

**CAMARA COSTARRICENSE DE CORREDORES DE BIENES RAICES
LIBRO DE ACTAS DE JUNTA DIRECTIVA
CEDULA JURIDICA 3-002-051042****Acta ordinaria número 1328-2021**

Acta de la sesión ordinaria número **1328-2021** de la Junta Directiva de la Cámara Costarricense de Corredores de Bienes Raíces, celebrada el **13 de octubre del 2021** mediante videoconferencia utilizando la plataforma digital Zoom. Lo anterior, como medida en acatamiento del Decreto Ejecutivo N° 42227-MP-S que declara Estado de Emergencia Nacional en todo el territorio de la República de Costa Rica, debido a la situación de emergencia sanitaria provocada por la enfermedad COVID-19 y a documento de posición emitido por la Junta Directiva cuyo original está en las oficinas de la Cámara. Se inicia la sesión a las 15:30 horas contando con la participación de: Miembros Presentes: Adrián Mora Solano, Presidente Martha Montiel Galindo, Secretaria Karoní Ocampo Ledezma, Tesorera Victor Loría, Vocal I Peggy Sosa, Vocal III Katty Esquivel Valerin, Fiscal Suplente Ausente con justificación: Juan Carlos Majano Medina, Fiscal Marcelo Dondi Ruiz, Vocal II Ausencias sin justificación Juan Ignacio Pignataro Madrigal, Vicepresidente Invitados: Sr. Carlos Zúñiga Naranjo, Gerente CCCBR. Sr. Alejandro Sedó **ARTÍCULO PRIMERO. CONFIRMACIÓN DEL QUÓRUM:** El señor Presidente efectúa la verificación del quórum. Todos los presentes en la sesión se encuentran al día en el pago de las cuotas. **ARTÍCULO SEGUNDO: LECTURA Y APROBACIÓN DEL ORDEN DEL DÍA.** El señor Presidente da lectura al orden del día. 1. Verificación del Quórum 2. Lectura del acta 1328. 3. Audiencia. 4. Correspondencia. 5. Informe de Gerencia. 6. Informe de Presidencia. 7. Informe de Fiscal Suplente. 10. Solicitudes varias. Se somete a votación el orden del día con la observación respectiva. **ACUERDO 222-2021: Por unanimidad se aprueba el orden del día de la sesión 1228-2021 del 13 de octubre del 2021. ARTÍCULO TERCERO: LECTURA Y APROBACIÓN DEL ACTA 1327 APROBADA** El señor Presidente consulta si hay observaciones al acta. La Sra. Fiscal Suplente solicita que se elimine el acuerdo 1327 el acuerdo 212-2021 donde se presenta moción para eliminar el artículo 6 del acta 1326, a fin de quede constando en actas lo que indicó con respecto al señor Gerente. La señora Secretaria presenta moción para que se elimine el acuerdo 1327 el acuerdo 212-2021 donde se presenta moción para eliminar el artículo 6 del acta 1326. **ACUERDO 223-2021: Con los cambios respectivos, por mayoría se aprueba por unanimidad el acta 1327-2021. Se abstiene de votar el Sr. Víctor Loría. ARTÍCULO CUARTO: LECTURA DE CORRESPONDENCIA** Nota del Tribunal de Ética sobre expediente devuelto en la denuncia de la asociada Yvonne Gruner contra Valerie Rompais. Se da lectura a la nota y se deja constando en el acta.

TRIBUNAL DE ÉTICA CÁMARA COSTARRICENSE DE CORREDORES DE BIENES RAÍCES 100 METROS OESTE Y 100 METROS SUR DE LA ESQUINA SUROESTE DEL SEGUNDO CIRCUITO JUDICIAL (TRIBUNALES DE GOICOECHEA), CALLE BLANCOS DE GOICOECHEA, SAN JOSÉ, COSTA RICA viernes, 13 de agosto de 2021 TE-010-2021 Lic. Adrián Mora Solano Presidente Junta Directiva Cámara Costarricense de Corredores de Bienes Raíces Estimado Señor: Reciba un saludo cordial por parte del Tribunal de Ética. Según acuerdo tomado por este tribunal en el acta 019-2021, se solicita a Junta Directiva basado en su acta 1321, acuerdo 163-2021, presentar el "Oficio del Acta de Notificación" a las partes del Expediente 001-2021, en la cual la asociada Yvonne Gruner Babic, carné 2994; denuncia a la asociada Valerie Rompais, carné 1812. En el expediente entregado en Sesión Ordinaria del Tribunal de Ética por la Gerencia el pasado lunes 9 de agosto de 2021, no cumple con lo estipulado en los artículos veintitrés, y veinticinco de los Estatutos y no se consigna correctamente un oficio según lo dicta el artículo veinticinco de los estatutos. De no contar con este requisito básico, el Tribunal de Ética deberá devolver el expediente a la persona enlace de este tribunal en Junta Directiva para que se cumpla con el Debido Proceso. El Tribunal de Ética solicita además a la Junta Directiva para que cualquier tema en materia de Ética, se canalice entre la persona enlace de Junta Directiva y el Tribunal de Ética, cuya designación recae en el secretario(a) de Junta Directiva, respetando el flujo y confidencialidad de la información entre ambos órganos. Le recuerdo que el

CAMARA COSTARRICENSE DE CORREDORES DE BIENES RAICES
LIBRO DE ACTAS DE JUNTA DIRECTIVA
CEDULA JURIDICA 3-002-051042

éxito para evitar posibles apelaciones o demandas en contra de nuestra querida Cámara o cualquiera de sus órganos, radica en el orden y contar con la totalidad de las pruebas como sucedió recientemente en caso del señor Andrés Zamora; evitando además lo sucedido con denuncias interpuestas anteriormente por otros asociados las cuales no pudieron ser conocidas por este tribunal precisamente porque Junta Directiva comete el mismo error en el procedimiento continuamente. Apelamos a su pronta resolución en aras de colaborar con la denuncia planteada Este tribunal queda atento a sus comentarios, Carlos Orozco Flores, Secretario Tribunal de Ética Cámara Costarricense de Corredores de Bienes Raíces Copia al Expediente 001-2021.

Conocida la nota la Sr. Adrián Mora presenta moción para que se solicite al Tribunal de Ética que retorne a la Administración el expediente 001-2021 esta misma semana, para subsanar cualquier supuesto error de notificación a las partes para que se cumpla lo establecido en el Artículo 23 y 25 de los Estatutos. **ACUERDO 224-2021: Por unanimidad se delega en la señora Secretaria solicitar al Tribunal de Ética que retorne a la Administración el expediente 001-2021 esta misma semana, para subsanar cualquier supuesto error de notificación a las partes para que se cumpla lo establecido en el Artículo 23 y 25 de los Estatutos. ACUERDO FIRME.**

Nota de Eugenio Díaz sobre programa de radio. Se da lectura a la nota y se deja constando en la presente acta.

CCCBR Cámara Costarricense de Corredores de Bienes Raíces. Sr. Adrián Mora Solano Presidente de Junta Directiva Estimado Sr. Mora: Por este medio pongo a su disposición nuestra oferta y propuesta para publicidad de la CCCBR en nuestro programa de radio denominado CLUB INMOBILIARIO RADIO, programa que se transmite todos los sábados de 1:00 a 1:55pm por medio de la emisora CRC RADIO 89.1 FM. El programa está enfocado en temas relacionados al acontecer nacional e internacional del sector inmobiliario, las tendencias de los bienes inmuebles y todo lo relacionado a compra-ventas, alquileres y servicios inmobiliarios de las casas, apartamentos, locales, terrenos, bodegas, oficinas y en general todo tipo de Bienes Raíces. Asimismo, a tips y consejos sobre mantenimiento y remodelaciones de los distintos tipos de inmuebles. Consideramos que nuestro programa de radio puede tener un efecto muy positivo para la publicidad de la CCCBR. Las pautas pagadas en nuestro programa ayudarán a: • Fortalecer la imagen, institucionalidad y credibilidad de la CCCBR • Generar un posicionamiento de marca entre el gremio de Corredores de Bienes Raíces. • Estar presente en la mente de las personas relacionadas al sector inmobiliario y al público en general que esté en busca de comprar, vender o alquilar un inmueble • Promover el próximo Congreso Inmobiliario que llevará a cabo en el año 2022 la institución que usted representa. Nuestra propuesta es que puedan anunciarse con el paquete número 2, durante 10 meses en una etapa inicial, del mes de Enero 2022 al mes de Octubre 2022. Este paquete les ofrece: 1. Presentación Exclusiva de Sección dentro del programa, Incluye: a. Presentación de 7 segundos b. Detalle de la Sección: i. Dos minutos (hablando de temas de la CCCBR que ustedes nos proporcionen) ii. Cuña de: 30 segundos iii. Despedida de la Sección: 7 segundos 2. Además: 3 cuñas de 30 segundo por programa 3. Tres menciones del conductor del programa de 20 segundos cada una Total Mensual: 16 cuñas, 12 menciones y 4 Secciones Exclusivas para la CCCBR Adicionalmente, como cortesía les obsequiaremos una entrevista cada 2 meses, de 30 minutos al personaje de la CCCBR que ustedes nos indiquen, para conversar sobre diferentes temas relacionados a la cámara. El costo del paquete 2 es de: \$500,000 (mas Iva) por mes Una vez que terminen esos 10 meses conversáramos y podemos generar un nuevo plan para terminar el 2022. Adjunto imagen el resumen de los 3 paquetes que trabajamos en la publicidad, Quedo a la orden y en espera de sus comentarios. Muy Cordialmente, Eugenio Díaz de León Conductor del Programa Club Inmobiliario Radio CRC 89.1.

Las señoras: Karoní Ocampo, Peggy Sosa, y Katty Esquivel consideran que

CAMARA COSTARRICENSE DE CORREDORES DE BIENES RAICES
LIBRO DE ACTAS DE JUNTA DIRECTIVA
CEDULA JURIDICA 3-002-051042

primeramente se debe indagar sobre cuál es el rating del programa y enfocarse qué es lo que requiere la Cámara. Consideran importante buscar un medio donde publicitar principalmente el congreso teniendo en cuenta cuál sería el mejor medio para hacerlo. El señor Presidente presenta moción para que se solicite al Comité de Mercadeo (Juan Ignacio Pignataro, Karoní y Katty Esquivel) solicitar una reunión con el Sr. Eugenio Díaz para comentar el paquete 4 de la oferta (cursos, capacitaciones, designaciones, congreso y demás temas) y rendir informe en la próxima sesión de Junta Directiva, tomando en cuenta proporcionar parte de los gastos en canje de cursos, etc. **ACUERDO -2021: Por unanimidad se comisiona en el Comité de mercadeo solicitar en esta semana una reunión con el Sr. Eugenio Díaz, del programa Club Inmobiliario Radio 89.1 para comentar sobre la oferta de publicidad, específicamente el paquete 4 de la oferta (cursos, capacitaciones, designaciones, congreso y demás temas) y rendir un informe escrito en la próxima sesión de Junta Directiva, tomando en cuenta proporcionar parte de los gastos en canje de cursos y dando énfasis a la publicidad del Congreso Inmobiliario.** **ARTÍCULO 5. AUDIENCIA** Se recibe en audiencia al Sr. Alejandro Sedó, encargado de gestionar la campaña de estrategia, de renovación de la CCCBR para el año 2022.

PRESENTACIÓN | BASES DE LA ESTRATEGIA DE MARCA**a. Nosotros | Qué hemos hecho**

1. ¿Qué y cómo somos?
2. Antecedentes y situación actual
3. Entorno y tendencias en el mercado inmobiliario
4. Segmentos y perfil del público meta

PRESENTACIÓN | BASES DE LA ESTRATEGIA DE MARCA

1. ¿Qué y cómo somos? (contenido extraído de la información del FB)
 - Somos una institución creada por asociados que agrupa corredores de bienes raíces de todo el país bajo estándares de ética y responsabilidad social.
 - Servicios: o Se agrupan a los mejores profesionales inmobiliarios en diferentes especialidades: asesoría, avalúos, venta, compra y alquiler de propiedades.
 - Productos: o Casas, quintas, lotes, condominios, apartamentos, desarrollos, industria, comercio, fincas y turismo.
 - Garantizamos a los clientes un mayor grado de seguridad y mejor servicio profesional, ya que la afiliación se logra después de cumplir con gran cantidad de requisitos de honorabilidad, capacitación y otros.
2. Antecedentes y situación actual
 - La cámara tiene 47 años de existir, pero su impacto ha sido moderado dentro del sector de bienes raíces debido a una política de bajo perfil que no le ha permitido generar mayores progresos.
 - Presenta lentos avances en puntos clave como en la integración, tecnología, capacitación, comunicación o en el desarrollo de alianzas con socios estratégicos.
 - En los últimos años se avanzó en el área digital, pero no se han creado ni desarrollado planes de negocios, estrategias de marca, relanzamientos de imagen, estudios de percepción ni planes de mercadeo, promoción ni comunicación.
 - Se cuenta con alrededor de 500 asociados (3% del total), pero se estima que en el mercado existen unos 15.000 corredores.
 - Los requisitos y los componentes de información son básicos, por lo que los corredores no perciben su utilidad, funcionalidad, ni el valor agregado de la cámara.
 - Se debe revertir la imagen del corredor de bienes raíces para que se perciba como un socio estratégico profesional que conoce el mercado, como un "facilitador de negocio" y no la sensación que brinda actualmente de oportunista.
 - Hay que poner atención a la comunicación y a las acciones de la competencia, la

CAMARA COSTARRICENSE DE CORREDORES DE BIENES RAÍCES
LIBRO DE ACTAS DE JUNTA DIRECTIVA
CEDULA JURIDICA 3-002-051042

Cámara de Guanacaste ya se encuentra promocionando cursos.

3. Entorno y tendencias en el mercado inmobiliario.

a. Situación actual

- En ciertos sectores inmobiliarios como la infraestructura hubo contracción, sin embargo, en el habitacional, las propiedades en la costa y la adquisición de bienes raíces a través de inversionistas extranjeros fue positiva, gracias a las buenas ofertas existentes.
- La salud, economía y turismo aportaron una buena percepción, aún en época de pandemia.

b. Tendencias

- Se abrió el mercado a los nichos de nómadas digitales y de jubilación verde.
- El consumidor cambió y busca desarrollos sostenibles que incluyan tecnología

4. Segmentos y perfil del público meta:

a. Emprendedores: Corredores nuevos o jóvenes + digitales.

- Necesitan profesionalizarse con capacitación, tener sentido de pertenencia al sector y a la cámara.
- Les gustaría tener el estilo de vida de los brokers de bolsa o los abogados, tiene altas expectativas. - La cámara necesita agrupar a éste segmento, lograr que entre ellos colaboren profesionalmente.

b. Influenciadores: Corredores experimentados, con + contactos.

- Tienen el concepto de colaboración ya arraigado.
- Buscan sobre todo nuevas oportunidades de negocio de mayor valor, clientes extranjeros.
- Desean capacitación de alto nivel internacional, que proyecte las tendencias.
- Interesados en los buscadores y negocios internacionales. - La cámara debe conectarlos a las asociaciones internacionales existentes. - Del mismo modo, crear líderes de opinión dentro de este grupo, utilizar los canales digitales para conocer sus experiencias, que seguro, interesan a los nuevos afiliados, ávidos de alianzas. - ¿Quién no quiere saber cómo llegó a ser un corredor exitoso?

c. Socios estratégicos: directos e indirectos, nacionales e internacionales, privados y públicos.

- Es un segmento desatendido, requiere ser impulsado: puede traer importante capital con patrocinios.
 - Sería necesario desarrollar un plan de mercadeo y promoción específico, con el objetivo de lograr una gran cantidad de nuevos socios que generen una fuerte atracción entre los afiliados.
 - Crear nuevos convenios con empresas de servicios o productos atractivos, para brindarles beneficios y un mayor valor agregado a los corredores asociados.

d. Propietarios y clientes finales son segmentos que deberían incluirse en el plan de marketing y comunicación

b. OBJETIVOS ¿Dónde queremos ir? Qué queremos hacer: Prioridades

1. Generales
2. Específicas

CAMARA COSTARRICENSE DE CORREDORES DE BIENES RAICES
LIBRO DE ACTAS DE JUNTA DIRECTIVA
CEDULA JURIDICA 3-002-051042**3. Enfoque y posicionamiento de la marca****1. Generales**

- Como medida más urgente debe diseñarse un plan estratégico 2022, para definir los objetivos, presupuestos, asignaciones, la estructura interna, la misión y visión.
- Se requiere priorizar y trabajar en:
 - Desarrollar el área tecnológica con aplicaciones, procesos de digitalización, mediciones y análisis de datos. o Implementar el área de capacitación a través de una asesoría para la acreditación y diseño curricular, para el manejo de cursos, como un rector externo.
 - Relanzar una imagen impactante, fresca e innovadora (con respaldo y herramientas tecnológicas), con el fin de atraer a nuevos asociados y socios estratégicos, así como fidelizar a los afiliados actuales.
 - Crear, diseñar y desarrollar valor agregado, (añadir una base de datos y estadísticas).
 - Formar un semillero de “corredores profesionales regulados” (con licencia), relevantes con visibilidad y capacitación, con formalidad y credibilidad ante el público meta y la opinión pública.
 - Captar a profesionales de alto nivel, para capacitar en línea a los afiliados actuales y atraer a los potenciales.
 - Duplicar los afiliados en un año, de 450 a 900 con propuestas de valor que justifiquen el costo de la inscripción y afiliación.
 - Establecer y desarrollar estrategias de comunicación y mercadeo para atraer socios estratégicos, (privados y públicos). o Llevar a cabo acciones solidarias y de sostenibilidad: desarrollar programas de responsabilidad social y ambiental.

2. Específicos**Percepción deseada de un corredor profesional afiliado:**

- La cámara debe trabajar en la imagen y comunicación para que la percepción del corredor, sea una inversión por parte del propietario y no un gasto. Deben ser percibidos como asesores y socios especialistas, que agregan ética y valor a su transacción. Concepto clave: “Elevar el nivel de profesionalización”.
- Punto de partida:
 - Aplicar la tecnología y digitalización en todos los ámbitos durante el año 2022, implementando mejoras en los buscadores y en la plataforma de capacitación de la web (como unidad de negocio en desarrollo), del mismo modo que en las herramientas para la mejora continua y el análisis de datos para uso del afiliado y los socios estratégicos.

3. Posicionamiento de marca | Objetivo estratégico para la hoja de ruta 2022.

- Propuesta general “Enfocar y proyectar el posicionamiento a través del liderazgo en capacitación inmobiliaria, profesionalizando al corredor afiliado mediante plataformas tecnológicas que generen formación, negocio e internacionalización”.
- a. METAS ¿Cómo podemos llegar a donde queremos ir? La construcción de la marca.
 1. Identidad | Bases del perfil de la marca
 2. Comunicación | Bases y mensajes principales
 3. Imagen | Bases y lineamientos visuales
 4. Marca | Definiciones y base del propósito, propuesta de valor y experiencia de marca

CAMARA COSTARRICENSE DE CORREDORES DE BIENES RAICES.
LIBRO DE ACTAS DE JUNTA DIRECTIVA
CEDULA JURIDICA 3-002-051042

- 5. Conclusiones | Gestión de marca
- 6. Recomendaciones | Gestión de marca

1. Identidad | Bases del perfil de la marca.

“Bienes raíces son las propiedades que no pueden moverse del lugar, están arraigadas a la tierra físicamente, unidas al suelo de forma física y jurídica o legalmente están asignados a un dueño en un registro público”.

1.1.- Proyección: Ruta.

“Una cámara nacional de bienes raíces abierta a la afiliación de todos los participantes del sector, corredores, socios empresariales, propietarios y clientes, tanto nacionales como internacionales”.

1.2.- Razón de ser:

“Propósito del presente. “Ser líder en capacitación de bienes raíces, profesionalizando al corredor afiliado mediante plataformas tecnológicas que generen formación, negocio e internacionalización”.

1.3.- ¿Qué debemos hacer?

- Transmitir los principios de los valores éticos a los corredores afiliados y mejorar de manera continua su calidad profesional.
- Proyectar una mayor cercanía, relación, interacción y conexión con los afiliados, socios estratégicos y clientes.
- Planificar la comunicación mensual: un correo semanal personalizado con noticias, además del boletín mensual, información en la web y las RRSS.

1.4.- ¿Qué queremos reflejar en la marca? Objetivos de branding.

La transformación de la cámara, una apertura que amplía su rol, la ruta hacia una participación integral y una colaboración global dentro del sector.

- Presentar una cámara más ágil y eficiente a través de una marca estilizada y formal.
- Potenciamos el sentimiento nacional de la cámara con los colores de la bandera, somos los primeros y debemos ser los más grandes y mejores, para Costa Rica y para el resto del mercado.

Una evolución para plasmar un mayor grado profesional de los corredores a través programas de estudio y acceso a la tecnología.

- Proyectar un nuevo nivel, (representado visualmente y en el logotipo).
- Un asesor inmobiliario afiliado debe percibirse como un “especialista” vrs. otro que no lo es.

1.5.-¿Cómo lo haremos? Gestión del branding.

- Implementando una gestión de marca con un plan de capacitación interna para los colaboradores y los proveedores afines a la cámara, con el objetivo de construirla coherentemente con una imagen y comunicación consistente.
- Trazando una ruta con planes de acción que incluyen presupuestos y asignaciones, según las recomendaciones que indicamos posteriormente, en cada uno de los procesos, eliminando ocurrencias e improvisación.

1.6.- ¿Por qué seremos la mejor opción para profesionalizar a un corredor?

CAMARA COSTARRICENSE DE CORREDORES DE BIENES RAICES
LIBRO DE ACTAS DE JUNTA DIRECTIVA
CEDULA JURIDICA 3-002-051042

- Se trabajará para ser referentes en la cultura de profesionalización inmobiliaria entre los corredores.
- Se construirá a través de la marca una percepción de confiabilidad, los propietarios y clientes finales necesitan sentir la confianza de contratar a un corredor de la cámara que les asesore, gestione y los guíe con ética y profesionalismo, más allá de la venta o alquiler de la propiedad o de sus necesidades a corto plazo.
- Mediante una comunicación persuasiva, haremos percibir que la cuota de la cámara puede ser la mejor inversión para garantizar la especialización inmobiliaria.
- Para atraer nuevos afiliados se podrían crear cursos para formar profesionales tecnológicos, como el de corredor digital.

1.7.- ¿Qué valor agregado ofrecerá el mayor atractivo? Dependerá del segmento.

- Los corredores emprendedores optarán por valorar más los planes formales de capacitación anual y su programa de especialización, así como la oferta digital.
- Los corredores experimentados valorarán más la efectividad de los buscadores, las relaciones y las conexiones internacionales, las cuales deberán ser activadas con más y mejor comunicación.

2. Comunicación | Bases y mensajes principales.

2.1.- Bases: Visualizar los diferentes segmentos dentro de la comunicación para captar nuevos y fidelizar actuales.

- La cámara creó y desarrolló el concepto de corredor en Costa Rica, pero lleva muchos años comunicando en su discurso qué somos y qué hacemos, es hora de comunicar “para qué y cómo”.
- Es importante redefinir a los nuevos/potenciales afiliados qué es y qué hace un corredor/asesor inmobiliario ideal hoy en día, las posibilidades de especialización y su proyección digital.

2.1.- Bases:

- Actualmente solo están ofreciendo cursos recurrentes “básicos”, deberían brindar mayores expectativas de formación.
- Trabajar en el rol de emprendedor en “asesoría inmobiliaria digital” lo que puede llamar la atención.
- Como ya hemos comentado, es necesario comunicar que la cámara es el portal de entrada para el desarrollo profesional y de negocio de un corredor que quiere especializarse, no hay un mejor lugar.

Transmitir el nuevo discurso de la marca en forma creativa, planificada y calendarizada.
Contenidos de calidad: Temas ejemplo.

1. Principios éticos del corredor profesional afiliado
2. Planes de capacitación profesional y de mejora continua
3. Los nuevos emprendedores inmobiliarios
4. El nuevo corredor digital
5. Los influenciadores inmobiliarios
6. Socios estratégicos
7. El propietario y el cliente final
8. Plataformas tecnológicas de negocio inmobiliario
9. Internacionalización inmobiliaria
10. Programas de responsabilidad social y ambiental

CAMARA COSTARRICENSE DE CORREDORES DE BIENES RAICES
LIBRO DE ACTAS DE JUNTA DIRECTIVA
CEDULA JURIDICA 3-002-051042

2.2.- Mensajes principales: Hay que definir el propósito o promesa de la marca.

- “Iniciamos la nueva profesionalización del corredor inmobiliario”
- “Abrimos nuevas posibilidades”
- “Abrimos nuevas oportunidades”

3. Imagen | Bases y lineamientos visuales.

3.1.- Bases:

• Para alcanzar las metas en el aumento de los afiliados, entre otras muchas acciones, es recomendable una transformación completa de su denominación e imagen.

- Denominación: ampliar los segmentos más allá de generalizar únicamente a los corredores. o Imagen de marca: para que se perciba y potencie su evolución, tanto nacional como internacional.

• Con inversión en planes, estrategias y acciones, se podrá atraer a figuras jurídicas, desarrolladoras, empresas inmobiliarias (50), bancos, constructoras y capital extranjero como socios estratégicos, logrando con ello, patrocinios.

Desarrollar una fase previa de expectativa antes del relanzamiento e implementación de la nueva propuesta.

• Diseñar un manual o guía visual práctico de la nueva marca, con mejora continua, al mismo tiempo que es vital capacitar al personal interno y proveedores de comunicación sobre su uso y funcionalidad.

• Al segmentar la comunicación por público y valor, éstos deberán tener también lineamientos visuales específicos.

3.2.- Lineamientos visuales: presentación adicional*

4. Marca | Definiciones y base del propósito, propuesta de valor y experiencia de marca.

4.1.- Propósito de marca: • Definiciones:

- Cuando una marca tiene definido una determinación social por la cual sea reconocida.
- No estamos hablando de tener un buen slogan, cosa que podría orientarse hacia la promesa de la marca, sino a cómo trascender.
- La mejor manera de construirlo es saber para qué está la cámara en el mercado.
- También responde al por qué, su significado más allá de una asociación con un valor.

• Base:

o Construir, valer y velar por el profesionalismo inmobiliario.

- Un merecido homenaje a la perseverancia a las personas que han dado credibilidad a la profesión de corredor.
- Recompensar el gran esfuerzo de hombres y mujeres que han trabajado con ilusión y profesionalismo para progresar en la vida y han decidido ser respaldados por la Cámara, (añadir testimonios).

4.2.- Propuesta de valor:

• Definiciones:

- Es el factor que hace que un cliente se incline por la asociación.
- Lo que busca es solucionar un problema o satisfacer una necesidad del afiliado de manera innovadora.

• Base: o El grado o nivel de la especialización y ética profesional que puede llegar a alcanzar un corredor afiliado. - Para ser un buen asesor y gestor de propiedades ante el cliente, es necesario entre otras cosas ser accesible, ético y eficiente, tanto a través del

CAMARA COSTARRICENSE DE CORREDORES DE BIENES RAICES
LIBRO DE ACTAS DE JUNTA DIRECTIVA
CEDULA JURIDICA 3-002-051042

contacto humano como en la omnicanalidad.

4.3.- Experiencia de marca:• **Definiciones:**

- Pensemos que la marca consolida las razones y emociones, en ella convergen expectativas, necesidades, deseos y aspiraciones.
- En el proceso de creación de su valor, la experiencia y el contexto serán factores fundamentales. o Una gran marca ya no es el resultado de un gran presupuesto, si no de que haya sido capaz de crear acciones relacionales que generen experiencias de 360°.

• **Base:**

o La cámara deberá crear planes y programas en gestión de talento: es la ruta para la excelencia en el servicio.

o La buena experiencia de marca del afiliado llegará si hay compromiso del colaborador, debemos hacerlo sentir orgulloso, motivarlo y capacitarlo, tanto a los directos como a los indirectos.

Conclusiones | Gestión de marca:

La marca es lo que significa PERCEPCIÓN IDEAL DE LA CÁMARA PARA UN AFILIADO (casi todo, por una cuota de 1\$ al día).

1. Eleva el nivel de profesionalización.
2. Brinda un mayor grado de ética y especialización.
3. Desarrolla Planes generales de capacitación, iniciales con certificación y anuales con módulos y niveles.
 - + Calendarios de eventos específicos de capacitación: webinar.
 - + Cursos de capacitación digital a sus afiliados, a los emprendedores y los influenciadores.

4. Impulsa la colaboración entre afiliados.

5. Incluye una Bolsa de Trabajo en inmobiliarias u otras empresas afines.

6. Posibilita contactos comerciales que generan oportunidades de negocio. 7. Ofrece plataformas tecnológicas, buscadores nacionales e internacionales. 8. Acceso a relaciones a través de asociaciones inmobiliarias internacionales. 9. Beneficios de servicios y productos de socios estratégicos. 10. Informa oportunamente en medios digitales de noticias y tendencias. 11. La imagen y comunicación, así como los contenidos y la conexión en medios digitales mejora cada día. 12. El servicio al afiliado ha mejorado progresivamente.

PARA ALCANZAR LAS CONCLUSIONES, ES NECESARIO:

1. Asignar un presupuesto para cada uno de los procesos:

o Para implementar adecuadamente la gestión de marca, necesitan definir, alinear y aplicar procesos metodológicos y digitalización para el equipo de colaboradores y su cadena de trabajo, los proveedores de comunicación

2. Alinear negocio y marca: Diseñar el plan estratégico 2022 junto con las claves de la estrategia de marca.

3. Plan de Marketing, comunicación y promoción: desarrollarlo e implementarlo anualmente.

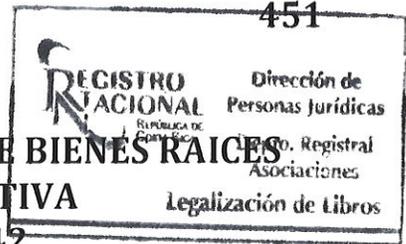
- Crear y desarrollar segmentación, servicios y productos.
- Segmentar por objetivos, analizando a quién (público meta), a qué (valor), cuándo y cómo.
- Lineamientos visuales y de comunicación por valor y público.

4. Diseñar campaña de expectativa y de relanzamiento.

5. Desarrollo de manual de marca y capacitar a los colaboradores y proveedores de comunicación sobre su uso y funcionalidad.

6. Elaborar una estrategia de marketing digital anual para desarrollar todos los objetivos

CAMARA COSTARRICENSE DE CORREDORES DE BIENES RAICES
LIBRO DE ACTAS DE JUNTA DIRECTIVA
CEDULA JURIDICA 3-002-051042



de comunicación, así como sus herramientas, tácticas e inversión por canal y medio.

7. Estudios de percepción: establecer por periodos.

8. Programa de fidelización: desarrollarlo e implementarlo anualmente, incluyendo un plan para impulsar la identificación del afiliado, que digitalmente puede ser a través de un código QR.

9. Talento humano: capacitaciones integrales con funciones y desempeños a los colaboradores.

10. Desarrollar mediciones y base de datos.

- Analizar los datos y estadísticas digitales y convencionales para definir objetivos, describir acciones y elegir canales.

11. Calendarizar: Campañas, diseños y todos los eventos del año.

- Plazo de objetivos: Planificar a 3 meses vista, con presupuestos.
- Enfoque estratégico: 1° mes con un brief. o Medios: 2° mes para llevar a cabo la coordinación. o Elaboración de materiales: 2° mes.
- Ajustes: 3° mes

El Sr. Víctor Loría agradece al Sr. Sedó el trabajo realizado. Hay una serie de cambios que se deben dar a raíz de este refrescamiento, que debe ir de la mano con una serie de actividades acorde con el 50 Aniversario de la Cámara.

El Sr. Carlos Zúñiga expresa que es importante rescatar todas las acciones que se están recomendando. Se agradece al Sr. Sedó la presentación realizada y se finaliza la audiencia.

ARTÍCULO SEXTO. INFORME DEL GERENTE ADMINISTRATIVO

6.1 Proyecto de presupuesto 2022.

Asociación Cámara Costarricense De Corredores De Bienes Raices
pérdidas y ganancias

Presupuesto operativo 2022

	TOTAL PRIMER TRIMESTRE	TOTAL SEGUNDO TRIMESTRE	TOTAL TERCER TRIMESTRE	TOTAL CUARTO TRIMESTRE	TOTAL AÑO 2022
Ingresos					
41 Ingresos Corrientes					
Total 41 Ingresos Corrientes	€ 29 083 368,49	€ 31 293 888,19	€ 33 564 514,33	€ 35 896 556,76	€ 129 838 327,77
42 Ingresos por Capacitación	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total 4201 Curso Bienes Raices	€ 7 781 191,31	€ 8 883 034,14	€ 9 016 946,99	€ 9 152 878,59	€ 34 834 051,04
Ingresos totales	€ 36 864 559,80	€ 40 176 922,33	€ 42 581 461,32	€ 45 049 435,35	€ 164 672 378,81
510-000 Gastos Administrativos					
Total 510-100 Gastos de Planilla	€ 14 022 889,83	€ 14 022 889,83	€ 14 022 889,83	€ 14 022 889,83	€ 56 091 559,32
Amortizaciones	€ 631 623,48	€ 631 623,48	€ 631 623,48	€ 631 623,48	€ 2 526 493,92
Total 510-600 Servicios Básicos	€ 726 960,93	€ 726 960,93	€ 726 334,84	€ 727 101,69	€ 2 907 358,39
Total 510-800 Cuotas y Suscripciones	€ 750 615,53	€ 1 250 290,23	€ 1 374 827,59	€ 1 280 756,81	€ 4 656 490,16
Total 510-000 Gastos Administrativos	€ 18 174 308,22	€ 18 869 725,64	€ 18 968 411,52	€ 18 830 999,42	€ 74 843 444,79
510-720 Asambleas Ordinarias y Extraordinarias	0,00	1 000 000,00	1 000 000,00	1 000 000,00	3 000 000,00
Extraordinarias	€ 0,00	€ 1 500 000,00	€ 1 500 000,00	€ 1 500 000,00	€ 4 500 000,00
Total 540-000 Cursos	€ 1 247 703,48	€ 1 263 370,09	€ 1 923 615,36	€ 1 952 614,10	€ 6 387 303,03
550-000 tecnología de informacion					
Total 560-000 Otros Servicios (PROFESIONALES)	€ 4 152 654,00	€ 4 476 154,00	€ 2 976 154,00	€ 2 652 654,00	€ 14 257 616,00

El Sr. Zúñiga indica que en la próxima sesión presentará a la Junta Directiva el proyecto de presupuesto con la revisión final.

CAMARA COSTARRICENSE DE CORREDORES DE BIENES RAICES
LIBRO DE ACTAS DE JUNTA DIRECTIVA
CEDULA JURIDICA 3-002-051042

6.2 El señor Gerente comenta que una corredora utiliza la sala de la Cámara una vez por semana para brindar capacitación a su equipo de trabajo y uno de los expositores es el Sr. José Miguel Porras Mejías. Agrega que el público en general tiene acceso hasta la recepción, por lo que consulta cómo proceder en este caso, dado todo lo que provocó el Sr. Porras a la Cámara. El Sr. Víctor Loría indica que lo que procede es reglamentar el tema. La Sra. Katty Esquivel expresa que se debe crear un precedente para que no se les permita el ingreso a personas que le han hecho mucho daño a la Cámara. El Sr. Adrián Mora presenta moción para que la Administración coloque esta semana un rótulo de reserva de admisión, según lo permite el derecho privado, para que personas que no sean asociadas a la Cámara y que en algún momento hayan causado algún daño a la Cámara, no se les permita el ingreso a las instalaciones de la asociación, quedando dicha decisión a discrecionalidad de la Administración. Votos a favor: 2 (Sr. Adrián Mora y Sra. Martha Montiel) Votos en contra: 1 (Sr. Víctor Loría) Abstenciones: 2 (Sra. Peggy Sosa y Karoní Ocampos) El Sr. Loría justifica su voto en que lo que procede es reglamentar el tema para justificar desde el punto de vista legal la operatividad del tema. La Sra. Peggy Sosa justifica su abstención debido a que considera que se debe tener una lista justificada de las personas que hayan causado algún daño a la Cámara y que no quede sujeto a decisión de la Administración. Debido a que hay un empate, el señor Presidente hace uso del voto doble para desempatar la votación. **ACUERDO 226-2021: Por mayoría se autoriza a la Administración a colocar esta semana un rótulo de reserva de admisión, según lo permite el derecho privado, para aquellas personas que no sean asociadas a la Cámara y que en algún momento hayan generado algún daño a la asociación. ACUERDO FIRME.** Se solicita al señor Gerente solicitar al Asesor Legal la elaboración de un criterio jurídico para justificar el uso de reserva de derecho de admisión. El Sr. Víctor Loría presenta moción para que la Administración tramite ante la asesoría legal, la posibilidad de elaborar un reglamento de reserva de admisión de personas no asociadas a la Cámara. **ACUERDO 227-2021: Por unanimidad se solicita al Sr. Víctor Loría remitir a la Administración, la propuesta de normativa de reserva de admisión de personas a las instalaciones de la CCCBR, a fin de que sea revisado por el Asesor Legal. ACUERDO FIRME.** 6.3 El Sr. Carlos Zúñiga comenta que hace un tiempo remitió a los directores el proyecto de Bases estratégicas de la CCCBR, por lo que solicita que, de tener observaciones, se las remitan a la brevedad posible. **ARTÍCULO SÉPTIMO: INFORME DE PRESIDENTE** 7.1 El Sr. Adrián Mora informa que por un tema de índole personal estará fuera del país antes del 3 de setiembre del 2022, solicita una reprogramación del Congreso al menos tres semanas siendo las fechas iniciales el 1 y 2 de setiembre y se propone que se re programe para el 23 y 24 de setiembre del 2022. **ACUERDO 228-2021: Por mayoría se aprueba cambiar las fechas del Congreso Inmobiliario para el 23 y 24 de setiembre del 2021. ACUERDO FIRME.** 7.2 El Sr. Adrián Mora sugiere presenta moción para Facio y Clare la emisión de una propuesta, para que la Comisión de Reforma de Estatutos tenga Asesoría Legal para la reforma de los Estatutos de la Cámara, de acuerdo con las necesidades actuales de la asociación. Se realizará solamente la negociación, cuando ellos presenten una propuesta se presentará a la Junta Directiva para su conocimiento y aprobación. **ACUERDO 229-2021: Por unanimidad se autoriza al Sr. Adrián Mora a negociar con Facio y Clare la emisión de una propuesta, para que la Comisión de Reforma de Estatutos tenga Asesoría Legal para la reforma de los Estatutos de la Cámara, de acuerdo con las necesidades actuales de la asociación. Dicha oferta deberá presentarse a la Junta Directiva para su análisis y aprobación. ACUERDO FIRME.** 7.3 El señor Presidente presenta propuesta de convocatoria a Asamblea General Ordinaria y Extraordinaria de Asociados de la CCCBR, de forma virtual, primera parte miércoles 24 de noviembre y segunda parte martes 30 de noviembre a las 6:00 p.m. teniendo como sede del equipo a cargo de toda la logística la contratación del Club Unión para Asamblea.

ACUERDO 230-2021: Por unanimidad se aprueba convocar a Asamblea General Ordinaria y Extraordinaria de Asociados de la CCCBR, de forma virtual, primera parte miércoles 24 de noviembre y segunda parte martes 30 de noviembre a las 6:00 p.m. teniendo como sede del equipo a cargo de toda la logística la contratación del

CAMARA COSTARRICENSE DE CORREDORES DE BIENES RAICES
LIBRO DE ACTAS DE JUNTA DIRECTIVA
CEDULA JURIDICA 3-002-051042

Club Unión. Se solicita a la Administración remitir al Lic. Adrián Fernández el proyecto de convocatoria para revisión y posteriormente proceder con su publicación en el Diario Extra. ACUERDO FIRME. El señor Presidente indica que se cotizó en el Club Unión tres actividades: Sesión de Junta Directiva, Conferencia de Prensa Congreso 2022 y Asamblea General el 24 de noviembre del 2021. 7.4 Participación de la CCCBR virtual en el Congreso Internacional MLS que será organizado desde España el 01 y 02 de diciembre. Contratación de servicios de Producción. Para la actividad del 24 de setiembre se invitará a la Junta Directiva y a los miembros de las comisiones. De 2 a 4:30 p.m. se efectuará la sesión de Junta Directiva.



Club Unión S.A.
 Calle 2, Av 1 y 3, Frente al Correo Nacional
 San José, Costa Rica
 Tel. 506 257-1555 Fax 506 222-5993
 Cédula Jurídica 3-101-001454

COTIZACIÓN			
Nombre:	Cámara de Bienes y Raíces	Fecha:	29/9/2021
Contacto:	Sr. Adrián Mora Solano	Por Club Unión:	Josseline Ortiz
Tipo Evento:	Coffe Break Nº Per 24		Jefe de Ventas
Fecha Evento:	24/11/2021		

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	TOTAL
24	Coffe Break Op.1	7 000,00	168 000,00
1	Pantalla de 120" (Cortesia)	0,00	0,00
1	Equipo de audio pequeño con un micrófono	36 000,00	36 000,00
TOTAL GENERAL DEL EVENTO en colones, impuestos incluidos			204 000,00

Esta cotización esta sujeta a cambios de acuerdo con el número de personas y cambios en el menú.
 Para reservar el salón se requiere un depósito inicial del 50% y 72 hrs antes el 50% restante.
 Cualquier consulta puede contactarnos para asesorarle.

Hoja 1



Club Unión S.A.
 Calle 2, Av 1 y 3, Frente al Correo Nacional
 San José, Costa Rica
 Tel. 506 257-1555 Fax 506 222-5993
 Cédula Jurídica 3-101-001454

COTIZACIÓN			
Nombre:	Cámara de Bienes y Raíces	Fecha:	23/9/2021
Contacto:	Sr. Adrián Mora Solano	Por Club Unión:	Josseline Ortiz
Tipo Evento:	Coffe Break Nº Per 8		Jefe de Ventas
Fecha Evento:	24/11/2021		

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	TOTAL
8	Coffe Break Op.1	7 000,00	56 000,00
TOTAL GENERAL DEL EVENTO en colones, impuestos incluidos			56 000,00

Esta cotización está sujeta a cambios de acuerdo con el número de personas y cambios en el menú.
 Para reservar el salón se requiere un depósito inicial del 50% y 72 hrs antes el 50% restante.
 Cualquier consulta puede contactarnos para asesorarle.

Hoja 1

CAMARA COSTARRICENSE DE CORREDORES DE BIENES RAICES LIBRO DE ACTAS DE JUNTA DIRECTIVA CEDULA JURIDICA 3-002-051042

Nombre:		Cámara de Bienes y Raíces		COTIZACIÓN	
Contacto:		Sr. Adrián Mora Solano		Fecha:	
Tipo Evento:		Coffe Break		21/9/2021	
Fecha Evento:		24/11/2021		Por Club Unión:	
		Nº Per 30		Josseline Ortiz	
				Jefe de Ventas	

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	TOTAL
30	Coffe Break especial	8 500,00	255 000,00
1	Servicio de internet con fibra óptica	69 608,00	69 608,00
1	Pantalla de cortesía	0,00	0,00
1	Pantalla de 120"	18 900,00	18 900,00
TOTAL GENERAL DEL EVENTO en colones, impuestos incluidos			343 508,00

Esta cotización está sujeta a cambios de acuerdo con el numero de personas y cambios en el menu. Para reservar el salón se requiere un depósito inicial del 50% y 72 hrs antes el 50% restante. Cualquier consulta puede contactarnos para asesorarle.

ACUERDO 231-2021: Por mayoría se aprueban las cotizaciones presentadas por el Club Unión para las tres actividades que se realizarán el 24 de noviembre del 2021. Proceda la Administración con la reservación respectiva. ACUERDO FIRME. Se abstiene de vota la Vocal 3. 7.5 El Sr. Adrián Mora solicita autorización para solicitar cotización MLS de España está invitando a Costa Rica a participar en el Foro Internacional de MLS que se efectuará de forma virtual el 01 y 02 de diciembre del presente año, el único requisito es que el 02 de diciembre Costa Rica debe participar por un espacio de 45 minutos, según agenda que se trabaje con anticipación y se deben utilizar las instalaciones de la Cámara, para ello se debe contratar los servicios de una productora para contar con excelente audio y video. Se solicita que se le autorice a negociar la cotización de un estudio de audio y producción de video, para presentarla a la Junta Directiva para su aprobación. **ACUERDO 232-2021: Por unanimidad se aprueba la participación de Costa Rica en el Foro Internacional de MLS que se efectuará de forma virtual el 01 y 02 de diciembre del presente año. Se autoriza al Sr. Adrián Mora solicitar cotización para la contratación de un estudio de audio y producción de video, para la presentación que realizará Costa Rica el 02 de diciembre. Dicha cotización se deberá presentar para revisión y aprobación de la Junta Directiva. ACUERDO FIRME.** El Sr. Adrián Mora presenta moción para variar orden del día y conocer de seguido otros informes. **ACUERDO 233-2021: Por unanimidad se aprueba la moción. ACUERDO FIRME. ARTÍCULO OCTAVO. OTROS INFORMES a. SOLICITUD DE PERMISO-ASOCIADOS:** 3049 Juan Carlos Sáenz Castegnaro **ACUERDO 234-2021: Revisado el expediente respectivo y conocido el informe del Comité de Afiliaciones, esta Junta Directiva por unanimidad aprueba otorgar permiso temporal de suspensión por 1 año al Sr. Juan Carlos Sáenz Castegnaro, carné N° 3049 a la CCCBR. Proceda la Administración a realizar el procedimiento respectivo. Acuerdo firme.**

b. SOLICITUD DE INCORPORACIÓN NUEVOS AFILIADOS:

CAMARA COSTARRICENSE DE CORREDORES DE BIENES RAICES
LIBRO DE ACTAS DE JUNTA DIRECTIVA
CEDULA JURIDICA 3-002-051042



NOMBRE	CÉDULA	MES DEL CURSO
Gabriela Mejía Casafont	107710130	Mes de abril 2012
María Josefa Dominguez Romero	801420017	Mes de agosto 2017
Camila Fornaguera Steiner	112900146	Mes de junio 2021
Paula Sáenz Salazar	111120107	Mes de agosto 2021
Carol Núñez Salas	110040440	Mes de setiembre 2021
Christopher Michael Norris	184001523504	Mes de setiembre 2021
Martha Morán Famada	184001250917	Mes de setiembre 2021
Luz Marina Campos Cordero	203410913	Mes de setiembre 2021
Eugenia Echeverría Gutiérrez	107410130	Mes de setiembre 2021
Ana Lorena Barquero Córdoba	112480990	Mes de setiembre 2021
Eilyn Dagnesses Lezcano	801010925	Mes de setiembre 2021
Carlos Andrés Fallas Segura	604710208	Mes de setiembre 2021
Carlos Humberto Mora Morales	107830499	Mes de setiembre 2021

ACUERDO 235-2021: Revisado el expediente respectivo y conocido el informe del Comité de Afiliaciones, esta Junta Directiva por unanimidad aprueba la incorporación de las personas indicadas en la lista anterior a la CCCBR. Proceda la Administración a realizar el procedimiento respectivo. Acuerdo firme. **SOLICITUD DE DESAFILIACIÓN- ASOCIADOS** 2979 Ronald Venegas Araya **ACUERDO 236-2021:** Se aprueba por unanimidad la desafiliación de Ronald Venegas Araya, carné N° 2979, como miembro de la CCCBR. Se solicita a la administración, proceder según corresponda. Al ser las 17:10 horas se retira de la sesión el Sr. Adrián Mora Solano. Asume la Presidencia el Sr. Víctor Loria. **ARTÍCULO NOVENO. INFORME DE VOCAL I**

9.1 El Sr. Víctor Loria solicita al Sr. Carlos Zúñiga consultar al Ministerio de Hacienda y a la Dirección General de Tributación Directa la cantidad de personas inscritas como Corredores, Lo anterior, debido a que sería de insumo para la Comisión Proyecto de Ley.

9.2 El Sr. Loria indica que la Comisión Centro de Negocios desea hacer una encuesta a los asociados para que indiquen qué tipo de convenios les interesa que efectúe la Cámara. Esta encuesta podrá ayudar a refrescar la base de datos y para que los asociados se manifiesten esencialmente sobre el uso de la nueva Web de la CCCBR (directorio inmobiliario), sobre el MLS y de otras plataformas tecnológicas. Por otra parte, indica que hay varios convenios aprobados y muchos de ellos están en la espera de respuestas y muchos son temas simples de aprobar. Recomienda que la Junta Directiva estudie la propuesta, a fin de aprobar expeditamente las solicitudes. **ARTÍCULO DÉCIMO: INFORME DE FISCAL SUPLENTE**

10.1 La Sra. Katty Esquivel indica que se solicita patrocinio de la CCCBR al Mega Camp KW 2021, para el viernes 22 de octubre en el Club La Guaria. El Sr. Víctor Loria indica que Keller Williams es un evento de capacitación inmobiliaria que se efectuará de 8:00 a.m. a 5:00 p.m. y tiene un costo de \$15,00 que es por alimentación. El patrocinio es por un monto de \$100,00. **ACUERDO 237-2021:** Por mayoría se aprueba la participación de la CCCBR como patrocinador en el evento de capacitación inmobiliaria que efectuará Keller Williams el 22 de octubre del 2021 de 8:00 a.m. a 5:00 p.m. El monto del patrocinio es de \$100,00. Al ser las 19: 22 horas del mismo día se concluye la sesión.

Sr. Adrián Mora Solano / Sra Martha Montiel Galindo, Secretaria. Última línea.