

## Acta Sesión Extraordinaria 12-24

Al ser las 18:08 minutos de este 22 de agosto del 2024, vamos a iniciar la sesión extraordinaria número 12-2024, sesión que realizamos de manera virtual es virtuales. virtual bajo la cuenta 573 29066 a nombre del Colegio Periodista Fondo Mutualidad y al amparo del artículo 10 del reglamento de sesiones virtuales.

### Presentes:

Wilberth Quesada Céspedes	1-0749-0357	Presidente	San José Centro, oficina.
Ana Lorena Hernández Moreno	4-0186-0858	Secretaria	Heredia, casa de habitación.
Laura González Picado	1-0779-0322	Tesorería	Goicoechea, casa de habitación.
Mercedes Quesada Madrigal	1-0703-0066	Vocal I	Desamparados, casa de habitación.
Vicky Luna Salas	2-0469-0427	Vocal II	Cartago, La Unión, casa de habitación
Gerardo García Murillo	1-0993-0024	Fiscal	San Pedro, oficina
Carlos Fonseca Bustos	1-0814-0904	Jefe Adm. Financiero	San Sebastián, casa de habitación

### ***ARTÍCULO PRIMERO: ORDEN DEL DÍA***

### ***ARTÍCULO SEGUNDO: ASUNTOS DE LA ADMINISTRACIÓN***

#### 2.1 Plan de mercadeo

Presidente Wilberth Quesada:

Don Carlos, para que se sirva presentar.

Jefe Administrativo Financiero Carlos Fonseca Bustos:

¿Don Wilberth, no tienen que votar el orden del día?

Presidente Wilberth Quesada:

Sí señor, tiene usted toda la razón que es un punto único, votación del orden del día, gracias, don Carlos. Doña Mercedes?

Vocal I Mercedes Quesada:

Aprobado.

Presidente Wilberth Quesada:

Gracias, doña Vicky?

La vocal II Vicky Luna:

Aprobado.

Presidente Wilberth Quesada:

Gracias, doña Laura González?

La tesorera Laura González:

Aprobado.

Presidente Wilberth Quesada:

Gracias, doña Ana Lorena?

La secretaria Ana Lorena Hernández:

Aprobado.

Presidente Wilberth Quesada:

Gracias y por el voto de esta presidencia se aprueba el orden del día como punto único plan de mercadeo.

*Acuerdo 01-12-24: Se aprueba orden del día (Acuerdo en firme y por unanimidad).*

La administración para que lo presente. Les recuerdo que ya don Carlos había hecho la presentación del plan como tal, de manera que lo que se ha agregado fueron las propuestas que las señoras directoras y este director presidente hicieron llegar, y además una consulta que se realizó en virtud de una de las propuestas, para ver el manejo de este tema, del plan de mercadeo. Entonces eso sería como en sustancia lo que se presentaría en este momento para que después lo podamos discutir, adelante don Carlos.

Jefe Administrativo Financiero Carlos Fonseca Bustos:

Ok, si ven la pantalla, ¿verdad?

En aportes de los miembros del consejo tenemos una fila con los nombres de los miembros del consejo, y traté de unir cuáles eran parecidas como para no ahondar en lo mismo. Acá pongo don Wilberth lo que es la contratación Freelance por medio de colegiados quienes traigan otros colegiados, a partir de estas aprobaciones, generar una especie de bonos de reconocimiento económico hacia el colegiado. La de doña Ana Lorena, la puse aquí porque podía estar acá o podía estar en contratación directa, entonces lista de posibles clientes potenciales, persona acta para el puesto de colocación de crédito, que haga un sondeo y al colocar 50 créditos por mes sea bonificado. Don Wilberth, contratación de un tercero por tiempo determinado para que ejecute el plan de mercadeo propuesto. Doña Vicky, comisiones para personas colegiadas que recomienden créditos del fondo y que generen contacto con el fondo y personas solicitantes. Tenemos alianza con el colegio, ésta la aportó Don Wilberth, ahí está más o menos lo que dice, hacer una alianza con el colegio para ellos, para la parte de lo que son afiliaciones de nuevos colegiados e inactivos, y nosotros la parte de crédito. Ahí me dicen si en alguna de las apreciaciones que puse aquí, tal vez era otra la idea. Rifas y promociones doña Laura, realizar rifas que sean atractivas, para llamar la atención y aprovechar para la actualización de datos. Y doña Vicky, en esa misma línea, productos promocionales como gorras, lapiceros, según criterio, que deben darse a personas que

adquieran créditos, también aprovechar para hacer sorteos en redes para posicionar información relevante de los créditos. Doña Laura.

La tesorera Laura González:

Perdón, en lo que yo menciono de las rifas, yo lo que le decía a don Carlos y les sugiero, es que las hagan relacionado con el mes. Por ejemplo, ahora septiembre que viene el mes de la niñez, entonces se podrían comprar un paquete de entradas al cine, una cena y rifar entre los que tengan hijos, aprovechar y hablar de los beneficios del crédito de educación o comprar cosas no sé, equipo de cómputo por decir algo, en octubre hacer la rifa de mamografías, que podría ser de salud y de paso hablar del crédito de salud, pero tienen que llenar el formulario. En el mes de noviembre yo lo planteaba el cáncer de próstata, hacer también una campaña igual de exámenes, pero a cambio de eso podríamos rifar cupones de gasolina o kit para carros y así sucesivamente. O sea, que la rifa esté relacionada con el mes, pero al mismo tiempo obliguemos a que llenen el formulario y nosotros pedir información de los diferentes productos que tenemos. Entonces tal vez podría ser esa dinámica mientras podamos, atraer un poquito más y ya generar, no que dependamos tanto de las rifas, pero sí hacerlos más atractivos de acuerdo al mes de celebración.

Presidente Wilberth Quesada:

Gracias Laura. ¿Ana Lorena? estás en mute.

La secretaria Ana Lorena Hernández:

Si perdón, es que bueno lo que quería preguntar es que cuál sería realmente el valor agregado para conquistar, o motivar a los colegiados o familiares de colegiados que adquieran el crédito?

¿Cuál sería el valor agregado en sí?

Porque es que la vez pasada que yo hablaba con mi amigo que está con el Banco Nacional, yo le dije: pero por qué no te vas para el fondo y haces una refundición de cuenta, y me dice no, porque el Banco Nacional me cobra menos intereses, entonces para mí no es atractivo. Esa fue la respuesta que él me dio. Entonces yo quería saber cuál sería el atractivo para amarrar al cliente.

Presidente Wilberth Quesada:

Gracias Ana Lorena.

Tal vez ahora lo podemos conversar porque es parte del planteamiento que don Carlos había incluido en el plan de mercadeo, con respecto básicamente al tema del crédito. Eso es lo que tenemos que hacer en estos últimos cuatro meses. Pero si les parece, finalizamos ahí la presentación de don Carlos con ese tema de las propuestas, y lo que teníamos previsto de la parte legal de la consulta y entramos con la discusión de cada uno, de lo que cree que debe quedar al final de cuentas de ese plan. ¿Les parece? ¿Don Carlos?

Jefe Administrativo Financiero Carlos Fonseca Bustos:

Entonces estamos acá en la parte de rifas promocionales y promociones, doña Mercedes, opciones motivadoras como rifas o micro becas para motivar el interés. Tenemos la campaña en redes sociales donde doña Vicky nos aporta el levantamiento de capital informativo, ideas entre personas que conformen el consejo, que den sustento al post o diseños de campaña. Visitas presenciales, mantener e impulsar dos visitas mensuales a lugares de trabajo en agencias relacionadas con publicidad o medios, y revisión de tasas de interés. Al ser un Fondo de Mutualidad, específico para personas colegiadas, debe existir una ventaja competitiva en tasas de interés y ventajas comparativas. Estas serían las propuestas.

Presidente Wilberth Quesada:

Un segundito don Carlos, que doña Mercedes tiene levantada la mano. Adelante doña Mercedes.

Vocal I Mercedes Quesada:

No nada más bueno, yo ampliaría el punto que había especificado, pero también, por ejemplo, las rifas que sean artículos que puedan servir a los colegiados, celulares, cámaras, artículos de video, e incluso, una rifa de seis meses de colegiatura paga, o que atraigan nuevos colegiados y se les hace un obsequio. Podría ser incluso colegiaturas, que la persona diga, bueno por cada colegiatura se le paga un mes, por cada colegiado nuevo una colegiatura, cuestiones de ese tipo, como que les

llame más la atención a las personas, porque a veces andan buscando. Y lo de las becas, yo creo que definitivamente puede ser interesante, alguien que quiera llevar un curso universitario, eventualmente se le pueda dar el 50% de la matrícula, por ejemplo, ya eso sería algo que por lo menos a mí me llamaría mucho la atención antes de que me den cualquier otra cosa, o algún curso de especialización o tema pues que pueda llamarse. Pero nada más era así como a manera de observación general.

Presidente Wilberth Quesada:

Gracias Mercedes, doña Vicky?

La vocal II Vicky Luna:

Con respecto al punto de la campaña en redes sociales, que estaba planteada originalmente en la propuesta inicial que nos hizo el fondo, yo quisiera saber y por eso es mi duda, y por eso también los comentarios, de que haya una revisión o un levantamiento primero de capital informativo, y una revisión por parte de los miembros y de la de las personas que integramos este consejo. Quisiera saber si el fondo tiene su propia persona de comunicación, porque a mí si no me parecería que estemos contratando una empresa de digital, o tendría que ser entonces de verdad por un límite de esa campaña muy específica y ahí es donde entra lo que usted dice Wilberth, el cómo. Pero si nosotros debemos de revisar primero esos insumos básicos o construirlos, con esa empresa que se contrate, que yo no sé si se podrá contratar.

Presidente Wilberth Quesada:

Gracias Vicky, don Gerardo?

Fiscal Gerardo García Murillo:

Gracias don Will, ahí tal vez para la consulta y el comentario de Vicky, que realmente parece que está muy apegado. El problema que tenemos con el Fondo, es que el Fondo no tiene una unidad propia de comunicación. Ya sabemos que dependemos para todo de la unidad de comunicación del Colegio. Entonces, antiguamente cuando se han hecho este tipo de acciones, se ha contratado

todo el paquete, por qué? Porque así evitamos la dependencia de esta parte de comunicación con el Colegio, aun así pues obviamente lo que tengamos que pautar en redes del colegio, pues vamos a tener una dependencia, pero es mejor contratarlo todo y que la agencia se encargue de todo y nosotros solo vigilar y monitorear. ¿Por qué? porque si no, entonces después vamos a quedar como en lo mismo, tal vez ponerlo de cierta manera, como pagamos un paquete de servicio y todo eso, pero al final nosotros estamos haciendo el trabajo por el cual en teoría estamos pagando, entonces que estaríamos pagando? nada más la producción, entonces no sé si desde mi perspectiva es mejor que la agencia que se contrate se encargue, inclusive se le podría por una manera temporal y por el tiempo que se dure toda la campaña que se quiera contratar, en la administración de redes, es muy normal que las empresas lo hagan, simplemente lo hacen desde lo que es metas, el meta business, se les da los accesos temporales para que puedan controlar todo ahí, la pauta pagada, la no pagada y demás, y eso pues nos ayudaría muchísimo puesto que nosotros realmente no tenemos una persona. Si recuerdo que Magali apoyaba mucho con ese tema, porque creo que inclusive se le capacitó, pero igual, no es la especialidad de ella, aunque lo ha hecho y nos ha apoyado muy bien en tiempo pasado con esto, pero bueno, ahí yo lo dejo sobre la mesa.

#### Presidente Wilberth Quesada:

Gracias Gerardo. De acuerdo con tu comentario, voy a pasar a doña Laura y después yo tal vez les voy a plantear algo porque si no, pues igual creo que vamos a dar como muchas vueltas sobre esto, pero tal vez Laura así como muy puntual para terminar con este tema del título legal y contable, por favor.

#### La tesorera Laura González:

Yo lo que quiero recordar es que el Fondo es un programa, y por el cual siendo un programa, nosotros no podríamos por la estructura que nosotros tenemos, aumentar la planilla del colegio en este momento, no es posible. Entonces eso por un lado, y hasta el momento se ha venido trabajando así porque proyección no da abasto, entonces que tenga sus propias herramientas. Yo lo que sí considero conveniente es finiquitar la forma de que, el trabajo que se vaya a hacer por este lado y lo que se le va a pedir a proyección, que fue lo que la semana pasada solicitamos y que quisiera saber, por cierto, si la carta fue enviada, porque la semana pasada no vi nada el día martes, y para

el próximo martes que esta asamblea, la asamblea general, a raíz de los cambios que hay que hacer al reglamento para las próximas elecciones, no vi tampoco en correspondencia la carta.

Presidente Wilberth Quesada:

Gracias Laura.

Don Carlos, termine de explicar esto, y tal vez le puede responder a Doña Laura.

Jefe Administrativo Financiero Carlos Fonseca Bustos:

Bueno criterio legal y contable súper importante, primero le preguntamos a don Ramón para que nos hiciera de los dos esquemas los cuales son los más marcados. El primero, el contratar una persona o empresa que nos fuera ya sea por planilla o servicios profesionales, ya sabemos que por planilla no se puede por tema de la asamblea, pero por servicios profesionales si se puede, se puede hacer un contrato bien especificado, delimitar, y eso no va a generar ningún tipo de relación laboral, que es tal vez lo que nos podría preocupar, que una persona que venga y que empiece a generar créditos o a generar algún tipo de trabajo del Fondo, vaya a decir, no mire, yo soy planilla del Fondo y entonces tienen que pagarme vacaciones, aguinaldo, cesantía, y entonces se genera algún problema. Entonces ahí en el contrato que se tiene que hacer muy bien pensado, se establece lo que es el monto que se le pagaría eventualmente, más la parte variable que sería la colocación que esa persona o empresa podría ser, ese sería el esquema uno. El esquema dos es realizar una campaña donde se entreguen comisiones a los colegiados que refieran familiares. Este esquema debería ser debidamente desembolsado. También la campaña por un tiempo definido y el resto del año, el mismo debe tener factura electrónica. Aquí lo que don Ramón nos dice es que este esquema si se puede hacer, pero desde la perspectiva contable, habría que tomar en cuenta lo que es el criterio del contador, porque en un momento él sí pensó que sí se podía hacer, pero yo le dije, no Don Ramón yo tengo que justificar los gastos, si yo le voy a dar un bono, una comisión o algo, de algún lugar tiene que salir eso, entonces sí o si él tiene que darme una factura electrónica. Entonces desde la perspectiva contable, el nuevo contador ahí le pedí el favor que nos hiciera este criterio, el gasto debe ser deducible del ISR, debe pedir factura electrónica al comisionista, el comisionista debe estar inscrito al Ministerio de Hacienda como contribuyente en dicha actividad comercial, porque la actividad comercial de él sería comisionista, ¿verdad? Debe establecer la política de pago de comisiones para la figura de comercialización, esos requisitos para poder pagar



comisiones y cumplir con los requisitos legales. Entonces desde la perspectiva de tener un colegiado que nos refiera y que le pagamos plata, se me ocurre ahí que en esa teoría habría que sacar una campaña: Quiere ganar dinero con el Fondo? o quiere ganar comisiones con el Fondo? Inscríbase. Tiene que tener factura entre los requisitos y esta es la campaña y se hace de esa manera. Estos serían los dos escenarios, el primero ya lo hemos trabajado como la contratación que hicimos con la empresa esta que nos hace los artes y las publicaciones, pero aquí hay que tomar en cuenta algunas cuestiones, bueno, que este esquema de contratación debe salir a cartel, debe salir a concurso, porque no podemos venir y designar a alguien así al dedo, en buena teoría, don Gerardo ahí que me corrija. En este segundo esquema yo creo que sí lo podríamos hacer tomando en cuenta que serían una cantidad de colegiados los que participarían, que refieran, no sé.

Presidente Wilberth Quesada:

Gracias, don Carlos.

Antes de darle la palabra, tal vez para plantear algo que me parece que es importante porque uno tiene que esto que dimensionarlo, por eso decía el tema de las respuestas, ciertamente el tema del bono se nos va a ser muy difícil porque se vuelve discriminatorio, dado que no todos los colegiados están inscritos ante hacienda, y como vemos, necesitamos una factura para poder pagar esa comisión. Entonces ya eso discriminaría a mucha gente que, repito, no va a tener el incentivo para participar por el bono, porque no se va a inscribir en Hacienda, con lo que implica inscribirse en Hacienda, no por el trámite de inscripción en Hacienda, eso es fácil a través del ATV, sino por las responsabilidades que se asumen cuando uno se inscribe en Hacienda, porque tiene que estar declarando, y si no lo hace se meten en una bronca, entonces ahí no hay un incentivo real.

Naturalmente, ya sabemos que el tema de la contratación directa como de planilla tampoco se puede, por la decisión que tomó el colegio, la misma asamblea la ratificó, y finalmente la opción que tenemos es la de la contratación por servicios profesionales, que era igual la que se había planteado desde un principio.

Ahora bien, eso es el cómo, ahora el otro tema es el qué, y el qué, tiene que ver también como para qué, y cuando digo para qué es, a ver, si lo dimensionamos en lo que les resta este año que son cuatro meses, porque vendrá o no una nueva junta, no sabemos en enero próximo, si la actual, algunos de ellos, o todos, o ninguno se va a quedar, o si vendrán otras persona nuevas que vendrán con otras ideas también y naturalmente aunque nosotros somos el Fondo, y como Fondo casi que todos los directores que están aquí eventualmente continuarían, continuaríamos, digo casi todos,

porque en el caso concreto, naturalmente la representante de la Junta Directiva podría cambiar, eso nos pone a nosotros de cara a una realidad que es en enero próximo, eventualmente un cambio.

Yo dado eso, honestamente, pensaría en un plan, y por eso decía ¿para qué? En un plan que nos lleve estos cuatro meses a un puerto, qué es lo que nosotros queremos conquistar, utilizar esa palabra, cumplir con las metas que tenemos. ¿Cuáles metas? Particularmente las de crédito, porque además sabemos y ya vimos el tema de ejecución, cómo estamos, y necesitamos básicamente crecer en temas de crédito en este momento, porque si no, pues nos vamos a quedar con una ejecución baja y con problemas además desde el punto de vista al final de los mismos resultados financieros.

Entonces yo apostaría en función de eso, hacer una campaña que esté más enfocada al tema de traer crédito, olvidándome en este momento un poquito sí, del tema de información, de como ustedes lo quieran decir, hasta nuevos colegiados, etc. Aunque esto involucra traer crédito también posiblemente un poco al tema de colegiados, pero nosotros habíamos aprobado desde el año pasado cuando la asamblea lo aprobó, el tema de incluir a familiares y por lo pronto lo único que llevamos creo que es un crédito de familiar, nada más, quiere decir que por lo pronto eso no voy a decir que es un fracaso porque esa palabra no cabe en este momento con algo que está nuevo, pero le estamos debiendo a lo que apostamos.

Entonces yo me enfocaría mucho en eso, yo apostaría por enfocarme mucho en el tema de crédito, sí, que el tema de lo que ustedes hablan de las rifas y todo eso nos ayuda mucho porque nos promociona, pero no nos lleva a ese puerto, no nos lleva al puerto de conseguir la meta de colocación. Entonces yo ahí me quedaría más con las campañas que podamos realizar, que deberían ser dos o tres, de aquí a diciembre, de crédito, con cosas muy competitivas, bien lo dijo Ana Lorena ahora que expuso el caso del colega amigo de ella, lo que se cuestionó, y en función de eso, obtener un resultado de cierre entonces para diciembre, que además como ya sabemos, también nos permite fondearnos para los temas también de los subsidios y de los servicios médicos y eso que sí es parte de lo que uno debe seguir promocionando.

Entonces, muy en concreto para no alargar y escucharlos a todos, mi apuesta sería por eso, por concentrarnos en contratar algo que nos permita colocar crédito, con los colegiados actuales y con los familiares, que para eso fue que se incluyó la reforma, y apostando a eso aprovechar sí con algunas actividades, voy a decirlo así, subsidiarias a esa meta, que de pronto nos ayuden también a generar algunos nuevos ingresos desde el punto de vista de colegiaturas y etc. Pero ese no es me parece a mí, con todo respeto, no es nuestro fin, ese es el fin del colegio, el Colegio si tendría que

apostar más a eso, más a buscar a eso. Lo nuestro es en sustancia dar crédito, y en función de ese crédito también tener los recursos para dar subsidios y servicios, como el caso de los médicos, que eso sí creo que hay que hacer como una campaña especial para que las ferias y los servicios de salud se promocionen, eso sí estoy convencido, y ahí coincido totalmente con Gerardo, en el sentido de que a esa persona que se contrate, o quien se contrate como agencia, lo que sea, maneje esas redes para la promoción de ese crédito y para la promoción de estos servicios e información de subsidios. Pero bueno, ese es como mi planteamiento.

Me parece que estaba primero doña Mercedes, después doña Vicky, después don Carlos, adelante doña Mercedes.

#### Vocal I Mercedes Quesada:

Estoy sola, entonces digo yo no voy a apagar el micrófono. Yo coincido en su mayoría con el criterio suyo, sin embargo, también pienso que en algún momento podríamos pensar en la posibilidad de tener una dualidad de mecanismos. ¿Por qué? ¿Porque hay algunas personas específicamente, que si tienen el requisito de factura electrónica y que a la larga pues les puede servir e incluso hasta para posicionarse desde su desde su propia condición en un trabajo propio, verdad? En una iniciativa, en un emprendimiento, por así decirlo, y ver esas posibilidades, porque tenemos muchos colegiados que en este momento no tienen un ingreso fijo, pero que esto les daría una posibilidad. Entonces, tal vez valorar las dos. La otra es, bueno, nosotros estamos pensando en ideas, pero en realidad esto hay que dárselo a alguien que sea una persona experta para que nos haga un plan de trabajo específico, definitivamente, porque, muy lindas las ideas, muy buenas, nosotros pensamos lo que creemos que podría suceder, pero bueno, para muestra un botón, en el último año se han hecho varias cosas, y no es que han resultado mal, pero no se hace la apertura total, no se llega a los grupos específicos que deseamos llegar y cuestión de ese tipo. Entonces, si la idea es realmente fortalecer necesitamos a alguien que incluso nos diga, bueno, de acuerdo con el mercado financiero, de acuerdo a las condiciones, las necesidades propias que podrían tener colegiados e incluso familiares en este caso desde esa perspectiva.

Entonces, también es interesante que podamos valorar todos los aspectos, podemos dar las opciones. Yo sé que las rifas y todo el asunto podría ser una opción, pero no son la pomada canaria, hay gente que participa y otra gente que no participa, es más, nunca se da cuenta, pero si hacemos una campaña de fortaleza, de empuje y de fuerza con alguien que realmente conozca cuáles son los movimientos en este momento relacionados a las necesidades e incluso a los gustos, podría ser

mucho más específica y daríamos más en el clavo respecto de eso. Yo opino que se puede hacer una combinación de ambas.

Presidente Wilberth Quesada:

Gracias Mercedes. Doña Vicky, don Carlos y don Gerardo.

La vocal II Vicky Luna:

Gracias. Yo quisiera recordar que nosotros solicitamos y que estábamos proponiendo al menos desde el 1 de julio que se nos presentara una estrategia lo más integral posible, es decir, que presente varias acciones y no solo acciones inmediatas. En ese sentido, la estrategia y como usted bien lo señala Wilberth, coincido en que deba tener plazos y cuál es el plazo inmediato y cuál es el objetivo inmediato.

Está bien, pero no, no se vale ahorita que ya nos presentaron algo más integral y que la hemos enriquecido, decir hagamos solo esta acción. Me parece que, las acciones diferentes deben de trascender en el tiempo, y debe trascender si estoy yo para mañana, o si está usted para pasado mañana. Creo que debemos ser en eso, no quisiera interpretar o más bien quisiera interpretar, que hubo ahí una expresión equivocada y que lo que estamos realmente es planteando algo más a largo plazo para beneficio del Fondo.

Lo otro es que a mí no me parece que se desecha a priori por un concepto personal de que estamos discriminando. Tal vez ahí la palabra es exactamente qué no, no es que se discrimina, es que tal vez no resulte tan atractivo según su criterio, porque hay que hacer esa inscripción en Hacienda, pero cuando alguien no tiene trabajo, o se ofrece estas comisiones, porque yo automáticamente, también es, usted tiene derecho a una bonificación porque recomendó a esta persona y esta persona realmente concreto el préstamo.

Yo sí creo que hay que abrir esa posibilidad y me parece súper bien lo que acaba de decir Merce, la señora directora Mercedes, que se valoran todas las acciones y por supuesto, desde un inicio yo también coincidido con Ana Laura, de un gestor de ventas, con esas metas, yo sinceramente no lo veo en 50 créditos, verdad? Porque no es colocar tarjetas de crédito, el monto del crédito es diferente, todas esas cosas, pero si me preocupa también la base que se le presente al gestor de

ventas, pero una vez aprobada esa figura o la otra figura, yo creo que sí se puede entrar más en detalles y que eso quedaría más a una propuesta concreta de la administración, muchas gracias.

Presidente Wilberth Quesada:

Gracias doña Vicky. Don Carlos, don Gerardo y después doña Lorena.

Jefe Administrativo Financiero Carlos Fonseca Bustos:

Sí, gracias. Yo estaba con la presentación del plan estratégico del plan mercadeo de difusión. Desde un principio siempre dije que no era un plan de inmediatez, sino era largo plazo, y como estamos a las puertas del PAO del otro año, entonces muchas de estas acciones son importantes para poder dar a conocer, para poder ganar fidelidad, tanto desde el punto de vista de regalías, promociones, becas, créditos, aquí hay dos aristas. El poder plasmar muchas de estas ideas en el plan que se va a elaborar tanto para la inmediatez como para largo plazo. Entonces desde aquí rescato algunas.

Lo de la campaña enfocada en crédito me parece muy bien, esa el año pasado fue la que nos sacó del hoyo, como dicen de alguna manera, pero hay que hacerla desde una manera bastante, el año pasado tiramos la casa por la ventana, aquí la idea no será tirar la casa por la ventana, pero si pensar en el crédito que nos va a dar ese monto que ocupamos, que es el crédito hipotecario, compras de hipotecas, y las condiciones que tiene el Fondo son muy competitivas.

Hicimos una revisión de hace como menos de tres, cuatro meses y las condiciones son bastante competitivas con respecto al crédito hipotecario, al fiduciario, y entonces ahí no está de más volver a hacer la misma revisión para ver cómo estamos desde la fecha que se hizo ahora, para ver si necesitamos hacer algún ajuste, entonces podríamos apostar desde esa perspectiva, en esa campaña de inmediatez al crédito hipotecario, al crédito fiduciario y los otros créditos que están ahí tratando de atraer. Tal vez con una buena promoción, bajando un poquito tal vez la comisión de desembolso, mejorando un poco la tasa con respecto a la compra de saldos de otros bancos, que eso es lo que la gente dice, uy si mire, estoy pagando un 25%, aquí el Fondo me da un 14%, me da un 13%, entonces no, la verdad es que esto arregla mi vida, porque definitivamente la cuota me está bajando y entonces estoy soltando salario, me están quedando 30.000, 40.000, 100.000 colones adicionales, entonces pensamos la estrategia desde ahí, la hipoteca, uy si mire, yo ahorita estoy con tal banco que me tiene un 11 % y el Fondo me tiene un ocho y medio los primeros cinco años y después

varía, no esto está bueno, ahí las puertas de, lo difícil ahí es decir uy no pero tengo que volver a gastar en costos, pero se le hace un costo beneficio ahí y entonces dice bueno, ok, tal vez la comisión, no lo voy a cobrar todo, lo voy a cobrar la mitad, se negocia con el abogado a ver si se puede bajar los costos de traslado, eso con el lado de esto. Desde el punto de vista de contratar una empresa para que nos haga la campaña de mercadeo es importante, porque esa campaña, esa empresa, que sea una empresa que se quede con nosotros de aquí hasta el otro año, que nos haga los posteos, que nos haga los artes, que nos haga las propuestas, que no tengamos nosotros que llegar a decirle bueno, quiero vender crédito hipotecario, dígame ¿qué me propone? ¿qué puedo hacer? que me dé las ideas, no que nosotros le demos las ideas, porque al fin y al cabo terminamos haciendo el trabajo, ellos posteando y al final lo que hicimos fue solventar un problema que tenemos desde el punto de vista de proyección, que están muy saturados y que no tienen tanto margen para poder actuar.

Y el lado del punto de vista de la campaña de colegiados también se podría hacer, el que no tiene factura electrónica, habría que validar nada más si no es discriminatorio, como dice don Wilberth, pero tal vez no sea tan efectiva, tal vez no sea tan punch como las dos anteriores, pero sí tal vez es un adicional que se puede hacer.

Presidente Wilberth Quesada:

Gracias don Carlos. Don Gerardo, doña Lorena.

Fiscal Gerardo García Murillo:

Bueno, yo sobre todo esto ya como para la última intervención, para que no se nos haga muy larga la noche, creo que si queremos resultados exitosos y profesionales, ocupamos servicios profesionales.

Entonces número uno, las estrategias de mercadeo y de comunicación debemos desarrollarlas con una empresa que tenga ese equipo multidisciplinario para que nos puedan dar las soluciones. Muchos de nosotros, lo digo en general, tenemos que hacer eso multitask en empresas o como vendedores de servicios, y tal vez para algunos proyectos pequeños, medianos, sea muy funcional para nivel de empresa, institución, entre una persona que sea multitask es funcional, pero cuando queremos algo que cambie lo que ya tenemos o lo que hemos pasado y que sea de impacto, requerimos un equipo interdisciplinario que nos dé un servicio profesional, que nosotros nos

quitemos el problema. ¿Por qué? Porque yo no consigo ver a don Carlos, a Arles o a las muchachas lidiando con la empresa, diciéndoles que tienen que hacer, cómo hacerlo y todo esto, porque eso y al final entonces no solucionamos nada, le contratamos una empresa para que nos dé un problema más en vez de una solución, y así con todo, inclusive si se va a hacer un análisis de que se ocupan vendedores, yo no estoy en contra de apoyar a los colegiados, pero entonces habría que buscar las soluciones alternativas para apoyar a los colegiados, pero si queremos ventas estratégicas, ocupamos vendedores especializados, vendedores profesionales que vendan estratégicamente, que van de la mano de un proyecto de mercadeo y de comunicación. Entonces sí hay una buena intención, no me parece que no haya que ayudar a los colegiados y está bien, pero vamos a ver si queremos resultados profesionales, vamos a hacer un trabajo integral, profesional, con especialistas en cada uno de los temas de los que hablamos, si queremos ventas exitosas, ocupamos un vendedor, un vendedor exitoso, esa es la realidad, y así con todo. Entonces creo que eso ahí yo lo dejo sobre la mesa, de que si queremos los resultados, ocupamos que todo sea profesional. Gracias.

Presidente Wilberth Quesada:

Gracias Gerardo, coincido con Gerardo en ese tema de que la contratación sea de carácter profesional. Doña Lorena, después doña Laura y doña Mercedes.

La secretaria Ana Lorena Hernández:

Yo con mi experiencia, yo llevo ya 11 años independiente trabajando en ventas, yo vivo de las ventas y definitivamente la competencia siempre va a ser parte de la vida diaria. Entonces tenemos que hacer un estudio, analizar a la competencia, hacer el análisis FODA para ver en qué podemos basarnos para vender nuestros productos.

Yo que estudié comunicación y todo eso, igual que Vicky, sabemos sobre las diferentes estrategias para poder desarrollar las ventas. Hay que analizar muy bien si se va a contratar una persona, que la persona no venga solo por el salario, que venga realmente a cumplir metas, enfatizarse en cómo les dije, el valor agregado y en un seguimiento de postventa. Ver también si hubieron clientes del pasado que ya fueron buenas pagas y ver si se pueden buscar nuevamente, a ver si están interesados en algún servicio. También dar seguimiento a los clientes, porque muchas veces no es tanto que

un cliente haga contacto con nosotros, sino mantenerlo en el tiempo. Eso es para mí lo más importante, mantener el cliente contento y que regrese y darles un buen servicio. También sería bueno lo de la publicidad masiva, yo sé que el colegio tiene convenios, es que la vez pasada yo fui a la piscina la semana pasada, y me dijo el muchacho de allá de la finca que había una persona de mercadeo encargada, pero era externa, y me dijo que él hacía todas las publicaciones del Colegio que necesitaba, por ejemplo, para la finca, y que estaban dando clases de natación, y que estaban promocionando y que un tiempo incluso, bueno, todo esto de natación lo están haciendo para público externo.

Ah, bueno, y ver también, sí, lo de la competencia, y ver qué necesidades realmente tienen los posibles clientes. Y si, por ejemplo, se adquiriera esta opción que están hablando de comisionista, por ejemplo, yo me hago comisionista, ¿qué teléfono voy a usar? ¿Puedo usar las instalaciones del Colegio? ¿Puedo ir a llamar ahí? ¿Puedo contactar a la gente mismo en el Colegio? ¿si yo visito al cliente, en qué gastos incurro? Si tengo que ir hasta Upala a visitarlos, eso es un gasto extra bastante grande, entonces ya no sería rentable para mí, la comisión, por ejemplo.

Eso sería gracias.

#### Presidente Wilberth Quesada:

Clase de comisión, que es básicamente el colegiado que trae y se bonifica, que no es ni una comisión realmente es una bonificación. La comisión de la que tú hablas me parece que aplica básicamente sí, para la figura de la contratación externa, si es que va a hacer esas ventas, y lo que se le pagaría vía comisión y ahí tenés, digamos, toda la razón en el sentido de considerar algunos elementos adicionales para el pago de esa comisión, digamos, que inviten a esa persona que va a incurrir en ese gasto para esa comisión que va a recibir.

Doña Mercedes, doña Laura, como para que vayamos ahí un poco aterrizando, por favor.

#### Vocal I Mercedes Quesada:

Gracias. Estaba primero Laura.



Presidente Wilberth Quesada:

Bueno, entonces al revés, perdón, doña Laura, doña Mercedes, gracias.

La tesorera Laura González:

Disculpen el comentario que voy a hacer. Lamento mucho que esta discusión se esté dando hasta ahora, creo que esto debíamos haberlo decidido hace días, porque por factor tiempo, creo que, a las claras, lo que necesitamos es un por qué. O sea, yo lo que había entendido era que nosotros dábamos insumos para poder proceder, pero en vista de las circunstancias, yo creo que es básicamente ya puntualizar en la contratación de una empresa que nos dé el telemarketing, y que trabaje en conjunto con una agencia de publicidad. Lo de las rifas, aunque no se pueden despreciar, yo lo consideraba como un elemento para ir actualizando la base de datos, que es algo que desde el principio de año se ha venido hablando, de que no contamos con una adecuada base de datos, a raíz de los créditos de los familiares, entonces, yo creo que ya la discusión se debe suscribir a contratamos una empresa telemarketing que trabaje en conjunto con una agencia de publicidad, en vista del factor tiempo.

Presidente Wilberth Quesada:

Gracias, Laura. Doña Mercedes.

Vocal I Mercedes Quesada:

Yo apuntaría a algo que creo que hay que darle mente, pero bueno, podría ser una posibilidad. Yo haría algún tipo de afiches, y lo llevaría a lugares donde haya comunicadores, ministerios, cuestiones de ese tipo, ahí lo pondría. Pero además de eso, buscaría pauta radial, pauta televisiva y pauta en medios regionales, ¿sale más caro? Sí, sale más caro, pero podríamos salir de frente, la gente nos va a ver, y muchos otros gremios nos pueden ver y pueden recomendar a familiares y cuestiones de ese tipo. No digo que sea una pauta permanente, pero sí una pauta que pueda darle un acogimiento parte de la gente, y haga la gente tenga un acercamiento, utilizando, no sé, algunas

fechas específicas o utilizando algunas, algunos momentos especiales, lo haría en condición A, de ser posible, sobre todo en ese sentido. Eso sé que es más caro, definitivamente y todo, pero podría ser una opción ponernos en vista de muchas de las personas y comenzar a trabajar. Ahí sí vamos a poder generar que la gente se acerque un poco más, cuando ya eso está un poco más definido y vemos cuáles son las necesidades de esas personas que podrían acercarse, podríamos pensar en personas que atiendan directamente a esos posibles colegiados o les hagan la gestión, pero bueno, es algo que hay que analizar muy bien, pero podría ser una opción.

Presidente Wilberth Quesada:

Gracias doña Mercedes.

Vamos a ver, para ir aterrizando, yo creo que sí es importante ir un poco en línea con lo que dice Laura, que sí tenemos que tomar la decisión entonces de hacer una contratación de servicios profesionales, y yo ahí diría que básicamente si es una agencia, verdad, es una agencia de publicidad que además si maneje naturalmente temas de mercadeo, que esa agencia nos dé esos servicios, no sólo, digamos, del manejo de redes de pauta, verdad, medios, como dice Mercedes, también valorar digamos, donde eso podría funcionar, porque esto va más allá de las redes, ya hemos visto y hemos hecho campañas también en nuestras redes que se quedan ahí, que no son tan efectivas. Yo creo igual que hay que buscar otras opciones dentro de esas posibilidades también, o dentro de esa línea, perdón, creo que nos sirve de insumo para esa contratación, lo que ya sí se había planteado como plan de mercadeo que fue un poco lo que lo que don Carlos trajo desde la semana pasada, antepasada, y que hemos venido arrastrando, que yo creo que ya todos leímos que es un documento bastante exhaustivo, eso sirve como un insumo para entregarlo a la agencia que se contrate, para decirle bueno, vea, a partir de este insumo necesitamos el planteamiento de ustedes, porque nosotros sí necesitamos plantear una línea, la línea de la contratación, y la línea de la contratación básicamente lo que va a tener que señalar es si una agencia que nos aporte estas y estas y estas cosas y nos dé estos entregables. Ahora, eso habría que hacerlo por un tiempo, si no puede ser digamos, perenne, no sé, habría, tendríamos que empezar en unos seis meses esta contratación.

El problema, vamos a ver, y aquí sí voy a ser un poco franco, el problema de esto es que estamos mediados de agosto, mentiras, estamos ya casi a finales de agosto. Vean, el proceso de contratación nos va a llevar seguramente setiembre para que empiece a funcionar en octubre, si es que tenemos

mucha suerte y somos tan rápidos de verdad como para que eso empiece de verdad en octubre, esos son tres meses para el cierre de año.

A mí la parte que me preocupa, sobre todo, repito, con la parte de la campaña de crédito, que yo sé que es al corto plazo, pero estamos pensando en el cierre de diciembre, por los números que llevamos ahorita, es que va a ser muy poco. Básicamente lo que nos va a permitir seguramente tres meses, y ya lo vimos la vez pasada con la campaña que hicimos del crédito para vivienda, es hacer una campaña, una o dos campañas, digamos, básicamente es muy poco, y bueno, ahí me está poniendo don Carlos, que diciembre realmente es un mes muerto, porque sí es cierto, el Colegio trabaja casi que 15 días, o sea, estamos hablando con mucha suerte dos meses, dos meses y una semana. Entonces ahí sí habría que aterrizar algo muy puntual para que lo primero a lo que se aboque, digamos, esta empresa, esta contratación, sea en eso de crédito. Y perdón que lo reitere, pero es que esa es nuestra principal preocupación de aquí a diciembre de cerrar nuestra meta, y nuestra meta es básicamente en crédito, y para eso tenemos a familiares que pueden acceder a ese crédito y a los colegiados, y después sí claramente, ocuparnos ya ahí con mayor énfasis de otras cosas, pero claro, para aterrizar con esto es tomar el acuerdo para hacer esa contratación de esa agencia, si definir claramente esas líneas de cuáles son los entregables a partir de, repito, el documento que ya está elaborado y que presentó la administración junto con las propuestas que todos y cada uno de nosotros también hemos hecho llegar, con ello descartaríamos de entrada la posibilidad, digamos, de realizarlo de otra manera, es decir, buscar otras personas que puedan eventualmente hacerlo. Yo quisiera de entrada no descartar lo de las comisiones, pero créanme que lo veo un poco enredado a la luz, como dije, del hecho de que estas personas deberían tener una factura, yo la tengo, y yo sé que algunos de ustedes también, y podrían traer, digamos, y puede ser parte del valor de poner a que estas personas se nos apunten y se matriculen. Hay que determinar cuánto y hasta por qué monto eventualmente pagaríamos esa comisión y por cuánto tiempo dentro, digamos, de esta promoción, por decirlo así, de los colegiados que vendrían a estas líneas de crédito, que se puedan definir por lo menos durante esos primeros tres meses. Deja fuera gente, y es lo que a mí no me gusta, la verdad, porque reitero, no hay un incentivo para que alguien vaya y se meta a Hacienda, declare, por simple y llanamente tratar de buscar llevar algunos créditos al Colegio y llevarse algo. Yo entiendo que es para los que posiblemente ya estamos en la posición de que ya estamos ante Hacienda, pero deja de esos otros fuera, y esa parte a mí en lo particular, digo, no me gusta, pero bueno, para aterrizar el acuerdo, creo que entonces sería por ahí decirle a la administración, perdón, tomar el acuerdo para que la administración presente esa propuesta de contratación, que se valga del insumo que ya tiene, que ya preparó y que nosotros hemos

complementado, para definir bien los entregables, y que esto lo pudiésemos hacer por un periodo de unos seis meses tomando en cuenta que el punto de arranque y de partida, repito, en mi criterio para estos primeros meses, tiene que ser el tema de la campaña. Doña Laura.

La tesorera Laura González:

Sí, gracias. Puntualmente con el tema de factura electrónica también hay que considerar, perdón que no lo veo atractivo en el hecho de que, bueno, no solamente es que se registra, sino que tienen que adquirir la herramienta, entonces ya eso se implica un costo que también hay que contemplar. Lo otro que quería preguntarle a don Carlos, y no sé si podemos jugar con esas dos líneas, con el crédito de vivienda, si quedaron gente interesada en adquirir, y lo otro, si pudiéramos manejar también la línea para compra de vehículo.

Jefe Administrativo Financiero Carlos Fonseca Bustos:

Bueno, la línea de compra de vehículos no la tenemos actualmente, creo que el tema ahí viene desde atrás, el tema de recuperar el vehículo donde lo tengo, porque tenemos un montón de vehículos que podríamos recuperar y no lo recuperamos. Con respecto a la siguiente pregunta, si había quedado alguien de la vez pasada, no. Aquí sería buscar nuevos prospectos, con una campaña simpática como esa también, pero complementada también con los otros productos de crédito, y tomando en cuenta que tenemos ya un insumo hecho, que es un reglamento, nada más cambiarle el nombre de la campaña para efectos de crédito Hipotecario. Ver las condiciones, que sean las más favorables tanto para el Fondo como para el colegiado, para eso hay que hacer un pequeño bench de cómo andan las condiciones en el mercado, no está muy allá, pero eso se podría hacer como para aterrizar el tema de la inmediatez, que es en lo que entra la empresa, porque yo la empresa sí me parece que es una necesidad, tomando en cuenta de que nos cuesta tanto que nos, posteen, que nos publiquen, que nos hagan, entonces ahí resolvemos un problema a largo plazo, porque aquí la idea sería que eso esté plasmado, y que vaya generando, digamos, réditos a largo plazo, no solamente en la inmediatez y plantear lo que es la campaña a corto plazo, que ya sería el poder lograr los numeritos que nos gustan a todos.

Presidente Wilberth Quesada:

Apostando al tema de una campaña de crédito, si nos queda el tiempo como para hacer uno o dos nada más, no más, posiblemente nosotros, y ya lo sabemos los directores que estuvimos la vez pasada que tomamos esa decisión sobre la campaña de crédito que fuera en vivienda, tiene que ver con un tema de que crea fidelidad, es una necesidad que es más latente que además es, digamos, de mayor, de menor riesgo, en el sentido de que es un crédito que está garantizado con una garantía real, y que bueno, lo que todos ya sabemos, que la persona lo último que trata de perder es justamente, digamos, el tema de la casa. ¿Cuál es la ventaja que tenemos ahora? Que esa campaña puede ir dirigida también, a los familiares del colegiado, que para eso se había aprobado la vez pasada el tema de incluir, repito, a los familiares y que no olvidemos ese tema. Entonces me parece, para ir aterrizando, que don Carlos pueda presentar algo concreto, en muy corto plazo, sería eso de decir ok, aprobemos la contratación para que se preparen los términos de referencia de esa contratación, que se utilicen los insumos, repito, que ya se tienen, que eso arranque con un tema de crédito sí o sí, que a lo mejor se tendrá que hacer con un tema básicamente de vivienda, y ver por ahí una eventualmente de compras de saldos o cosas de ese tipo, con garantía fiduciaria para no jugársela solo, sin ningún tipo de fianza y listo, poder arrancar por lo menos con eso.

Que haga los números, don Carlos, el benchmarking con respecto al tema de esta promoción, cómo debería ser y los números en cuanto a lo que nosotros podríamos desembolsar, como se hizo la vez pasada, que tiene que ver con las condiciones propiamente del crédito en temas de comisiones, de gastos, de honorarios, etc.

Pero para arrancar sigue eso por unos seis meses y que esta empresa que se contrata igual haga el planteamiento desde el punto de vista de cómo se puede atraer colegiados, oferentes de crédito, familiares, etc. Para ese periodo de seis meses, digamos yo plantearía eso como a grandes líneas para que no se nos haga muy, muy extenso.

Laura, por favor.

La tesorera Laura González:

Sí, lo que iba a plantear y a nivel de sugerencia, considerar también el crédito de salud, a fin de año salen muchas opciones de procedimientos estéticos, entonces no sé si también podría ser ahí otra, otra oportunidad de colocación de créditos, no tan grandes, pero si una modalidad.

Presidente Wilberth Quesada:

Sí puede ser que la administración nos indique cuál puede ser, digamos, esos dos sabores de este año, para ponerlo así muy puntual, lo que vos decís, puede ser un tema de salud que tenga fianza, eso sí me parece importante, que no nos pongamos a colocar crédito de consumo sin garantías reales. Y naturalmente el de vivienda, ese sí o sí, porque no voy a repetir lo que ya dije por las razones que ya indiqué, son de los que sí nos pueden generar tema a largo plazo, y sostenibilidad a largo plazo.

No sé si hay alguien más en que quiera usar uso de la palabra con respecto a este tema, sino como para definir el acuerdo y trasladárselo a la administración para que lo ejecute cuanto antes. ¿Alguna consulta, comentario adicional, compañeras, compañeros? ¿No? Ok, entonces, si les parece, voy a tratar así de delinear el acuerdo y la moción de acuerdo para tomarlo, para que la administración tome nota, por favor. Sería delegar a la administración para que prepare el cartel de contratación de una empresa de publicidad y mercadeo que se encargue de linear un plan contemplando los insumos que ya tenemos, y que fueron presentados a la administración de diferentes posibles actividades que se pueden incluir dentro de ese plan, más las que naturalmente proponga esta agencia contratar, que dé prioridad para estos primeros meses a la promoción de campañas de crédito y ahí definirán cuáles campañas de crédito de acuerdo a la recomendación que haga la administración, a efecto de que se pueda cumplir la meta de crédito contemplada dentro del pago para este año 2024. Se sugiere que esta contratación se realice hasta por un periodo de seis meses, y que la administración además efectúe los cálculos financieros necesarios para darle el contenido presupuestario a dicha contratación.

Ahí lo puse a grosso modo, lo podemos detallar aún más, pero esa es la idea central para que se realice esta propuesta y se traiga en el término de 15 días a este consejo. Si les parece, doña Vicky, antes de votar, por favor.

La vocal II Vicky Luna:

Pido un receso de 5 minutos para aclarar algunas cosas.

Presidente Wilberth Quesada:

Listo, vamos a dar un receso de 5 minutos.

Gracias. Entonces, continuamos.

Entonces, vamos a presentar la siguiente moción para tomar los correspondientes acuerdos. Son dos mociones más bien. La primera moción tiene que ver con encargar a la administración para que efectúe un planteamiento de una promoción de crédito, de una campaña de crédito, con los productos crediticios que considere más convenientes, y bajo las condiciones también más propicias para el cierre de año, a efectos de cumplir con las metas de colocación previstas en el PAO. Para estos efectos también presentar una propuesta de contratación de publicidad para el desarrollo de esta promoción de la campaña de crédito. Esa sería la primera moción.

Las compañeras que estén a favor se sirven indicarlo, Doña Mercedes.

Vocal I Mercedes Quesada:

De acuerdo.

Presidente Wilberth Quesada:

Gracias. Doña Vicky.

La vocal II Vicky Luna:

Aprobada.

Presidente Wilberth Quesada:

Gracias. Doña Laura.

La tesorera Laura González:

De acuerdo.

Presidente Wilberth Quesada:

Gracias. Doña Ana Lorena.

La secretaria Ana Lorena Hernández:

De acuerdo.

Presidente Wilberth Quesada:

Gracias. Y con voto de esta presidencia se aprueba. Cinco votos a favor, aprobado por unanimidad y acuerdo en firme para que esto se presente de la sesión ordinaria, la primera sesión ordinaria del mes de septiembre, esta propuesta por parte de la administración.

***Acuerdo 02-12-24:** Se aprueba instruir a la administración, para que presente un planteamiento de una promoción de crédito con los productos crediticios que considere más convenientes incluyendo una propuesta de contratación de publicidad para el desarrollo de esta promoción de la campaña de crédito. (Acuerdo en firme y por unanimidad).*

La segunda moción es para que se encargue a la administración la elaboración de una estrategia, y cartel, para la contratación de una empresa o profesionales en servicios de mercadeo, que tenga como objetivo de promocionar y colocar los diferentes productos y servicios que ofrece el Colegio, perdón, que ofrece el Fondo de Mutualidad entre sus colegiados, y que esta propuesta incluya además, la contratación de servicios de publicidad, incluyendo manejo de redes sociales, entre otros, y sea una estrategia que se presente para un semestre, ¿les parece?



La vocal II Vicky Luna:

Lo que yo creo es una estrategia integral para el mes de noviembre con proyección a todo el año 2025, que incluya los componentes de venta, publicidad y mercadeo.

Presidente Wilberth Quesada:

Ok, perfecto, perfecto, muy bien. Entonces, más bien es para que la administración presente una estrategia que incluya los componentes de publicidad, mercadeo y venta para el año 2025, de los productos y servicios que ofrece el Fondo de Mutualidad.

Que este planteamiento sea presentado a más tardar, el último día de octubre, para que se desarrolle a partir de enero del próximo año y siendo así, se incluya también dentro del PAO correspondiente, porque hay que incluirlo dentro del PAO correspondiente, dicho sea de paso, para que tenga presupuesto.

Entonces, someto a votación esa propuesta para que la administración proceda de conformidad.

Doña Mercedes.

Vocal I Mercedes Quesada:

De acuerdo

Presidente Wilberth Quesada:

Gracias. Doña Laura.

La tesorera Laura González:

De acuerdo.

Presidente Wilberth Quesada:

Gracias. Doña Vicky.

La vocal II Vicky Luna:

Aprobada.

Presidente Wilberth Quesada:

Gracias. Doña Lorena.

La secretaria Ana Lorena Hernández:

De acuerdo

Presidente Wilberth Quesada:

Gracias. Y con el voto, esta presidencia se aprueba por unanimidad. Acuerdo en firme.

***Acuerdo 03-12-24:** Se aprueba instruir a la administración, para que presente una estrategia que incluya los componentes de publicidad, mercadeo y venta para el año 2025, de los productos y servicios que ofrece el Fondo de Mutualidad. Que este planteamiento sea presentado a más tardar, el último día de octubre (Acuerdo en firme y por unanimidad).*

No habiendo más asuntos que tratar, quedamos convocados entonces para la sesión del próximo lunes, sesión ordinaria que se desarrollaría de manera virtual. Además, los esperamos a todos el día de mañana en la actividad del colegiado de honor.

Y perdón si estaba un poco enredado hoy, pero es que sí estaba enredado, la verdad es que tengo la cabeza en otros lugares.

La secretaria Ana Lorena Hernández:

¿Mañana está a las 7 p.m.?

Presidente Wilberth Quesada:

Sí señora. Nos vemos. Perdón, nada más una pregunta, don Carlos, pero ya esto si quiere, pero voy a dar por finalizada la sesión a las 7:41pm.

Wilberth Quesada Céspedes

Presidente

Ana Hernández Moreno

Secretaria