

## CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN DEL FONDO DE MUTUALIDAD

### Convocatoria Ordinaria

**Se convoca a sesión ordinaria No. 07-26 a celebrarse el lunes 23 de febrero de 2026 a las 6:00 p.m. Sesión virtual bajo la cuenta 57329066 a nombre del Colegio de Periodistas- Fondo Mutualidad y amparados al artículo 10 del Reglamento de Sesiones Virtuales.**

Nombre	Cédula	Puesto	Lugar
Wilberth Quesada Céspedes	1-0749-0357	Presidente	Curridabat
Mercedes Quesada Madrigal	1-0703-0066	Vocal I	Desamparados
Ana Lorena Hernández Moreno	4-0186-0858	Secretaria	Heredia
Dilmar Corella Corella	1-0779-0322	Tesorero	Pavas
Vicky Luna Salas	2-0469-0427	Vocal II	Cartago
Mariela Quesada Díaz	1-1325-0686	Fiscal	San Sebastián
Candy Araya Calvo	1-1337-0220	Asistente Administrativa	Alajuelita
Carlos Fonseca Bustos	1-0814-0904	Jefe Adm Financiero	San Sebastián

#### Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Buenas noches, compañeras, compañeros. Al ser las 7:00 p.m. vamos a dar inicio a la sesión ordinaria número 07-26 de este lunes 23 de febrero de 2026. Sesión que realizamos de manera virtual de conformidad con el reglamento de sesiones virtuales.

Antes de dar inicio y conocer el orden del día, voy a pasar lista y que conste en actas las personas que están presentes en esta sesión y si tenemos quorum o no. Doña Mercedes Quesada.

#### Vocal I Mercedes Quesada Madrigal

Buenas noches, Mercedes Quesada Madrigal, 1-703-0066 desde mi casa de habitación, San Antonio de Desamparados.

#### Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias, doña Mercedes. Doña Vicky Luna.

Vocal II Vicky Luna Salas

Vicky Luna Salas, cédula 2-0469-0427, desde mi casa de habitación en la Unión, Cartago.

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias. Doña Ana Hernández.

Secretaria Ana Lorena Hernández Moreno

Ana Lorena Hernández Moreno, cédula 4-0186-0858, desde mi casa de habitación.

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias, doña Ana. Don Dilmar Corella.

Tesorero Dilmar Corella Corella

Buenas noches. Dilmar Corrella Corella, 9-0106-0031, desde mi casa de habitación en Pavas.

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias. La Fiscalía, doña Mariela Quesada.

Fiscalia Mariela Quesada Díaz

Buenas noches, Mariela Quesada Díaz, cédula 1-1325-0686, desde mi casa de habitación en Paso Ancho, San Sebastián.

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias. De parte de la Administración nos acompaña doña Candy Araya y don Carlos, por favor.

Asistente Administrativa Candy Araya Calvo

Gracias. Candy Araya Calvo, cédula 1-1337-0220, desde mi casa de habitación en Alajuelita.

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias. Don Carlos.

Jefe Administrativo Financiero Carlos Fonseca Bustos

Sí, buenas noches, Carlos Fonseca Bustos, cédula 1-0814-904, desde mi casa de habitación en San Sebastián.

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias. Esta presidencia, Wilberth Quesada Céspedes, cédula 1-0749-0357, desde mi casa de habitación en Curridabat. Habiéndose constatado el quorum y además constando todos los presentes, vamos a leer la convocatoria del orden del día, para poder someterla a votación. Por favor, doña Ana.

Secretaria Ana Lorena Hernández Moreno

## **CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN DEL FONDO DE MUTUALIDAD**

### **Convocatoria Ordinaria**

**Se convoca a sesión ordinaria No. 07-26 a celebrarse el lunes 23 de febrero de 2026 a las 6:00 p.m. Sesión virtual bajo la cuenta 57329066 a nombre del Colegio de Periodistas- Fondo Mutualidad y amparados al artículo 10 del Reglamento de Sesiones Virtuales.**

***ARTÍCULO PRIMERO: conocimiento del orden del día.***

***ARTICULO SEGUNDO: audiencia con la agencia Yizus (presentación de la estrategia para la campaña hipotecaria, entre otros).***

***ARTÍCULO TECERO: lectura y aprobación de actas.***

3.1 Lectura y aprobación del acta sesión ordinaria No. 02-26 del lunes 19 de enero de 2026.

*Se traslada a la próxima sesión.*

3.2 Lectura y aprobación del acta sesión ordinaria No. 03-26 del lunes 26 de enero de 2026.

***Por aprobar.***

3.3 Lectura y aprobación del acta sesión ordinaria No. 04-26 del lunes 02 de febrero de 2026.

*Se traslada a la próxima sesión.*

3.4 Lectura y aprobación del acta sesión ordinaria No. 05-26 del lunes 09 de febrero de 2026.

*Se traslada a la próxima sesión.*

3.5 Lectura y aprobación del acta sesión extraordinaria No. 01-26 del jueves 12 de febrero de 2026.

*Se traslada a la próxima sesión.*

3.6 Lectura y aprobación del acta sesión ordinaria No. 06-26 del lunes 16 de febrero de 2026.

Se traslada a la próxima sesión.

**ARTÍCULO CUARTO: correspondencia**

- Correo Despacho Rodríguez Arias (actualización en tarifa de servicio contable).

**ARTÍCULO QUINTO créditos y subsidios.**

**5.1.1 Créditos**

#	Colegiado (a)	Crédito	Monto	Plazo	Interés
1		Sin Fiador	¢2.000.000.00	36 meses	19%

**5.1.2 Subsidios**

**5.1.2.1 Subsidios autorizados por la Administración de acuerdo con la política PO-FM-03-2014 aprobada en sesión ordinaria No. 20 del 03 de junio del 2014.**

#	Colegiado (a)	Subsidio	Familiar	Monto
1		Fallecimiento Familiar	Padre	¢313.655.81

**5.1.3** Solicitud de subsidio de retiro de la colegiada Nidia Patricia Burgos Quirós, carné 406,41 años de colegiada, monto ¢2.813.861.01.

**5.1.4** Solicitud de subsidio de retiro de la colegiada Kattia Chacón Martínez, carné 268, 35 años de colegiada, monto ¢2.813.861.01.

**5.1.5** Solicitud de subsidio de retiro del colegiado Eddie Loria Sagot, carné 1305, 22 años de colegiado, monto ¢1.350.653.28.

**5.1.6** Solicitud de subsidio de retiro de la colegiada Cecilia Soto Solano, carné 380, 42 años de colegiada, monto ¢2.813.861.01.

***ARTÍCULO SEXTO: iniciativas***

**6.1 Iniciativas de la Presidencia:**

**6.2 Iniciativas de los miembros del Consejo:**

**6.3 Asuntos de la Fiscalía:**

**6.4 Informe de la Tesorería:**

***ARTÍCULO SÉPTIMO: asuntos de la Administración***

7.1 Presupuesto actividad colegiado de honor "Voces que dejan huella".

7.2 Informe de la administración sobre la actividad "Bingo solidario".

**Wilberth Quesada Céspedes  
Presidente**

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias, doña Ana. Someto a votación entonces al orden del día. Quienes estén a favor en aprobarlo se sirven indicarlo. Doña Mercedes.

Vocal I Mercedes Quesada Madrigal

Aprobado.

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias. Doña Vicky.

Vocal II Vicky Luna Salas

Aprobado

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias. Don Dilmar.

Tesorero Dilmar Corella Corella

Aprobado.

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias. Doña Ana Lorena.

Secretaria Ana Lorena Hernández Moreno

Aprobado.

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias. Y con el voto de esta presidencia 5 votos a favor, aprobado por unanimidad el orden del día.

*Acuerdo 01-07-26. Se aprueba el orden del día. Aprobado por unanimidad, acuerdo en firme.*

**ARTICULO SEGUNDO: audiencia con la agencia Yizus (presentación de la estrategia para la campaña hipotecaria, entre otros).**

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Fabián, Armando y Marianela, bienvenidos. Como ustedes saben, esto es una sesión oficial del Consejo de Administración que les hemos convocado para que puedan informarnos sobre los avances en cuanto a la programación de las próximas actividades del Fondo de Mutualidad y con especial interés en la campaña que tenemos que arrancar de inmediato relacionada con el crédito hipotecario.

Entonces les agradezco primero presentarse como de costumbre, indicando su nombre completo, el cargo en la empresa, el número de cédula y el lugar en el que están en este momento conectados, si quieren iniciar, vamos por las damas. Doña Marianela.

Ejecutiva de ventas Marianela Jiménez

Hola, bueno, mi nombre es Marianela Jiménez, estoy en San Pedro en Montes de Oca, soy la ejecutiva de cuentas y mi número de cédula sería el 1-1270-0399.

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias, Marianela, muy gentil. Don Fabián.

Director General Fabián Salas

Buenas noches, mi nombre es Fabián Salas, mi número de cédula es 1-1064-0758 y estoy en la Unión de Cartago.

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias. Don Armando.

Yisus Armando Vega Parrales

Mi nombre es Armando Vega, número de cédula 1-1074-0550 y estoy en San Isidro de Heredia.

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias, don Armando. Bien, les voy a ceder la palabra por 20 minutos para que nos puedan exponer lo que nos traen; y luego, como es de costumbre, pues vamos a tener ahí una dinámica de consultas de las y los directores y la Administración. Así es que nada más recuerden cuando van a hablar, indicar el nombre previo para que quede el registro en el acta, si son tan gentiles.

Director General Fabián Salas

Básicamente van a ver, creo que traemos una manera de cómo resolver para alcanzar las metas que se han propuesto. Entonces, por ahí van a ver que algunos cambios de repente no necesariamente va mucho al por qué nos contrataron, sino en este caso, muchos inclusive tienen un cierto cambio, un cierto enfoque a más bien a qué plataformas deberíamos de utilizar y nos pueden dar inclusive más efectividad al final de la administración.

Entonces, vamos a ir comenzando por tal vez por acá. Con el tema de estrategia, básicamente creo que hay dos temas, o hay un tema que creo que es como lo primero que yo creo que si esto no está del todo claro, pues creo que muchas de las estrategias en dado caso se pueden caer.

Hay dos entes o dos actores o actrices, como le queramos llamar, que prácticamente es el Colegio COLPER, como tal, como institución; donde nosotros obviamente no sabemos los KPI de ellos, ni sabemos, pero imaginamos o tenemos la hipótesis de que el contenido del Colegio COLPER tiene que ser un contenido técnico, el tema de relaciones públicas, el tema efemérides institucionales, temas propios del gremio de personas comunicadoras, etc.; es el ente, es el Colegio, en este caso sentimos que ese debería ser el enfoque tal. ¿Y por qué vamos a eso? Porque creo que tenemos que partir de que tenemos que buscar un valor agregado a la hora de producir contenido. Entonces, ¿qué contenido vemos nosotros para Fondo COLPER? Que ahí donde nos tenemos que distanciar en ciertos parámetros.

Número uno, Fondo COLPER, tenemos que pensar paralelamente en que es una célula encargada de brindar servicios a las personas colegiadas y a familiares directos tales como créditos, subsidios, actividades y consultorio, por ejemplo. Eso, porque, creo que sí tenemos que variar la forma, al final creemos que Fondo COLPER es un ente o es una célula como lo ponemos ahí, enfocada a servicio, enfocada a soluciones, enfocada a

brindar; y Colegio es prácticamente es el ente institucional el que lleva el tema de los valores, el enfoque del gremio, etcétera, etcétera. Entonces, eso tal vez es un punto de partida porque yo creo que todo al final se va a empezar a armar y a qué voy con eso, a veces creo que Colegio COLPER, llamémoslo COLPER, debe repostear o debe publicar cosas relacionadas a los servicios que en este caso da el Fondo COLPER; y a veces Fondo COLPER de repente puede compartir o puede repostear cosas que sean relacionadas con prácticamente con el gremio o cosas institucionales porque con lo que vamos a ir viendo en la presentación, creo que van a ir viendo que van a haber algunos volúmenes de trabajo que van incrementando. Entonces, la idea es aprovechar los recursos y enfocarnos en lo que realmente sentimos que podemos marcar diferencia. Entonces vamos a empezando por tal vez esto. Se terminó el prácticamente el estudio de actualización de datos y a raíz de estos datos nosotros empezamos lo que es el brain storming, donde empezamos a hacer conclusiones o buscar ciertos insight por medio de la data que eso nos dio tal vez una perspectiva la verdad que bastante diferente tal vez a la que traíamos nosotros. Entonces ahí les vamos a ir contando poco a poco, igual cada vez se puede desglosar más la información, creo que ahí es donde está el éxito de los brief y bueno por ahí vamos a ir contándoles.

Número uno. La radiografía de base del Fondo o de COLPER como tal es prácticamente 2.687 personas, donde 1738 son mujeres y 949 son hombres, digamos que ese es el 1.1. A nivel de un insight clave demográfico que nos salió es que la edad dominante prácticamente son personas de 31 a 59 años, ese es el rango dominante, donde 1431 son mujeres y 686 son hombres, para un total en ese grupo etario prácticamente 2117 personas. Estamos hablando que el 78% de la base está en una edad ideal para un crédito de vivienda o una solución relacionada a crédito de vivienda. Otra de las cosas es que inclusive podemos buscar, vemos que 408 son solteros, 404 son casados, 89 son divorciados, unión libre hay 41. Entonces, público con probabilidad igual lo que hablamos con alta probabilidad ya sea de comprar casa, cambiar de hipoteca o en dado caso remodelar. Las provincias fuertes prácticamente San José es ampliamente, está prácticamente solo en San José tenemos 1491 personas de las cuales 968 mujeres, 523 hombres y de segundo tenemos dos provincias que ahí sí nos llamó la atención que son Heredia y Cartago, que también son fuertes y se reparten en el resto. Tal vez la conclusión lo que vemos es que Alajuela todavía baja un poco más y creo que desde este punto de vista creo que la pauta tiene que ser hiper segmentada geográficamente, para obviamente tener resultados y disparar ya más puntualmente. A nivel de públicos, vemos interesante que los de 31 a 59 prácticamente a nivel de profesiones, el grupo meta o el grupo A si lo queremos llamar así, 1631 son periodistas entre hombres y mujeres; de segundo siguen relacionistas públicos, publicistas y empezamos a bajar ya a diseñadores y demás gremios. ¿A qué vamos con eso? En algunos casos creo que nos va a tocar hacer comunicación 100% dirigida a los grupos, llámese educación financiera aplicada al periodista o segmentar por



profesión dependiendo cómo se quiera enfocar. Pero este es otro dato a nivel de profesiones que arroja el censo. Sector laboral. Aquí tal vez uno de los principales insights, el sector privado tiene 1025 personas trabajando del Colegio y 1311 están trabajando en el sector público; y apenas 256 personas son independientes o combinan el trabajo privado o el trabajo público con algún freelance o algún tema informal. Entonces, estamos hablando que el 85% de nuestra población tiene ingresos formales, esto facilita digamos el perfil del crédito y también eso nos hace llegar a que tal vez productos como Innova o ciertos tal vez si lo vemos desde el punto de vista de censo, tal vez esto nos hubiera arrojado de que tal vez no era un producto tal vez tan llamativo o tan justificado, digámoslo así, ya viéndolo versus el grupo meta. A nivel de insight de salud, que también obviamente nos llama mucho el tema del consultorio médico y todo eso, estamos hablando que de 60 a 79 años tenemos 396 personas colegiadas; de esos 103 son pensionados y hay un segmento que es lo que vemos nosotros que puede ser algo para el tema de consulta médica, sobre todo en el consultorio, que por edades se puede hacer cierta afinidad a cierto grupo y campañas muy, muy puntuales; al final creo que mucho lo que nos dice el censo, como le decimos nosotros internamente, es que nos da ciertos comportamientos que al final creo que no vamos a poder ser homogéneos en un perfil de redes sociales. Dato importante que eso también nos llamó la atención. De 20 a 30 años solo hay 126 personas prácticamente el Colegio no está renovando la base joven fuerte y la implicación estratégica a largo plazo necesita una estrategia de captación joven, pero que, en este caso, que ahora lo vamos a ver el tema del podcast, creo que es una de las armas para tratar de conectar por este lado. Pero estamos hablando que sí es una brecha bastante corta. Insight financiero, si nosotros solo le llegáramos al 10% de la población, estamos hablando que si el producto es bueno y si es un producto diferenciado, llámese por servicio, por experiencia o por condiciones ya propias del crédito, pues obviamente ahí sí podemos llegar por lo menos a colocar, si solo colocáramos 10% estamos hablando de 211 créditos, obviamente sería con una tasa de efectividad altísima. Pero que es como un punto de partida para ver más o menos nuestro público. Tal vez aquí es donde se empieza a separar un poco tal vez el por qué llegó Yizus y también el por qué necesita en este caso Fondo COLPER. Creo que no hay que ser muy experto en comunicación o ser muy gurú para ver el tema de que la plataforma número uno de Fondo COLPER no son las redes sociales, creo que es el tema de envío por correo. Sobre todo que estamos hablando que somos una comunidad exclusiva y somos una comunidad que gracias a ese estudio que ustedes hicieron ahora nos da olfato para con solo un botón poder decir cuáles son publicistas, para poder decir cuáles son diseñadores, para poder decir cuáles tienen más de tantos años o cuáles son más nuevos, que yo creo que son cosas que inclusive se pueden desglosar. Número uno, creo que antes de pensar en publicidad creo que tenemos que pensar en la estructura de comunicación o la canasta básica que en este caso el Fondo necesita, porque

aquí creo que el tema no es depender de ver si nos meten al final del boletín en un pedacito chiquitito; entonces ahí tenemos que competir que la gente de repente le va a llamar la atención todo lo que lee, tenemos que competir que de verdad nos den un espacio. Entonces, creo que hay ciertas barreras que yo creo que no necesariamente tienen que ir amarradas ahí. Hay dos plataformas que estamos revisando, de hecho hemos tenido reuniones estos días, hay una que se llama Mail Rally, prácticamente es a lo que estamos hablando, que inclusive puede ser hasta gratuita para el tema de envíos; y un plan B en caso de que salga algún tema va a ser el (ininteligible), pero creemos, obviamente siempre usamos plan A y plan B por aquello de alguna pulga que salga, pero prácticamente lo que vimos hoy internamente es que con la primera inclusive lo podemos hacer de manera gratuita y si por ende pasara algo, el plan B es pagar mes a mes \$40 en una de estas plataformas y ya asegurarnos de que ya es una buena práctica, de que ya lo tenemos, de que queremos enviarle un mensaje a tal persona, tal grupo, a pensionados, a tales antes; y ahí no dependemos sino que el fondo COLPER, el que es el fondo COLPER capitalista, el que maneja, el que es el ente de servicios, no se ve tan tieso y tiene un comportamiento en este caso directo con las personas colegiadas. Luego tenemos otro tema, tenemos 2600 correos, también tenemos 2600 y resto de números de WhatsApp. Entonces, aquí estamos validando algunas herramientas, esta es una brevo, hay dos más inclusive no las tenemos en esta presentación, pero ya se metieron hoy también a para la revisión, que son herramientas para poder hacer envíos masivos desde WhatsApp y algunas Apis que ya han tenido, estamos buscando obviamente no bloquear el número y tener buenas prácticas. Entonces, esto es más o menos un costo que puede tener una plataforma de envíos de WhatsApp y pasa exactamente lo mismo que una plataforma de mail, le puedo enviar mensajes a la base que yo quiera, a los grupos que yo quiera o si es un mensaje para los 2600, pues se le envía los 2600, en esa parte.

Esas dos las vemos nosotros como los dos canales principales del Fondo COLPER. Y luego viene una tercera plataforma que ya estamos hablando de las redes sociales, en este caso estamos con Facebook e Instagram. Aquí viene que en la vez anterior lo estuvimos conversando y también propuesta de ustedes como Consejo es entrar al tema del LinkedIn ya por un tema de afinidad y que podemos tal vez de repente absorber o poner un imán para tratar de buscar comunicadores y que empiecen a conocer; y creo que nos tocaría como un plan piloto tener el canal del LinkedIn. Ahora que la propuesta es entrar con el podcast, obviamente vamos a ocupar la plataforma que es la que lo va a soportar, que en este caso debería ser el YouTube de Fondo COLPER, donde habría que crearlo para que esté el capítulo 1, capítulo 2 3, temporada 1, 2, 3 y 4 y poder tener esta parte ahí. Y tenemos otra plataforma que es el tema de influencer o el tema de clientes, o el tema de testimoniales. Entonces si lo vemos así en las dos primeras plataformas simplemente el tema de pagar un feed mensual, en la tercera de redes sociales esa se encarga Yizus; y en la cuarta que es influencer y clientes creo que ahí sí ocupamos el apoyo de COLPER o

Fondo COLPER para conseguir testimoniales, conseguir posibles líderes de opinión que se apunten al tema de la divulgación. Entonces desde este punto de partida creo que cuando entramos nosotros tal vez el objetivo era entrar en temas de redes y ver los otros materiales; ahora viéndolo vemos que mail y WhatsApp deberían ser las principales y obviamente presencia en redes sociales, pero obviamente viendo lo que el ecosistema debe ser acompañado por las otras dos. Por ejemplo, si una vez que tengamos la plataforma de envío, tengamos la plataforma de WhatsApp para enviar ahí hasta ese momento es donde nosotros ya podemos decir ok, vale la pena hacer campañas y otro tema es a dónde llevamos a la gente en campañas. Entonces aquí donde nosotros vemos la estrategia enfocada en tres pilares. Pilar número uno, el tema de crédito de vivienda; entonces en crédito de vivienda, ahí el objetivo va a ser tener lead de personas colegiadas como de familiares directos que estén interesados en el crédito. En consultorio médico lo que nos va a interesar es tener tráfico al WhatsApp para el tema de la interacción y el abordaje de las citas. Y con el tema del podcast lo que nos va a interesar es la reproducción del video y que la gente escuche el podcast, le interese, lo comparta, etcétera.

Entonces, digámoslo así, esos son los tres productos que nosotros vemos macro en una estrategia tangible que podamos ligar cada cosa al resultado, ya sabemos cuántos créditos tienen la meta de colocar Fondo COLPER; ya sabemos cuántas citas deben haber por mes y la idea es que la herramienta del podcast se convierta en eso. Ahí donde nosotros podemos empezar a hacer estrategias en meta, donde podamos crear audiencias, donde podamos crear una audiencia que es toda la base de datos, donde podamos crear otra audiencia que prácticamente es personas de 31 a 59 que es el grupo A; otra audiencia que sean personas mayores de 60, otros los que están en San José, los que están pensionados, sector público. Entonces, hay muchas estrategias que se pueden utilizar ya para el tema de pauta, pero como les decía, pauta creo que es la prioridad 3, creo que prioridad uno es plataforma de mail, plataforma de WhatsApp; número 3, estrategia de pauta. Y básicamente esta parte aquí. Esto es un eventual panorama de que nos imaginamos nosotros en pauta, pensando que pauta no necesariamente va a ser el canal principal de contacto, sino que va a ser un tema de crecimiento y un tema de búsqueda de nuevos prospectos. Por ejemplo, en crédito, si nosotros llegáramos a invertir \$200 al mes solo en una campaña de créditos podríamos llegar a una conversión de tener de 25 a 30 prospectos, de personas interesadas que llenen un formulario y les interese tener más información de ese crédito; llamémoslo que nos pueden costar más o menos cada lead entre \$4 a \$11. Creo que aquí hay temas interesantes porque si lo vemos, la base de datos fuerte anda en 31 a 59, posiblemente los hijos de esas personas obviamente nos va a interesar, nos va a interesar las parejas de esas personas o esos grupos. Entonces, por ahí vemos una campaña de créditos que si se activa el costo por lead más o menos puede ser de entre \$4 a \$11 y puede deparar de 25 a 30 prospectos; siempre y cuando el producto, crédito, intereses, tasa y todo obviamente vayan dentro de los rangos competitivos.

Y sobre todo, que viene la otra parte, ya al tener los leads, quien los atiende, en este caso imagino que es Candy, cómo se atiende, qué se les da, cómo se les da el seguimiento y cómo se saca si el lead fue positivo, si no fue positivo, si contestó, si no contestó, si dijo que le gustó más la oferta del Banco Popular, si dijo que no, que la empresa solidarista tiene otro crédito mejor. Entonces, esas son cosas que obviamente ya vienen post el tema del lead.

Luego tenemos el consultorio médico. Consultorio médico lo que necesitamos básicamente es poder tener un mínimo solo en temas de pauta, por lo menos llegar a tener de 25 a 30 prospectos en posibles citas para que ya con las citas que normalmente se van sacando de manera orgánica puede llegar a la cuota y un costo por lead de citas de \$3 a \$7 más menos. Luego viene el otro pilar que es el podcast, que en este caso este podcast va a ser una herramienta para; si ya sabemos que la mayoría son periodistas, si ya sabemos que tal, entonces creo que ahí lo que hablábamos la vez anterior, ocupamos temas, ocupamos topics que sí sean verdaderamente relevantes para que no se vuelva en un podcast de hoy vamos a hablar cómo comer saludablemente, porque yo creo que ya todo mundo ha hecho de no sé, 100.000 podcast de esos. Entonces creo que hay que darle cierta vuelta o cierto giro y con \$100 nosotros podemos llegar a lograr que 3300 personas puedan darle reproducción a ese podcast y sobre todo llegar a un alcance de 15 mil personas. Entonces eso es una eventual propuesta de pauta pensando en esos tres productos. Lo demás, si viene una feria, una invitación o no sé, la semana de la comunicación, etcétera; creo que aparte de eso, creo que son cosas inclusive más institucionales o son cosas que en su momento deberían de ir de manera orgánica y enfocar el tema de pauta para KPI ya medibles y que sean parte del objetivo. Eso es como la parte donde empezamos a ver un poco la data, ver un poco el tema de estrategia y viene la otra parte que es de lo que hablamos, ¿cómo podemos llevar esos tres programas, créditos, consultorio y podcast a la vía ya real dentro de la estrategia de Fondo COLPER?

### Yisus Armando Vega Parrales

Armando Vegas, voy a continuar yo con buen tema de la presentación. Entonces como para seguir este tema que hablamos, la idea es poder racionalizar todo el tema de los datos que no los teníamos al inicio de la gestión y que yo creo que nos arroja ya como una información que nos pone a todos en un mismo canasto y que nos decimos, bueno, tal vez antes de crear un producto o tirar hacia algo, creo que también ahora hay una base de datos que se puede revisar con eso. Y obviamente, parte de las conclusiones que nosotros seguimos viendo en esta etapa donde hemos ido creando un cambio de imagen, ya algún tipo de comunicación más uniforme y ya que haya comunicación constante, pues ahora vienen otros retos que se vienen de la

mano

con

esto.

Y básicamente lo que hablábamos, el Fondo COLPER, somos el brazo de servicios financieros y bienestar para las personas afiliadas al COLPER, donde realmente la parte comunicación dice es una plataforma virtual de beneficios que ahora va a venir lo del crédito también temas de subsidios que ya ustedes tienen, el tema del consultorio y consejos que también yo creo que ahí es donde debería entrar. Cuando uno ya habla de créditos, habla de consultorio y tal vez uno piensa en la parte imagen, ya hay que ponerse en el modo crédito, ya hay cierta parte visual de cómo se maneja ese tipo de cosas donde la gente lo ve y dice me está hablando de un crédito. Es como cuando uno ve algo de jabones o algo, me está hablando de crema, me está hablando de jabones; en este caso si vamos a hablar de créditos y hay ciertas partes visuales. Entonces cómo hacemos para desarrollar la parte gráfica pero que la gente sepa que estamos hablando de eso y si la gente necesita ver un tema del consultorio, que sepa que estamos hablando de consultorio. Entonces hay que visualmente comenzar a hacer algunos cambios, que es lo que les queremos presentar y cómo podemos impactar a la gente con ya la parte de comunicación. Empezamos con los créditos de vivienda, básicamente aquí ya comenzamos a desarrollar un tema de un mood board que viene de la herencia del cambio de imagen que nosotros hicimos, pero ya agregando ciertos tonos que decimos cuando hablemos de esos tonos nos vamos a ver con el tema de los créditos, con el tema de los lotes, la tipografía sigue siendo la misma para que no perdamos esa línea. Ya las fotografías, pues sí, fotografías mucho más modernas, ya vimos el público a que le estamos hablando, que también de gente que se vea moderna, que el Fondo se vea moderno; y temas visuales como estas cajitas donde se pone el tema de los plazos, la tasa, todo lo que va a salir aquí para que no nos peguemos en esa parte, si son los plazos, la tasa, eso son referencias nada más, no significa que esto es lo que va a salir, sino más bien es un tema nada más de visual y se comienza a desarrollar íconos, que si estamos hablando de venta de casa, que estamos hablando de remodelación, que estamos hablando de lote o que estamos hablando cambio de hipoteca, también ya hay una parte visual. Porque dentro de las propuestas que queremos hablar más adelante es ya hay una teoría, cuando yo tengo alguna necesidad hablar con el tema de un crédito, yo normalmente necesito entrar a una página web o que me llegue alguna información para yo estarla consultando porque no es un paso que simplemente se da de la noche a la mañana, sino más bien estar consultando; y ahí donde nosotros caemos que lo van a ver más adelante que el desenlace de este tipo de cosas, ya sea si me llega por correo, si me llega por WhatsApp o si lo veo un anuncio por redes sociales, yo pueda terminar en un landing page que hable directamente solo de créditos, yo no necesito que me hable de todo lo demás; esas son las buenas prácticas que les queremos traer también a la mesa. Por eso esta iconografía, porque esa iconografía nos funciona para que la información

crezca mucho más fácil y que a nivel de Google haya temas de premiación y todo el asunto, temas de búsquedas y demás, son buenas prácticas. Entonces bueno, ya cuando lo ven a nivel de imagen ya impactamos mucho más, comenzamos a utilizar otro tipo de fotografías, usamos la iconografía. Buenas noticias para seguir también la misma línea, hasta ₡75.000.000 (setenta y cinco millones) como digo, datos que son random. Llegaron los créditos COLPER para comprar casa, condiciones buenísimas, el plazo, la tasa, no insista, es exclusivo para personas colegiadas y familiares, que eso es como ciertos mensajes para que no nos comience a querer residuo o leads que nos hagan perder el tiempo sino ya para meternos directamente a la gente que tiene este tipo de cosas; obviamente hay un copy ahorita no nos vamos a meter como en eso. ¿Cómo comenzamos a desarrollar esto para que se sienta como una campaña?, entonces igual buenas noticias hasta ₡75.000.000 (setenta y cinco millones) llegaron los créditos COLPER para cambiar de hipoteca, cambiamos el icono, seguimos la misma línea de diseño pero ya más visual que yo sé de pronto la línea que ya hicimos anteriormente ya nos dice esa es como la línea corporativa del fondo COLPER y aquí ya lo separamos teniendo una herencia y decimos esto es la campaña de créditos. Sos persona colegiada o familiar, disculpe es solo para gente COLPER, entonces hacemos hincapié a ese tipo de cosas.

Buenas noticias, cambiamos ícono igual hasta ₡35.000.000 (treinta y cinco millones) para remodelar detalles son créditos exclusivos para personas colegiadas y familiares. Entonces la parte visual se vuelve muy rico porque entonces podemos jugar, podemos quitar cosas, pero seguimos viéndonos como la campaña que tira de esto; o por ejemplo cómo vemos el tema de la compra de lote.

Entonces con los mensajes muy claro, muy directos y yo ya veo eso y ya sé que son temas de crédito de venta, o sea no tengo que ver mucho, no tengo que leer tanto y ahí es donde hacemos hincapié a eso, eso es lo que me tiene que llevar a un desenlace. Por ejemplo, si me llega por correo que es de las variables que queremos hacer, cómo se puede ver es un correo y realmente yo creo que cumple exactamente con el objetivo principal del mensaje o cómo podemos aplicar esto ya hacer unas campañas de paid por redes sociales con carruseles, también son como las buenas prácticas porque los carruseles meta los premia bastante bien y que eso tenga un desenlace.

Entonces cuando yo reviso toda esta campaña y comienzo a revisar todos esos temas queremos proponer, tenemos un asunto con el tema de la página web, entonces bueno aquí asunto buscarle solución, mientras resolvemos eso. Lo que queremos solucionar es tengamos una página de aterrizaje donde la gente solo le hable del tema de los créditos, aquí también me voy a ir un poquito más en detalle, es igual buenas noticias, créditos de vivienda, tenemos un formulario porque lo que necesitamos es que capten el lead rápidamente y que la gente reaccione rápido, porque así es como funciona este mundo, ya nosotros lo hemos hecho, financiera, créditos y demás.

Los íconos en las buenas prácticas tenemos eso, información, más info, ya compré a casa, que si necesitamos esto, lo otro vamos con mensajes claros, cuáles son las condiciones buenísimas nada más para seguir viendo este tema. Y bueno, ahí tenemos una sección de los lotes del Fondo en venta, también como un tema de eso y listo, o sea, ese es el objetivo de leanding básicamente es acaparar eso. Entonces bueno, es el primer capítulo del tema de créditos, vamos a hablar al final, para no dejar de continuar con eso. Nada más voy a reforzar el tema de venta de lotes. Entonces igual creamos un tema del modo board, viene como un hijo también de esta parte de créditos, pero sí hay como una variación para que no nos compita con la otra parte. Entonces si necesitamos enviar un HTML o ya sabemos que queremos abrir el tema de los lotes al público en general y que no solo caiga directamente con la gente del COLPER, pero cuando yo doy la información sé que me están hablando de lotes, sé que me quieren vender un lote y ese es el objetivo; siempre bajo la misma imagen de lo que es el Fondo, pero esto nos permite jugar, poner las fotos, hacer variaciones para que también no sea aburrido, pero sabiendo que el objetivo es venta, realmente aquí no hay mucho que tirarlo y también esto como se puede ver carrusel con distintos lotes con esta parte. Entonces, yo cuando veo créditos, veo créditos, aquí lo que estoy viendo son lotes. Entonces creo que me queda bastante claro, pero hay una unidad que está bien cuidada a nivel de branding por ese lado.

Por último tenemos el tema del consultorio, que también queremos hacer como una renovación en el sentido de que necesitamos, veo la imagen corporativa, veo créditos, veo lotes, cómo hacemos también porque tenemos retos ahí con el tema del consultorio. Entonces poder integrar algunos colores, poder integrar algunos fondos, algún tipo de visuales que ya diga me ubica directamente en el tema consultorio. Entonces, y que nos veamos modernos, que sea bien, que la gente sepa qué es lo que estamos hablando. Y aquí es donde entra esta parte visual del consultorio, que es chequeo anual, saca tu cita gratis, agenda tu cita y tener estos visuales que me deja muy claro que lo que me quieren ofrecer y que haya como una unidad, que ya veamos que este es el branding por decirlo así, de el tema del consultorio; y que por ejemplo, si tocamos, no sé, tratamiento de uñas encarnadas, cambia también el visual, pero no aguante más el dolor, incomodidad, saca tu cita gratis. Pero donde comienzo a ver los visuales, vemos que hay una línea que sigue con esto que se moderno, que se ve muy clean, que se vea limpio y yo digo, eso tiene que ver algo con algo del área de la salud. Tal vez eso es lo que necesitamos como reforzar en este lado.

Igual para nuestras colegiadas tenemos esta cuestión. Parece que hay otro nombre que se tiene que utilizar para el tema, eso nos dijeron la vez pasada. Obviamente, como les decimos, estos simplemente concentremos en la parte visual, ya en los temas de términos y demás, ahí los iremos cambiando. Y aquí ya tenemos básicamente toda una línea del tema del consultorio que necesitamos reforzar y ser muy directos.

Yo creo que de pronto los colegiados tienen como mucha información que le manda Colegio, que le manda eso; entonces bueno, yo creo que nosotros tenemos que de toda esa información que le está llegando. Y por último, hay una propuesta de poder generar un podcast, eso sería muy interesante, con temas de consejos, con temas de que si invitamos al doctor del consultorio para darle visibilidad también al consultorio o que si queremos hablar de temas financieros como temas de consejos, creo que es importante. Entonces, bueno, deberíamos ya hacer el Fondo podcast.

El Fondo Podcast es una herramienta que hay un público que viene en crecimiento, que hay que ir atrayendo, hay que hacer un poquito más demanda para poder acercarnos también a un público que va a crecer entre tres, cuatro, cinco años puede estar usando el tema del Fondo; y poder generar de material que va dirigido al tema del podcast, ideas para vivir y trabajar, donde tengamos invitados que ustedes puedan ir también a ese podcast a conversar, que pongamos los nombres de las personas que son especialistas y es un podcast que dura quince, veinte minutos, no es un podcast ahí de una, dos horas, sino más bien como quince, veinte minutos y que se pueda mover muy bien con temas de reproducciones y demás; y creo que le daría un refresh al Fondo también para generar contenido que podamos llevar a las redes sociales, que podamos llevar al WhatsApp, que podemos llevar a una futura página web, también y que esto nos genere como un 360. Entonces, aquí terminamos nuestra presentación desde los datos, la justificación, los análisis y el tema de comunicación imagen con esto.

#### Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Muchas gracias a los compañeros y colegas de Yizus por una muy buena presentación. Bueno, bendita data y en buena hora tener la información de nuestros y nuestras colegiadas y colegiados debidamente actualizada porque permite justamente hacer lo que esperábamos, que es esto que ustedes han presentado hoy. Yo casi, casi que me pongan donde se los firmo de una vez, porque realmente me parece que da muy, muy en el clavo con lo que queremos. Algunas cosillas ahí de forma en los copies y esos que tal vez podemos ver, pero son cosas menores, en el fondo, el análisis que se hace me parece certero, está el 80-20 de Pareto clarísimo; entonces está clarísimo dónde hay que trabajar para no votar recursos de tiempo y económicos. Además la propuesta en el tema muy bien centrada en cuanto lo que es prioritario para nosotros que es sin duda el tema del crédito, en este caso el hipotecario, que además como ustedes saben, ese programa ya está aprobado y es el con urgencia nos toca arrancar; en efecto el tema del servicio médico también creo que hemos mejorado bastante en el servicio médico, ahí habría nada más entonces que valorar los alcances en el sentido de la inversión, porque ha habido un buen repunte en ese tema.



Me gusta lo del podcast, como de pronto todo hay que hacerlo, creo que es lo que yo dejaría en el orden en tercer lugar, porque además entiendo claramente que no es un tema en que ustedes particularmente se puedan meter a ayudarnos directamente para producirlos, estoy clarísimo que no es tampoco como parte de la contratación y dependemos entonces ahí del Colegio, de proyección y ahí tenemos un poquito de limitación, pero por supuesto que tomamos nota de eso. Finalmente, para no monopolizar la palabra, me gusta mucho, me caso con la idea también, dado que ustedes lo distinguieron muy bien en la data de cuáles son los canales que deberíamos estar empleando. Entonces apostarle a esos canales que ustedes tan claramente los han citado, hacer desde ya sin duda el tema de la landing page, o sea, eso es sí o sí un tema urgentísimo para poder empezar esto. Yo la verdad, mis observaciones son más como de forma y creo que en eso se puede trabajar con la Administración de manera veloz para poder salir cuanto antes y agradecerles porque creo que ustedes han hecho un gran esfuerzo de aquí para atrás, pero lo tuvieron que hacer un poquillo con los ojos vendados, no teníamos esta data que dichosamente ahora sí tenemos. Doña Vicky, Don Dilmar, por favor.

#### Vocal II Vicky Luna Salas

Dilmar levantó primero la mano.

#### Tesorero Dilmar Corella Corella

Gracias, doña Vicky. Buenas noches más bien muchas gracias por esta presentación. Realmente no sé, me deja muy satisfecho porque empezamos a ver realmente qué tenemos porque al principio empezó con, como lo decía ahora Don Wilberth, a empezar a hacer de lo que teníamos algo. Ahora por lo menos ya a partir de ahora ya la cosa va un poco más seria porque ya tenemos información básica. Yo creo que, y perdón que lo está comentando, fuera de aquí, que realmente aquí es donde empieza lo interesante realmente el trabajo de Yizus porque realmente tenemos, no solamente tenemos respaldo que empezamos a tener información, sino que ya podemos empezar a ver ya un poquito más de tal vez crear productos para crear tendencia y mejorar imagen. Me gusta estas propuestas de diseño se ven muy limpias, nada más habría que chequear ahí por si acaso ajustar si está dentro del libro de marca, los colores para que quede amarrado con eso. Lo de la idea de los podcasts, por supuesto, porque son temas específicos que realmente se hacen para llamar la atención de aquello que queramos y no solo eso, y profundizar un poquito más allá y demostrar el interés. Sería bueno, también eso de definir muy bien los temas porque esto hay que verlo también a nivel COLPER, porque en algunos, como ustedes lo decían, son temas que tenemos que trabajar de manera conjunta aunque tengamos ciertas diferencias en cuanto a nuestras metas, como lo decían ustedes un COLPER más institucional, los otros más enfocados en servicios.

Eso queda claro y eso también por eso, eso estaba comentando que sería bueno también hacer tal vez a la Junta, preparar una presenta tal vez que tenga que ver con esto porque ya a partir de aquí empieza lo mejor y arranca como es este asunto ya, perdón, un poquito más en serio. No es que no ha sido en serio, lo digo en buen lead, sino que sería bueno también. ¿Por qué? Porque mucho de ese enfoque precisamente es en ver que lo que se está invirtiendo realmente está empezando a dar frutos. Muchas gracias.

#### Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias Dilmar. Doña Vicky después doña Mercedes.

#### Vocal II Vicky Luna Salas

Muchas gracias, buenas noches. Vea, un agradecimiento así de corazón, al fin se me quita un peso de encima con esta presentación que es lo que realmente estábamos esperando para esta nueva, para este nuevo año, esta nueva etapa también en relación con ustedes. Y es que están dando de verdad la milla extra con toda esta interpretación de datos y con toda esta propuesta que han hecho, de verdad yo muy satisfecha con lo que presentaron. Nada más tengo dos dudas y después algunos unos dos comentarios que es la observación es, aunque hacen una segmentación súper buena con la mayoría de la población de esta comunidad de los 31 a los 59 años, sabemos que hay una gran diferencia entre las personas que tengan 31, los que tengan 40 y los que ya vamos llegando casi a 59. Porque son tres generaciones X, Y y Z. Entonces ahí sí me preocupa y más bien tengo la consulta para ustedes, porque en esa población hay gente que ni siquiera quiere comprar casa, es más bien alquilar o leasing o lo que sea. Entonces ahí sí me preocupa a quién le vamos a hablar y cómo le vamos a hablar. Esa sería la primera consulta, observación. Y luego mi otra gran, gran consulta son las informaciones de salud. El público del Colegio, que la duda es porque se enfatizaron de 60 a 79 años, población que va tendiente adulta mayor, pero de todos los colegiados y colegiadas necesitamos y queremos incluso preventivamente que consulten y que hagan uso del consultorio. Y aquí no me voy a extender mucho diciendo que y todos los compañeros y compañeras que hayamos trabajado en medios de comunicación, en agencias de relaciones públicas, no sé en instituciones públicas que muchas veces tienen el consultorio, pero el factor tiempo es lo que hace que los periodistas y comunicadores de agencias no vayan nunca o vayan muy poco al Seguro Social. ¿Por qué? Porque faltar al trabajo es casi un pecado mortal o porque la salud se deja de lado porque hay que rendir en tiempo.

Entonces a mí aquí, y eso tiene que ver con una cuestión que he venido luchando, es más bien la telemedicina y que no quisiera tampoco que me dejen por fuera porque algo dijeron

de segmentar, sobre todo en San José, Cartago y Heredia; sino más bien que también necesitamos que los colegiados que están fuera de la Gran Área Metropolitana consulten. Pero esto tiene que ver con un asunto de telemedicina que tenemos que arreglar adentro del Colegio, el Fondo y que después ustedes comprueben si la gran necesidad de los comunicadores que nunca consultan, y lo voy a decir así, hay gente que se le pudren los dientes porque nunca van a un odontólogo, porque no tienen tiempo y vemos unas condiciones de salud tremendas porque no se han ni pensionado o cuando se pensionan a los tres meses se mueren. Hay casos de casos y es porque la salud queda en segundo lugar.

Entonces ya hice esos comentarios. Primero, mis dos grandes preocupaciones es en resumen, la división del grupo etario tan grande ahora entre 31 y 59 años, y el factor tiempo en el consultorio, que apostemos por la telemedicina una vez que en el Fondo se haya arreglado la situación. Muchas gracias.

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias doña Vicky, doña Mercedes, todos los comentarios y consultas de los compañeros y después para que YIZUS pueda terminar.

Vocal I Mercedes Quesada Madrigal

En mi caso yo felicitarlos por la presentación, de hecho me encantó mucho la dinámica y no solamente la dinámica, sino también las propuestas. Tal vez hay algo que nada más quiero hacer referencia. Por ejemplo, cuando dicen familiares, ahí sí tendríamos, esto es parte de lo que Wilberth estaba hablando, pero solo como para extender un poquitito. Cuando hablamos de familiares tenemos que hablar exactamente del grupo de familiares al que corresponde, porque al decir familiares nos deja muy abierto y el tema en ese está ya muy reglamentado. Ver lo del libro de marca específicamente por los colores que hablaba Dilmar, me parece que son colores muy llamativos, pero creo que habría que ver eso. Y luego, la visibilidad del logo del Fondo, específicamente en su naturaleza, que ahí está, pero no está en su naturaleza propia, específicamente dentro de esas condiciones. Lo del Fondo podcast me encanta porque es una opción de que los colegiados puedan estar retomando la información puesto que pueda quedar grabada ahí en ese instante e incluso referirla mucho a otras personas colegiadas y no colegiados, personas que eventualmente podrían ser colegiados posteriormente. Pero de mi parte me encanta la dinámica y me encanta la propuesta. Muchas gracias.

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias Mercedes. Doña Ana.

Secretaria Ana Lorena Hernández Moreno

Muchas gracias por la presentación. Todo se ve muy ordenado, muy bonito. Solo quiero saber si hay algún, si en toda esta información, cuando se contacten a los colegiados, si va a haber un buzón de sugerencias, alguna retroalimentación, porque también es muy importante, considero.

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias, doña Ana. Ahora sí, no sé quién responde de los compañeros de Yizus, si hicieron la anotación ahí de las observaciones y consultas particulares de las y los compañeros. Don Fabián, don Armando, gracias.

Director General Fabián Salas

Habla Fabián. Bueno, con las consultas que tenía doña Vicky, prácticamente vamos a ver si, yo creo que el grupo es un grupo fuerte de 31 a 59 y posiblemente nos va a tocar desglosarlo, como decía doña Vicky, ver tal vez cuáles, en cuáles grupos, ver si de repente va a ser de 31 a 36, o de repente vamos a buscar tal vez una forma de segmentarlo; sobre todo también para ver también las capacidades.

Aparte de la edad, creo que también lo que hablamos nosotros podemos hacer un mismo HTML y al mismo HTML o al mismo correo podemos ponerle Atención Publicistas o Atención Relacionistas Públicos, o Atención Periodistas. Entonces es como que al final también cuando uno le llega un correo muy dirigido donde uno pucha, eso es para mí y yo creo que hay mucho, lo que nos va a tocar es competir, porque lo hemos visto.

Actualmente, los bancos que dan créditos, las cooperativas que dan créditos, entonces, bueno, hay muchos entes que dan crédito. Creo que ahí nos toca ver nuestro diferenciador, que en este caso vamos a tener tasas tal vez muy competitivas al mercado, pero lo que nos toca es ver cómo la practicidad o la facilidad de vender los temas de los créditos.

Con el tema de la edad de consultorio médico, ahí lo que estuvimos revisando fue que habían bastantes personas de edad mayores que posiblemente pueden ser más propensos a visitar o en este caso a sacar citas, como por decirlo así, una canasta básica donde podamos tener ese grupo y constantemente habría que ver el comportamiento; pero sí, efectivamente, como dice doña Vicku}y, creo que sí tenemos que comportarnos para todos los grupos.

Creo que ahí también nos va a tocar también jugar con temas de posibles enfermedades, posibles ya cuando salen los triglicéridos o a qué edad sale.

Entonces, a lo mejor ahí donde nos va a tocar hacer ya envíos de correos, que eso sí lo hemos visto, sobre todo cuando son bases de datos de grupos de comunidades como Fondo COLPER o como COLPER puede prestar más a que la gente responda con mayor facilidad, con solo el envío, que es lo que vemos que el tema de pauta sería un paso posterior a temas de en vivo. Creo que esas eran dos consultas. Con lo que decía doña Mercedes del tamaño del logo y eso, vamos a hacer la revisión con el tema del tamaño y el tema de los colores también, ya para ir unificando y ya irlo aterrizando ya con la data correcta de los datos de interés y tasas y plazos, y esta parte.

Y con lo que decía Ana, lo de lo del buzón de sugerencias, de repente se puede, creo que nos va a tocar también de repente evaluar los productos que saquemos, van a haber productos que nos va a ir bien, van a ver productos que tal vez no van a tener tanto engagement, pero creo que sí nos toca ya sea con un buzón de sugerencias o bien una encuesta posterior o durante el proceso; creo que también sería válido ver o calificar algún tipo de producto, ver si el producto crédito, el producto hipoteca, el producto cambio hipoteca, ver cómo de repente lo siente la gente. Pero creo que al final creo que nos toca comunicarnos directo con ellos y que más bien las redes sociales van a ser un tema complementario a lo que hagamos en WhatsApp y correo prácticamente.

#### Yizus Armando Vega Parrales

Tal vez con respecto al libro de marca y todo ese tipo de cosas, creo que vamos a ver un libro como antes estaba como insípido el tema del libro marca y demás, creo que hay que tomar en cuenta que el libro de marca también todavía está en construcción y aquí donde también uno agrega esos capítulos donde entonces se amplía, porque yo creo que igual como comunicadores y demás hay que hacerlo crecer un poco para no volverse como muy cuadrado y de pronto quede como todo muy parecido, sino más bien como decir capítulo comunicación servicios, vamos a ampliarlo a estos colores, vamos a poder poner un capítulo nuevo para el tema de los créditos o para el tema de eso; para que no sea como un antojo solo porque nos gusta o porque eso, sino más bien porque tiene una lógica de poder agregar eso dentro del libro de marca con el fin de ser un poquito más versátiles.

Eso nos ayuda muchísimo a todos también porque el libro de marca realmente lo que hace es quitar subjetividades en el sentido de que por ejemplo, si ya sabemos que esa es la línea que nos gusta, por decir algo, el consultorio médico, ya sabemos que no nos vamos a estar investigando cómo lo vamos a hacer, sino que ya hay un capítulo hecho para poder desarrollarlo y que vayamos mucho más rápido también con cada uno de esos, pensando que posiblemente el Fondo va a seguir teniendo mucho más capítulos y creo que el libro

de marca nunca se termina. Entonces creo que tal vez eso también es como una novedad que podemos traer acá, de siempre tener esa ventana abierta para seguir innovando.

### Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Muchas gracias, me parece muy bien. Y con el afán de ir aterrizando con las propuestas que ustedes realmente desarrollaron, porque hay prioridades sin duda alguna. Tal vez ahí lo que quería tal vez con ustedes es, y bueno, que lo hagan con la Administración naturalmente para poder tenerlo eso ahí visualizado, esa hoja de ruta, del corto a mediano plazo de esta propuesta que ustedes están haciendo, que en general ustedes han visto, ha sido muy bien acogida por las y los compañeros. Entonces que nos digan, estos canales que son a los que hay que darles prioridad, ustedes están sugiriendo ahí en particular dos, para poder arrancar con el tema de los \$40 es, creo que le pusieron ahí. Después está el otro con lo de los \$60, después la parte de redes que incluiría el tema de una apertura de un canal de YouTube e incursionar en LinkedIn; y finalmente la otra parte que ya es también lo de los podcast y la parte del Colegio, que eso tendría que ver más el Colegio.

A mí me gustaría eso verlo compañeros y compañeras, en una hoja de ruta, puesto en una hoja de ruta que lo trabajen con la Administración, naturalmente, no tiene que ser con nosotros. Ya una vez aprobado este concepto general de la estrategia, lo que hay que hacer son afinar detalles, como bien lo indicaba Vicky y ustedes hicieron la lectura, ese grupo etario, por ejemplo, donde está el 78% se puede todavía zarandear un poquito para poder tener mayor, mayor claridad, porque en efecto, posiblemente alguien de 31 pudiese andar buscando o no vivienda ya esas edades ahora incluso no necesariamente lo hacen, pero alguien de 60 ya no la va a buscar, pero posiblemente sí la va a necesitar reparar, porque posiblemente si son los que tienen casa. Entonces son como detallitos, son cosas ahí que están clarísimas.

Entonces tal vez ahí lo que repito, me gustaría que se pudiesen sentar con la Administración es a poner eso en una hoja de ruta. En eso qué significa desde el punto de vista de los costos que nosotros naturalmente tenemos que asumir como Fondo que estaríamos totalmente dispuestos, yo repito, lo de landing page me parece ultra necesario y ultra urgente; y asume mayor urgencia todavía lo de la campaña de crédito, no solo porque ya está aprobada, sino porque ya la otra Semana empieza la Expoconstrucción. Entonces ya tenemos una competencia súper directa y con Expoconstrucción que tiene unas particularidades tan competitivas como las nuestras y hasta mejores, y no podemos dejar que se nos adelante en esa parte porque al final de cuentas igual eso es gente perdida. Un colegiado que como no sabe que tenemos es la campaña y las condiciones, se va Expoconstrucción y ahí toma una decisión con un banco, ya ese lo perdimos. Entonces no nos podemos dar esos lujos cuando tenemos un grupo tan reducido.

Yo tal vez lo que les agradecería sería esa hoja de ruta, verla con la Administración y que

ya la administración nos la pueda presentar la otra semana ver los detalles de forma que ya ustedes han tomado nota aquí. Yo totalmente de acuerdo con el tema del uso del libro de marca y que hay que tener libertades porque eso está en construcción. Entonces me gusta ser un tanto disruptivo en eso, hay que tomarse sus licencias si es para atraer. Y finalmente lo otro es pues esto naturalmente la idea siempre ha sido llegarlo a KPIs e ir viendo esos KPIs, cómo se comportan y cómo funcionan. Y bueno, este es el, este va a ser el primer gran reto. Entonces no sé de parte de ustedes en esa hoja de ruta, como lo ven, como la visualizan, si de verdad la podríamos tener ya para el otro lunes negociada con la Administración con todo lo que eso implica para poder arrancar, repito, urgentísimo lo del tema del préstamo de vivienda por las razones ya explicadas.

#### Director General Fabián Salas

Total, de hecho, la idea ya más o menos tenemos encaminado el proceso. Entonces la idea ya es mañana sentarnos con Candy, con don Carlos para ya construir la ruta y que ustedes la puedan tener ya para el próximo lunes.

Tenemos tal vez una ventaja que todo es digital, entonces que por ahí deberíamos de tener un punto a favor en velocidad, pero bueno, ya ahí mañana les aterrizamos ya con Candy y con don Carlos, ya para que ellos les cuenten ahí el proceso ya de la hoja de ruta. Pero sí es logable.

#### Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Muchas gracias, Fabián. Y comprometerlos de antemano, yo sé que no corresponde, pero sí agradecerles si esta presentación casi que así un poquito ya con lo que va a trabajar con la Administración, es posible en las próximas semanas hacérsela también a la Junta Directiva y que ustedes se la puedan hacer.

Yo particularmente me encargaría de hablar con Yanancy, tenemos un compañero aquí que también es director de Junta y podemos hacerlo para convencerles y que los escuchen a ustedes directamente, porque no es lo mismo que pues que la vaya a exponer algún administrativo o alguno de nosotros, cuando ustedes son los creadores.

Entonces que tal vez una vez ese afinamiento que le van a dar con la Administración a partir de mañana para tenerlo para el próximo lunes, pensemos en un par de semanas, tal vez puedan tener ahí alguna apertura ustedes para que la Junta Directiva pueda consolidar un espacio ahí y hacerles ustedes tal vez esta presentación un poquito más resumida, pero al final de cuentas que ellos también la tengan, porque han estado sumamente interesados también en este tema del trabajo que ustedes nos aportan.

No sé si hay alguna consulta, duda o comentario, compañeras, compañeros. Si no lo hay, entonces para despedir a los compañeros de Yizus y agradecerles primero y segundo, pues naturalmente quedamos atentos a ese trabajo para verlo con la Administración el próximo lunes y reiterarles el agradecimiento por el excelente trabajo que han presentado. Muchas gracias.

Vamos a continuar entonces, compañeras, compañeros, tal vez aquí con este tema de Yizus, dar por recibido entonces la presentación y la propuesta estratégica presentada por ellos. Porque ya vimos que no es solo la campaña de crédito, sino que está hablando estratégicamente también de el tema de la promoción de salud, de los servicios de salud y otros, subsidios también.

Y me parece que aquí, repito, con que la Administración se siente y afine esas cosas más de forma que de fondo con ellos y tengamos ya el lunes algo concreto, puntual, con esas correcciones, podríamos aprobarlo y abrir el espacio para que la Junta Directiva también lo pueda conocer lo más pronto posible. Entonces, lo damos por recibido y encargamos a la Administración para que se reúna con la Agencia Yizus, efectúe los ajustes pertinentes según los comentarios de las y los directores, y este traiga esta propuesta para el próximo lunes al Consejo para la aprobación final.

### ***ARTÍCULO TERCERO: lectura y aprobación de actas.***

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Tenemos primero para una próxima sesión su traslado al acta de la Sesión ordinaria número 02-26 del 19 de enero del 2026. Por aprobar, tengo el acta de 03-26 ordinaria de la sesión 03-26 lunes 26 de enero del 2026. Quienes estén a favor de aprobar esa acta, si sirven indicarlo. Doña Mercedes.

Vocal I Mercedes Quesada Madrigal

Aprobado.

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias. Doña Vicky.

Vocal II Vicky Luna Salas

Aprobado

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias. Don Dilmar.



Tesorero Dilmar Corella Corella

Aprobado.

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias. Doña Ana Lorena.

Secretaria Ana Lorena Hernández Moreno

Aprobado.

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias con el voto de esta presidencia. Cinco votos a favor, aprobado por unanimidad, acuerdo en firme.

***Acuerdo 02-07-26.** Se aprueba el acta 03-26 de la sesión lunes 26 de enero del 2026. Aprobado por unanimidad, acuerdo en firme.*

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Tenemos para una próxima sesión el traslado del acta de la sesión ordinaria 04-26 del lunes 2 de febrero, así como el acta 05-26 del 9 de febrero, el acta 01-26 del 12 de febrero y el acta 06-26 del 16 de febrero, todas ellas se trasladan para una próxima sesión.

***ARTÍCULO CUARTO: correspondencia***

- ***Correo Despacho Rodríguez Arias (actualización en tarifa de servicio contable).***

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Tenemos el correo de parte del despacho Rodríguez Arias en cuanto a la actualización, la tarifa de servicio contable que llegó a sus carpetas y que en lo fundamental indica que a partir del mes de enero del 2026 los honorarios del despacho Rodríguez Arias, cuya representante es la licenciada Cicely Arias Tenorio, serán por la suma de ₡205.000 (doscientos cinco mil colones) más el impuesto al valor agregado. Esto está de conformidad con el reglamento, el ajuste, así es que entonces nos toca aprobarlo, aunque es más de recibo, pero lo someto a votación en todo caso por estar acuerpado esto en un contrato. Doña Mercedes.



Cartago, 03 de febrero del 2026

Señores,

**Colegio de Periodistas (Fondo).**

Presente,

Estimado cliente,

Según acuerdo realizado desde el inicio de la presentación de nuestros servicios, todos los años a partir del mes de enero hacemos un ajuste a nuestros honorarios.

Por lo tanto, a partir de la contabilidad del mes de enero del 2026, nuestros honorarios serán por la suma de:

- Contabilidad **€205,000.00** más IVA.

Cualquier consulta adicional estamos a la orden.

Agradecemos por la confianza depositada en nuestros servicios.

Dios les continúe bendiciendo.

**ENID ARIAS**  
**TENORIO**  
**(FIRMA)**

Firmado  
digitalmente por  
ENID ARIAS  
TENORIO (FIRMA)  
Fecha: 2026.02.10  
09:02:13 -06'00'

Licda. Sicely Arias Tenorio.

Representante Despacho Rodríguez Arias S.A.



Cartago, La Unión, Tres Ríos



8348-5516



[sarias@dracontadores.com](mailto:sarias@dracontadores.com)

Vocal I Mercedes Quesada Madrigal

De acuerdo a la condición explícita que se indica, aprobado.

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias. Doña Vicky.

Vocal II Vicky Luna Salas

Aprobado.

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias. Doña Ana Lorena.

Secretaria Ana Lorena Hernández Moreno

Aprobado.

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias. Don Dilmar.

Tesorero Dilmar Corella Corella

De acuerdo a la información presentada y si está contemplado en el presupuesto, entonces aprobado.

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias y con el voto de esta presidencia 5 votos a favor, aprobado por unanimidad, acuerdo en firme.

***Acuerdo 03-07-26.** Se aprueba la actualización de la tarifa de servicio contable por la suma de ₡205.000 (doscientos cinco mil colones) más el impuesto al valor agregado. Aprobado por unanimidad, acuerdo en firme.*

## ***ARTÍCULO QUINTO créditos y subsidios.***

### **5.1.1 Créditos**

#	Colegiado (a)	Crédito	Monto	Plazo	Interés
1		Sin Fiador	₡2.000.000.00	36 meses	19%

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

La Administración lo expone, por favor.

Jefe Administrativo Financiero Carlos Fonseca Bustos

Gracias, don Wilberth. Sería el crédito, plazo 36 meses, tasa un 19%. La recomendación de la Administración es positiva.

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias, don Carlos, ¿Alguna consulta sobre este crédito que ha presentado la administración? Si no la hay, lo voy a someter a votación. El crédito de la colegiada es un crédito en la línea de crédito sin fiador por un monto de ₡2.000.000 (dos millones de colones) para gastos personales a una tasa de interés del 19% y un plazo de 36 meses, con la recomendación positiva de la Administración. Quienes estén a favor de aprobar se sirven indicarlo. Doña Mercedes.

Vocal I Mercedes Quesada Madrigal

Aprobado.

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias. Doña Vicky.

Vocal II Vicky Luna Salas

Aprobado

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias. Don Dilmar.

Tesorero Dilmar Corella Corella

Aprobado.

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias. Doña Ana Lorena.

Secretaria Ana Lorena Hernández Moreno

Aprobado.

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias y con el voto de esta presidencia, cinco votos a favor, aprobado por unanimidad, acuerdo en firme el crédito a la colegiada.

***Acuerdo 04-07-26. Se aprueba el crédito a la colegiada por un monto de ₡2.000.000 (dos millones de colones) para gastos personales a una tasa de interés del 19% y un plazo de 36 meses. Aprobado por unanimidad, acuerdo en firme.***

### 5.1.2 Subsidios

#### 5.1.2.1 Subsidios autorizados por la Administración de acuerdo con la política PO-FM-03-2014 aprobada en sesión ordinaria No. 20 del 03 de junio del 2014.

#	Colegiado (a)	Subsidio	Familiar	Monto
1		Fallecimiento Familiar	Padre	¢313.655.81

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Subsidio autorizado por la Administración, del que tomamos nota.

**5.1.3** Solicitud de subsidio de retiro de la colegiada, 41 años de colegiada, monto ¢2.813.861.01.

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Quienes estén a favor se sirven manifestarlo. Doña Mercedes.

Vocal I Mercedes Quesada Madrigal

Aprobado.

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias. Doña Vicky.

Vocal II Vicky Luna Salas

Aprobado

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias. Doña Ana Lorena.

Secretaria Ana Lorena Hernández Moreno

Aprobado.

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias. Don Dilmar.

Tesorero Dilmar Corella Corella

Aprobado.

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias y con el voto de esta presidencia, 5 votos a favor, aprobado por unanimidad, acuerdo en firme, para el subsidio de retiro de la colegiada Burgos Quirós.

*Acuerdo 05-07-26. Se aprueba la solicitud de subsidio de retiro de la colegiada, 41 años de colegiada, monto ¢2.813.861.01. Aprobado por unanimidad, acuerdo en firme.*

**5.1.4** Solicitud de subsidio de retiro de la colegiada, 35 años de colegiada, monto ¢2.813.861.01.

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Someto a votación dicho subsidio. Doña Mercedes.

Vocal I Mercedes Quesada Madrigal

Aprobado.

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias. Doña Vicky.

Vocal II Vicky Luna Salas

Aprobado

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias. Don Dilmar.

Tesorero Dilmar Corella Corella

Aprobado.

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias. Doña Ana Lorena.

Secretaria Ana Lorena Hernández Moreno

Aprobado.

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias y con el voto de esta presidencia, 5 votos a favor, aprobado por unanimidad, acuerdo en firme, para el subsidio solicitado por la colegiada.

***Acuerdo 06-07-26.** Se aprueba la solicitud de subsidio de retiro de la colegiada, 35 años de colegiada, monto ¢2.813.861.01. Aprobado por unanimidad, acuerdo en firme.*

**5.1.5** Solicitud de subsidio de retiro del colegiado, 22 años de colegiado, monto ¢1.350.653.28.

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Quienes estén a favor de aprobar dicho subsidio se sirven indicarlo. Doña Mercedes.

Vocal I Mercedes Quesada Madrigal

Aprobado.

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias. Doña Vicky.

Vocal II Vicky Luna Salas

Aprobado

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias. Doña Ana Lorena.

Secretaria Ana Lorena Hernández Moreno

Aprobado.

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias. Don Dilmar.

Tesorero Dilmar Corella Corella

Aprobado.

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias y con el voto de esta presidencia, 5 votos a favor, aprobado por unanimidad, acuerdo en firme, el subsidio solicitado por el colegiado.

***Acuerdo 07-07-26.** Se aprueba la solicitud de subsidio de retiro del colegiado, 22 años de colegiado, monto ¢1.350.653.28. Aprobado por unanimidad, acuerdo en firme.*

**5.1.6** Solicitud de subsidio de retiro de la colegiada, 42 años de colegiada, monto ¢2.813.861.01

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Someto a votación la solicitud de dicho subsidio. Doña Mercedes.

Vocal I Mercedes Quesada Madrigal

Aprobado.

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias. Doña Vicky.

Vocal II Vicky Luna Salas

Aprobado

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias. Don Dilmar.

Tesorero Dilmar Corella Corella

Aprobado.

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias. Doña Ana Lorena.

Secretaria Ana Lorena Hernández Moreno

Aprobado.

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias y con el voto de esta presidencia, 5 votos a favor, aprobado por unanimidad, acuerdo en firme, el subsidio de retiro de la colegiada Soto Solano.

***Acuerdo 08-07-26. Se aprueba la solicitud de subsidio de retiro de la colegiada, 42 años de colegiada, monto ¢2.813.861.01. Aprobado por unanimidad, acuerdo en firme.***



## ***ARTÍCULO SEXTO: iniciativas***

### **6.1 Iniciativas de la Presidencia:**

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Del lado mío, nada más informarles que la próxima semana no estaré, voy de viaje, de manera que, para la sesión del próximo lunes, repito, no estaré disponible. Naturalmente queda doña Mercedes a cargo un viajecito esa semana, así es que hasta de hoy en 15, Dios primero estaría por aquí.

### **6.2 Iniciativas de los miembros del Consejo:**

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Compañeras, compañeros, algún director, directora. Doña Mercedes y después doña Vicky. Adelante, doña Mercedes.

Vocal I Mercedes Quesada Madrigal

Gracias, don Wilberth. Son dos temas. El principal, uno es para indicarles detalles de la Semana de la Comunicación, de la reunión del miércoles a anterior, específicamente se nos hizo una presentación para lo que tiene que ver con la carrera de los comunicadores. Hay algunos detalles que hay que ir resolviendo en el proceso; entonces, en algún momento, pues podríamos ampliar más el tema, pero todavía no está totalmente definido.

Y con respecto a la solicitud verbal que habíamos hecho en otra sesión anterior, es por lo menos una planeación de las condiciones propias de la Semana de la Comunicación, incluidos los presupuestos, todavía no se nos han hecho llegar; para lo cual quisiera solicitar que podamos hacer un oficio haciendo la solicitud correspondiente a los miembros de la comisión o expresamente al jefe del colegio, al director en este caso, para gestionar que se nos haga llegar la información completa referente al tema del presupuesto, para nosotros también poder tomar algunas decisiones o gestiones alternativas con respecto a la Semana de la Comunicación.

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias, doña Mercedes. Doña Vicky.

Vocal II Vicky Luna Salas

Nada más comentarles que tengo interés en darle seguimiento al tema de la telemedicina, por lo que voy a tomarme el tiempo con Candy o la Administración, si me regalan unos 10 minutos en el transcurso de la semana.

Y lo otro es comunicar que no voy a estar tampoco la otra semana por asuntos laborales. Hay un trabajo de un cliente que hace una actividad de 75 aniversario, precisamente de las 6:00 p.m. en adelante en Desamparados, por lo que no podría estar.

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias, doña Vicky. Tomamos nota. Habría quórum con los otros tres directores, directoras que se presenten, dado que hay dos que no, que no estaríamos. Tal vez una consulta, aprovecho, don Carlos, ¿cuándo se hace la presentación de los estados financieros a diciembre por parte de doña Cicely?

Jefe Administrativo Financiero Carlos Fonseca Bustos

Cicely los tiene que estar entregando el viernes, precisamente los de la Junta, el total, ahí vienen seguramente los del Fondo; entonces, en buena teoría, los viernes, en viernes también deberían estar los del Fondo. El martes es la presentación de estos estados financieros oficial.

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Sí, primero los va a conocer la Junta naturalmente. Bueno, lo que podríamos tal vez es en virtud de que no va a estar doña Vicky, no voy a estar yo y hasta el martes se hace la presentación oficial a la Junta; entonces conozcamos esos estados financieros para la siguiente sesión. Es decir, para la de este lunes en 8, para que ya estemos todos, que además es muy importante porque es el cierre contable del 2025, para que tomen nota ustedes. ¿Algún otro tema, compañeras, compañeros? Candy, adelante.

Asistente Administrativa Candy Araya Calvo

Si me permiten hacer una sugerencia a los comentarios de doña Merce, que tal vez dentro de ese oficio para que ustedes valoren, se le indique también a Proyección que haga una propuesta, así como hace esa propuesta tan estructurada de lo que el Banco Nacional va a recibir a cambio de ese aporte que da; que nos provea o que les provean al Consejo esa misma propuesta, ese desarrollo de una propuesta para que ustedes puedan contemplar cuánto va a ser el aporte que ustedes van a dar en la semana de la Comunicación, porque obviamente don Wilberth ha dejado muy claro que no se va a descuidar eso, pero tampoco nos han dejado claro cuál va a ser la presencia de la marca y hasta qué niveles vamos a estar incluidos en la participación de la semana y la exposición que vamos a tener.

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias, Candy. Me parece muy oportuno y en virtud de que Mercedes lo propuso, creo que traigo un segundito ahí atrás, pregunté lo de los estados financieros porque fue el

segundo tema, pero la propuesta de doña Mercedes para que materialicemos de manera formal la consulta, yo diría que en este caso dirigida al director del Colegio para que nos indique con respecto a la semana de la Comunicación, los avances que se han dado con respecto a las actividades de esa semana, qué se está programando, cuál es el presupuesto proyectado y que también se espera de la participación del Fondo de Mutualidad.

Haciéndoles de una vez la observación en ese oficio de que el Fondo naturalmente asumirá la actividad de la noche del Fondo, como siempre y que en esta oportunidad que claro que la actividad del Colegiado de Honor que el año pasado se había incluido dentro de la actividad bailable y la cena de la semana del cierre de la semana de la comunicación, no se va a introducir dentro de esa semana, sino que se va a hacer mucho antes. Tal vez en esos términos ahí para que Merce, vos puedas ayudarle a la Administración a hacer esa redacción para que esa nota sea enviada al director del Colegio primero y él pues nos pueda dar respuesta. Entonces, si les parece, delegamos a doña Mercedes para que redacte esa nota en esos términos, alrededor de esos términos, para que la presente al director del Colegio. Quienes están a favor, por favor, lo indican para que quede como un acuerdo autorizando a doña Mercedes para que redacte dicha nota en esos términos y la dirijan al director del Colegio. Doña Mercedes.

Vocal I Mercedes Quesada Madrigal

Aprobado no tengo ningún inconveniente, más bien todo lo contrario.

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias. Doña Vicky.

Vocal II Vicky Luna Salas

Aprobado.

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias. Doña Ana Lorena.

Secretaria Ana Lorena Hernández Moreno

Aprobado.

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias. Don Dilmar.

Tesorero Dilmar Corella Corella

Aprobado.

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias y con el voto de esta presidencia 5 votos a favor, aprobado por unanimidad, acuerdo en firme. Se delega a la directora Mercedes Quesada para que redacte el oficio dirigido a la dirección del Colegio en torno a la organización y programación y presupuesto de la semana de la comunicación.

*Acuerdo 09-07-26. Se aprueba delegar a la directora Mercedes Quesada para que redacte el oficio dirigido a la dirección del Colegio en torno a la organización y programación y presupuesto de la semana de la comunicación. Aprobado por unanimidad, acuerdo en firme.*

### **6.3 Asuntos de la Fiscalía:**

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Doña Mariela.

Fiscalía Mariela Quesada Díaz

Muchas gracias, por el momento no traigo ningún tema en específico al respecto con fiscalía. Muchas gracias.

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias, Mariela.

### **6.4 Informe de la Tesorería:**

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Don Dilmar.

Tesorero Dilmar Corella Corella

Buenas noches. Nada más es un comentario para como saben ustedes, ya tenemos una persona que está capacitándose en la parte de la parte financiera de COLPER. Entonces vamos a tener una reunión con esa persona para ir viendo todos los detalles de esa transición que va a ser el encargado de tomar todo este asunto de las normas NIF y toda la parte contable y tratar con él. Que este año si tengamos la información que requerimos para todos los análisis que tienen que ver también con el Fondo y las necesidades del Fondo y el COLPER también. Entonces ahí también los estaremos informando esa próxima reunión que tendremos. Entonces ahí les contamos.

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias, Dilmar. Tomamos nota entonces y quedamos pendientes.

***ARTÍCULO SÉPTIMO: asuntos de la Administración***

**7.1 Presupuesto actividad colegiado de honor “Voces que dejan huella”.**

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Esto se hizo llegar a nuestras carpetas, pero le agradezco doña Candy y puedo hacer un resumen ejecutivo del mismo. Adelante, por favor.

Asistente Administrativa Candy Araya Calvo

Como decía Wilberth, esto ya llegó a sus carpetas, en donde hicimos una un análisis exhaustivo de diferentes hoteles para poder traerles a ustedes las estimaciones de lo que sería la actividad.

Es importante mencionar que por fecha, los señores homenajeados de este año, en su mayoría han votado por viernes 31 de julio, para lo cual es muy importante generar la solicitud de cartel cuanto antes, ya que estaba encima realmente; y muchos han hablado de que los espacios están siendo tomados para esas fechas en los hoteles de interés. Esa es una propuesta de programa que más adelante podemos ver en detalle. Tenemos tres ofertas en cuanto a animación, que sería una presentación de teatro, una de música con el Grupo Par de Tres, luego con el Grupo Caramelo y una propuesta inicial de un reconocimiento de marca 100% nacional de artesanía. Tenemos lo que son el costo de las botellas para esa actividad que son estimado 30 botellas para esa lo que es el Colegiado de Honor.

Aquí está el cuadro comparativo donde ustedes pueden observar lo que cuestan los hoteles como tal y la suma de los otros costos verdad, llámese animación, decoración, horas extra y todo lo que conlleva este tipo de actividades. Siendo así, el cuadro más este óptimo, pues el superior, el Costa Rica Tennis Club, como una de las opciones de mejor precio, sin descartar o desmeritar las otras. Y tenemos lo importante mencionar que es la opción 1, 2 y 3 en marcado en amarillo, es por el tipo de animación que ustedes eventualmente lleguen a escoger; y el presupuesto, pues de reconocimiento podría rondar en esto, dependiendo lo que se vaya a buscar. En conclusión, si se hicieran el COLPER la diferencia con el hotel que tiene mejor precio es únicamente de ₡533.000 (quinientos treinta y tres mil colones).




**FONDO  
COLPER**

# “VOCES QUE DEJAN HUELLA”


 Colegiado de Honor 2026

Una vida dedicada a comunicar,  
informar e inspirar





**FONDO  
COLPER**

## FECHA ESCOGIDA:

- ◆ Viernes 31 de julio a las 6:30 p.m.
- Apertura a partir de las 6:00 p.m.




**Programa:**

6:00 p.m.  
Inicio del registro  
6:30 p.m.  
Apertura-bienvenida protocolaria.  
6:35 p.m.  
Entrega de los reconocimientos  
7:00p.m.  
Cena + música de ambiente  
8:00 p.m.  
Baile  
9:30 p.m.  
Cierre

**HOLA  
VEJENTUD...  
RECORDANDO  
LOS 80**

Un viaje nostálgico por  
la década inolvidable  
de los 80'S



**Duración y flexibilidad**

**La duración del espectáculo es entre 70 y 90 minutos, con ajustes posibles según las necesidades del cliente.**

**Costo: \$763.000 I.V.A.I**

**UN  
ENCUENTRO  
GENERACIONAL**

**Homenaje a la música ochentera**

El proyecto revive la música costarricense de los años 80, destacando su importancia cultural y emocional.

**Experiencia teatral y musical**

Combina música y teatro para evocar recuerdos y emociones de la generación ochentera.

**Conexión emocional y cultural**

Busca generar orgullo cultural y conexión emocional con la identidad de los espectadores.

**Celebración de resiliencia generacional**

El espectáculo celebra la creatividad y adaptación de una generación ante cambios sociales y culturales.



**Sobre Pardetres:**

Somos una banda con un repertorio variado, ideal para ambientar celebraciones alegres y animadas. interpretamos música bailable, de fiesta, así como clásicos de balada, pop y rock en español e inglés, adaptándonos a la atmósfera de su evento.

**Costo (2 horas):  
₡678.000 I.V.A.I**



***Grupo KARAMELO***



**₡283.000 I.V.A.I**

**3 horas de música. Dividido en 2 segmentos de hora y media cada uno.  
Incluye equipo de audio profesional, luces de escenario.  
Todo tipo de música tropical, repertorio 100% bailable.**





**Artesanía con oficio de pintura aplicada, lbase pequeña de madera pino 7 cm de largo aproximadamente, vidrio de 3 milímetros, pintura vitral sin plomo, tamaño del vidrio 13x14 cm.**

**Costo unitario: ₡15.000**

**Total: ₡375.000**



**Artesanía con oficio de pintura aplicada, lámpara ecológica, diseño a elegir, marco madera pino 2 cm de grosor aproximadamente, bombillo led, vidrio de 3 milímetros, pintura vitral sin plomo, tamaño 13x14 cm.**

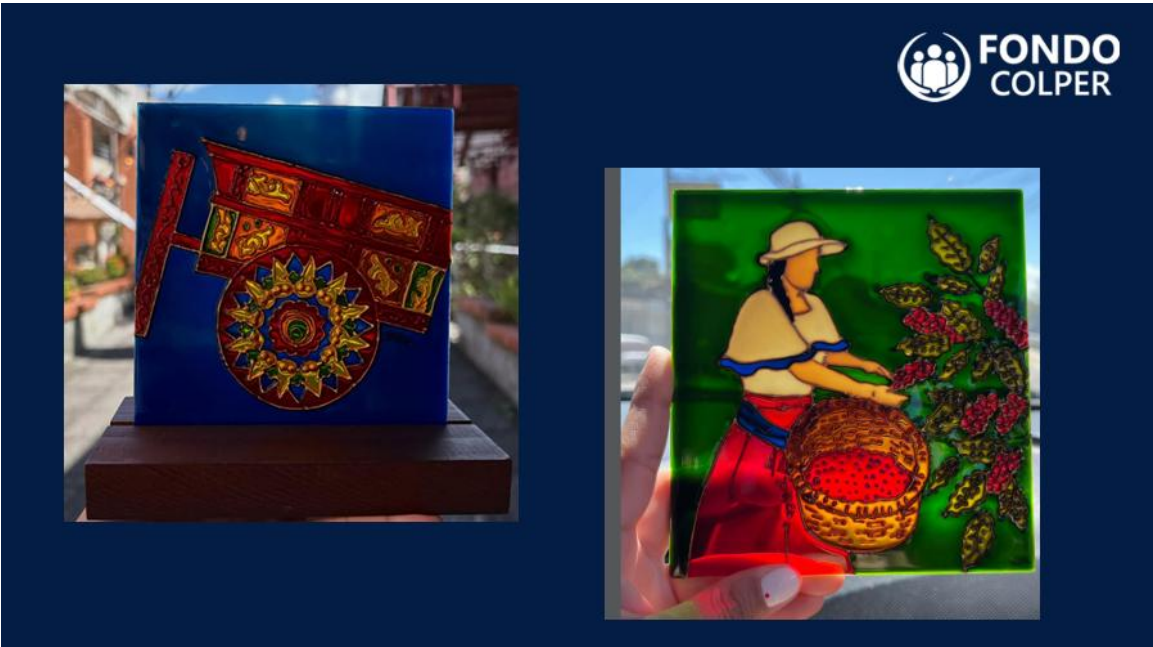
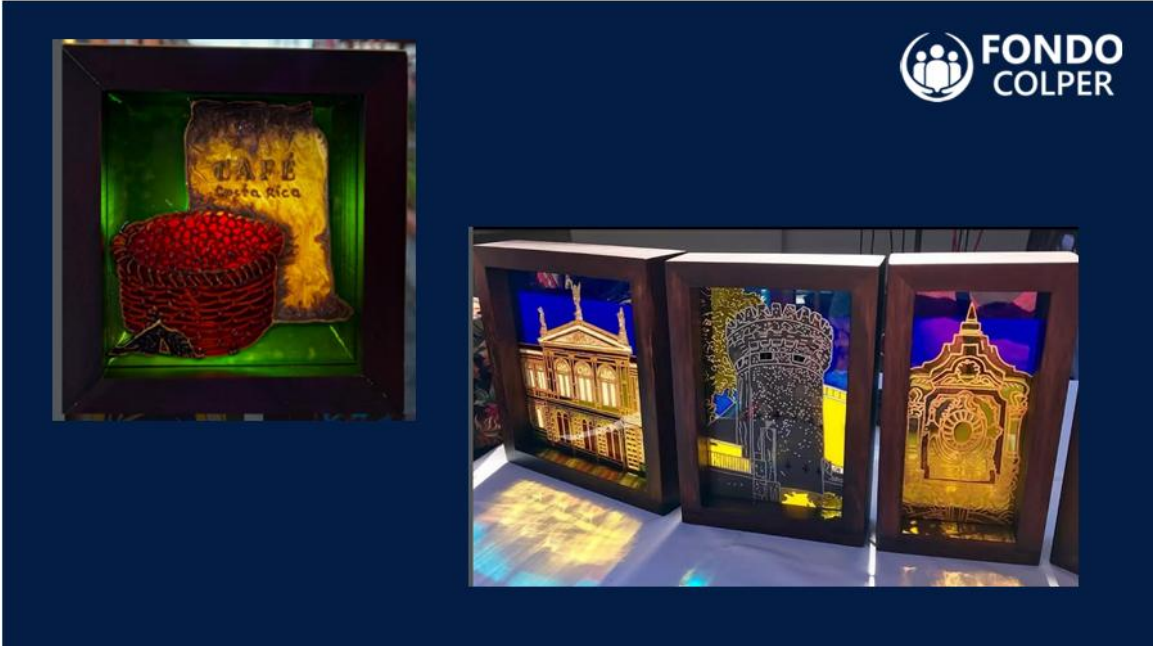
**Tamaño: 20x20 cm**

**Costo unitario: ₡37.000**

**Total: ₡925.500**

**Costo unitario: ₡31.000**

**Total: ₡775,000.00**





**30 botellas /costo: ¢108.600**

Hotel	MONTO	ÍTEMES	OTROS COSTOS	FINAL
COLPER	¢ 750 000,00	Cena buffet, mantelería, descorche, bebidas ilimitadas, equipo básico de sonido y parqueo.	¢ 2 363 150,00	¢ 3 113 150,00
CR TENNIS CLUB	¢ 1 113 000,00	Cena buffet, mantelería, descorche, bebidas ilimitadas, equipo básico de sonido y parqueo.	¢ 2 533 150,00	¢ 3 646 150,00
PARQUE DEL LAGO	¢ 1 538 250,00	Cena buffet, mantelería, alquiler de equipo básico, alquiler de salón adicional para pista de baile, 2 pantallas Smart TV de 75" y descorche.	¢ 2 533 150,00	¢ 4 071 400,00
CROWN PLAZA	¢ 1 755 200,00	Cena buffet, equipo audiovisual, mantelería, bebidas naturales ilimitadas y descorche.	¢ 2 533 150,00	¢ 4 288 350,00
RADISSON	¢ 1 782 531,60	Cena buffet, montaje, equipo audiovisual, mantelería, bebidas ilimitadas y parqueo (5 parqueos para personas con discapacidad).	¢ 2 533 150,00	¢ 4 315 681,60
ECHO CLUB	¢ 2 085 900,00	Cena 3 tiempos, mobiliario, equipo, bebidas ilimitadas	¢ 2 533 150,00	¢ 4 619 050,00
PARK INN	¢ 2 229 312,00	Cena buffet, montaje, open bar 4 horas, bebidas ilimitadas, equipo audiovisual básico.	¢ 2 533 150,00	¢ 4 762 462,00
CLUB UNION	¢ 2 240 000,00	Cena buffet, equipo audiovisual, montaje, mantelería, bebidas ilimitadas.	¢ 2 533 150,00	¢ 4 773 150,00

RUBRO	OPCIÓN 1	OPCIÓN 2	OPCIÓN 3	OBSERVACIONES
Costa Rica Tennis Club	₡ 1 113 000,00	₡ 1 113 000,00	₡ 1 113 000,00	<b>El más económico (Se puede quitar)</b>  aprox aprox aprox aprox
Animación	₡ 763 000,00	₡ 678 000,00	₡ 283 000,00	
Reconocimiento	₡ 375 000,00	₡ 375 000,00	₡ 375 000,00	
Plaquita del reconoc.	₡ 66 550,00	₡ 66 550,00	₡ 66 550,00	
Vino (30 botellas)	₡ 108 600,00	₡ 108 600,00	₡ 108 600,00	
Decoración	₡ 500 000,00	₡ 500 000,00	₡ 500 000,00	
Horas extra del personal (5)	₡ 220 000,00	₡ 220 000,00	₡ 220 000,00	
Imprevistos	₡ 500 000,00	₡ 500 000,00	₡ 500 000,00	
<b>TOTAL</b>	<b>₡ 3 646 150,00</b>	<b>₡ 3 561 150,00</b>	<b>₡ 3 166 150,00</b>	

EN EL COLPER				
RUBRO	OPCIÓN 1	OPCIÓN 2	OPCIÓN 3	OBSERVACIONES
Alimentación (plato fuerte+postre)	₡ 750 000,00	₡ 750 000,00	₡ 750 000,00	Bebida ilimitada /No incluye entrada  <b>El más económico (Se puede quitar)</b>  aprox aprox aprox aprox
Animación	₡ 763 000,00	₡ 678 000,00	₡ 283 000,00	
Reconocimiento	₡ 375 000,00	₡ 375 000,00	₡ 375 000,00	
Plaquita del reconoc.	₡ 66 550,00	₡ 66 550,00	₡ 66 550,00	
Vino (30 botellas)	₡ 108 600,00	₡ 108 600,00	₡ 108 600,00	
Decoración	₡ 500 000,00	₡ 500 000,00	₡ 500 000,00	
Horas extra del personal (6)	₡ 250 000,00	₡ 250 000,00	₡ 250 000,00	
Imprevistos	₡ 300 000,00	₡ 300 000,00	₡ 300 000,00	
<b>TOTAL</b>	<b>₡ 3 113 150,00</b>	<b>₡ 3 028 150,00</b>	<b>₡ 2 633 150,00</b>	



<b>HOTEL</b>	₡ 3 646 150,00	₡ 3 561 150,00	₡ 3 166 150,00
<b>COLPER</b>	₡ 3 113 150,00	₡ 3 028 150,00	₡ 2 633 150,00
<b>DIFERENCIA EN PRECIO</b>	₡ 533 000,00	₡ 533 000,00	₡ 533 000,00



Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias, Candy, por el trabajo de campo que se hizo para esta actividad. Hay algunas observaciones ahí de parte de las y los Directores por anticipado en relación particularmente al tema del presente a entregar y la posibilidad de que se puedan explorar algunas otras opciones. En particular debemos fijar un precio para esta actividad que no debería superar los ₡2.6000.000 (dos millones seiscientos mil colones), siendo lo viable entonces la opción B que sea que se ha presentado y que no supere ese monto. Igual hay que hacer el cartel,

entonces aquí lo que estaríamos es autorizando a la Administración para que pueda ir realizando el cartel para esta actividad con todo lo que ello conlleva; y además, aprovechando en el ínterin de que realiza ese cartel y lo trae al Consejo, presente también otras propuestas de reconocimiento que no se salgan del presupuesto que está debidamente establecido para esos efectos. Entonces compañeros y compañeras, si están de acuerdo, lo que estaríamos de nuevo autorizando es a la Administración para que proceda con la confección del cartel y para que en lo particular, en la parte de los reconocimientos, indague sobre otras eventuales propuestas dentro del presupuesto considerado para ese efecto y no se sobrepase para esta actividad de un presupuesto total de 3.6000.000 (tres millones seiscientos mil colones) Si están de acuerdo, entonces se sirven por favor indicarlo. Doña Mercedes.

Vocal I Mercedes Quesada Madrigal

Aprobado.

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias. Doña Vicky.

Vocal II Vicky Luna Salas

Aprobado

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias. Don Dilmar.

Tesorero Dilmar Corella Corella

Aprobado.

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias. Doña Ana Lorena.

Secretaria Ana Lorena Hernández Moreno

Aprobado.

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias y con el voto de esta presidencia aprobado, 5 votos a favor. Aprobado por unanimidad, acuerdo en firme para que la Administración proceda.

*Acuerdo 10-07-26. Se aprueba un presupuesto total de ¢3.6000.000 (tres millones seiscientos mil colones) para la actividad del Colegiado de Honor. Aprobado por unanimidad, acuerdo en firme.*

Asistente Administrativa Candy Araya Calvo

Don Wilberth, disculpe, para que me quede claro, con el presupuesto habla de 3.6000.000 (tres millones seiscientos mil colones).

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Máximo ¢3.6000.000 (tres millones seiscientos mil colones) y para que se revisen otras opciones de reconocimiento dentro del presupuesto correspondiente a ese rubro y se adelante el proceso del cartel.

**7.2** Informe de la administración sobre la actividad "Bingo solidario".

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Don Carlos, si es tan gentil, por favor.

Jefe Administrativo Financiero Carlos Fonseca Bustos

Gracias, don Wilberth, esta fue una reunión que tuvimos con los encargados de esta actividad de Bingo Solidario.

En la misma se nos explicó un poquito cuál era la dinámica del bingo. Es hacer un bingo para colegiados que son colegiados de oro, que tienen algunos atrasos en sus colegiaturas; entonces la idea de ellos es hacer un bingo para poder ayudarles a ponerse al día al menos con seis cuotas.

Aquí se hizo un poquito la revisión del tema, haciéndose notar que dentro de nuestro PAO no tenemos nada esté visto para ese tema. Y número dos, que nos preocupaba el alcance de la actividad, donde no todos los colegiados podían ser beneficiarios de este tipo de iniciativas. Entonces, grosso modo, quedé de traerles esta información a ustedes.

Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias, don Carlos. Con respecto a la actividad y a partir de este informe que está rindiendo la Administración, en efecto, creo que hay una serie de actividades dirigidas particularmente a ciertos grupos, en este caso, adultos mayores, colegiadas, colegiados, que tienen algunas condiciones particulares que me parece y coincido con la Administración, que no necesariamente es el abordaje que le queremos dar.

Primero porque es excluyente y nosotros nos debemos a todas las y los colegiados; y segundo, porque este tipo de actividades primero, no están presupuestadas, y tenemos que ser muy, muy celosos con el tema presupuestario; y tercero, porque aunque puedan tener un fin loable de contribuir, particularmente para aquellas personas que puedan tener algún atraso con el Colegio e inclusive con el Fondo, no resuelven la situación de fondo que estas personas presentan.

Yo aquí más bien mi comentario hacia ustedes y a la Administración es que no, pero que sí podamos pensar a la brevedad en otras alternativas que sean viables, que puedan además resolver temas que ya se nos empezaron a volver recurrentes con ciertos grupos, particularmente etarios, y que podamos tener una propuesta integral, no solo desde el punto de vista del crédito, del subsidio, de otros servicios.

Ahora, aprovechando la presentación que hizo Yizus, vemos claramente cómo está estratificada nuestra población y creo que desde ese punto de vista, sin ser, repito, excluyente, particularmente para los grupos de mayor edad, se podría formular una política integral. Repito, no es hoy el día posiblemente para hacerlo, pero sí para que la Administración lo pueda ir adelantando y podamos irle aportando cada uno ideas a la Administración para que pueda ser al final de cuentas, en las próximas semanas presentar tal vez ahí una política de carácter integral. No sé si hay algún comentario, observación adicional. Doña Vicky.

#### Vocal II Vicky Luna Salas

Gracias. Sí, me uno a su comentario de que hace falta una política integral y que entre todos deberíamos encontrar una solución. Agradecerle a la Administración, a don Carlos y a la persona que haya propuesto esto de la Junta Directiva del Bingo Solidario, es muy loable el fin. Ahora, los medios, ya se refirió el presidente por qué no. Aun así, no sé si gusta llevarle la respuesta a la persona que lo haya indicado, ojalá este tipo de iniciativas se hubiera considerado con mucho más tiempo y conversado con también nosotros como directoras y directores del Consejo, para analizarlo y también traerlo acá, y hacerlo compatible con las actividades del PAO que ya se propusieron o que propusimos el año pasado.

Por el momento, una opción, si gusta llevar el mensaje, don Carlos, es que más bien los regalos para el Bingo Solidario sean recolectados entre la población del colegio que así lo quiera donar.



Presidente Wilberth Quesada Céspedes

Gracias, doña Vicky. Toma nota, don Carlos, para a quien propuso esto, en principio pueda externarle esa recomendación de parte de la directora Luna. ¿Si hay algún otro comentario, consulta?, no lo hay. Entonces, no habiendo más asuntos que tratar, voy a dar por finalizada la sesión. Sin embargo, antes, compañeras, compañeros, en virtud de que ya doña Vicky y el suscrito dijimos que para la próxima sesión no podamos estar, esa debería ser sesión presencial, porque es la primera del mes, pero dado que vamos a tener el tema de los estados financieros para la siguiente sesión, es decir, para el segundo lunes del mes de marzo; lo que les propongo entonces es que pueda hacerse virtual la sesión del próximo lunes, que la va a dirigir doña Mercedes y que, repito, en virtud de que tendríamos estados financieros para conocerlos en la sesión del 9 de marzo. Entonces, más bien hagamos la presencial el 9 de marzo, que además, pues es que tenemos que aprobar esos estados financieros, en todo caso, y por reglamento, esas cosas hay que conocerlas particularmente de manera presencial. Entonces, de nuevo, celebraríamos la sesión del próximo lunes de manera virtual, con la ausencia de la directora Luna y el suscrito, y el día 9 de marzo, Dios primero, tendríamos sesión presencial en el Colegio para conocer los estados financieros y cualquier otro tema que tenga la agenda para ese día.

Entonces voy a dar por finalizada la sesión, hacer las 8:48 p.m. a todos, muchas gracias. Buenas noches

Wilberth Quesada Céspedes

Presidente

Ana Hernández Moreno

Secretaria