nacional, con aporte del sector privado. (1990-1991)

Estrategia:

- Realizar la logística completa y su implementación estratégica para crear una Fundación de Empresarios que apoyaran a estudiantes de la Universidad Nacional.

Logro:

- Dejar el proyecto implementado, logrando en su primer año, becar a 5 estudiantes de alto rendimiento y bajos recursos económicos.

Campaña nacional para la instalación y apertura de las rutas del tren interurbano (Intertren) (1992-1994). Heredia, Pavas y Cartago

Proyecto contratado por el Instituto Costarricense de Ferrocarriles (INCOFER)

Estrategia:

- Crear un convencimiento en la población, medios de prensa y autoridades sobre la necesidad del tren interurbano

Logro: El Intertren funcionó hasta que un Presidente lo clausuró, pero años más tarde, un nuevo gobierno le dio vida, con las mismas locomotoras importadas durante nuestro asesoramiento y con los mismos recorridos,

Congreso Latinoamericano de Ferrocarriles (1993)

En coordinación con el INCOFER y la Asociación Latinoamericana de Ferrocarriles (ALAF) se realizó este encuentro en San José.

Estrategia:

- Convencer a las autoridades de toda Latinoamérica que Costa Rica era una sede ideal para el congreso, y que el país estaba reactivando su actividad ferroviaria, como lo estaba haciendo.

Logro:

- Máxima participación en ALAF, siendo Costa Rica país sede. Hasta el 2006, Costa Rica no ha logrado ser sede nuevamente del congreso.

Entrega de buses a la comunidad de Hatillo (1993)

Estrategia:

- Apaciguar las constantes quejas de la comunidad y mejorar la imagen corporativa de METROCOOP, como buen ciudadano.

Logro:

- METROCOOP llegó para quedarse.

Campaña nacional para disminuir los impuestos al sector cafetalero (1994-1995)

Estrategia:

- Reunir en una sola comisión a todos los sectores cafetaleros del país (Exportadores, Beneficiadores, Tostadores, Productores, Campesinos, Cooperativistas e Institucional)
- Plantear y concientizar en diversas instancias gubernamentales (Poder Ejecutivo, Legislativo, Sala Constitucional) los altos y discriminatorios gravámenes a la producción de café.
- Manejar integralmente y acercar a los medios de comunicación y sectores de opinión hacia el tema que no era de su dominio.
- Organizar marchas nacionales masivas, conferencias de prensa, discursos, foros, espacios pagados para apoyar el tema, logrando una exposición unificada.

Logro:

- Por ser un proceso lento, donde intervinieron los diputados y el mismo Presidente de La República, el trabajo se desempeñó desde agosto de 1994, hasta setiembre de 1995, fecha en que se logró la aprobación, mediante Ley, de las reformas propuestas.

Proyecto de transformación institucional y de proyección informativa del Instituto Nacional de Aprendizaje (INA). (1995-1996)

Estrategia:

- Investigación y recomendación de cambios en los sistemas de trabajo operativo, de recursos humanos, de imagen del INA.

Logro:

- Durante 18 meses de labor se transformó todo el sistema operativo de la institución.
- Centralización de fondos en los medios idóneos
- Exposición informativa de las actividades del INA
- Diseño de campañas para radio y televisión, prensa escrita.

Campaña de proyección para el Instituto Costarricense de Pesca y Acuicultura (INCOPECA). (1995-1996)

Estrategia:

- Diseño y ejecución de estrategia de imagen y medios de comunicación para un año.

Logro:

- Se ejecutaron la mayor parte de las actividades propuestas en nuestro proyecto, logrando presencia muy efectiva de la entidad en los medios de comunicación.

Miembro integrante de la Comisión Nacional para Reestructuración del ICAFE (1995-1997)

Estrategia:

- Participar como miembro activo de un comité empresarial de caficultores para entender, interpretar las necesidades futuras del ICAFE para así recomendar una estrategia que conviniera al país y a los caficultores.

Logro:

- Este trabajo se desarrolló desde finales de 1995 hasta su aprobación en 1997, donde por Ley, el ICAFE se desvinculó de la Autoridad Presupuestaria, brindándole mayor independencia en su accionar.

Congreso Latinoamericano de Caficultura (1997)

Estrategia:

- Lograr la máxima asistencia y cobertura informativa, mediante el diseño y ejecución del plan propuesto.

Logro:

- Publicaciones en los principales medios de comunicación del país
- Asistencia de 175 representantes internacionales

Cumplimiento de FONECAFE (1997)

Estrategia:

- Demostrar a la opinión pública nacional, que el sector cafetalero cumple con sus compromisos económicos y sociales, tras el préstamo que le otorgó el Gobierno debido a los bajos precios internacionales del café.

Logro:

- Posicionamiento positivo de FONECAFE, más del 25 publicaciones positivas en una semana, Editoriales y comentarios a favor del sector cafetalero.

Estrategia de Imagen para el Area de Apoyo y Defensa del Consumidor, del Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC) (1997-1998)

Estrategia:

- Investigar, medir la percepción y conocimiento existente sobre la nueva Ley del Consumidor y desde sus hallazgos posicionar los alcances de esta ley a través del uso extensivo de las relaciones públicas, publicidad, exposiciones, conferencias, establecer el Día del Consumidor, etc.

Logro:

- Todo el público entendió que la base principal de defensa del consumidor, empieza con el lema “pida su factura”, que fue lo impulsado durante la campaña.

Campaña genérica a nivel nacional para estimular el consumo de café entre los jóvenes (ICAFE) (1998)

Estrategia:

- Lograr que los jóvenes prueben otras presentaciones de café, que no es la presentación tradicional y que de esta manera adquieran un valor diferente al café de Costa Rica

Logro:

- Se posicionó el conocimiento de que los jóvenes reconocen que el Café de Costa Rica es un buen café. Se aumentó el consumo en bares y restaurantes juveniles del iced coffee.

Firma del convenio de la reapertura del Ferrocarril en Limón. (Octubre 1998)

Estrategia:

- Mostrar a la comunidad nacional la importancia de reactivar el Sistema Ferroviario Nacional, mediante técnicas de Relaciones Públicas. (El gobierno anterior había cerrado el ferrocarril)

Logro:

- Empresarios confiaron nuevamente en el transporte de carga para movilizar sus mercancías en Limón. Cobertura total de prensa, con más de 25 publicaciones en una semana.

Reinauguración del Muelle de Puntarenas y el Centro de Atención Turístico en Plaza de Artesanías. Provincia de Puntarenas (Octubre, 1998). Comisión Puntarenas por Siempre

Estrategia

- Lograr el orgullo de los Puntarenenses por el nuevo Muelle, con la participación popular y de las escuelas.

Logro:

- Ver la llegada del primer Crucero de Lujo en Puntarenas y con el consecuente beneficio para la comunidas porteña.

Inauguración de las obras de dragado. Puntarenas. (Febrero 1999)

Estrategia:

- Coordinación directa con la empresa Belga, Baggerwerken Decloedt een Zoon, para que las obras se realizaran en el menor tiempo posible, después de más de una década de no haber dragado el puerto. Conscientización en la población y exportadores de la importancia de que se parara el puerto por periodos

Logro:

- Con esta obra los barcos de gran tamaño pueden atracar en Caldera, lo que proveyó a la Administración de imagen proactiva dentro de los usuarios de esta terminal de carga y turismo receptivo. La población de Puntarenas apoyó todas las obras.

Campaña de aceptación hacia la concesión de los ferrocarriles (1998- 2002)

Estrategia:

- Conseguir la aceptación para el nuevo funcionamiento y concesión de los trenes.

Logro:

- Presentación en New York del proyecto para varios interesados. Luego el Gobierno sentaría otras bases y medidas de precios que influyeron en la nula participación de empresas extranjeras.

Visita del Concorde a Costa Rica (enero de 1999)

Estrategia:

- Lograr un conocimiento adecuado de que el Concorde no produce ruido sónico y que Costa Rica se benefice de la presencia del avión y sus turistas.

Logro:

- Más de \$900 mil en publicaciones de prensa. Una de las más grandes conglomeraciones de ciudadanos (sin que les molestara el ruido), para la llegada del Concorde.

Estrategia para la Concesión de los Puertos del Pacífico (1999- 2002)

Estrategia:

- Involucrar mediante tácticas, informaciones y actividades, a todos los actores nacionales e internacionales, para que las concesiones que modernizarán las terminales portuarias de la Costa Pacífica, se lleven a cabo, sin detrimento de las garantías laborales de los trabajadores del INCOP.

Logro:

- Firma del Convenio entre las organizaciones laborales y la administración, donde se respetan sus derechos como trabajadores
- Firma del Adendum a la convención Colectiva del INCOP
- Proyecto de Ciudad Puerto presentado a la Administración, realizado con organizaciones laborales y la Universidad Nacional.
- Cooperación del Banco Mundial en las negociaciones.
- Cooperación de la Organización Internacional del Trabajo en las negociaciones.
- Capacitación a los trabajadores para que busquen otras opciones laborales junto con otras entidades gubernamentales
- La firma de los contratos para la concesión de tres importantes obras, están por concretarse, gracias al cabildeo realizado durante más de tres años.

Reunión de Ministros y Procuradores de Justicia de las Américas (marzo, 2000)

Estrategia:

- Lograr que las entidades involucradas mostraran a Costa Rica como un país ampliamente capacitado para efectuar encuentros internacionales de gran envergadura.
- Coordinar con el Ministerio de Justicia y Gracia, PNUD, ILPES, ILANUD y la OEA, la visita de los Ministros y Procuradores de Justicia de las Américas para lograr la más alta asistencia a eventos de este tipo, incluida la Ministra de Justicia de los EEUU, Janet Reno.

Logro:

- Éxito rotundo en toda la actividad, tanto por su coyuntura temática, como por las actividades sociales programadas, la cobertura de prensa y satisfacción del Departamento de Justicia y de Defensa de los EEUU por la colaboración brindada. Más de 100 noticias de prensa en una semana.

II Reunión de la Comisión Interamericana de Puertos de la Organización de Estados Americanos (OEA) (setiembre del 2001)

Estrategia:

- Demostrar nuevamente ante la OEA que Costa Rica es capaz de organizar y ser sede de un evento de esta magnitud, luego de la reunión de Ferrocarriles de Latioamérica.

Logros:

- Poner a Costa Rica como vitrina mundial para realizar eventos de gran importancia.
- Satisfacción de los 225 participantes