MASTERCLASS



MASTERCLASS: PROTECCIÓN DE LAS PERSONAS CONSUMIDORAS: ESTRATEGIA, CONFIANZA Y VALOR

UNIVERSIDAD FUNDEPOS DE COSTA RICA

Duración	Fecha	Modalidad	Inversión
6 Horas	**23 de noviembre** **Grupo 1: 9:00 a.m. a 12:00 m.d.** **Grupo 2: 2:00 p.m. a 5:00 p.m.**	**Presencial** **Hotel Radisson**	**₡135.000 IVA Incluido**

PROPÓSITO DEL PROGRAMA

La Masterclass Protección de las Personas Consumidoras: Estrategia, Confianza y Valor ofrece una visión estratégica sobre la importancia de la protección al consumidor como elemento fundamental para fortalecer la confianza, la reputación institucional y la sostenibilidad empresarial.

Durante esta experiencia formativa, los participantes conocerán los principios de conducta de mercado, transparencia, trato justo, gestión de riesgos y buenas prácticas de gobernanza, desarrollando criterios para integrar la protección de las personas consumidoras en la toma de decisiones organizacionales y la generación de valor sostenible.

¿A QUIÉN ESTÁ DIRIGIDO?

Al finalizar la masterclass, los participantes contarán con conocimientos y criterios estratégicos para comprender y supervisar la protección de las personas consumidoras, identificar riesgos regulatorios y reputacionales, promover prácticas de comercialización responsable y fortalecer los mecanismos de transparencia, gobernanza y rendición de cuentas. Asimismo, podrán contribuir a la implementación de una cultura organizacional centrada en el consumidor, orientada a generar confianza y valor sostenible.

BENEFICIOS DEL MASTERCLASS

- Visión estratégica: comprender la protección al consumidor como una herramienta para generar confianza y valor empresarial.
- Gestión de riesgos: identificar riesgos regulatorios, reputacionales y de conducta de mercado.
- Fortalecimiento institucional: promover buenas prácticas de gobernanza, supervisión y rendición de cuentas.
- Confianza y reputación: desarrollar criterios para mejorar las relaciones con clientes y personas consumidoras.
- Toma de decisiones: incorporar principios de transparencia, trato justo y responsabilidad empresarial.
- Actualización profesional: conocer tendencias regulatorias y buenas prácticas internacionales en protección al consumidor.

MASTERCLASS EN

PROTECCIÓN DE LAS PERSONAS CONSUMIDORAS: ESTRATEGIA, CONFIANZA Y VALOR

CONTENIDO

Tema 1: Persona Consumidora y Generación de Valor

- Evolución de la protección al consumidor.
- La persona consumidora como eje estratégico.
- Experiencia del cliente y creación de valor.
- Transparencia y confianza.
- Expectativas de las personas consumidoras.
- Cultura organizacional centrada en el consumidor.
- Impacto de las decisiones empresariales en la percepción y confianza del mercado.

Tema 2: Conducta de Mercado y Protección al Consumidor

- Derechos de las personas consumidoras.
- Trato justo y equitativo.
- Deber de información y transparencia.
- Comercialización responsable de productos y servicios.
- Publicidad y comunicación responsable.
- Gestión de conflictos de interés.
- Protección del consumidor financiero y de seguros.
- Protección de datos y privacidad.

Tema 3: Riesgo, Reputación y Confianza

- Riesgo reputacional asociado a la atención de consumidores.
- Gestión de reclamos y quejas.
- Alertas e incidentes que afectan a las personas consumidoras.
- Riesgo regulatorio y de cumplimiento.
- Gestión de crisis vinculadas con clientes y usuarios.
- Indicadores de confianza y satisfacción.
- Aprendizaje organizacional derivado de reclamaciones y experiencias de servicio.

Tema 4: Gobernanza y Supervisión Estratégica

- Rol de la Junta Directiva en la protección de las personas consumidoras.
- Rol de la Alta Gerencia y la administración.
- Gobernanza de la protección al consumidor.
- Conducta de mercado como responsabilidad institucional.
- Supervisión, monitoreo y rendición de cuentas.
- Indicadores estratégicos para órganos de dirección.
- Tendencias regulatorias y mejores prácticas internacionales.
- Protección de las personas consumidoras como generador de valor sostenible.

MASTERCLASS EN

PROTECCIÓN DE LAS PERSONAS CONSUMIDORAS: ESTRATEGIA, CONFIANZA Y VALOR

BIODATA

Danilo Montero

Economista. Universidad de Costa Rica
MBA (Banca y Finanzas). Universidad Interamericana de Puerto Rico
Corporate Entrepreneurship Program: Innovating for growth. Babson Executive Education (Boston, Mass).
Graduado del Programa de Microfinanzas del Boulder Institute (2012. Arequipa, Perú). Diplomado en Inclusión Financiera (2021), programa patrocinado CAF Banco de Desarrollo de América Latina.

Fue Subgerente General de la Bolsa Nacional de Valores (1995-2000), director de la Junta Directiva General de Banco de Costa Rica (2002-2005), y director de la Junta Directiva de BCR Pensiones. También fue Director por 7 años de Financiera FDL en Nicaragua.

Superintendente General de Valores (2005-2007), miembro de la Junta Directiva de ACORDE (2009-2011), y durante casi seis años se desempeñó además como Director Ejecutivo de ACORDE (2011-2016).

Desde 2018 y hasta la fecha es el Director General de la Oficina del Consumidor Financiero

Pedro Aguilar

Economista con Máster en Gestión de Riesgos. Se desempeña como Director de la Academia de Gobierno Corporativo y Riesgos de la Universidad Fundepos, y es profesor de posgrado en el área de riesgos en la Universidad de Costa Rica.

Cuenta con más de 15 años de experiencia asesorando organizaciones en la implementación de modelos de Gobierno Corporativo, Gestión de Riesgos y Cumplimiento.

Su trayectoria profesional incluye el diseño e impartición de talleres especializados y programas de formación dirigidos a entidades reguladas, así como la ejecución de procesos de consultoría y evaluación de modelos de gestión.

Su enfoque combina rigurosidad técnica, experiencia práctica y una visión estratégica orientada al fortalecimiento institucional, la toma de decisiones informada y la generación de valor sostenible en las organizaciones