

Datos Personales:

Leticia Arguedas Solís
Nacionalidad: Costarricense.
Cédula: 109580887
Teléfono: 506-85017777
Dirección: San José, Costa Rica
Correo electrónico: larguedas2010@gmail.com

Formación académica:

- Maestría en Administración de Empresas con énfasis en mercadeo (Universidad Latina)
- Administración y Gerencia, Programa de Especialización (University of Pittsburgh, Pensilvania)
- Licenciatura en Comunicación de Mercadeo (Universidad Latina de Costa Rica)
- Bachillerato en Publicidad (Universidad Latina de Costa Rica)
- Educación media, Intercambio cultural (Kantonsschule am Burggraben, St. Gallen, Suiza)

Experiencia Laboral:

• Gerente de Mercadeo y Relaciones Públicas (Banco Davivienda Costa Rica) 2012-2021

Responsable del diseño y movilización de la estrategia de construcción de marca (ATL-BTL) y reputación para la operación en Costa Rica, en coordinación con la casa matriz y demás países de la región. Enfoque en la transformación hacia el marketing digital.

Liderazgo inspiracional reconocido a través de los estudios de Compromiso Interno, logrando ser el segundo mejor equipo de la operación local.

Dirigir los equipos de outsourcing: agencias de Publicidad (local y regional), Relaciones Públicas, BTL, de Infraestructura en gran formato, Estrategia Digital y redes sociales y de Producción Audiovisual.

Diseño del plan estratégico de relaciones públicas y mercadeo ante todos los públicos de interés (reguladores, clientes, colaboradores, junta directiva, gobierno, periodistas, entre otros).
Diseño del Manual de Crisis de Comunicación, reconocido como "Best Practice" para la región.



Vocera institucional. Movilicé activamente la estrategia de Innovación de Grupo Bolívar y obtuve reconocimientos en el área.

Durante mi trayectoria en la empresa tuve a cargo otras áreas adicionales como Servicio al Cliente, Comunicaciones Internas y Responsabilidad Social.

• **Gerente de Mercadeo, Comunicaciones y RSE (HSBC, Costa Rica) 2010-2012**

Asegurar la debida diligencia del proceso de rebranding de HSBC a Davivienda con éxito tanto en la llegada de la nueva marca como en la salida de HSBC.

Liderar el proceso de Brand Health Index para CR, de la marca financiera #1 del mundo en 2010.

Implementar y alinear las estrategias locales con las regionales / globales, en la consecución de la estrategia de negocio en un entorno local muy competitivo.

Estructurar de cero la gestión de comunicaciones internas y relaciones públicas.

Fortalecer la estrategia de RSE de HSBC en Costa Rica a partir de las herramientas globales disponibles y en sintonía con las oportunidades locales para el fortalecimiento del voluntariado y las relaciones con stakeholders.

Reporte directo al Presidente Ejecutivo, miembro del Management Committee, y reporte matricial a la oficina regional en México para cada una de las disciplinas que tuve a mi cargo.

• **Directora Comercial (Republica Media Group, Costa Rica) 2003-2010**

Responsable del diseño e implementación de estrategias comerciales de publicidad y otros tipos de ventas, que permitieron el desarrollo y crecimiento de la empresa, incrementando las ventas de forma sostenida año con año en un 25%-30%.

Desarrollo de estrategias publicitarias a la medida para clientes comerciales en distintas latitudes (Miami, New York, España, Centroamérica, Colombia, etc).

Liderazgo en la consolidación de relaciones comerciales con los gerentes generales y gerentes de mercadeo de las principales industrias de la región.

Lanzamiento de nuevos productos editoriales impresos y digitales: Estilo Ejecutivo, Su Casa, CR+, CentralAmericaData, entre otros.

Líder del equipo de ventas y soporte para el equipo editorial.

• **Gerente de Mercadeo (Universidad Americana, Costa Rica) 1999-2002**

Implementación de innovadoras estrategias de comunicación que apoyaron directamente el sobresaliente resultado en matrículas, con un logro del 200% en el primer cuatrimestre, considerando que era una marca nueva en el mercado. Diseño e implementación de estrategias efectivas de relacionamiento, lobby y PR con los distintos stakeholders.