

1

2 **ACTA EXTRAORDINARIA No. 083-2020**

3 ACTA DE LA SESIÓN EXTRAORDINARIA NÚMERO OCHENTA Y TRES GUIÓN DOS MIL VEINTE,  
4 CELEBRADA POR LA JUNTA DIRECTIVA DEL COLEGIO DE LICENCIADOS Y PROFESORES EN  
5 LETRAS, FILOSOFÍA, CIENCIAS Y ARTES, EL SÁBADO VEINTINUEVE DE AGOSTO DEL DOS MIL  
6 VEINTE, A LAS NUEVE HORAS CON SIETE MINUTOS, DE MANERA VIRTUAL.

7 **MIEMBROS PRESENTES**

8	López Contreras Fernando, M.Sc.	Presidente	
9	Vargas Ulloa Ana Gabriela, M.Sc.	Vicepresidenta	
10	Badilla Jara Jacqueline, Dra.	Secretaria	
11	Domian Asenjo Ana Cecilia, M.Sc.	Prosecretaria	
12	Soto Solórzano Geovanny, M.Sc.	Tesorero	
13	Velásquez Valverde Jairo, M.Sc.	Vocal I	(Se incorpora posteriormente)
14	Jiménez López Ingrid, M.Sc.	Vocal II	

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

16 **SECRETARIA:** Dra. Jacqueline Badilla Jara

17 **ORDEN DEL DÍA**

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

19 **ARTÍCULO 01.** Comprobación del quórum.

20 **ARTÍCULO 02.** Revisión y aprobación del orden del día de la sesión 083-2020.

21 **CAPÍTULO II: ASUNTOS PENDIENTES POR RESOVER**

22 **ARTÍCULO 03.** Modificación de la política POL/PRO-COM03 "Gestión de Signos Externos".

23 **ARTÍCULO 04.** Continuación del análisis de la propuesta del Reglamento Ejecutivo.

24 **CAPÍTULO III: ASUNTOS VARIOS**

25 No se trató ningún asunto vario.

26 **CAPÍTULO IV: CIERRE DE SESIÓN**

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

28 **ARTÍCULO 01.** Comprobación del quórum.

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

4 **ARTÍCULO 02.** Revisión y aprobación del orden del día de la sesión 083-2020.

5 Conocido el orden del día la Junta Directiva acuerda:

6 **ACUERDO 01:**

7 **APROBAR EL SIGUIENTE ORDEN DEL DÍA: CAPÍTULO I: REVISIÓN Y APROBACIÓN**  
8 **DEL ORDEN DEL DÍA./ CAPÍTULO II: ASUNTOS PENDIENTES POR**  
9 **RESOLVER./ CAPÍTULO III: ASUNTOS VARIOS./ ARTÍCULO IV: CIERRE DE**  
10 **SESIÓN./ APROBADO POR SEIS VOTOS./**

11 El M.Sc. Jairo Velásquez Valverde, Vocal I, se incorpora a la sesión al ser las 9:14 a.m.

12 **CAPÍTULO II: ASUNTOS PENDIENTES POR RESOVER**

13 **ARTÍCULO 03.** Modificación de la política POL/PRO-COM03 "Gestión de Signos Externos".

14 **(Anexo 01).**

15 El MBA. Enrique Víquez Fonseca, Director Ejecutivo, presenta propuesta para modificar la  
16 política POL/PRO-COM03 "Gestión de Signos Externos" (**anexo 02**):

	<b>Producción de materiales gráficos</b>	Código: <b>POL/PRO-COM03</b>
	<b>Gestión de signos externos</b>	Versión: 4 5 Julio 2016 Agosto 2020
Fecha de aprobación: Octubre 2014	Reemplaza a: POL/PRO-COM03 versión 3 4	
Revisado por: Depto. Departamento de Comunicaciones, Departamento Legal, Dirección Ejecutiva y Junta Directiva	Aprobado para entrar en vigencia: Aprobado para entrar en vigencia: Acuerdo 07 sesión ordinaria de Junta Directiva 097-2014 del 27 de octubre 2014	

REDACCIÓN ACTUAL	REDACCIÓN PROPUESTA
<b>OBJETIVO:</b> Optimizar y estandarizar el proceso de elaboración de los medios de comunicación gráficos del Colegio, según las pautas indicadas en el Libro de Marca, el cual pretende mejorar la imagen corporativa de la institución, tanto interna como externa.	<b>OBJETIVO:</b> Optimizar Definir los aspectos más relevantes para confección, uso, almacenamiento y distribución de los signos externos del Colegio.
<b>ALCANCE:</b> Aplica para Junta Directiva, órganos adscritos (Juntas Regionales, Tribunales, Comisiones, etc.) Dirección Ejecutiva, departamentos y unidades del Colegio.	<b>ALCANCE:</b> Junta Directiva, Fiscalía, Tribunales, Juntas Regionales, Comisiones, Dirección Ejecutiva, Departamentos y Unidades del Colegio.

1	<b>POLÍTICAS GENERALES:</b>	<b>POLÍTICAS GENERALES:</b>
2		1. Los signos externos <sup>1</sup> apoyan la construcción, posicionamiento y recordación de marca para influir en el tipo de relación que se busca fomentar con los grupos de interés. En el caso de Colypro, estos recursos colaboran en el alcance de los objetivos planteados en los planes de trabajo de todos los órganos y departamentos.
3		
4		
5		
6		2. Los signos externos en Colypro abarcan dos grandes grupos: <b>materiales promocionales</b> , tales como jarras, botellas, camisetas, lapiceros, entre otros; y <b>materiales impresos</b> de pequeño y gran formato como volantes, desplegados, folletos, vallas, banners y otros.
7		
8		
9		
10	1. Todo material gráfico producido por el Colegio o en colaboración con otra organización debe seguir los lineamientos establecidos por el Manual de Identidad Corporativa y aprobado por el Departamento de Comunicaciones.	3. Todo <b>signo externo</b> , producido por el Colegio o en colaboración con otra organización, <b>debe contar con el logo oficial de Colypro y seguir los lineamientos de uso de marca</b> , establecidos en el Manual de Identidad Gráfica <sup>2</sup> .
11		
12		
13		
14		4. La compra y uso de signos externos de Colypro se determinará de acuerdo con la Estrategia de Distribución de Signos Externos <sup>3</sup> (establecida por la Jefatura de Comunicaciones, con el visto bueno de la Dirección Ejecutiva, y aprobada por la Junta Directiva), así como lo especificado en la Categorización de Signos Externos <sup>4</sup> (detallada en el Apéndice 1 de esta política).
15		
16		
17		
18		
19		5. Cada órgano, departamento y/o unidad debe planificar y solicitar al Departamento de Comunicaciones presupuesto para compra de los signos externos que va a requerir el año siguiente, de acuerdo con el procedimiento indicado al final de este documento. Se deben contemplar los signos externos requeridos en las actividades que incluya en su respectivo Plan Anual Operativo y en actividades de representación <sup>5</sup> de la Jefatura de Departamento.
20		
21		
22		
23		
24		
25		6. Los signos externos de Colypro se conservarán y custodiarán en una bodega, como parte del inventario de la institución, y se requisarán de acuerdo con lo establecido en la POL/PRO-SG-02. Los artículos que se encuentren en dicha bodega deben estar identificados con el logo vigente de la institución.
26		
27		
28		
29		

1	2. Los materiales impresos deben contener la información que responda al objetivo para el cual es solicitado. La información debe ser actual según lo solicita la fuente y con una correcta utilización del lenguaje escrito y debe tener un tono respetuoso y ético, según los valores de la Corporación.	<b>Se elimina de esta política y se traslada a POL/PRO-COM-02</b>
2		
3		
4		
5		7. Todas las requisiciones de signos externos (material promocional o impreso) deben contar la aprobación del Director Ejecutivo y el visto bueno de la Jefatura del Departamento de Comunicaciones, con el fin de velar por que se cumpla lo establecido en la Estrategia de Distribución de Signos Externos.
6		
7		
8		
9		8. Cada miembro de Junta Directiva, Fiscal y Director Ejecutivo tendrá a su disposición signos externos que podrá utilizar en actividades de representación del Colegio.
10		
11		
12		Lo correspondiente a cada miembro de Junta Directiva, Fiscal o Director Ejecutivo será por partes equitativas y no podrá sobrepasar el monto global del 2% del presupuesto aprobado el año calendario anterior por la Asamblea General, correspondiente a la partida 9.4.5 Signos externos.
13		
14		
15		
16		
17		En caso de que un miembro de Junta Directiva, Fiscal o Director Ejecutivo necesite signos externos para entregar en actividades que no sean organizadas por Colypro ni tengan relación con personas colegiadas, entidades magisteriales u otros aliados de esta Corporación, debe respaldar la solicitud con un acuerdo de la Junta Directiva.
18		
19		
20		
21		
22		Estas solicitudes de signos externos se realizarán de acuerdo con el procedimiento indicado al final de este documento.
23		
24		9. La Jefatura del Departamento de Comunicaciones será responsable de valorar la cantidad, viabilidad y el impacto de la entrega de los signos externos, así como velar para existan las cantidades adecuadas de dichos materiales en inventario, de acuerdo con la Estrategia de Distribución que se define anualmente, aprobada por la Junta Directiva y publicada en la Intranet del Colegio.
25		
26		
27		
28		
29		

1	<b>POLÍTICAS ESPECÍFICAS:</b>	<b>Se elimina</b>
2	1. Todo material requerido debe solicitarse mediante el F-COM 01 Solicitud de Trabajo disponible en intranet con la autorización de la jefatura del departamento solicitante.	
3		
4		
5	2. En el caso que se requiera impresión y entrega de materiales no contemplados dentro del presupuesto de Comunicaciones, el departamento solicitante asumirá el costo de la producción del material.	<b>Se fusiona con el punto 4</b>
6		
7		
8	3. El solicitante de la publicación de la información será responsable de la veracidad en todos los términos y condiciones, eximiendo al Departamento de Comunicaciones de toda responsabilidad por errores en la información enviada.	<b>Se elimina de esta política y se traslada a POL/PRO-COM-02</b>
9		
10		
11		
12	4. Se contará con una estrategia de signos externos, la cual será revisada de forma anual en el mes de octubre, la misma que será aprobada por el Jefe de Comunicaciones y la Dirección Ejecutiva.	<b>Se traslada al punto 2</b>
13		
14		
15		<b>POLÍTICAS ESPECÍFICAS:</b>
16		1. La solicitud de presupuesto para signos externos debe realizarse mediante el F-COM-10 Necesidades de Comunicación, un mes calendario antes de la fecha de presentación de presupuesto (F-FIN-01), establecida por el Departamento Financiero, cada año.
17		
18		El órgano, departamento o unidad que no realice solicitud, no podrá requisar este tipo de artículos para uso en sus actividades, a excepción de que haya existencia de signos externos en la bodega que no estén asignados para cumplir otros objetivos.
19		
20		
21		
22		
23		2. El Departamento de Comunicaciones elaborará la Estrategia de Distribución de Signos Externos, cada año, la cual será revisada por la Dirección Ejecutiva y aprobada por la Junta Directiva.
24		
25		
26		
27		La Estrategia está ligada a la categorización que se anexa en esta política. Debe contemplar:
28		
29		a. El tipo de signos externos a adquirir
30		b. La cantidad de artículos de cada tipo

1		c. Las actividades y situaciones donde serán utilizados
2		
3		d. Los públicos a quienes van dirigidos
4		e. La periodicidad de uso y compra
5		f. Las fechas en que se utilizarán los signos solicitados
6		g. Órganos, departamentos y/o unidades que podrán requisar cada categoría
7		
8		3. La Estrategia de Distribución de Signos Externos contemplará la rotación de inventario y observará los siguientes aspectos:
9		
10		a. Evaluación del movimiento de signos externos de las categorías existentes
11		
12		b. Cantidad disponible en existencia
13		
14		c. Calidad y durabilidad del inventario disponible
15		
16		En este documento se establecerá la necesidad de reposición o no de materiales cuyo saldo esté próximo a agotarse o se encuentre en cero.
17		
18		También, se evaluará, en conjunto con la Dirección Ejecutiva, el desecho de aquellos artículos que se encuentren dañados, que no coincidan con la imagen corporativa actual o que hayan perdido vigencia.
19		
20		
21		4. En caso de que se requiera comprar materiales no contemplados dentro del presupuesto de Comunicaciones, el órgano o departamento solicitante asumirá el costo de la producción del material y será el encargado de tramitarlo ante la Unidad de Compras, de acuerdo con la política POL/PRO-CMP-01. El Departamento de Comunicaciones brindará la asesoría y acompañamiento, durante el proceso de compra, a los órganos y departamentos que lo necesiten.
22		
23		
24		
25		
26		
27		
28		5. La administración del contenido de la bodega de signos externos estará a cargo del Departamento de Comunicaciones, disponiendo de labores como: uso de signos (definido en la Estrategia), rotación y disposición de inventario, control de obsolescencia, evaluación e impacto de los signos externos.
29		
30		

1		La custodia y desecho del inventario de signos externos estará a cargo del Encargado de Servicios Generales, de acuerdo con lo establecido en la POL/PRO-SG-02. Esta Unidad brindará un reporte trimestral al Departamento de Comunicaciones sobre el estado del inventario de signos externos, el cual servirá para la toma de decisiones estratégicas, relacionadas con la ejecución de la partida presupuestaria 9.4.5 y con la elaboración de la Estrategia de Distribución de Signos Externos.
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		6. En las requisiciones de signos externos, el gasto será cargado al órgano, departamento o unidad que utilice el artículo, de acuerdo con lo establecido en la política POL/PRO-CON-02.
9		
10		
11		7. Cada año, previo a la elaboración de presupuesto de signos externos, el Departamento de Comunicaciones realizará una evaluación sobre el uso e impacto de los signos externos, aplicando el instrumento de investigación que considere conveniente para alcanzar dicho objetivo. Los resultados de esta evaluación serán un insumo para la toma de decisiones
12		
13		
14		
15		
16		
17		8. Se debe propiciar presencia de la marca Colypro en toda actividad que organice o patrocine el Colegio, por medio de la utilización de signos externos: colocación de lonas, banners, mesas informativas, vallas o, bien, distribución de materiales promocionales e impresos como folletos, libretas, lapiceros, despleables u otros elementos. En el caso de actividades virtuales, se debe propiciar el uso de la marca en cintillos, fondos, cortinas de video u otros.
18		
19		
20		
21		
22		
23		El órgano o departamento que coordine la actividad (presencial o virtual) será el responsable de asegurar la presencia de marca; asimismo, solicitará apoyo al Departamento de Comunicaciones, en caso de que no cuente con los recursos para lograrlo.
24		
25		
26		
27		9. El uso de marca en los signos externos de Colypro debe contar con el visto bueno por parte de la Jefatura del Departamento de Comunicaciones. La solicitud de aprobación de artes debe tramitarse a través del formulario F-COM-01, ubicado en el Sistema de Solicitudes.
28		
29		
30		

\*\*\* FIN DE LA POLÍTICA \*\*\*

**Glosario de términos:**

**<sup>1</sup>Signos externos:** recurso que busca generar posicionamiento de la marca, en este caso Colypro, mediante objetos de uso regular donde se puede imprimir información de la organización. Los signos externos en Colypro abarcan dos grandes grupos: a) materiales promocionales, tales como jarras, botellas, camisetas, lapiceros, entre otros; y b) materiales impresos de pequeño y gran formato como volantes, despleables, folletos, vallas, banners y otros.

**<sup>2</sup>Manual de Identidad Gráfica:** documento que sintetiza la traducción gráfica de la identidad de una organización. Establece las reglas de uso de la marca Colypro, de manera que los esfuerzos de posicionamiento y diferenciación se realicen de manera coherente y consistente. El Manual de Identidad Gráfica de Colypro es una guía para la toma de decisiones en materia de identidad gráfica.

**<sup>3</sup>Estrategia de Distribución de Signos Externos:** documento estratégico que tiene como fin optimizar y controlar el uso de los diferentes artículos que se adquieren en Colypro. Especifica el tipo de signos externos a adquirir durante un año, la cantidad de artículos de cada tipo, las actividades y situaciones donde serán utilizados, los públicos a quienes van dirigidos, la periodicidad de uso y compra, las fechas en que se utilizarán los signos solicitados y, por último, los órganos, departamentos y/o unidades que podrán requisar cada categoría. La Estrategia es elaborada, una vez al año, por la Jefatura de Comunicaciones, con el visto bueno de la Dirección Ejecutiva, y aprobada por la Junta Directiva.

**<sup>4</sup>Categorización de Signos Externos:** documento descriptivo donde se agrupan, en siete grandes categorías, los tipos de signos externos que maneja Colypro. Ayuda a orientar a los colaboradores de los diferentes órganos y departamentos en el proceso de solicitud de presupuesto para compra de signos externos, así como para requisición de dichos artículos.

**<sup>5</sup>Actividades de representación:** son aquellas donde un directivo o funcionario de la entidad acude para representar al Colegio con un fin específico; por ejemplo, reuniones, sesiones de trabajo, seminarios, congresos u otros donde participen personas colegiadas, organizaciones magisteriales u otros aliados estratégicos de la Corporación.

**DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO DE SOLICITUD**

**DE PRESUPUESTO PARA COMPRA DE SIGNOS EXTERNOS**

N.º	Actividades	Responsable
1.	Elabora la solicitud de signos externos, mediante el formulario F-COM-10 Necesidades de Comunicación, para ser incluido en el presupuesto del año siguiente. Debe contemplar aquellas actividades que se realizarán en el periodo que comprende de abril a diciembre de cada año. Esta solicitud se realiza de forma anual, un mes calendario antes de la fecha de presentación de presupuesto (F-FIN-01), establecida por el Departamento Financiero.	Persona interesada
2.	Se envía el formulario F-COM-10, debidamente completado y firmado, al correo de la Jefatura de Comunicaciones, con copia al correo del Auxiliar de Comunicaciones.	Jefatura de Departamento solicitante / Órgano solicitante
3.	Solicita al Encargado de Servicios Generales el reporte actualizado de inventario en bodega de signos externos, incluyendo saldos en cero y lo traslada a la Jefatura de Comunicaciones.	Auxiliar de Comunicaciones
4.	Recibe la solicitud de signos externos de cada órgano, departamento y unidad. En conjunto con la Asistente de Comunicaciones, analiza y valora las solicitudes con base en el inventario disponible, el resultado de la evaluación de uso e impacto de signos externos, la Categorización de Signos Externos (Apéndice 1) y la Estrategia de Distribución de Signos Externos vigente.	Jefatura de Comunicaciones
5.	Luego del análisis y valoración de las solicitudes, incluye los artículos en la propuesta de presupuesto anual de Comunicaciones (partida 9.4.5) y lo envía a la Comisión de Presupuesto.	Jefatura de Comunicaciones

**DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO DE ELABORACIÓN  
Y SEGUIMIENTO DE LA ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN SIGNOS EXTERNOS**

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  
30

N.º	Actividades	Responsable
1.	Coordina reunión inicial con la Jefatura de Comunicaciones para revisar los insumos disponibles que deben ser considerados en la elaboración de la Estrategia de Distribución de Signos Externos: objetivos estratégicos de comunicación, presupuesto aprobado para el próximo periodo, resultados de la evaluación anual de uso e impacto de signos externos, categorización de signos externos, inventario disponible, entre otros.	Asistente de Comunicaciones
2.	A partir del análisis realizado, elabora un borrador de la Estrategia de Distribución de Signos Externos y lo revisa con la Jefatura de Comunicaciones para definir el documento que se presentará a la Dirección Ejecutiva.	Asistente de Comunicaciones
3.	Valida la propuesta de Estrategia de Distribución de Signos Externos con el Director Ejecutivo y aplica las observaciones que surjan de la sesión.	Jefatura de Comunicaciones
4.	Elabora el documento final de la Estrategia de Distribución de Signos Externos y lo comparte con la Dirección Ejecutiva, mediante oficio, para ser elevado a aprobación de la Junta Directiva. Este documento debe ser elevado a Junta en el mes de diciembre de cada año.	Jefatura de Comunicaciones
5.	Presenta la Estrategia de Distribución de Signos Externos a la Junta Directiva para su respectiva aprobación.	Director Ejecutivo
6.	Envía a la Dirección Ejecutiva y a la Jefatura de Comunicaciones el acuerdo de aprobación de la Estrategia por parte de la Junta Directiva.	Encargada de Secretaría y Presidencia
7.	Publica la Estrategia de Distribución de Signos Externos, aprobada por Junta Directiva, en la Intranet.	Auxiliar de Comunicaciones
8.	Comunica a todos los colaboradores del Colegio, vía correo electrónico, la publicación de la nueva Estrategia de Distribución de Signos Externos en la Intranet.	Jefatura de Comunicaciones
9.	Gestiona las solicitudes de compra de los signos externos aprobados en presupuesto, acorde con la Estrategia de Distribución de Signos Externos y según lo establecido en la POL/PRO-CMP-01.	Auxiliar de Comunicaciones

10.	Revisa el inventario de signos al finalizar cada trimestre y, mediante un informe, propone a la Jefatura de Comunicaciones la reposición o realización de nuevas compras para dar rotación a la bodega y ejecutar la partida presupuestaria conforme al cronograma establecido.	Auxiliar de Comunicaciones
11.	Analiza, en conjunto con la Asistente de Comunicaciones, la información del reporte y lo compara con lo previsto en la Estrategia de Distribución de Signos Externos, de manera que se evalúe la rotación de artículos y se apliquen los ajustes necesarios, de acuerdo con lo solicitado por los órganos, departamentos y unidades.	Jefatura de Comunicaciones

**DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO DE SOLICITUD DE SIGNOS EXTERNOS  
POR PARTE DE MIEMBROS DE JUNTA DIRECTIVA, FISCAL  
Y DIRECTOR EJECUTIVO\***

N.º	Actividades	Responsable
1.	<p>Envía un correo a la Jefatura de Comunicaciones, con copia a la Auxiliar de Comunicaciones, con el siguiente detalle:</p> <p>-Nombre del miembro de Junta Directiva, Fiscal o Director Ejecutivo que realiza la solicitud</p> <p>-Cantidad de signos externos que requiere</p> <p>-Categoría de signo externo (según Apéndice 1 de esta política)</p> <p>-Fecha en que requiere los signos externos</p> <p>-Nombre de la actividad</p> <p>-Breve descripción de la actividad</p> <p>-Lugar donde se realizará la actividad</p> <p>Las solicitudes de signos externos deben contemplar los plazos de atención de requisiciones de la Unidad de Servicios Generales, establecidos en la POL/PRO-SG-02.</p>	Encargada de Secretaría y Presidencia / Secretaria Ejecutiva de Fiscalía / Secretaria Ejecutiva de Dirección Ejecutiva
2.	Solicita al Encargado de Servicios Generales el reporte actualizado de inventario en bodega de signos externos y lo traslada a la Jefatura de Comunicaciones con un breve análisis de los artículos disponibles, de acuerdo con la solicitud.	Auxiliar de Comunicaciones

1	3.	Recomienda el signo(s) externo(s) a requisar, acorde con las existencias en inventario, el monto disponible de la persona que solicita y la Estrategia de Distribución de Signos Externos vigente.	Jefatura de Comunicaciones
2			
3			
4	4.	Responde el correo de solicitud con la(s) recomendación(es) del tipo de signo externo y el monto que se consumiría, con el fin de tener el visto bueno del solicitante, previo a requisar.	Jefatura de Comunicaciones
5			
6			
7	5.	Valida la recomendación con el solicitante y traslada el visto bueno final a la Jefatura de Comunicaciones, con copia a la Auxiliar de Comunicaciones.	Encargada de Secretaría y Presidencia / Secretaria Ejecutiva de Fiscalía / Secretaria Ejecutiva de Dirección Ejecutiva
8			
9	6.	Anota la cantidad aprobada en el control de consumo de cada miembro de Junta Directiva, Fiscal o Director Ejecutivo y conserva una copia del correo de solicitud y visto bueno para respaldar dicho control.	Auxiliar de Comunicaciones
10			
11			
12			

13 \*Todos los órganos y departamentos que no estén incluidos en este procedimiento, deben  
14 requisar los signos externos de acuerdo con lo establecido en la POL/PRO-SG-02.

15 \*\*\*FIN DE PROCEDIMIENTO\*\*\*

16 La M.Sc. Ana Gabriela Vargas Ulloa, Vicepresidenta, se ausenta de la sesión al ser las 12:02  
17 p.m.

18 Conocido este punto la Junta Directiva acuerda:

19 **ACUERDO 02:**

20 **Dar por recibido el oficio CLYP-DE-C-38-2020 de fecha 24 de agosto de 2020,**  
21 **suscrito por la Licda. Samantha Coto Arias, Jefa del Departamento de**  
22 **Comunicaciones, en el que presenta propuesta para modificar la política POL/PRO-**  
23 **COM03 "Gestión de Signos Externos". Aprobar la política supracitada, según se**  
24 **detalla en anexo 03. Solicitar a la Dirección Ejecutiva, proceda con la modificación**  
25 **de los ajustes de las políticas específicas, de manera que se operativicen las políticas**  
26 **generales e informe posteriormente a la Junta Directiva para su conocimiento./**  
27 **Aprobado por seis votos./**

28 **Comunicar a la Licda Samantha Coto Arias, Jefa del Departamento de**  
29 **Comunicaciones y a la Dirección Ejecutiva (Anexo 03)./**

1 La M.Sc. Ana Gabriela Vargas Ulloa, Vicepresidenta, se reincorpora a la sesión al ser las 12:07  
2 p.m.

3 **ARTÍCULO 04.** Continuación del análisis de la propuesta del Reglamento Ejecutivo. **(Anexo**  
4 **04).**

5 El M.Sc. Fernando López Contreras, Presidente, informa que agendará este punto en una  
6 próxima sesión.

7 **CAPÍTULO III: ASUNTOS VARIOS**

8 No se presentó ningún asunto vario.

9 **CAPÍTULO IV: CIERRE DE SESIÓN**

10 **SIN MÁS ASUNTOS QUE TRATAR EL PRESIDENTE FINALIZA LA SESIÓN A LAS DOCE**  
11 **HORAS CON NUEVE MINUTOS DEL DÍA INDICADO.**

12

13

14 **Fernando López Contreras**

**Jacqueline Badilla Jara**

15 **Presidente**

**Secretaria**

16 Levantado de Texto: Maritza Noguera Ramírez.