

1  
2  
3  
4  
5  
6  
7  
8  
9  
10  
11  
12  
13  
14  
15  
16  
17  
18  
19  
20  
21  
22  
23  
24  
25  
26  
27  
28  
29

## **ACTA No. 082-2019**

ACTA DE LA SESIÓN ORDINARIA NÚMERO OCHENTA Y DOS GUIÓN DOS MIL DIECINUEVE, CELEBRADA POR LA JUNTA DIRECTIVA DEL COLEGIO DE LICENCIADOS Y PROFESORES EN LETRAS, FILOSOFÍA, CIENCIAS Y ARTES, EL SÁBADO SIETE DE SETIEMBRE DEL DOS MIL DIECINUEVE, A LAS OCHO HORAS, EN LA SALA DE SESIONES DE LA SEDE DEL COLEGIO EN ALAJUELA.

### **MIEMBROS PRESENTES**

López Contreras Fernando, M.Sc.	Presidente
Badilla Jara Jacqueline, Dra.	Secretaria (Se incorpora posteriormente)
Domian Asenjo Ana Cecilia, M.Sc.	Prosecretaria
Soto Solórzano Geovanny, M.Sc.	Tesorero
Velásquez Valverde Jairo, M.Sc.	Vocal I
Jiménez López Ingrid, M.Sc.	Vocal II

### **MIEMBRO AUSENTE**

Vargas Ulloa Gabriela, M.Sc.	Vicepresidenta
------------------------------	----------------

Se cuenta con la presencia de la M.Sc. Andrea Peraza Rogade, Fiscal

**PRESIDE LA SESIÓN:** M.Sc. Fernando López Contreras

**SECRETARIA:** Dra. Jacqueline Badilla Jara

### **ORDEN DEL DÍA**

**CAPÍTULO I: REVISIÓN Y APROBACIÓN DEL ORDEN DEL DÍA**

**Artículo 01:** Comprobación del quórum.

**Artículo 02:** Revisión y aprobación del orden del día de la sesión 082-2019.

**CAPÍTULO II: LECTURA Y CONOCIMIENTO DEL ACTA 081-2019.**

**Artículo 03:** Lectura, comentario y conocimiento del acta 081-2019 del 06 de setiembre de 2019.

**CAPÍTULO III: ASUNTOS DE TESORERÍA**

**Artículo 04:** Aprobación de pagos.

**CAPÍTULO IV: AUDIENCIA**

1 **Artículo 05:** Audiencia al Departamento de Comunicaciones para presentar dos propuestas  
2 de proyectos del Departamento.

3 **CAPÍTULO V: ASUNTOS DE DIRECTIVOS**

4 **Artículo 06:** Participación en la Ampliación del Marco de Cualificación para carreras de  
5 educación.

6 **CAPÍTULO VI: ASUNTOS VARIOS**

7 **Artículo 35:** Oficio CLP-AL-092-2019.

8 **Artículo 36** Oficio CLP-AL-112-2019.

9 **Artículo 37:** Informe de notificación.

10 **CAPÍTULO VII: CIERRE DE SESIÓN**

11 **CAPÍTULO I: REVISIÓN Y APROBACIÓN DEL ORDEN DEL DÍA**

12 **Artículo 1:** Comprobación del quórum.

13 El M.Sc. Fernando López Contreras, Presidente de Junta Directiva, verifica el quórum, estando  
14 presentes los miembros de la Junta. Se cuenta con la presencia de la M.Sc. Francine Barboza  
15 Topping, Asesora Legal de Junta Directiva y el MBA. Enrique Víquez Fonseca, Director Ejecutivo.

16 Recuerda a los presentes que por un tema de salud la M.Sc. Ana Gabriela Vargas Ulloa,  
17 Vicepresidenta, no estará durante la sesión de hoy.

18 **Artículo 02:** Revisión y aprobación del orden del día de la sesión 082-2019.

19 Conocido el orden del día la Junta Directiva acuerda:

20 **ACUERDO 01:**

21 **APROBAR EL SIGUIENTE ORDEN DEL DÍA: CAPÍTULO I: REVISIÓN Y APROBACIÓN**  
22 **DEL ORDEN DEL DÍA./ CAPÍTULO II: LECTURA Y APROBACIÓN DEL ACTA 081-**  
23 **2019./ CAPÍTULO III: ASUNTOS DE TESORERÍA./ CAPÍTULO IV: AUDIENCIA./**  
24 **CAPÍTULO V: ASUNTOS VARIOS./ CAPÍTULO VI: CIERRE DE SESIÓN./ APROBADO**  
25 **POR CINCO VOTOS./**

26 **CAPÍTULO II: LECTURA Y APROBACIÓN DEL ACTA 081-2019.**

27 **Artículo 03:** Lectura, comentario y conocimiento del acta 081-2019 del 06 de setiembre de  
28 2019.

1 El M.Sc. Fernando López Contreras, Presidente, solicita dispensar la aprobación del acta 081-  
2 2019.

3 **ACUERDO 02:**

4 **Dispensar la aprobación del acta 081-2019 del viernes 06 de setiembre de 2019./**  
5 **Aprobado por cinco votos./**

6 La Dra. Jacqueline Badilla Jara, Secretaria, se incorpora a la sesión al ser las 8:05 a.m.

7 **CAPÍTULO III: ASUNTOS DE TESORERÍA**

8 **Artículo 04:** Aprobación de pagos. **(Anexo 01).**

9 El M.Sc. Geovanny Soto Solórzano, Tesorero, presenta el listado de pagos para su aprobación  
10 y emisión con la debida documentación de respaldo, la cual se adjunta al acta mediante el  
11 anexo número 01.

12 El M.Sc. Soto Solórzano, Tesorero, presenta listado de pagos de la cuenta número 100-01-000-  
13 038838-9 del Banco Nacional de Costa Rica por un monto de setenta y siete millones ciento  
14 sesenta y siete mil ochenta y nueve colones con doce céntimos (¢77.167.089,12); de la cuenta  
15 número 100-01-002-012733-0 del Banco Nacional de Costa Rica por un monto de dieciséis  
16 millones de colones netos (¢16.000.000,00); de la cuenta número 100-01-002-013773-0 del  
17 Banco Nacional de Costa Rica por un monto de dieciocho millones quinientos mil colones netos  
18 (¢18.500.000,00); de la cuenta número 81707106811091732 de COOPEANDE por un monto de  
19 dieciséis millones trescientos noventa y dos mil trescientos diez colones con noventa céntimos  
20 (¢16.392.310,90) y de la cuenta número 81400011012117361 de COOOPENAE FMS por un  
21 monto de trece millones de colones netos (¢13.000.000,00); para su respectiva aprobación.

22 Conocidos estos pagos la Junta Directiva acuerda:

23 **ACUERDO 03:**

24 **Aprobar la emisión de pagos de la cuenta número 100-01-000-038838-9 del Banco**  
25 **Nacional de Costa Rica por un monto de setenta y siete millones ciento sesenta y**  
26 **siete mil ochenta y nueve colones con doce céntimos (¢77.167.089,12); de la cuenta**  
27 **número 100-01-002-012733-0 del Banco Nacional de Costa Rica por un monto de**  
28 **dieciséis millones de colones netos (¢16.000.000,00); de la cuenta número 100-01-**  
29 **002-013773-0 del Banco Nacional de Costa Rica por un monto de dieciocho millones**

1        **quinientos mil colones netos (¢18.500.000,00); de la cuenta número**  
2        **81707106811091732 de COOPEANDE por un monto de dieciséis millones**  
3        **trescientos noventa y dos mil trescientos diez colones con noventa céntimos**  
4        **(¢16.392.310,90) y de la cuenta número 81400011012117361 de COOPENAE FMS**  
5        **por un monto de trece millones de colones netos (¢13.000.000,00). El listado de los**  
6        **pagos de fecha 07 de setiembre de 2019, se adjunta al acta mediante el anexo**  
7        **número 01./ Aprobado por seis votos./ ACUERDO FIRME./**  
8        **Comunicar a la Unidad de Tesorería y a la Jefatura Financiera./**

#### 9        **CAPÍTULO IV:        AUDIENCIA**

10       **Artículo 05:**        Audiencia al Departamento de Comunicaciones para presentar dos propuestas  
11       de proyectos del Departamento.

12       La Licda. Samantha Coto Arias, Jefa del Departamento de Comunicaciones, realiza la siguiente  
13       presentación (anexo 02):



#### 20       **Estrategia de lanzamiento de la red social Instagram**



#### 28       **Objetivo General**

29       Mejorar la percepción de los colegiados sobre Colypro.

## Objetivos Específicos

- Dar a conocer los beneficios de la colegiatura a través de la vivencia de colegiados involucrados activamente en actividades de Colypro.
- Descubrir y exponer a colegiados satisfechos y comprometidos con el Colegio.
- Lograr la interacción positiva de los colegiados con la marca.
- Fomentar el "estilo de vida Colypro" dando protagonismo a los colegiados.
- Proveer contenido de valor para ayudar a los colegiados a entender los procesos y alcance de nuestros servicios.

## Análisis

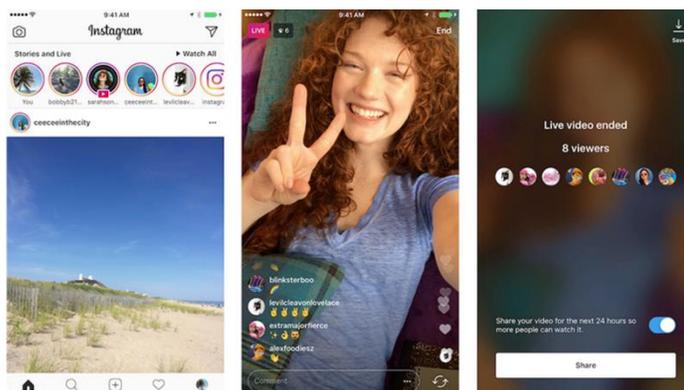
- Colypro como marca rígida y muy corporativa.
- Poca interacción con sus seguidores.
- Percepción deficiente del Colegio, no conocen realmente sus fines ni la gran cantidad de beneficios.

## Competencias

- Se busca a través del lanzamiento de una cuenta de Instagram acercar al colegiado a la institución, para que conozca más a fondo a Colypro y crear comunidad.
- Se plantea realizar un cambio radical en la marca, refrescarla y hacerla más interactiva y orgánica.
- El colegiado como protagonista.

## Publicaciones permitidas

Historias en vivo de actividades, con entrevistas detrás de cámaras o invitaciones a formar parte.



1 Videos tutoriales sobre cómo utilizar los servicios del Colegio.



11 Perfiles de personas que brindarán capacitaciones o que participarán en alguna actividad del  
12 Colegio



19 Campañas del Colegio con el fin de concientizar o conmemorar sobre alguna fecha especial.



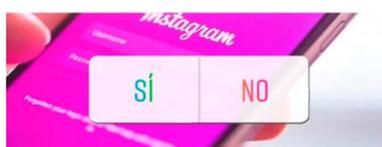
1 Infográficos educativos o sobre servicios del Colegio.



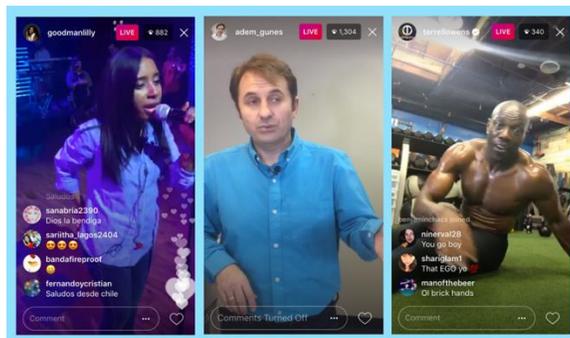
15 Frases motivadoras afines al sector.



21 Historias con encuestas o preguntas para interactuar con el colegiado.



1 Transmisiones en vivo con invitados

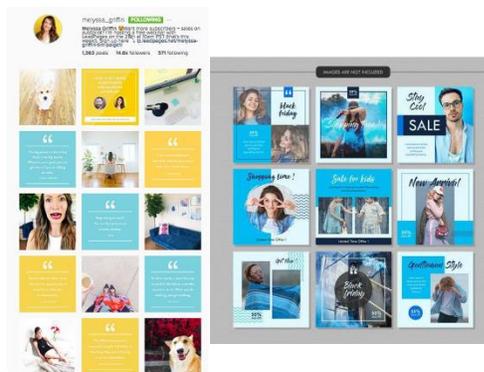


9 **Restricciones**

10 El Instagram del Colegio no se utilizará para publicar noticias, inscripciones a cursos o material  
11 informativo utilizado en Facebook.

12 Asimismo, no podrá ser una copia exacta de Facebook, solamente material previamente  
13 analizado será publicado en ambas plataformas. Se adjuntan algunas imágenes de referencia.

14 **Referencias gráficas**



## Segmentación de público

En esta primera etapa, se incluye solamente a colegiados o usuarios directos de los servicios de Colypro. La propuesta de segmentación es la siguiente:

Colegiados:

- Activos: educadores entre 20 y 65 años
- Jubilados: educadores de 50 años o más

No colegiados:

- Educadores activos entre 20 y 65 años
- Familiares con carné

## Plan de medios

Instagram será la principal red social para esta estrategia; no obstante, parte del material será divulgado también a través de otras redes: Facebook, LinkedIn, sitio web, boletín informativo, otros.



## Medición

Se medirá a través del *engagement* de la cuenta, así como en las reacciones positivas de los seguidores. Se utilizarán las herramientas del panel de control de estadísticas de Instagram.



## Estrategia de comunicación

Posicionar al Colegio como toda una experiencia integral y, de esta forma, conseguir que se pongan la camiseta y amen pertenecer a él.

1        Buscar colegiados destacados que participen activamente en actividades de Colypro. Se  
2        realizarán entrevistas y material audiovisual donde la persona exponga de qué manera Colypro  
3        mejora su estilo de vida desde cualquiera de sus servicios: deporte, capacitación, centros de  
4        recreo, convenios comerciales, subsidios, gimnasio, consultoría legal, ambiente laboral, política,  
5        pensiones.

6        **Estrategia creativa**

- 7        - Realizar material audiovisual y fotografías donde el elemento principal sea el colegiado.
- 8        - Publicar historias en todas las actividades del Colegio donde el colegiado pueda opinar y  
9        externar su experiencia.
- 10       - Publicar historias con encuestas o preguntas para que el colegiado opine y aclare las dudas  
11       sobre el tema en conversación.
- 12       - Publicar tips, recomendaciones e inspiraciones sobre educación.
- 13       - Publicar material educativo afín a los educadores.
- 14       - Publicar infográficos y videos explicativos sobre los diferentes servicios del Colegio.

15       **Desarrollo de contenido**

- 16       - Se trabajará con dos campañas simultáneas.

17       ***Campaña 1: Colegiado súper estrella***

18       Esta campaña consiste en generar contenido a partir de colegiados destacados de la institución  
19       que quieran participar. El objetivo es descubrir colegiados comprometidos y agradecidos con el  
20       trabajo del Colegio.

21       **Campaña #1**

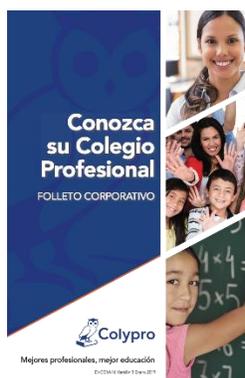
- 22       • Metodología
- 23       - Se realizará un concurso a través de Instagram en el cual se buscarán colegiados que amen la  
24       institución y participen activamente de los beneficios que ofrece Colypro. Se reforzará la  
25       convocatoria al concurso a través de Facebook, para generar tráfico en Instagram.
- 26       - Se solicitará a los interesados enviar al correo [contactenos@colypro.com](mailto:contactenos@colypro.com) una fotografía de ellos  
27       solos o con su familia o algún documento que respalde participando de alguno de los siguientes  
28       aspectos del Colegio:
- 29       - Participación en equipos deportivos

- 1 - Asistencia a capacitaciones
- 2 - Visitas a centros de recreo
- 3 - Uso de convenios comerciales
- 4 - Uso del gimnasio
- 5 - Citas en Consultoría Legal
- 6 - Entorno laboral
- 7 - Pensiones
- 8 - Servicio en plataformas
- 9 - Además de incluir la fotografía, deberán escribir una pequeña reseña sobre por qué valoran la colegiatura. Por ejemplo: me encanta ser colegiada de Colypro porque me permite representar a la institución en mi deporte favorito.

## Campaña #2

### Campaña 2: Servicios Colypro

Esta campaña busca educar al colegiado sobre los servicios que brinda el Colegio, a través de videos tutoriales, imágenes e infográficos.



1 Los temas a tratar serán:

- 2 - Incorporaciones
- 3 - Medios de pago
- 4 - Consultoría Legal
- 5 - Subsidios
- 6 - Capacitación
- 7 - Carné familiar
- 8 - Actualización de datos

9 Además del material antes mencionado, se realizarán transmisiones en vivo con representantes  
10 de los departamentos conversando sobre los procesos. Se realizarán encuestas y preguntas a  
11 través de las historias para interactuar con la comunidad y evacuar sus dudas.

12 Se revisarán semanalmente las estadísticas de Instagram para verificar que las campañas estén  
13 dando el resultado esperado.

14 Al final del proceso (un año calendario) se elaborará un informe con los principales logros de  
15 esta campaña, así como aspectos relevantes del lanzamiento de la cuenta de Instagram de  
16 Colypro, para evaluar la efectividad y continuar la gestión de dicho medio.

### 17 **Preguntas y comentarios”**

18 La Sra. Carla Arce Sánchez, Asistente del Departamento de Comunicaciones, se incorpora a la  
19 sesión al ser las 8:45 a.m.

20 El M.Sc. Jairo Velásquez Valverde, Vocal I, externa que este tipo de proyectos lo motivan como  
21 directivo, considera que esta es una forma de utilizar la tecnología, con una inversión económica  
22 relativamente baja. Indica que según comentarios de publicistas la herramienta de “Instagram”  
23 es la que va a la vanguardia, menciona que está de acuerdo en que esta herramienta sea  
24 direccionada para interactuar con el colegiado.

25 Desea al Departamento de Comunicaciones, muchos éxitos en la implementación de esta  
26 herramienta.

27 La M.Sc. Andrea Peraza Rogade, Fiscal, expresa que le encanta la herramienta porque el  
28 educador presta más atención a las imágenes y a todas las publicaciones que se realizan en las  
29 redes sociales, en lugar de ir a buscar otros documentos.

1 Consulta si se brindará seguimiento en esta herramienta a las publicaciones que puedan realizar  
2 algunas personas utilizando vocabulario soez.

3 La Licda. Coto Arias, externa que este tema a nivel de Departamento de Comunicaciones lo han  
4 analizado, por ser serio y complejo ya que en ocasiones algunas personas realizan comentarios  
5 muy fuertes; por lo que actualmente se está desarrollando una política para la interacción en  
6 las redes sociales, para decirle a los usuarios "estas son las políticas de convivencia, caso  
7 contrario se tendrá que eliminar el comentario".

8 La Dra. Jacqueline Badilla Jara, Secretaria, felicita al Departamento de Comunicaciones por la  
9 propuesta, considera que es la otra cara de "Facebook" porque tiene otra connotación de cómo  
10 se va a manejar la página. Considera que a los colegiados les gustará mucho la interacción en  
11 la herramienta, porque se podrán realizar publicaciones sobre la logística que se realiza para  
12 brindar una buena educación de calidad, la cual es bastante compleja y no se ve, cree que es  
13 una oportunidad para que todas las personas conozcan sobre el trabajo que se realiza en las  
14 instituciones educativas.

15 Consulta si más allá de una página, se los comentarios imprudentes e innecesarios se podrán  
16 eliminar.

17 La Licda. Coto Arias, responde que sí, ya que se contará con una política de interacción.

18 El señor Presidente, consulta a la Licda. Coto Arias, para cuándo tienen pensado hacer la  
19 presentación del proyecto.

20 La Licda. Coto Arias, responde que una vez aprobada la propuesta, lo ideal es tener el contenido  
21 listo dos semanas después, a fin de llevar el ritmo como debe ser

22 El señor Vocal I, reafirma su posición de que es una excelente herramienta y se debe entender  
23 que los presentes son migrantes tecnológicos y con esta herramienta el Colegio puede ser más  
24 interactivo con el colegiado.

25 La Licda. Coto Arias, concluye indicando que esta propuesta nace porque la Sra. Ericka Morera  
26 Saborío, llevó un curso de manejo de redes sociales y lo aprendido lo implementa con la  
27 elaboración de esta propuesta.

28 La Sra. Carla Arce Sánchez, saluda a los presentes y agradece la apertura de la Junta Directiva  
29 para conocer los proyectos que el Departamento de Comunicaciones tiene, para mejorar la

1 comunicación con el usuario, ya que el Colegio se proyecta a los colegiados y la sociedad en  
2 general.

3 Procede a realizar la siguiente presentación (anexo 03):



12 **¿Qué es?**

13 Aplicación de mensajería instantánea que permite recibir y enviar mensajes de texto desde  
14 cualquier parte del mundo.

15 Además, facilita el intercambio de documentos, imágenes y otros archivos importantes.

16 **Funcionalidades básicas**

- 17 - Visualización del perfil de empresa  
18 - Herramienta de mensajería  
19 - Estadísticas  
20 - Uso de WhatsApp Web  
21 - Tipo de cuenta (perfil corporativo)

22 **WhatsApp en Costa Rica**



## Comunicación bimodal

### ¿Cómo se comunican los usuarios con Colypro?

- Facebook
- Live Chat en sitio web
- contactenos@colypro.com

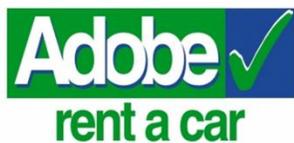
### ¿Por qué?

### ¿Por qué WhatsApp Corporativo en Colypro?

- Es un nuevo canal de servicio a los colegiados y público en general
- Innovación en la utilización de medios de comunicación actuales
- Inmediatez en la respuesta a consultas o periodos cortos para responder
- Una herramienta que ampliará la oferta de la plataforma de servicios virtual actual
- Inserta en el marco de migración a servicios web/digitales que brinden comodidad al usuario
- Incremento en el uso de smartphones que soportan esta aplicación
- Empresas con volumen importante de clientes manejan esta red social

### Ejemplos

### Empresas que usan WhatsApp de forma exitosa



### ¿Cómo lograrlo?

1 ¿Qué es EMG Social?

- 2 • Aplicación que permite centralizar en una sola interfaz las más famosas aplicaciones de  
3 mensajería utilizadas.
- 4 • Permite enviar, recibir y monitorear mensajes de forma instantánea, a través de la computadora  
5 para estar en constante comunicación con los usuarios.

### 6 **Funcionalidades**



EMG Social no es WhatsApp, es una consola que interactúa con esta para poder llevar a cabo los procesos de comunicación con usuarios, por lo que no tiene la funcionalidad que el cliente vea si el operador está escribiendo, el doble check se puede validar dando click en la opción de la plataforma EMG Social, donde puede aparecer: un check, doble check en gris, doble check azul o un signo de pregunta cuando no se ha confirmado el status.

EMG Social es una herramienta enfocada al servicio al cliente, no es una plataforma de envío masivo, por lo que queda a criterio del cliente la forma de manejar la información con sus usuarios. Si el cliente hace uso inadecuado de WhatsApp, la línea podrá ser sancionada o bloqueada.

### 27 **Integración**

28 ¿Cuáles redes sociales se pueden integrar?

- 29 • WhatsApp

- 1 • Facebook
- 2 • Web chat
- 3 • Email
- 4 • Instagram
- 5 • Telegram
- 6 • Viber
- 7 • Administración de mensajes que ingresen de diferentes plataformas en una sola herramienta.
- 8 • Elimina brechas de información entre la empresa y sus usuarios actuales y potenciales.
- 9 • Disminuye el porcentaje de conversaciones no respondidas.
- 10 • Otorga respuestas más prontas y certeras a las consultas de los usuarios.
- 11 • Estadística de cuál plataforma es más utilizada, cantidad de mensajes y usuarios atendidos,
- 12 entre otros reportes.
- 13 • Los reportes que facilita la plataforma son archivos en Excel ya preestablecidos.
- 14 • La plataforma soporta el envío hacia el cliente final de: JPG, PNG, PDF y texto. El cliente final
- 15 puede enviar a la empresa: audios, JPG, Word, PNG, PDF y textos.
- 16 • Ninguna conversación se borra en EMG Social.
- 17 • Mensajes preestablecidos (respuesta automática).
- 18 • Chatbot (ej: Ana - Grupo Monge).

### 19 **Presupuesto**

20 ¿Cuánto costará?

21 \$655 mensuales\*

22 \*Actualmente se pagan \$300 por licencia de

23 Live Chat

### 24 **Consideraciones**



- 27 • Conexión de Internet más estable, por cable.
- 28 • Administración de la línea por parte de EMG Solutions.
- 29 • Alto tráfico de mensajes, hasta un máximo de 4000 por día.

- 1 • Se requiere de una línea celular y un teléfono para activar el servicio.
- 2 • Plan con EMG Social.



- 3
- 4
- 5 • Recomendado para clientes de alto tráfico, más de 4000 mensajes al día.
- 6 • Procesamiento de mensajes sin retraso o en tiempo de WhatsApp.
- 7 • Velocidad de la carga multimedia según WhatsApp.
- 8 • No se requiere de un celular.
- 9 • Debe ser un número que no haya sido utilizado en WhatsApp.
- 10 • Pago adicional a WhatsApp Business, más plan EMG Social.

### 11 **Preguntas y comentarios”**

12 La Dra. Jacqueline Badilla Jara, Secretaria, consulta quien atendería la herramienta cuando se  
13 realicen consultas específicas, cuánto recurso humano se requiere para atender el chat.

14 La Sra. Arce Sánchez, responde que la atendería la plataformista virtual, se podría valorar  
15 manejarlo desde el Departamento de Comunicaciones, en teoría no se requiere contratar  
16 personal adicional para atender las consultas que se realicen en la herramienta.

17 La señora Secretaria, consulta si las consultas son específicas, la persona está capacitada para  
18 responder.

19 La Sra. Arce Sánchez, responde que con la bandeja de “Facebook”, el personal del  
20 Departamento de Comunicaciones no está capacitado, por ello se trasladan las consultas a las  
21 personas, dentro de Colypro, que sí lo están.

22 La Licda. Coto Arias, añade que de manera inmediata se responde con el saludo y se indica que  
23 la consulta se trasladará a quien corresponda, para lo cual se tiene un tiempo de respuesta de  
24 dos días, según el indicador.

25 El M.Sc. Fernando López Contreras, Presidente, considera que esta herramienta se enmarca  
26 mucho en la idea que la Junta Directiva ha querido implementar, considera que el Departamento  
27 de Comunicaciones ha hecho “click” con el plan de trabajo de la Junta Directiva.

28 Agradece a todas las colaboradoras del Departamento de Comunicaciones por el esfuerzo y las  
29 iniciativas, porque en ocasiones, tanto a nivel privado como público, se tienen funcionarios que

1 cumplen apenas el mínimo, personas que no dan la milla extra, que no buscan cómo innovar o  
2 hacer valer su profesionalismo y el Departamento de Comunicaciones ha dado muestras que  
3 no solamente quieren al Colegio, sino que son apasionadas de lo que hacen.

4 Sugiere realizar un lanzamiento para dar a conocer las herramientas que utilizará el Colegio.  
5 Al ser las 10:00 a.m. la Licda. Samantha Coto Arias, Jefa y la Sra. Carla Arce Sánchez, Asistente;  
6 ambas colaboradoras del Departamento de Comunicaciones, se retiran de la sala.

7 Concluida la audiencia la Junta Directiva acuerda:

8 **ACUERDO 04:**

9 **Dar por recibida la información brindada por el Departamento de Comunicaciones,**  
10 **sobre dos propuestas para la implementación de la red social de "Instagram" y**  
11 **"Whatsapp" corporativo. Indicar al Departamento de Comunicaciones, que la Junta**  
12 **Directiva, aprueba la implementación de dichos proyectos y les insta a coordinar los**  
13 **aspectos administrativos con la Dirección Ejecutiva, a efecto de que se programe el**  
14 **lanzamiento de estos proyectos en el menor tiempo posible./ Aprobado por seis**  
15 **votos./**

16 **Comunicar al Departamento de Comunicaciones y a la Dirección Ejecutiva./**

17 **ACUERDO 05:**

18 **Agradecer a la Licda. Samantha Coto Arias, Jefa, a la Sra. Carla Arce Sánchez,**  
19 **Asistente y a la Sra. Ericka Morera Saborío, Promotora Virtual; todas colaboradoras**  
20 **del Departamento de Comunicaciones, su aporte y servicio brindado para alcanzar**  
21 **los objetivos Corporativos./ Aprobado por seis votos./**

22 **Comunicar al Departamento de Comunicaciones./**

23 **CAPÍTULO V: ASUNTOS DE DIRECTIVOS**

24 **Artículo 06:** Participación en la Ampliación del Marco de Cualificación para carreras de  
25 educación.

26 El M.Sc. Fernando López Contreras, Presidente, informa respecto a la participación que ha  
27 tenido Colypro en la ampliación del marco de cualificación para carreras de educación, ya que  
28 por una iniciativa del CONARE se creó una comisión interinstitucional, que está promoviendo la  
29 creación de un marco nacional, a raíz de que a nivel centroamericano se había creado un marco

1 centroamericano de cualificación y derivado a lo que está sucediendo a nivel centroamericano,  
2 Costa Rica tiene que tener un marco, dentro del cual se piensa conocer cuáles son las  
3 competencias que tiene que manejar un educador. Si bien es cierto, existe jurisprudencia en  
4 la que la misma sala ordenó a la Dirección General de Servicio Civil, preparar los perfiles de los  
5 docentes para el año 2020, se informó que difícilmente van a cumplir, a pesar de que están  
6 trabajando aspectos muy generales y por medio de la Comisión se podrían establecer algunos  
7 pronunciamientos que sirvan de parámetros, especialmente donde se estaría comprometiendo  
8 UNIRE de las universidades privadas, las públicas, el CONESUP, que sería el ente rector de la  
9 educación privada universitaria, el Ministerio de Educación Pública (MEP), el SINAES y Colypro  
10 como colegio profesional.

11 Considera que es una plataforma importante la cual Colypro, tiene que aprovechar; en la última  
12 reunión que participó se acordaron varias cosas una de ellas es buscar respaldo legal a la  
13 comisión, por medio de un decreto ejecutivo, para lo cual, según entiende se ha conversado  
14 con la señora Ministra de Educación Pública y otras entidades, a fin dar respaldo legal a la  
15 Comisión, la cual estaría integrada por un representante de cada una de las instituciones para  
16 luego elevar la propuesta a las altas autoridades en virtud de que se eleve al Consejo Superior  
17 de Educación o el mismo CONARE, coordine con Casa Presidencial para que se promueve un  
18 decreto.

19 Informa que dentro de los compromisos que se adquirieron en la última reunión es que cada  
20 entidad, participe de la comisión, proponga un técnico que trabaje en el equipo técnico que  
21 desarrollará el marco de cualificación, ya existe un plan de trabajo y una vez que esté integrado  
22 el equipo técnico se reunirá con la comisión quien le brindará indicaciones para que realice  
23 consultas a los gremios, clase social y todas las partes, para que indique qué consideran debe  
24 de tener los educadores para que eleven posteriormente la propuesta a la comisión.

25 Dado lo anterior, valoró el tema y propuso a la Licda. Rocío Ramírez González, Analista  
26 Curricular del Departamento de Desarrollo Profesional y Humano y conversó con la señora  
27 Fiscal, para saber si estaba de acuerdo en que el Sr. Jorge Quesada Lacayo, funcionario de la  
28 Fiscalía.

1 Concluye indicando que le agrada mucho que Colypro aproveche este tipo de oportunidades,  
2 porque la misma comisión institucional, le ha manifestado que ven el cambio del Colegio en el  
3 sentido de participación y compromisos, le permite hacer un aporte bastante aterrizado de lo  
4 que se vive a nivel de educación. Indica que, de la mano del marco, lo cual viene en el informe  
5 del Estado de la Educación, es el llamado que hace a que Colypro genera la prueba de  
6 colegiatura, tema que tratará en los próximos días con el señor Director Ejecutivo, a fin de  
7 elaborar una propuesta para presentarla a la Junta Directiva, para lo cual la señora Ministra de  
8 Educación Pública, ofreció ayuda aportando especialistas, también hay ofrecimiento por parte  
9 del CONARE, ofrecimiento de la Universidad de Costa Rica y la Universidad Estatal a Distancia,  
10 cree que lo hace falta es hacer el plan y echarlo andar, posiblemente la prueba será criticada  
11 como lo fue la prueba del Colegio de Abogados de Costa Rica, pero es un mito en la historia  
12 del Colegio lo que se va a establecer y está el antes y el después, considera que el Colegio tiene  
13 una fuerte responsabilidad con la calidad de la educación.

14 **CAPÍTULO VI: ASUNTOS VARIOS**

15 **Artículo 07:** Oficio CLP-AL-092-2019. **(Anexo 04).**

16 La M.Sc. Francine Barboza Topping, Asesora Legal, se refiere al oficio CLP-AL-092-2019 de  
17 fecha 01 de agosto de 2019, suscrito por su persona, en el que presenta ruta crítica de las  
18 propiedades del Colegio.

19 Conocido este oficio la Junta Directiva acuerda:

20 **ACUERDO 06:**

21 **Dar por recibido el oficio CLP-AL-092-2019 de fecha 01 de agosto de 2019, suscrito**  
22 **por la M.Sc. Francine Barboza Topping, Asesora Legal, mediante el cual da respuesta**  
23 **al acuerdo 05 tomado por la Junta Directiva en su sesión 051-2019, respecto a ruta**  
24 **critica de las propiedades del Colegio. Trasladar este oficio a la Dirección Ejecutiva,**  
25 **para que en conjunto con la señora Asesora Legal, revisen lo planteado en el oficio**  
26 **supracitado./ Aprobado por seis votos./**

27 **Comunicar a la M.Sc. Francine Barboza Topping, Asesora Legal y a la Dirección**  
28 **Ejecutiva (Anexo 04)./**

29 **Artículo 08:** Oficio CLP-AL-112-2019. **(Anexo 05).**

1 La M.Sc. Francine Barboza Topping, Asesora Lega, se refiere al oficio CLP-AL-112-2019 de fecha  
2 31 de agosto de 2019, suscrito por su persona, en el que informa que entregó el Departamento  
3 Legal con todos los asuntos de dicho departamento al día.

4 Conocido este oficio la Junta Directiva acuerda:

5 **ACUERDO 07:**

6 **Dar por recibido el oficio CLP-AL-112-2019 de fecha 01 de agosto de 2019, suscrito**  
7 **por la M.Sc. Francine Barboza Topping, Asesora Legal, en el que informa sobre el**  
8 **estado en que entrega el Departamento Legal. Trasladar este oficio a la Dirección**  
9 **Ejecutiva, para que coordine la entrega física de los documentos que se entregaran**  
10 **a la nueva Jefatura del Departamento Legal./ Aprobado por seis votos./**

11 **Comunicar a la M.Sc. Francine Barboza Topping, Asesora Legal y a la Dirección**  
12 **Ejecutiva (Anexo 05)./**

13 **Artículo 09:** Informe de notificación.

14 La M.Sc. Francine Barboza Topping, Asesora Legal, en el que informa respecto a resolución  
15 notificada del Tribunal Contencioso Administrativo.

16 **CAPÍTULO VII: CIERRE DE SESIÓN**

17 **SIN MÁS ASUNTOS QUE TRATAR EL PRESIDENTE FINALIZA LA SESIÓN A LAS ONCE**  
18 **HORAS CON TREINTA Y NUEVE MINUTOS DEL DÍA INDICADO.**

19

20

21 **Fernando López Contreras**

**Jacqueline Badilla Jara**

22 **Presidente**

**Secretaria**

23 Levantado de Texto: Maritza Noguera Ramírez.