



AGENDA SESION ORDINARIA 25-2025

Sesión extraordinaria de la Junta Directiva del Colegio de Periodistas y Profesionales en Ciencias de la Comunicación Colectiva, ubicado en avenida 4, calle 42, celebrada el martes 10 de junio del 2025 y son las 07:13 de la noche. Modalidad virtual. Licencia Zoom 2600658833.

Asistencia:	
Cargo	Nombre
Presidenta	Yanancy Noguera Calderón, presidenta, cédula 1-0722-0884 desde mi casa habitación en Desamparados.
Vicepresidente	Geovanny Díaz Jiménez, cédula 1-1030-0734, desde mi casa de habitación en Tibás.
Secretaría	Adriana Víquez Garita Ausente por incapacidad
Tesorero	Dilmar Corella, cédula 9-0106-0031.
Vocal I	Auxiliadora Zúñiga Corea, cédula 1-0593-765, en calidad de Secretaría ai, en ausencia de nuestra compañera que está incapacitada, desde mi casa de habitación en Goicoechea.
Vocal II	Juan Ramón Rojas, cédula 5-0138-1038, desde mi casa de habitación en Goicoechea.
Vocal III	Laura González Picado, cédula 1-0779-0322, desde mi casa de habitación en Goicoechea.
Fiscal	Diego Coto, cédula 1-1169-0270, desde mi casa de habitación en Hatillo, San José.

Fiscalía Suplente	María Isabel Solís, cédula 1-506-194, desde mi casa de habitación en Zapote.
Dirección Ejecutiva:	Olga Vargas, cédula 1-0802-0500, desde mi casa de habitación en Barva de Heredia.
Secretaría de Junta Directiva	Marilyn Vargas, cédula 1-1247-0868, de mi casa en San Antonio de Desamparados.

CAPÍTULO 1) APERTURA DE LA SESIÓN.

La presidenta Yanancy Noguera.

Muy buenas noches, estimados compañeros y compañeras estamos en Sesión Ordinaria N0. 25. Hoy es martes 10 de junio del 2025 y son las 07:13 de la noche. Nos encontramos en modalidad virtual, a través de la plataforma Zoom en esta sesión de Junta Directiva del Colegio de Periodistas y Profesionales en Ciencias de la Comunicación Colectiva de Costa Rica.

Procedemos con la asistencia.

[Procede registro de presentes a la sesión]

Muchas gracias.

No hice una observación, y es que esta sesión originalmente fue convocada de manera presencial y por acuerdo de la Junta Directiva en pleno, salvo el caso de Adriana, que se encuentra incapacitada, la convertimos en sesión virtual. Esto fundamentalmente por un tema de previsión de tránsito y complejidad en la zona de La Sabana. Esto implicó que la agenda que nos envió la Secretaría, Marilyn el viernes, es la agenda que está en este momento vigente.

No pudimos incluir ningún tema adicional, debido al cambio que hicimos de esta sesión virtual. Así que con esto estos serían los temas que están previstos para hoy.

CAPÍTULO 2) APROBACIÓN DE ACTAS.

2.1 Aprobación de Acta No. 23

Vamos a pasar al siguiente tema, que es la aprobación del Acta N0. 23.

El Acta tuvo observaciones de parte de María Isabel. ¿De alguien más, Marilyn?

La señora Marilyn Vargas, secretaria de Junta Directiva

No señora.

La presidenta Yanancy Noguera.

Muy bien. Entonces, incorporadas las observaciones de María. Isabel, les pediría que, por favor, aprobemos el Acta de la Sesión No. 23.

La presidenta Yanancy Noguera: **De acuerdo.**

El vicepresidente Geovanny Díaz: **De acuerdo.**

El tesorero Dilmar Corella: **De acuerdo.**

La vocal I Auxiliadora Zúñiga: **De acuerdo.**

El vocal II Juan Ramón Rojas: **De acuerdo.**

La vocal III Laura González: **De acuerdo.**

ACUERDO UNÁNIME JD-01-25-25

Se acuerda aprobar el acta de la sesión ordinaria No. 23-25, del 27 de mayo del 2025.

Muy bien y recordar que en este momento tenemos pendiente el Acta N0. 24 de la sesión de la semana pasada, en virtud de que se encuentra en proceso de transcripción. De manera que esperaríamos revisarla y aprobarla la próxima semana.

Lo que sí les pido es que ratifiquemos los acuerdos tomados en dicha Sesión Ordinaria No. 24.

CAPÍTULO 3) SEGUIMIENTO

3.1 Ratificación de acuerdos tomados en la Sesión Ordinaria N0. 24

Ratificamos entonces los acuerdos tomados en la Sesión N0. 24.

La presidenta Yanancy Noguera: **De acuerdo.**

El vicepresidente Geovanny Díaz: **De acuerdo.**

El tesorero Dilmar Corella: **De acuerdo.**

La vocal I Auxiliadora Zúñiga: **De acuerdo.**

El vocal II Juan Ramón Rojas: **De acuerdo.**

La vocal III Laura González: **De acuerdo.**

Gracias.

ACUERDO UNÁNIME JD-02-25-25

Se acuerda ratificar los acuerdos que se encuentran pendientes de firmeza en la sesión ordinaria No. 24-2025, realizada el 03 de junio del 2025. *Acuerdo firme.*

3.2 Seguimiento de resolución de Comisión de Becas Nelson Brenes y Cesar Augusto Parral

Pasamos al siguiente punto: estamos con una resolución de la Comisión de becas pendiente.

CAPÍTULO 4) CORRESPONDENCIA

Pasamos a el capítulo de correspondencia.

Tenemos un total de 8 cartas o correos electrónicos recibidos.

Por favor, aprobemos la recepción de la correspondencia

La presidenta Yanancy Noguera: **De acuerdo.**
El vicepresidente Geovanny Díaz: **De acuerdo.**
El tesorero Dilmar Corella: **De acuerdo.**
La vocal I Auxiliadora Zúñiga: **De acuerdo.**
El vocal II Juan Ramón Rojas: **De acuerdo.**
La vocal III Laura González: **De acuerdo.**

ACUERDO UNÁNIME JD-03-25-25

Se acuerda aprobar la recepción de correspondencia de esta sesión. *Acuerdo firme.*

La presidenta Yanancy Noguera.

Adelante, María Auxiliadora.

La directora Auxiliadora Zúñiga.

¿Con respuestas a la correspondencia?

La presidenta Yanancy Noguera.

Sí.

La directora Auxiliadora Zúñiga.

Okey, perdón. Sí.

Bueno, los señores miembros de Junta, hemos recibido varias notas:

- De la Fiscalía General de la República, donde se informa el número de referencia asignado al oficio de COLPER, por parte de la Fiscalía.

ACUERDO UNÁNIME JD-04-25-25

Se acuerda emitir acuso de recibo del correo electrónico enviado por parte de la Fiscalía General de la República *Acuerdo firme.*

- Se pone en conocimiento el Informe Anual de Labores de la Defensoría de los Habitantes correspondiente al periodo 2024-2025.

ACUERDO UNÁNIME JD-05-25-25

Se acuerda dar acuso de recibo y agradecer el informe enviado por parte del Despacho de la Defensoría de los Habitantes. *Acuerdo firme.*

- El Tribunal de Elecciones Internas, a solicitud de la Junta Directiva, presenta un informe que recoge el avance del Plan de Trabajo del 2025 dentro del que destaca mejoras para el próximo proceso electoral.

ACUERDO UNÁNIME JD-06-25-25

Se acuerda agradecer el informe enviado por el Tribunal de Elecciones Internas, y se les recuerda que la directora Auxiliadora Zuñiga está designada para cualquier valoración que se plantee para mejorar el proceso de votación. *Acuerdo firme.*

- Invitación al acto de premiación del Galardón Inés Sánchez de Revuelta a la Gestión en Medios de Comunicación con fomento a la Educación y la Cultura, I Edición 2025.

ACUERDO UNÁNIME JD-07-25-25

Se acuerda agradecer la invitación enviada para asistir al acto de premiación del *Galardón Inés Sánchez de Revuelta a la Gestión en Medios de Comunicación con fomento a la Educación y la Cultura, I Edición 2025. Acuerdo firme.*

- Se recibe una nota de las diferentes universidades: Universidad de Costa Rica, Universidad Internacional de las Américas, Universidad Central, Universidad Hispanoamericana, Universidad de las Ciencias y Arte, Universidad San Judas Tadeo. Todas las Universidades indicadas anteriormente brindan acuso de recibo y se agradece nuestra solicitud de difusión educativa, del caso de La Penca, en cursos de Comunicación.

ACUERDO UNÁNIME JD-08-25-25

Se acuerda emitir acuso de recibo a las Universidades: Universidad de Costa Rica, Universidad Internacional de las Américas, Universidad Central, Universidad Hispanoamericana, Universidad de las Ciencias y Arte, Universidad San Judas Tadeo y se les agradece la difusión educativa del caso La Penca en cursos de Comunicación. *Acuerdo firme.*

- Es una nota Ministerio de Ciencia, Innovación, Tecnología y Telecomunicaciones (MICITT) – Despacho Ministerial. En este caso, El MICITT solicita el respaldo del Colegio para difundir en sus redes sociales la campaña educativa “Es hora de tomar en serio su seguridad digital”, en el marco de la Estrategia Nacional de Ciberseguridad. La campaña busca concientizar a la población sobre los riesgos digitales y promover buenas prácticas ante el aumento del 184% en delitos informáticos registrados en el primer cuatrimestre del 2025.

ACUERDO UNÁNIME JD-09-25-25

Se acuerda trasladar a la Dirección Ejecutiva, para que, en conjunto con el Departamento de Proyección, valore la posibilidad de publicar algunas piezas de la campaña enviada por el Ministerio de Ciencia, Innovación, Tecnología y Telecomunicaciones.

Acuerdo firme.

- El señor Víctor Hugo Carmona Araya, remite una copia del Proyecto de Ley solicitado para reformar varios artículos constitucionales.

ACUERDO UNÁNIME JD-10-25-25

Se acuerda emitir acuso de recibo a la información enviada por parte del Sr. Victor Hugo Carmona Araya.

Acuerdo firme.

- Desde el despacho de la Presidencia, nos hace acuso de recibo hace acuso de recibo, al oficio remitido con la solicitud para convocar en sesiones extraordinarias el proyecto de ley que deroga los artículos 7 y 8 de la Ley de Imprenta (Ley N.º 32 de 1902)

ACUERDO UNÁNIME JD-11-25-25

Se acuerda emitir acuso de recibo al correo electrónico enviado por parte del Despacho de la Presidencia.

Acuerdo firme.

Con esto estaríamos cerrando el capítulo, correspondencia.

La presidenta Yanancy Noguera.

Muy bien.

Muchísimas gracias, Auxiliadora.

Les pido que, por favor, aprobemos las respuestas a la correspondencia.

La presidenta Yanancy Noguera: **De acuerdo.**

El vicepresidente Geovanny Díaz: **De acuerdo.**

El tesorero Dilmar Corella: **De acuerdo.**

La vocal I Auxiliadora Zúñiga: **De acuerdo.**

El vocal II Juan Ramón Rojas: **De acuerdo.**

La vocal III Laura González: **De acuerdo.**

ACUERDO UNÁNIME JD-12-25-25

Se acuerda aprobar las respuestas de la correspondencia de esta Sesión.

Acuerdo firme.

CAPÍTULO 5) TEMAS DE DIRECCIÓN EJECUTIVA

Pasamos al capítulo 5.

La Dirección Ejecutiva tiene 8 temas. Yo le quisiera pedir a Olga que teniendo claro que nosotros recibimos una buena parte de la documentación, casi que en su totalidad previamente, usted nos pueda hacer los señalamientos que correspondan.

Podemos poner en pantalla la información, pero tal vez no es necesario hacer la lectura completa de todo el contenido.

Auxiliadora tiene una consulta o comentario.

La directora Auxiliadora Zúñiga.

Sí, yo tenía ahí una observación. No sé si es válida, ahí ustedes lo analizarán. Hay temas, por ejemplo, donde nos digan cosas muy específicas de la finca. Yo creo que eso debe quedar tal vez en un Drive o en algún lugar donde nosotros pudiéramos consultar - si quisiéramos – y que el informe de la finca sea para la Dirección Ejecutiva y que la Dirección Ejecutiva nos traiga a nosotros, cosas muy concretas de la finca. Por ejemplo: ¿Ya tomaron la decisión de las vacaciones?, ¿ya tomaron ... O sea, que no nos venga a decir que están poniendo insecticida en las zompopas, porque eso va a hacer todos los meses que se hace.

Entonces, yo creo que el informe que hace el Administrador es a la Administración y a nosotros lo que nos debe llegar son informes muy concretos o de solicitudes muy concretas para tomar acuerdos. Es mi posición, porque para eso están las comisiones, ¿verdad?

La presidenta Yanancy Noguera.

Gracias. Sí, en esa línea habíamos planteado un acuerdo la semana pasada.

Entonces Olga, en aras de aprovechar el tiempo, que tenga presente eso. Primero, que nosotros recibimos la documentación previa y que lo que es más importante es que usted puede hacer referencia a los temas más relevantes y, si fuera el caso, pues puede quedar en pantalla y luego incorporar al acta cosas específicas de los documentos.

Adelante, Olga.

La señora Olga Vargas.

Tal vez fue una confusión mía a la hora de que leí el acuerdo, pero asumí que el acuerdo era para el Departamento de Proyección Institucional. Entonces digamos que el Informe de Mercadeo y el Informe de la Finca de Recreo, viene más o menos en la misma línea en que se habían presentado los anteriores, pero sí me parece muy válida la observación que están haciendo y si al final de cuentas, ustedes están de acuerdo, yo creo que eso es algo que podríamos implementar a partir de ahora para que al final no sea repetir lo mismo que ya ustedes han conocido.

Digamos que en esa parte sí me excuso un poquito, porque yo lo interpreté como que era para el Departamento de Proyección Institucional.

5.1 Informe PAO primer trimestre 2025 Fondo de Mutualidad

Tenemos como primer punto, el Informe Avance de lo que es el PAO, por parte del Fondo de Mutualidad, y para eso sí, habíamos convocado a don Carlos Fonseca para que viniera a hacer también un resumen del informe que les había compartido a ustedes.

Entonces, supongo que Carlos debe estar por ahí en sala de espera. No sé si quieren que arranquemos con ese punto y luego avanzamos con los otros temas que también hay algunos que son un poco especializados en la materia de diseño, de diagramación y publicidad, como lo es la nueva línea gráfica que está planteando Proyección Institucional y unas reformas que se están haciendo a los reglamentos, para la premiación que se hace para la Semana de la Comunicación, que ese de igual forma está convocado Carlos Quesada para presentarlos.

Entonces, van en ese orden en que los he mencionado y si ustedes están de acuerdo en darles acceso a estas personas para que cada uno presente eso y luego ya yo entro con el tema de proyección y los demás informes.

La presidenta Yanancy Noguera.

Sí, adelante, entonces le damos el acceso a Carlos.
Buenas noches, Carlos.

El señor Carlos Fonseca, jefe del Fondo de Mutualidad.

Buenas noches a todos

La presidenta Yanancy Noguera.

Carlos, le pediría que usted nos haga una presentación resumen de los resultados que conoció ya el Consejo del Fondo, teniendo claro que nosotros recibimos el informe suyo la semana pasada.

El señor Carlos Fonseca, jefe del Fondo de Mutualidad.

Perfectísimo. Les voy a hacer una presentación, un resumen y cualquier duda, con mucho gusto.

Este es el Plan Anual Operativo del Fondo de Mutualidad. ¿Cuál es el objetivo? Garantizar la sostenibilidad financiera del Fondo. Ese es uno de los pilares importantes. Si bien es cierto, tenemos que ser rentables, tenemos que ser sostenibles y solidarios.

Este es uno de los primeros indicadores que el año pasado elaboramos en el PAO nuestro, donde tiene 3 matrices:

- Lo que es la diversificación de la cartera. Y aquí, les voy a contar un poquitico:

Cuando nosotros hicimos esto, por lo general hacíamos el PAO y ahora hicimos una matriz, la cual nos permite ir midiendo cada uno de los tópicos. Entonces, aquí, cada uno de estos puntos son enero, febrero y marzo, y esto es más o menos el primero que lo que queríamos era una diversificación de un 50% público y un 50% privado.

- Para el mes de enero se logró ese objetivo.
- Para el mes de febrero estuvo un poquito más alto el público.
- Y para el mes de marzo, igual que el mes de febrero.

Eso digamos, no quiere decir que es que estamos invirtiendo solamente en lo que es banca estatal, sino lo que hicimos fue una diversificación de la cartera. Entonces estamos invirtiendo en SAFIS y lo que logramos aquí fue aumentar el plazo de la cartera, porque las inversiones por lo general estaban a 6 meses, un año. Entonces, con estas SAFIS compramos bonos del sector público de Hacienda para poder aumentar el plazo y tener igual la cartera diversificada. Por otro lado, de la cartera en las entidades en donde invertimos son Bancos de primer orden, cooperativas y mutuales y tenemos la combinación de colones y dólares.

En el siguiente punto tenemos la liquidez de la cartera, donde habíamos establecido un 3% de la liquidez.

Para el mes de enero, febrero y marzo, obviamente, ese indicador lo superamos porque estábamos con la campaña de crédito hipotecario y salud, por lo cual necesitábamos tener un poquito más de liquidez. Debido a eso, ese indicador está un poco arriba.



Con respecto a la rentabilidad de la cartera de inversiones, tenemos superar el 1% de la tasa básica pasiva.

Para el primer mes, estuvimos +0.7 de que nos hizo falta para llegar a ese 1%.

En el segundo 0.7 y en el tercero 0.6. ¿Qué es lo que pasa aquí? Que las tasas están muy bajas.

Entonces, por lo general, tenemos una tasa promedio de 4.50. La tasa básica pasiva está en 4.15, 4.10 y la tasa nuestra anda en 4.82 en cada uno de estos meses. Entonces aquí estamos tratando de aumentar el plazo de las inversiones, digamos, en el tema de lo que son SAFIS, que algunas están pagando bien. De hecho, la inversión que tenemos en dólares está un poquito más alta, inclusive que la de los colones.

Después tenemos el otro punto, que es incrementar la cartera de crédito. Nuestra meta era ₡392 000 000,00 (trecientos noventa y dos millones de colones).

Entonces aquí tenemos dos puntos:

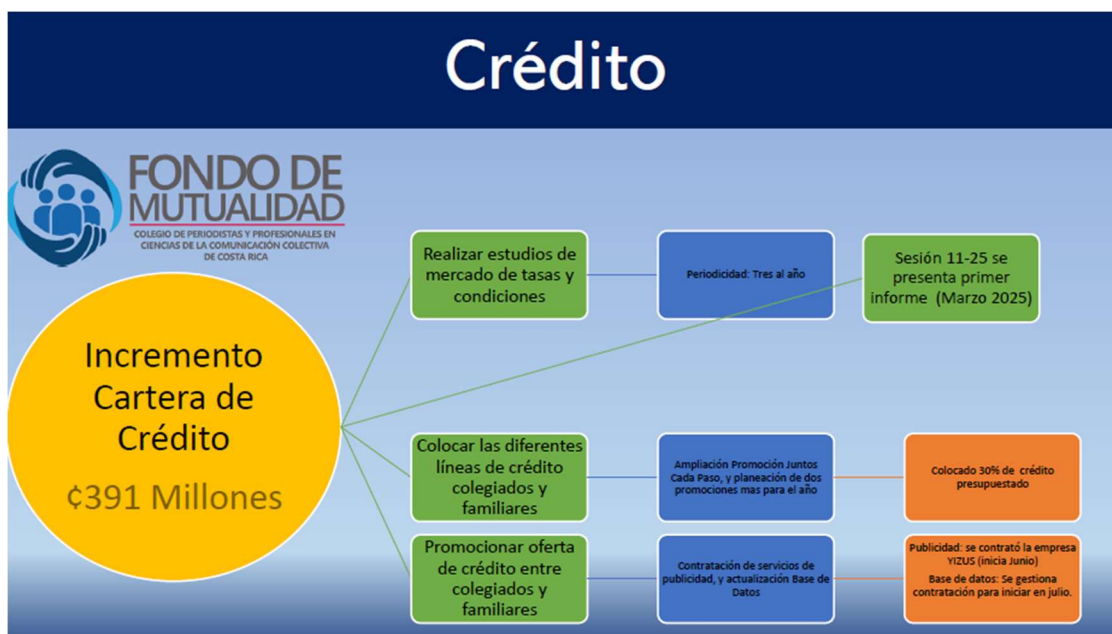
1) Realizar un estudio de tasas que se hizo uno. Hicimos un comparativo de tasas de mercado.

2) Y en el segundo punto era ...bueno, teníamos dos puntos que eran muy similares. A la hora que hicimos el PAO y a la hora que yo hago el análisis, me doy cuenta de que son muy parecidos el analizar las tasas del mercado versus analizar las del Fondo. Entonces aquí tenemos que hacer 3 al año, y ya hicimos 1. Hicimos el estudio de tasas, nos dimos cuenta de que las tasas del fondo están bastante competitivas con respecto al mercado. Entonces, eso nos permite poder competir, con lo que son Bancos, Financieras, Asociaciones Solidaristas donde los colegiados que están son parte de sus empresas.

Después tenemos: Colocar diferentes líneas de crédito a colegiados y familiares que ya ampliamos desde hace 2 años, lo que se les prestara no sólo a los colegiados, sino a los familiares.

Para este primer trimestre tuvimos la campaña de promoción donde la ampliamos la del año pasado que era: "Juntos, paso a paso", que era crédito hipotecario y crédito de salud y al mes de marzo teníamos un 30% de la meta colocada, cuando lo esperado era un 25%. Entonces estamos un 5% por arriba. A hoy, esa meta ya la superamos, inclusive la meta está como en un 85%.

Promocionar la oferta entre colegiados y familiares. Para esto, estamos con la contratación de la empresa de publicidad, para lo cual ya se hizo La contratación y ahorita estamos en la revisión de lo que son contratos. Esto se atrasó un poquito por el tema de la búsqueda de la empresa. Se cambió un poco lo que era el cartel. Al principio era de mercadeo, después nos percatamos que no, que no ocupábamos mercadeo, que lo que ocupábamos era una empresa de publicidad. Entonces se bajó un poco lo que habíamos presupuestado. Entonces ya estamos próximos a arrancar con eso. Es el cartel que ustedes aprobaron un día de estos.

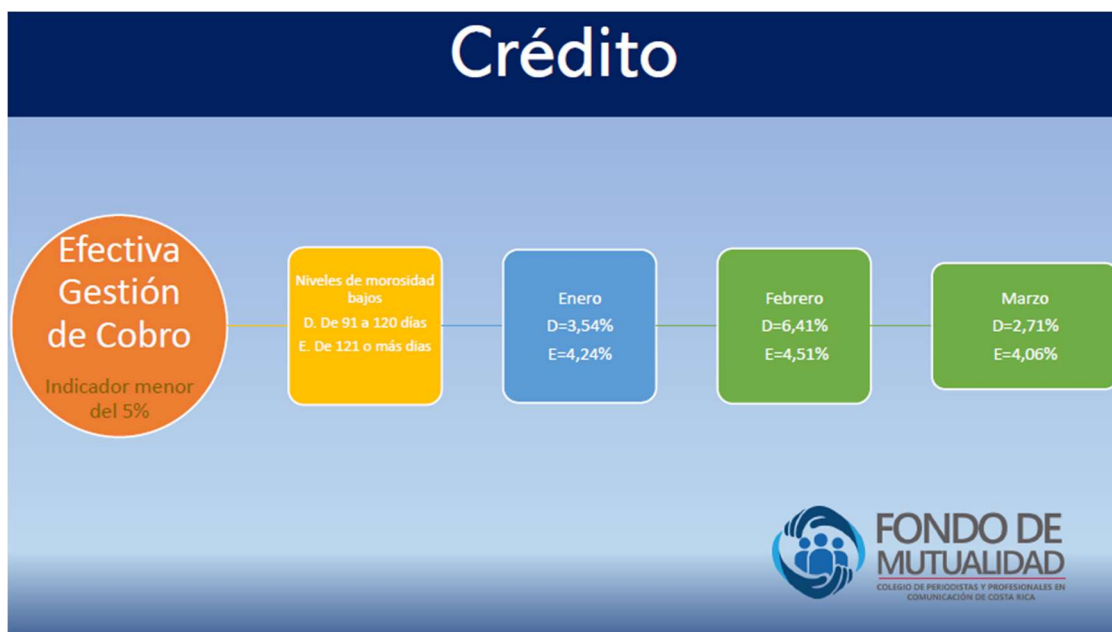


Gestión de cobro: Indicador menos del 5%. Esto habla del nivel de morosidad de 91 a 120 días, de 121 días y más.

Para enero, lo que es el primer indicador está en 3.54%. El segundo está en 4.27% Este está un poco alto. Y para febrero está en 6.41% en el “D” y en “E” está en 4.51% En marzo estaba en 2.71% y en febrero, en 4.06. Aquí ya bajó un poco el indicador.

¿Qué es lo que pasa aquí con los colegiados?

Muchos de ellos están en proceso de cobro. Nosotros perfectamente podríamos agarrar y limpiar la cartera y enviar esos colegiados a la cartera de cobro con el abogado. Pero ... ¿Qué es lo que pasa? que, si ellos están pagando y están tratando de ponerse al día, nosotros estamos haciendo una gestión de cobro bastante activa en el sentido, que tal vez tienen un atraso un poco grande, pero están haciendo el esfuerzo de pagar. Y a nivel de mercado, en general, lo que hacen las empresas es tratar de salvar al cliente para evitar que vaya a la cartera de cobro judicial. ¿Qué es lo que pasa? Cuando llega ahí, es casi que plata perdida. Entonces lo ideal es que nos hagan abonos, que nos traten de pagar las cuotas. Entonces, este indicador ahí se trabaja. Ya cuando un caso, sencillamente no va, lo pasamos a lo que es la cartera de cobro y entonces, por ahí anda más o menos este indicador.



Entonces tenemos: Incrementar el patrimonio del Fondo.

Para esto tuvimos que aumentar la utilidad del Fondo. Este indicador lo sacamos con respecto a la Tasa Básica Pasiva, los intereses que recibimos por créditos y los intereses que recibimos por inversiones, eso los dividimos entre el total de cartera. Eso nos da este indicador. Este indicador dice que nuestra rentabilidad es de 0.56%. Nosotros lo medimos contra la Tasa Básica Pasiva, igual o más. Este está un poquito bajo en el sentido, digamos que no está por encima de la Tasa Básica Pasiva, pero igual sí tiene un indicador positivo. En enero está en 0.56, en febrero en 1.15 y en marzo, 1.83.

Aquí lo importante de este punto es que nosotros no somos una entidad que estamos bajo lucro, sino lo que estamos es por sostenibilidad.

Tenemos que ser rentables y tratamos de buscar mejores rentabilidades. Nosotros podríamos cambiar este indicador, tirarlo para arriba, pero para eso tendríamos que subir tasas; tasas a los colegiados que, igual no sería bueno, en el sentido de que tendríamos que cobrar una tasa más cara por nuestros créditos y nuestras tasas están siendo competitivas en el sentido de las tasas de inversión, que es que manejamos inversiones un poquito más altas a tasas del 7 y el 8, y que ahorita están como al 4.5 y 5%, eso hace que este indicador se vaya para abajo, pero no quiere decir que no estamos obteniendo rentabilidad. Tal vez no estamos en el nivel que nos gustaría estar.

Otra estrategia que estamos haciendo para incrementar el patrimonio es cambiar el activo productivo, en lo que es un poquito más de crédito y menos de inversiones.

¿Por qué? porque los intereses por crédito sí son un poquito más altos, con respecto a lo que son las tasas de interés de las inversiones. Entonces, en este indicador para

enero, el crédito estaba en un 54 y las inversiones en un 46. Igual en febrero, igual en marzo. Quiere decir que ese “mix” sí estamos haciendo el cambio.

Estamos también con el tema del estudio actuarial para analizar lo que son los subsidios. Esto está presupuestado para el siguiente semestre. Igual que la auditoría, está para el siguiente semestre.



Aquí contribuir con el bienestar social de las personas colegiadas - Programas solidarios, subsidios.

- En el mes de enero, se entregaron 20 por ₡12. 393 000 (doce millones trescientos noventa y tres mil colones).

- En febrero, 11 por ₡2.769.000 (dos millones setecientos sesenta y nueve mil colones)

- Y, en marzo, 7 por ₡4. 817.000 (cuatro millones ochocientos diecisiete mil colones) que tira un poquito el indicador para arriba, lo que es el subsidio de retiro que, en algunos meses, dependiendo de los cumpleaños de las personas, caen en un mes y en otro

Después tenemos la parte del servicio médico, en donde en el consultorio, para esos 3 meses, se atendieron 61 colegiados en el consultorio, en febrero 72 y en marzo 51.

Aquí lo importante es que esto tiene que estar más o menos con 92 citas por mes. Para eso generamos una estrategia que tal vez se va a ver para los meses siguientes donde aumentamos, lo que son los servicios del consultorio. Entonces en consultorio, ahora se están haciendo PAPs, se están quemando verrugas, se están haciendo Se me fue ...y aparte de las ferias médicas.



La directora Laura González.

Uñas encarnadas.

El señor Carlos Fonseca, jefe del Fondo de Mutualidad.

Uñas encarnadas. Gracias, doña Laura. Sí, ese no se mueve mucho, pero también tenemos ese servicio, y estamos buscando con el Metropolitano qué más podríamos dar. Se había pensado en la licencia, para que los colegiados hicieran el examen. La idea es que lo que es el consultorio médico, sea rentable.

Desde el punto de vista del consultorio, pagamos una parte que es consultorio y otra parte, que son especialidades médicas. Esta parte de las especialidades médicas no se pierden, porque las invertimos en *Ferias de la Salud* y las invertimos también en algunos insumos que ocupamos para el consultorio. Entonces, eso desde esa perspectiva es muy bueno. Estamos en el tema de negociar el contrato con ellos para que para ver cómo nos va

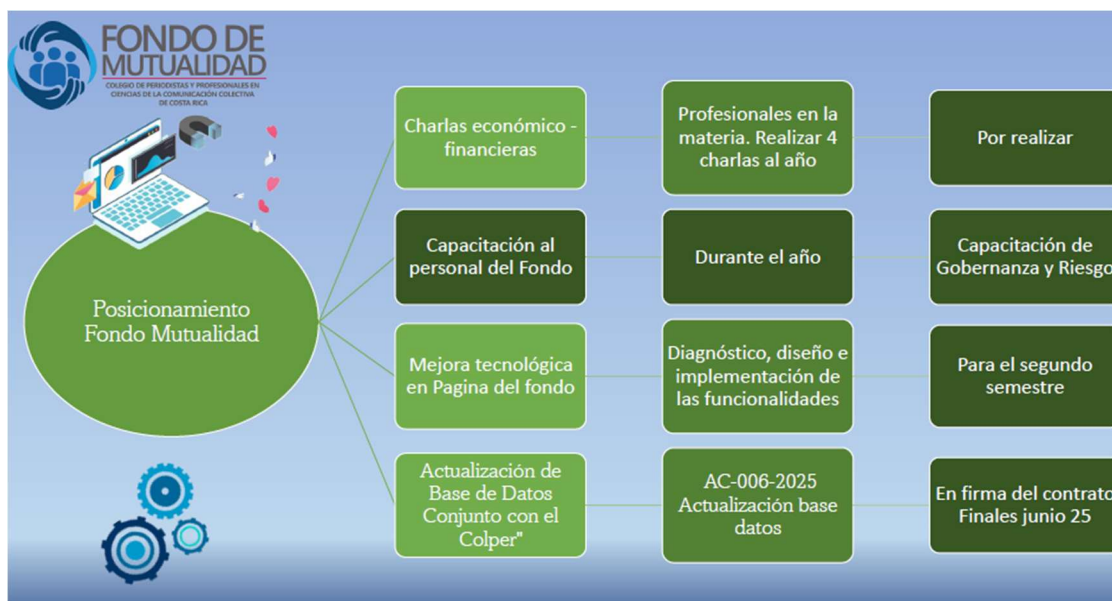
Después, tenemos la proyección del Fondo, que es promocionar servicios crediticios que ofrece el Fondo. Entonces, aquí tenemos: Realizar al menos 5 actividades al año. En esas tenemos lo que es la Semana de la Prensa, el Colegiado de Honor, el Día del Padre y el Día de la Madre, que estamos haciendo una rifa y la actividad navideña.

Aquí Lo importante es que estamos trabajando en conjunto con el Colegio. Se generó una Comisión y estamos tratando, digamos, de que las actividades se hagan en conjunto, hacer sinergia con las actividades nuestras, con las del Colegio, para no chocar con esos objetivos.



Después, en el posicionamiento del Fondo: Tenemos charlas financieras. Tenemos 4 al año, se están por realizar. En estos días tuvimos una reunión con la gente de Coopenae que ellos nos van a dar el tema de las charlas financieras sin costo, está dirigida a colegiados, tienen una plataforma virtual muy buena, la cual estamos por presentarle al Consejo.

Capacitación del personal del Fondo: Aquí arrancamos con *Gobernanza*. Tenemos el diseño de la página, lo tenemos para el segundo semestre y la actualización de la base de datos que ese cartel ya se aprobó, y estamos en la revisión del contrato.



Este es el presupuesto.

Esto es lo que tenemos presupuestado anualmente en la línea de presupuesto y digamos que en lo que es cuotas y timbres, llevamos un 23%.

Ingresos financieros: un 21 del 25%

Ingresos operativos: Llevamos un 19.88%.

El total de ingresos financieros y operativos está en un 21.07%

Con respecto a lo que es la ejecución de gastos, lo que es servicios personales y no personales, hemos consumido de los ₡103.000.000 (ciento tres millones de colones) un 16.25%

Gastos generales, un 14%.

Subsidios, un 21%.

Gastos financieros, 6.48%

Lo que es créditos e inversiones, llevamos un 25.49 del 25% (ahí estamos bien)

y lo que es mobiliario, está en un 3%

Eso sería.



La presidenta Yanancy Noguera.

Muchas gracias, Carlos.

Tengo en consultas a Laura, a Diego y luego estaría yo.

Laura, adelante.

La directora Laura González.

Sí. Gracias. Bueno, don Carlos, muchas gracias por hacer el resumen tan breve. En el tema del estudio actuarial, me interesaría conocer si ustedes van a analizar lo que es la sostenibilidad del Fondo, pero de cara ¿A qué poblaciones? Eso, por un lado.

Veo otro también que son los subsidios, es evaluar con la población actual que otros subsidios más están.

Quisiera saber si, además de considerar qué otros subsidios, estaría también validar, no sé, en ese estudio actuarial, las líneas de crédito, porque yo recuerdo que el año pasado vimos que había algunas líneas que no se mueven. Por ejemplo, lo que son gastos universitarios, eso casi no se mueve. Y en salud, la campaña del año pasado sirvió, pero hubo que hacer un esfuerzo, ¿verdad? Entonces, eso, por un lado.

Lo otro es preguntarle: ¿Qué planes remediables están tomando ustedes considerando de que tiene una ejecución del 21%, con respecto al mes de marzo, 2025.

Lo otro es, en relación con el consultorio médico. Yo quisiera don Carlos decirlo aquí. Yo agradezco mucho la oportunidad que se nos dio en la reciente campaña del Photofinder. Gracias a eso se me detectó una lesión, la cual tiene que ser valorada por un especialista y entonces, quisiera ver qué tan buenos resultados dieron esta campaña, que por sus características implicaba no solamente una inversión, sino también una innovación.

Y finalmente, lo que quisiera también es conocer en cuanto a los gastos presupuestarios. Veo aquí que créditos e inversiones van por el 25.49%, pero en gastos financieros, apenas el 6.48%. Quisiera saber por qué este comportamiento en gastos financieros.

Básicamente, esas serían mis consultas.

El señor Carlos Fonseca, jefe del Fondo de Mutuality.

Okey, voy a empezar de atrás para adelante. Los gastos financieros, digamos, son los pagos que se hacen con tarjeta. Entonces, es la comisión que se carga. Por lo general, ahí teníamos presupuestado ₡3.000.000,00 (tres millones de colones) y se han gastado como ₡600.000,00 (seiscientos mil colones) Eso es bueno, digamos, porque se están utilizando otros medios de pago, a diferencia de años anteriores.

Créditos, inversiones: No es un gasto, sino la colocación que llevamos. Entonces se coloca acá porque eso está bien.

Lo del Photofinder fue todo un éxito, como dice usted, más bien tenemos ahí una disyuntiva, porque se quedaron 100 colegiados por fuera, pero la feria no era tan barata, ¿verdad? Entonces, si tenemos un presupuesto que ahí gastamos como tres millones y resto, en donde sí se le dio una publicidad muy buena por parte de Candy. Ella nos ayudó mucho haciendo los artes, haciendo la invitación. De hecho, ella se ha “puesto la camiseta” - igual que todos -, pero se lo tomó personal lo del consultorio. Entonces ella trata de que a todas las citas traten de llegar.

Yo le dije: “Candy, necesitamos 92 citas por mes. Pero, bueno, no todo siempre se puede, porque hay meses, digamos, donde se ve poquito, porque estuvo Semana Santa, porque hubo feriados, ese tipo de cosas. Entonces, respecto a eso estamos analizando el tema de hacer una campaña con las personas que tuvieron el examen y ver de qué manera con el hospital podemos hacer para poner dentro las especialidades, Dermatología.

No es tan sencillo porque es una especialidad que la tienen muy llena. Entonces, a la hora que ellos van a asignar citas, las citas pueden estar tan largas como las de la Caja y ellos, para las especialidades, lo que utilizan son los médicos de planta.

Después, con el tema de los subsidios, con los subsidios que originalmente se planteó en el PAO era el subsidio de retiro. Íbamos a ver qué tan rentable era a lo largo del tiempo, # 1: si los montos que estábamos pagando eran los correctos si había que subirlos, si había que bajarlos. Pero a raíz de toda esta situación de la actuarial, se quiere aprovechar para ver si se puede analizar otro tipo de subsidios. Por ejemplo, tomando los subsidios que tenemos, ver si sale mejor utilizar una póliza de vida, que tenga servicios médicos. Pero eso está en estudio.

Con el asunto de las poblaciones. Bueno, está dirigido a todos los colegiados. En general, a todos los que, dependiendo de la edad ... Hay un tema y que alguien tocó de que sería importante que este subsidio de retiro ver si se puede seccionar para darle un premio a las personas que están colegiados después de 5 años que reciban algo de 15 de 20. Pero igual, todo ese tipo de análisis y estudios tienen que ir sopesados con un estudio actuarial, para efectos de saber qué es lo que estamos haciendo.

Con lo de las líneas de crédito, ahí estamos analizando. Cuando hacemos el estudio de tasas, empezamos a ver qué líneas, cómo se mueven.

El Fondo de Mutualidad tiene casi todas las líneas de crédito. La única línea de crédito que podríamos ofrecerla es el crédito prendario, pero el crédito prendario tiene toda la logística de qué hago, dónde me pongo el carro y todo lo demás.

Tenemos campañas mensuales. Con esto del PAO, nos ha servido mucho para tener un PAO, el cual podamos ir midiendo mes a mes. Entonces es bonito, digamos, yo me armé una matriz. Con la matriz que hicimos el PAO, me armé una matriz de seguimiento que es bastante simpática y de ahí vamos a ver si se las muestro. Esta matriz que yo me armé acá, aquí yo le voy dando, la tengo separada por meses y voy poniendo lo que vamos haciendo, lo que son las campañas, lo que es la colocación

mensual, lo que vamos haciendo con los carteles y aquí la voy alimentando con lo que vamos haciendo y así logro que nada de lo que tenemos planteado se nos vaya a olvidar. Igual, habrá temas que tal vez no desarrollemos este año, pero lo ideal es tratar de lograr lo más que se pueda.



La presidenta Yanancy Noguera.

Gracias.

Vamos con Diego, luego tengo yo un par de cositas y cerramos el tema.

El fiscal Diego Coto.

Sí. Gracias.

Dos consultas sobre el tema de lo del consultorio. Cuando hablamos de citas, hablan de citas y no personas. O sea, porque una persona puede tener más de una cita. Entonces, digamos para saber si los números que ustedes están hablando son de citas que puede ser que sean menos personas que las de las citas, porque, bueno, una cosa no tiene que ver con la otra.

El señor Carlos Fonseca, jefe del Fondo de Mutualidad.

Citas.

El fiscal Diego Coto.

Okey, perfecto.

Después, a nivel de los servicios, ustedes han hablado de que obviamente, todo este tema de promoción y la campaña que van a iniciar y todo este asunto para poder promocionar los servicios. Pero estos servicios ¿Cómo los escogen?

Hay un perfil que inclusive María Isabel lideró, que es un perfil de salud, como de la persona colegiada. ¿Qué tanto, esos servicios se ajustan a este perfil?, que fue un trabajo muy bien hecho que María Isabel lideró, o ¿Qué tanto, estos servicios también se ajustan a las necesidades mediante alguna encuesta o algo así?

Porque si bien es cierto, puede ser que digamos que no se haya llegado a la meta por los servicios, ya sea porque la gente no los conoce, ¿verdad? que esa puede ser una, pero también pueda ser que los servicios que estén brindando tampoco son de los colegiados en su mayoría o una buena parte, lo requieran.

Entonces, porque sí, yo he visto varias especialidades y todo. Pero yo digo: “Bueno, si leo el perfil no se ajusta al perfil”. Entonces quisiera saber cómo ustedes eligen el tema de los servicios, para tener de eso claridad.

Y nada más aquí, y eso del tiempo y este que tiene que ver con la asesoría esta de ... sobre la Fiscalía que se está llevando.

Tengo entendido que doña Olga les iba a pedir unas informaciones que ocupábamos la semana pasada. Bueno, yo no sé si usted ya pudo responder, si... Ya doña Olga dirá si Contabilidad respondió a la información que ocupábamos. Sí, es un favor especial. De este tema de la asesoría, es necesario el apoyo que podamos tener también del Fondo, porque por el cumplimiento - y no solo por el cumplimiento -, también como la estabilidad.

Hace 8 días, el jefe de Contaduría me respondió, diciendo que los estados financieros del Colegio están saludables, (esa fue la palabra que utilizó). Sin embargo, estamos ... O sea, hasta hoy no tenemos auxiliares contables y para poder asegurar que los estados financieros están saludables, pues necesitamos los auxiliares contables, entre otras.

Pero, además, son ... por ejemplo, evidencia que salió de la sesión de octubre que nos presentaron el informe de esta auditoría, el 9 de octubre anterior. Desde ese momento salió este tema y muchos otros, que hasta el momento no se sabe si realmente se cumplieron o no se cumplieron o se están trabajando o no se están trabajando. Inclusive, para la aplicación de la NIIF, la respuesta fue que se están haciendo. Pero, bueno, si no hay auxiliares contables, no se puede aplicar. Y si no hay otros hallazgos, digamos, no se pueden aplicar las Normas que inclusive hay un acuerdo de Asamblea que se suponía que tenían que estar aplicadas en noviembre.

Entonces sí, como un favor también especial, en apoyarnos con este asunto de la auditoría que ha costado, realmente ha costado poder tener la información, porque en estos momentos no podemos asegurar que los estados financieros del Colegio están bien, que la situación financiera del Colegio está bien, porque no disponemos de información importantísima, por ejemplo, como los auxiliares contables.

Entonces nada más esas cosas.

Muchas gracias, Don Carlos.

El señor Carlos Fonseca, jefe del Fondo de Mutualidad.

Con mucho gusto, don. Diego. Bueno, con respecto al tema del de los informes ...

La presidenta Yanancy Noguera.

¡Ay, parece que Carlos perdió la conexión!

El señor Carlos Fonseca, jefe del Fondo de Mutualidad.

Hola. Me fui, me fui, me fui. Perdón. Con respecto a lo de la contabilidad, con lo que dice Diego. Bueno, con respecto a la empresa de consultoría, nosotros ya enviamos el PAO del 2024 al cierre y esos son algunos ajustes que me pidieron en una reunión que tuvimos. Y sí, yo le dije que, para el viernes, porque definitivamente tengo un poco de cosas que hacer, pero sí, lo tengo mapeado y más o menos sé por dónde entrarle rápidamente.

Lo que es el PAO del primer trimestre, ya se lo enviamos también. Ellos ya lo tienen para el análisis. Posiblemente este PAO sea más sencillo que el anterior, porque en este ya tenemos métricas de medición y ya podemos sentarnos, digamos y decir: "Bueno, okay, esto salió de este lado". Este PAO es un poco más pensado que el del año pasado, tomando en cuenta esa matriz que yo les presenté. Eso tiene un montón de indicadores, los cuales yo me tengo que sentar casi que 2 días para poderlos ir sacando. Entonces esa información ya está.

El Fondo sí tiene auxiliares, si tenemos auxiliares contables. Estamos viendo el tema de cómo manejar el tema de los gastos en sí, para que los gastos que el Fondo hace, nosotros los registremos. Anteriormente, se hacían en Conta y hacíamos una compensación de cuenta por cobrar/ cuenta por pagar. Es una reunión que tenemos mañana, porque sí estamos muy interesados de que la contabilidad vaya al día, como siempre ha ido, como siempre se ha presentado. Entonces todo el apoyo a la consultoría de doña Nidia y la otra muchacha.

Son citas, eso que usted vio ahí. Y sí, a veces una persona va 2 veces, a veces 3, por lo general. Hay cierta población que va más. Si bien es cierto, no tenemos el 100% de uso del consultorio, la idea es no negarle el servicio, porque si va a ir de nuevo por algo, por cualquier cosa, entonces que vaya.

Si hay personas que sí repiten, pero no tanto, con respecto a los servicios que se dan en el consultorio, ¿verdad? don Diego. ¿Esa es su consulta?

Nosotros analizamos en una reunión con el Metropolitano qué servicios podríamos dar adicionalmente. porque yo les dije: "Yo no tengo un problema con la parte de especialidades médicas", porque si bien es cierto, los colegiados no van a las citas

porque tal vez dicen: “Sí, voy a una cita de consulta y tal vez después tengo que pagar las pastillas, tengo que pagar esto, lo otro ... “ Y entonces.... Pero entonces ese saldo que tenemos, ese lo invertimos en lo que son ferias. En las ferias no hay pérdidas, porque si venimos y hacemos 40 citas, pagamos las 40 citas y la plata la retornamos, ¿verdad? No hay pérdida ahí.

Con respecto a los servicios adicionales, ahí nos sentamos con los doctores de ahí. Y les preguntamos: ¿Qué más podemos dar en este consultorio? ¿Qué otros servicios se pueden ofrecer”? Fue ahí de donde salió lo de las uñas, salió lo del PAP que se podía hacer. Ese PAP se paga de las especialidades médicas. Entonces el PAP está saliendo sin costo para las colegiadas.

Y el otro servicio, lo que es la quema de verrugas, que es un servicio que nos tocó comprar un equipo para poder aplicarlo, y la doctora lo hace. Y ahí estamos pensando qué más podemos hacer para potenciar más el servicio. Pero sería bueno, sí, tal vez verlo con Doña María Isabel, que es la experta en el tema de salud, para ver qué más podríamos ofrecer y darle todo el potencial a lo que es el consultorio médico, que nos ha costado mucho desde la perspectiva que el colegiado venga.

Ahora con la empresa de publicidad que se contrató, entre una de las primeras prioridades está dar a conocer el Fondo; segundo, el consultorio médico y, tercero, empezar a trabajar con las otras líneas de crédito de la mano de los subsidios. No podemos tirar todos los subsidios porque después se nos llena el Fondo de subsidios. Y si bien es cierto, es un beneficio, también hay un presupuesto que tenemos que manejar.

Entonces empezamos a entregar subsidios y llegamos a medio año y ya no tenemos plata, entonces tenemos que ser muy consecuentes de la estrategia que vamos a utilizar con eso.

La presidenta Yanancy Noguera.

Gracias. Carlos. Veamos, vamos a opinar María Isabel y yo de seguido, para que usted nos resuma las valoraciones de las dos cosas que planteamos nosotros y cerramos el tema con usted.

María. Isabel, y luego voy yo.

La fiscal suplente María Isabel Solís Ramírez

Muchas gracias, Yanancy.

Nada más en la parte de servicios médicos. Yo creo que la oferta no es el Hospital Metropolitano el que la tiene que definir. Somos el Colegio como tal. Y yo coincido con Diego. Si hay un perfil, yo creo que ese servicio se tiene que adaptar al perfil que existe y lo que tiene que proponer el Colegio son servicios que impacten realmente en la

salud de las colegiadas y los colegiados y no que el Metropolitano nos plantee una oferta, porque ellos van a plantear de acuerdo con sus intereses, no con los intereses realmente de las necesidades que tienen las y los colegiados.

Nada más.

Y y yo, desde hace mucho tiempo, desde que dimos a conocer el perfil, se lo he planteado a Wilberth muchas veces, se lo he planteado a don Carlos también, y don Carlos sabe que es así y que yo, con mucho gusto dije que lo podíamos discutir, porque las necesidades realmente que golpean ...- Claro que está bien que lo hagan - pero no estamos impactando fuertemente la salud de las y los colegiados. Entonces, yo sí coincido en que, y si tenemos un perfil, tiene que servir para algo. cambio y fuera.

La presidenta Yanancy Noguera.

Gracias, Carlos. Mis valoraciones son dos. Si usted nos puede hacer un resumen muy rápido, eso sí, del tema de la potencial venta de la finca en Santa Cruz, pero muy rápido, que digamos a los directores de los avances. Yo sí le seguí un poco la pista, porque me ha tocado firmar documentos. Pero si usted nos hace un reporte de esto y adicionalmente lo que se ha discutido en el Consejo sobre el estudio actuarial que usted menciona.

El señor Carlos Fonseca, jefe del Fondo de Mutualidad.

Bueno, la finca de Santa Cruz rápidamente: Ya se hizo la unificación de fincas. El señor dio una un avance de ₡5.000.000,00 (cinco millones de colones) que lo tenemos ahí y actualmente estamos con el trámite de lo que es el uso de agua, el uso de suelo y disponibilidad de aguas. Uno es con el AyA y el otro es con la Municipalidad. Tenemos que enviarle la documentación al señor, porque él se comprometió de hacer toda la tramitología y entonces, a partir de ... bueno, yo le envié el documento para que me lo firme, para poder llevárselo con la personería y enviárselo.

Y, después lo del agua. Creo que me toca mañana ponerme a meterlo, porque ese trámite sí es virtual, es más sencillo y a partir de ahí, tenemos aproximadamente 22 días. El señor hace el trámite del crédito y esperaríamos que nos esté pagando la propiedad.

Eso.

¿Y cuál era el otro punto doña Yanancy? perdón.

La presidenta Yanancy Noguera.

Lo del estudio actuarial y sobre las indicaciones de María Isabel.

El señor Carlos Fonseca, jefe del Fondo de Mutualidad.

Ah sí, con las indicaciones de doña María Isabel, me comprometo a reunirme con ella, verlas con don Wilberth, ver el perfil. Estamos en la etapa de negociación con el Hospital Metropolitano. Entonces este es el preciso momento para poder ver si se le puede hacer algún tipo de cambio. Entonces, si usted me lo permite, yo la llamo mañana y tal vez vemos para dónde vamos, qué tenemos y aprovechamos su experiencia, porque sí algo tengo claro que usted es la que tiene más experiencia ahí en el tema del servicio médico.

Entonces ... y ¿Cuál era la otra? perdón.

La presidenta Yanancy Noguera.

Lo del estudio actuarial

El señor Carlos Fonseca, jefe del Fondo de Mutualidad.

Ah, el estudio actuarial, Sí, ese está para el segundo semestre. Si se quiere hacer el estudio actuarial para ver el tema de lo del subsidio de retiro, ver diferentes opciones que se puedan hacer con respecto a ese subsidio: Si se analiza para hacer un adelanto del subsidio, si es sostenible en el tiempo con respecto al monto, si es adecuado, como se hizo el cálculo hace años del subsidio y si se apega realmente a un monto razonable. Y también con el subsidio del retiro, si le cambiamos el nombre también. Por ahí ha habido discusión. Yo creo que Dilmar también ha escuchado un poquito de cómo le cambiamos el nombre porque “De retiro” suena como que “Hasta luego y ya”. Y lo que queremos es que no se vayan más bien, que sea un subsidio de agradecimiento solidario, de honor. Cualquier nombre bonito que se le pueda poner que no sea “De retiro”, porque inclusive cuando yo hablo con colegiados, me hablan que ya cumplieron 5 años y quieren el retiro de pensión y no es una pensión; es un premio a la constancia.

La presidenta Yanancy Noguera.

Sí. Muchísimas gracias. Carlos. Entonces le agradecemos que nos haya presentado el informe y la actualización de temas que están en proceso.

El señor Carlos Fonseca, jefe del Fondo de Mutualidad.

Bueno, muy amables. Que pasen buenas noches.

La presidenta Yanancy Noguera.

Seguimos adelante, Olga

5.2 Presentación de modificaciones a los reglamentos y bases de los Premios de la Comunicación 2025 del COLPER.

La señora Olga Vargas.

Sí correcto. Tenemos ahora el tema de las modificaciones que se quieren hacer a los reglamentos y bases para los premios de la comunicación. Entonces esto lo va a presentar Carlos Quesada, donde plantea el artículo, tal y como está y la corrección que se quiere hacer, y luego él también continuaría con la propuesta. de la nueva línea gráfica para el Colegio,

El señor Carlos Quesada, jefatura de Proyección Institucional.

Buenas noches.

La presidenta Yanancy Noguera.

Buenas noches, Carlos.

Carlos. Hoy tenemos bastantes temas en agenda, así que lo más concreto y directo que usted pueda hacer. Igualmente, lo vamos a hacer nosotros.

El señor Carlos Quesada, jefatura de Proyección Institucional.

Okey, perfecto.

Tengo 2 temas que había anotado aquí en la agenda:

1. Es el tema de los premios de la comunicación, los reglamentos y las bases.

Yo les había hecho llegar esta documentación el viernes, junto con la documentación, para poder participar en Junta.

Básicamente, lo que estamos haciendo son unas actualizaciones de los reglamentos y las bases de los premios de la comunicación.

Dentro de la documentación que les hice llegar, había una columna que explicaba un poco la naturaleza del cambio, un cambio en la redacción, para que queden más claras.

En esta otra, lo que queremos dejar claro es que los proyectos no tienen ninguna restricción. Digamos, si ganaron otros premios para participar en los de nosotros, para que eso quede claro también se está incluyendo acá

Un tema de que los certificados de los ganadores de los premios no lleven la firma de las presidencias de jurados, porque eso nos complicaba un poco la logística, entonces que nada más quede con la firma de la Presidencia y un tema de fechas. Nada más.

Entonces esto se les hizo llegar con antelación. Había un enlace, digamos, donde podemos ver todos los documentos que nosotros estamos sometiendo aquí para que ustedes lo puedan aprobar y podamos nosotros proceder con la divulgación de estos premios. Esto lleva un enlace aquí que tenía todos los documentos.

Entonces no sé si tienen alguna duda o consulta sobre esto.

Actualización de reglamentos y bases premios



Las modificaciones sugeridas corresponden a los reglamentos y bases para aplicar en los Premios de la Comunicación 2025 del Colper. La documentación correspondiente puede ser consultada en el siguiente enlace:

https://drive.google.com/drive/folders/1pYfQNBPN6HaVZoUXm5WILB_mYBowdgew?usp=drive_link

1. Diseño gráfico: REGLAMENTO: Artículo 3, 4, 9, 13 Base: Inciso 1, Participantes, punto "d"	4. Fotoperiodismo: REGLAMENTO: Artículo 8 y 12 BASE: Queda igual	7. Relaciones públicas Reglamento: Artículo 4, 10 y 13 BASE: Inciso 1, Participantes, punto "e"
2. Publicidad "Mirta cuesta": REGLAMENTO: Artículo 4, 9 y 13 Base: Inciso 1, Participantes, punto "d"	5. Medio alternativo REGLAMENTO: Artículo 4, 8 y 16 Base: Inciso 1, Participantes, punto "d"	8. Estudiante REGLAMENTO: Artículo: 3, 9 y 13 Base: Inciso 1, Participantes, punto "d"
3. Periodismo: REGLAMENTO: Artículo 3, 4, 8 y 13 Base: Inciso 1, Participantes, punto "d"	6. Producción Audiovisual REGLAMENTO: Artículo 4, 9 y 13 BASE: Inciso 1, Participantes, punto "e"	9: Producción radiofónica REGLAMENTO: Artículo 4, 9 y 13 BASE: Inciso 1, Participantes, punto "e"

La presidenta Yanancy Noguera.

Yo le comenté a los miembros de la Junta Directiva previamente que yo había visto los cambios, sobre todo porque quería verificar respecto a los cambios que habíamos hecho en el 2023 y lo vi, sin ningún problema.

¿Auxiliadora?

La directora Auxiliadora Zúñiga.

Me surge la idea de que los miembros del jurado no lo firmen, porque en realidad son ellos los que validan el premio. A mí me surge como esa inquietud.

El señor Carlos Quesada, jefatura de Proyección Institucional.

Para contarles tal vez un poquito mi experiencia en ese sentido, es interesante porque digamos en el reglamento vigente del año 2023 se decía que los jurados de los premios tenían que firmar el reconocimiento, pero los certificados de ese año y los del año pasado no llevaban la firma de los jurados, precisamente porque nadie se fijó en ese aspecto con anterioridad y al final vieras que se complica un poquito buscar la firma de

los presidentes de los jurados, porque suele ser gente bastante ocupada. A veces hay que perseguirlos, incluso para que envíen los veredictos. Entonces realmente sí nos facilitaría muchísimo que solamente lleven la firma de la Presidencia.

La presidenta Yanancy Noguera.

¿Laura?

La directora Laura González.

Sí. Bueno, yo tuve la experiencia de ser parte de un jurado y uno de los requisitos que se nos pedía, era entregar la carta debidamente firmada. Entonces, yo considero que, si en anteriores ocasiones se daba ¿por qué en esta no? Simplemente que se anote: *“Que la carta final, con el resultado debe venir firmada, por un asunto de formalidad, por el presidente”*.

,
El señor Carlos Quesada, jefatura de Proyección Institucional.

Vieras doña Laura: Bueno, en realidad, el veredicto del jurado sí es de esa naturaleza que usted menciona. Acá, el cambio que queremos hacer es en los certificados, de declaración del premio, los que se les dan a las personas que ganan. A las personas que ganan el premio, se le brinda un certificado que dice: *“Su proyecto quedó premiado”*. Ese es el que llevaría solamente la firma de Presidencia, pero siempre los jurados entregan una carta firmada por todos en la medida de lo posible, donde ellos dicen no sólo el veredicto, sino la justificación de por qué

La directora Laura González.

Perdón, porque yo lo que entendí cuando se estaba explicando era ese punto. Si es así, entonces habría que hablarlo con ellos, a ver si estarían interesados. Y si no, yo no sé cómo hacerlo de una forma más ágil para todos.

El señor Carlos Quesada, jefatura de Proyección Institucional.

Sí. Aquí lo tengo en pantalla, dice: “Un certificado firmado por la Presidencia de la Junta Directiva del Colegio y por el Coordinador del Jurado y entonces estaríamos eliminando esta parte que dice “el Coordinador del Jurado” nada más.

La presidenta Yanancy Noguera.

¿Alguna valoración adicional?

La directora Auxiliadora Zúñiga.

Yo insisto en que es invisibilizar un trabajo que hace un colegiado. Para mí. Tiene que buscarse el mecanismo. Ahora hay firmas digitales. No sé coordinar, inclusive con tiempo. Es decir, es una cuestión de planificación. Para mí, argumentar que es que les queda difícil buscar las firmas, no me parece un argumento válido, un criterio válido. Debe haber algo más, o sea, si un jurado dedica su tiempo, o un coordinador, lo mínimo que debería haber es que, en el certificado, esté el nombre de ese coordinador.

La presidenta Yanancy Noguera.

¿Carlos?

El señor Carlos Quesada, jefatura de Proyección Institucional.

No, pues, francamente, yo no veo que haya una gran diferencia, y la muestra es que hace 2 años que se está aplicando así, sin que ninguno de nosotros nos hubiéramos dado cuenta. Entonces yo veo que es un cambio que se puede realizar sin problema.

La presidenta Yanancy Noguera.

¿Hay alguna otra persona que tenga la misma observación de Auxiliadora? Porque lo que estaríamos en este momento es, avalando los cambios que está planteando el Área de Proyección, a través de Carlos.

¿Juan Ramón?

El director Juan Ramón Rojas

Sí, bueno. Yo he sido jurado también de premios literarios y es bueno, obviamente que el presidente del jurado, obviamente el fallo tiene que ir firmado por todo el jurado por los 3 que lo representan en este caso, así como la justificación que debe llevar porque se da el premio y luego el reconocimiento.

Yo pienso que debe ir firmado por el presidente del jurado y por la presidenta, en este caso de la Junta Directiva.

La presidenta Yanancy Noguera.

Entonces Juan Ramón tiene la misma posición. ¿Alguien más en esta misma línea? porque entonces, si fuera una posición de otros directores, no aprobaríamos ese cambio.

La fiscal suplente María Isabel Solís Ramírez

A mí no me estorba que solo lo firme la presidenta.

El director Juan Ramón Rojas

Pues yo estoy de acuerdo también, si es posible.

El fiscal Diego Coto.

Yo no voto, pero tampoco me estorba.

La presidenta Yanancy Noguera.

Gracias. No, entonces creo que, si no veo más manos ni comentarios, lo estaríamos dejando entonces, tal y como se está proponiendo desde el Área de la Administración.

El señor Carlos Quesada, jefatura de Proyección Institucional.

Muchas gracias.

La presidenta Yanancy Noguera.

Gracias.

Carlos. Sí es importante que Nosotros tenemos que oficializar esto. Entonces, la próxima semana nos tendrán que enviar el reglamento con las correcciones para que nosotros aprobemos ese nuevo reglamento.

El señor Carlos Quesada, jefatura de Proyección Institucional.

Okey. En esta presentación que les habíamos hecho llegar, hay una diapositiva final que tiene el Drive y dice: "Las modificaciones sugeridas, la documentación correspondiente puede ser consultada acá y, de hecho, en el Drive estaban todas, entonces digamos que ya fue puesto en su conocimiento por si quisieran votarlo de una vez. Esto nos ayudaría a que ya empezamos con la promoción lo antes posible.

La presidenta Yanancy Noguera.

Okey. Lo que pasa es que creo que el acuerdo tiene que conllevar algunos elementos relacionados con los documentos como tal y no me atrevería a hacerlo en este momento. Yo creo que ustedes podrían ir avanzando en esto, pero dejarnos que mejor lo podamos aprobar formalmente la próxima semana para que se incluyan los acuerdos respectivos, porque yo por lo menos no los consideré para la sesión.

El señor Carlos Quesada, jefatura de Proyección Institucional.

Okey y aparte de lo que ya elaboramos, ¿tendríamos que hacer algo más?

La presidenta Yanancy Noguera.

No, básicamente hacemos la referencia a la búsqueda del Drive y yo voy a preparar, junto con el asesor legal, los acuerdos para la próxima sesión.

El señor Carlos Quesada, jefatura de Proyección Institucional.

Okey. Sí, en esta diapositiva se explican los cambios que se hizo cada uno y aquí se pueden ver los textos completos.

La presidenta Yanancy Noguera.

Listo. Gracias.

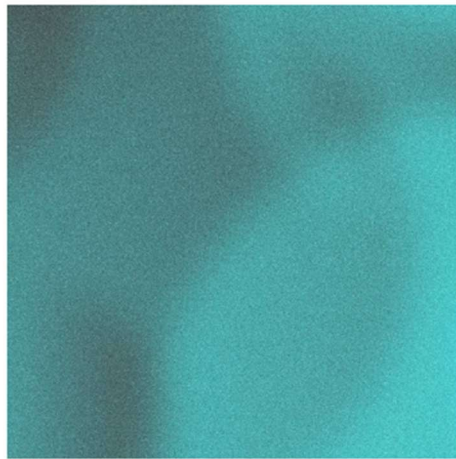
5.3 Propuesta Línea Gráfica.

El señor Carlos Quesada, jefatura de Proyección Institucional.

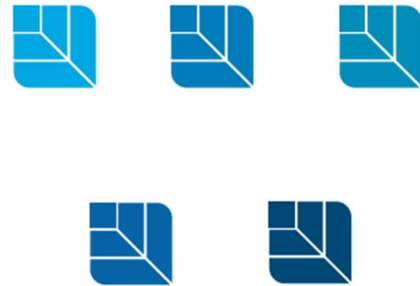
El otro tema que yo tengo acá es la propuesta línea gráfica 2025. Esta es una de las acciones que nosotros teníamos en el PAO, específicamente para el tema de atracción, porque consideramos en el Área que es importante que la línea gráfica del COLPER se modernice un poco, en aras de tener una mayor atracción de personas colegiadas, sobre todo en personas colegiadas más jóvenes, que es uno de nuestros objetivos. Entonces, lo que les traigo aquí es la propuesta de esta nueva línea gráfica del COLPER. Para esta línea gráfica, investigamos un poquito lo que es otras universidades y otros colegios profesionales, qué tipo de líneas gráficas llevan y aquí ustedes pueden ver algunos ejemplos de universidades o de otros Colegios, como para estar en la misma tesitura.

Pudimos observar de esta investigación que se está utilizando bastante texturizado en fondos de las líneas gráficas de ese tipo de organizaciones, digamos, un tipo más moderno. Y de ahí que, aprovechando los colores institucionales que no tendrían variación, estaríamos proponiendo que la línea lleve un texturizado que haga que sean los diseños menos planos y también que tengan profundidad, en los elementos que les vamos a colocar.

Vamos a ver algunos ejemplos de cómo sería, por ejemplo, una invitación en este caso, a Club de Lectura. Pueden ver ustedes ahí, un fondo más texturizado. Quisiéramos explotar también toda la parte humana del Colegio, explotar siempre imágenes de personas realizando acciones, que eso sea una parte esencial de esta línea gráfica más moderna del COLPER.



Textura



Colores

Aquí tenemos unos ejemplos de cómo se podrían ver comunicados con ese texturizado de fondo y vean cómo resalta más, lo que ponemos encima, los elementos. Aquí tenemos otro par de ejemplos, el Día del Padre en este caso, La Batalla de Rivas, el tema de resaltar también la parte humana.



Aquí hay un par de ejemplos también de esquelas que son diseños que nosotros realizamos con cierta frecuencia, que sean parte como del nuevo manual de marca con estas modificaciones. Y aquí nosotros diseñamos.

Dentro de esto, también nosotros estaríamos proponiendo que tengamos una versión del logo simplificado.



Como ustedes pueden ver aquí en pantalla, los logos simplificados es algo que se suele utilizar en las industrias, para recortar nombres que suelen ser largos, por ejemplo, para el Banco nacional, tenemos este loguito de BN, el de la Universidad Autónoma de Centroamérica, tenemos el de UACA, en el caso de las universidades médicas, se suele reducir a UCIMED, y entonces nosotros estamos proponiendo que se utilice un identificador, un logo simplificado de COLPER, que es el que tienen ustedes aquí en pantalla.

*Como parte de la actualización de la línea grafica,
se propone simplificar el logo.*

Ejemplos

Banco Nacional de Costa Rica



Universidad de Ciencias Medicas

UCIMED

Esto nos ayudaría, no solo digamos a simplificar el nombre a uno que estamos tratando de posicionarlo cada vez más, sino también que es un nombre más inclusivo, digamos, para todas las profesiones que conforman el Colegio. Aquí ustedes lo pueden ver ya en una aplicación, como se vería. La fuente del logo se mantiene y los colores también.

El gris que tiene actualmente se mantiene. La idea es que sea fácilmente identificable, que se trata de una simplificación del logo, como se utiliza en otras organizaciones.



Logo actual



Logo simplificado

Entonces quedo atento a sus comentarios, a ver qué les parece. Si les parece bien esta línea para que podamos aprobarla, o si quisieran que hiciéramos alguna modificación.



La presidenta Yanancy Noguera.

Geovanny, Auxiliadora y luego opino yo.

El vicepresidente Geovanny Díaz.

Gracias.

A ver, yo tengo no una duda, sino un comentario con respecto al tema del isotipo simplificado y si bien históricamente el Colegio se ha conocido como COLPER y así ha sido reconocido. Incluso, muchos de nosotros, o por lo menos yo sigo hablando de

del Colegio de Periodistas como COLPER, eso respondía a un momento en el que solamente estaban incluidos los periodistas en la colegiatura. Ahora hay otros profesionales.

Mi temor y por ahí va mi comentario es si los profesionales de otras profesiones que no son Periodismo se vayan a sentir excluidos de alguna manera, porque parte de lo que se ha hablado en algún momento y uno escucha comentarios, es que el Colegio de Periodistas, es un Colegio sólo para periodistas y no se fija o no piensa en los demás. Entonces, ese sería mi temor, además de que solamente por un tema de forma, veo que esto que estamos viendo en pantalla es distinto a lo que vimos en la aplicación, entonces no sé a qué se debe la diferencia, si es que aquí solamente se pusieron las letras de COLPER. Vean, en aplicación, las letras están en itálica, están un poquito inclinadas y están incluso hasta más unidas. En el ejemplo anterior se ven las letras separadas, se ven muy sueltas. Entonces no sé cuál de los dos sería la opción.

Y entonces luego no sé realmente cómo se podría resolver el tema de la simplificación del nombre del Colegio, entendiendo lo extenso que es y tratar de no dejar por fuera a las otras profesiones.

Nada más.

La presidenta Yanancy Noguera.

¿Auxiliadora?

La directora Auxiliadora Zúñiga.

Sí. A mí me con me encantó la propuesta, la textura, los colores. El tema de la duda que tengo es con el logo, por dos cosas.

1. Precisamente cuando hemos hecho afiches, donde solo ponemos COLPER, el mismo Administrador nos ha dicho que la gente pregunta: ¿Qué es COLPER? porque a veces el mensaje no es solamente para nuestros colegiados, sino para gente externa. Entonces quedaríamos debiendo esa información. Esto, por un lado.
2. Y por el otro, cuando hicimos un afiche que iba a ir para México y para España, una de las consultas que nos hizo uno de los panelistas fue: ¿Qué significa COLPER?

Entonces, yo creo que hay que tomar en cuenta esas valoraciones, porque sí, es cierto que es largo, pero es que es el que detalla cuál es la institución. En el caso de UCIMED y de Banco Nacional son marcas que se exponen todos los días y la gente entonces muy rápido entiende que es el Banco Nacional, pero COLPER....

Para mí es un desafío quitarle el detalle, porque no van a saber qué es exactamente lo que significa y luego que queda debiendo esa parte, de que hay otros profesionales

y quedaría como que es el Colegio de Periodistas. Por lo demás, a mí me gusta toda la propuesta.

La presidenta Yanancy Noguera.

Laura, luego opino yo y cerramos el tema.

La directora Laura González.

Sí, yo voy en la misma línea de don Geovanny y Auxiliadora como lo plantearon. Creo que eso se podría prestar a que otros se sientan excluidos. Tengo entendido que cuando se hizo el concurso, porque esto fue un concurso, el diseño de este logo, la persona que lo donó, creo que uno de los principios del concurso o el espíritu era, precisamente integrar a todas las áreas que conforman el Colegio, entonces realmente no creo conveniente por esa identificación y después el color no me gusta. O sea, también no sigue con el detalle de lo de la pluma, la textura tampoco. O sea que no creo que sea la forma adecuada de presentar al Colegio.

La presidenta Yanancy Noguera.

Gracias.

Carlos, tal vez una precisión de lo que Junta Directiva puede aprobar o no puede aprobar y cómo lo puede aprobar, creo que lo que nos tiene que llegar a nosotros es el Manual de Diseño Gráfico. Puede ser que el manual no esté completo, pero nos tiene que llegar el documento funcional del diseño gráfico. Existe, hasta donde yo recuerdo, un Manual de Diseño del Logo y no existe un Manual de Diseño Gráfico.

Entonces, mi propuesta es que, ustedes integren lo que ya existe en el Manual de diseño del Logotipo, con las propuestas que están siendo relativamente validadas en este momento con nuestros comentarios, en lo que sería un documento de Manual de Diseño Gráfico, que se puede ir enriqueciendo paulatinamente, pero que, sobre la base de ese primer documento, digamos, beta, puede haber una aprobación.

Lo que sí es claro, percibiendo las opiniones de los directores y, sobre todo, las justificaciones, que me parece que son muy importantes y que yo comparto, es que nosotros no estamos en posibilidad de hacer una alteración del logotipo con este tipo de dinámica, con una propuesta de ustedes y una decisión nuestra. Es un tema mucho más amplio, mucho más complejo que requiere un análisis más detallado.

Las propuestas en que ustedes presentan el isotipo, básicamente, digamos, la lógica de la plumita adaptada, para no tener que mostrar todo el nombre, creo que es algo que probablemente está establecido dentro del Manual de Diseño del Logotipo que se hizo en su momento. Y creo que eso sí es válido, porque es muy probable que esté incluido ahí porque se ha hecho, o se ha utilizado así en el pasado, pero lo que corresponde a la eliminación, porque en el fondo es un cambio de logotipo, me parece que es un asunto que no podemos atender de esta forma.

Yo, en lo personal, no estoy de acuerdo con el cambio.

El señor Carlos Quesada, jefatura de Proyección Institucional.

Bien, muchas gracias a todos por su realimentación. Para contar un poquito sobre lo que estaba mencionando, importante, tal vez tener claro que la idea no es sustituir uno por otro. El logo actual no se eliminaría, porque justamente en ciertas aplicaciones, como las que mencionaba doña Auxiliadora, seguiría siendo vigente, sobre todo en aplicaciones, digamos que sean más institucionales, que requiera más en contexto de que es el COLPER, seguiría siendo vigente.

Lo que nosotros estamos proponiendo es una variación para ciertos usos, así como se usa, digamos, como con la pluma. Entonces no sería eliminar uno por otro, ni sustituir uno por otro, sino también integrar esta nueva forma, digamos, de vernos en una gráfica. Eso, por un lado.

Por otro lado, justamente, bueno, el acrónimo, si se quiere, del Colegio de Periodistas y Profesionales en Ciencias de la Comunicación Colectiva de Costa Rica, que utilizamos hoy en día es COLPER. En realidad, COLPER se refiere a toda la organización como tal y nosotros tenemos claro que digamos en el nombre del Colegio muchas personas colegiadas han mencionado, digamos que deberíamos llamarlos colegio de comunicadores o profesionales de comunicación colectiva de Costa Rica. Inclusive, han llevado el tema a una variación del nombre, precisamente para lograr esa inclusión que mencionaba don Geovanny, una inclusión real. Sabemos que eso es un tema muy formal y que no podríamos llevarlo a cabo, fácilmente y no es nuestra idea, tampoco.

Pero justamente migrar un poco a que nos empecemos a llamar COLPER, ya que vean la marca COLPER, es justamente un esfuerzo de inclusión que no sea tan fuerte y notorio, digamos ese arranque de Colegio de Periodistas, sino que cada vez seamos más "COLPER".

La presidenta Yanancy Noguera.

Gracias, Carlos.

El señor Carlos Quesada, jefatura de Proyección Institucional.

Existe un Manual de Marca, doña Yanancy. Hay un Manual de Marca del Colegio que es el que rige, digamos, todos los diseños que tenemos hoy en día. Lo que nosotros queríamos con esta propuesta, era tener como su validación precisamente para modificar ese Manual de Marca, de acuerdo con lo que nosotros observamos. Para ser muy francos, sabíamos que este isotipo, o esta simplificación del logo era algo bastante, no solo polémico, sino también difícil de que vaya a ser fácilmente aceptado, y ahí está el tema.

Si a ustedes les parece, se podrían retomar las ideas que vimos al principio de los texturizados y procedemos con el cambio en el Manual con esto y podemos rejuvenecer la línea gráfica de esta manera y dejamos por fuera este tema del logo simplificado.

La presidenta Yanancy Noguera.

Sí. Tal vez lo que es importante es que tengamos un contexto, y en este momento no tenemos el contexto del Manual del Logotipo. Entonces creo que lo más adecuado es que ustedes empiecen a diseñar un Manual de Diseño Gráfico del Colegio, que incorpore el uso de marca y con estos elementos que ustedes nos presentaron, nosotros aprobamos ese documento o lo validamos para efectos de que se siga utilizando así y se vaya mejorando y ampliando.

Y, creo que una propuesta de modificación, un poco más radical en lo relacionado al logotipo, sí requeriría otro tipo de análisis, que respete, además, los procesos que corresponden a ese tipo de cosas. O sea, creo que tenemos claro que a mucha gente se le ocurre cambiar el logotipo porque le parece que hay que renovarlo y eso es válido, pero los procesos requieren una estrategia que es importante retomarla debidamente.

El señor Carlos Quesada, jefatura de Proyección Institucional.

Perfecto.

La presidenta Yanancy Noguera.

Gracias.

Esos serían sus temas, ¿verdad? Carlos.

El señor Carlos Quesada, jefatura de Proyección Institucional.

Correcto.

La presidenta Yanancy Noguera.

Okey. Muchísimas gracias.

Entonces yo esperaré la próxima semana estar tomando los acuerdos relativos a las modificaciones a los premios de la comunicación y en cuanto ustedes nos puedan hacer llegar el Manual de Diseño Gráfico o el nombre que le quieran poner, nosotros lo podemos también analizar y, en ese momento, aprobar como documento de referencia, de la misma manera en que estaríamos aprobando el documento de la estrategia de redes sociales.

El señor Carlos Quesada, jefatura de Proyección Institucional.

Listo, buenas noches.

La presidenta Yanancy Noguera.

Buenas noches.

5.4 Conocimiento y Aprobación de la Estrategia de Redes Sociales.

La señora Olga Vargas.

Okey. El otro tema que tenemos acá en agenda es el de conocimiento y aprobación de la Estrategia de Redes Sociales.

La idea con este documento era que ustedes pudieran revisarlo y aprovechar este espacio más bien para que me pudieran emitir su retroalimentación y así compartirla con el Departamento de Proyecciones Institucional, si tuvieran algunas modificaciones, observaciones o comentarios.

La presidenta Yanancy Noguera.

Gracias.

El documento se les compartió a los directores, hace casi un mes, no recibimos ningún comentario ni observación. No sé si hay alguna en este momento, porque si no, creo que podríamos estar listos para aprobarlo, Olga.

¿No hay ningún comentario?

La directora Laura González.

Yo lo único que quería señalar es, o sea, dentro de la propuesta, me parece bien, y vuelvo a ahondar en el hecho de que realmente se ponga pauta para aquellos temas importantes. Yo creo en el tema de generar ingresos. Es decir, algunas actividades que son cruciales para la misma Junta Directiva, se le debe poner pauta y eso no se ve.

Después, hay algunas fotografías que ya debería aplicarse lo que en algunas redacciones se hace, que es eliminarlas, quitarlas y no permitir, - y lo he señalado en varias oportunidades -, hay fotografías que se insiste y se insiste en utilizarlas. Una es una toma arriba de la finca. Yo creo que todo eso se debe valorar a la hora de que se hagan los posteos, o sea, llevar ahí cuantas veces se ha utilizado una imagen. ¿Por qué? Porque ya uno la diferencia. O sea, uno llega y ve y ya no quiere ni leer, porque es el mismo machote.

Y, en las actividades de Bienestar, - Como lo he señalado en varias oportunidades -, no hacemos nada con la foto de los señores sentados. Creo que tiene que haber una producción. Si tenemos productor audiovisual, que se haga un video con alguna reseña interesante del libro, alguna vivencia, algún testimonio que le dé realmente esa calidez a ese posteo. Pero sí, yo siento que le falta agilidad a la red y es que resulta paradójico siendo el COLPER, pero bueno, esas son observaciones que le haría yo a la propuesta.

Fuera de eso, lo demás considero que es lo más prudente, pero que realmente se aplique.

La presidenta Yanancy Noguera.

¿Geovanny?

El vicepresidente Geovanny Díaz.

Sí. Yo básicamente, reiterar la posición o lo que yo he mencionado en otras oportunidades, y es el tema - valga la redundancia - de lo oportunos que debemos ser a la hora de publicar en las redes sociales, ¿verdad? O sea, yo, con el contenido del documento y demás, estoy de acuerdo, Yo sí, nada más hago el llamado en el sentido de que el tiempo o el *timing* a la hora de publicar debe ser el adecuado y el adecuado no tiene, no debe ser 3 o 4 días después de una actividad, debe ser lo más inmediato posible, porque las redes sociales son eso, son inmediatez.

Y ya, esto es una valoración adicional, que ese tipo de cosas, de oportunidad, del tiempo de publicación de ser inmediatos y demás, no debe surgir a partir de una observación de la Junta Directiva; debe surgir de un tema proactivo del equipo de Proyección, porque finalmente son profesionales en Comunicación.

Entonces creo que más bien esto estaría de más, el que nosotros estemos haciendo señalamientos de manejo de comunicación en redes sociales, siendo que hay profesionales ahí en el equipo. Entonces, nada más hacer ese llamado de atención, pero por lo demás, estoy de acuerdo con el documento que nos hicieron llegar.

La presidenta Yanancy Noguera.

Gracias. Olga.

Yo no sé si tal vez entonces le pedimos a usted y al Área de Proyección. Me pareció considerar 3 elementos que sí no están incluidos dentro del documento:

1. Laura habla de calidez y hay una referencia, al uso de las personas, digamos, al hacer una gestión de redes sociales que se acercan a la gente. Entonces tal vez el uso de la palabra que Laura mencionó puede ser adecuada.

2. Luego Geovanny hizo mención, al tema de agilidad, que también sería importante que se incluyera.

El vicepresidente Geovanny Díaz.

Agilidad y oportunidad.

La presidenta Yanancy Noguera.

Exactamente agilidad y oportunidad.

3. Y el tercer elemento, si bien la propuesta habla de innovación en varias ocasiones, creo que sería interesante mencionar o agregar lo que Laura dijo, en cuanto a innovación en el uso del formato más adecuado para la pieza. Entonces, tal vez que se le pudieran incluir estos 3 elementos al manual y ya con eso, creo que podríamos, sin problema, aprobarlo cuando se incluyan.

La señora Olga Vargas.

Okey, entonces pido que lo que le incluyan esto y lo traemos nuevamente.

La directora Laura González.

Perdón, nada más para ahondar un poquito más en lo que dice Geovanny: nosotros como Colegio Profesional... O sea, hay un buen grupo de periodistas y nosotros sabemos lo que es la inmediatez, entonces hay situaciones en las cuales, ya el criterio de oportunidad, de actualidad se pierde. Si usted no hace una transmisión en ese momento, ya no tiene sentido hacerlo en la tarde o 3 días después o, por ejemplo, que uno pregunte por un video y está en producción. Entonces uno dice: "Pero ¿Cómo? ¿En Producción?, ¿Cuándo se va a pautar? y no hay justificación de decir de que no pueden, porque todo está debidamente... Hay un cronograma, entonces yo creo que ellos podrían preparar con tiempo, detallar cómo va a ser la producción de ese material. Pero sí creo que tiene que haber ese criterio de inmediatez, porque de lo contrario, seguimos en el mismo problema, de posteros muy atrasados.

La presidenta Yanancy Noguera.

Gracias.

Les quiero solicitar que cuando alguno quiera emitir la palabra, por favor, la solicite previamente.

Gracias, Olga.

¿Seguimos adelante?

5.5 Informe Proyección Institucional, mayo 2025.

Okey, tal vez como para ir avanzando un poquito rápido y no ser tan reiterativo con los materiales que ya ustedes pudieron revisar.

En el Informe de Proyección, aquí está un cuadro resumiendo los objetivos que están cuantificados en el PAO y la periodicidad de esos objetivos y qué se ha cumplido hasta la fecha o cuáles son de carácter mensual o bimensual que estamos en este momento tratando de medir.

- Por ejemplo, en lo que es la promoción de ingresos por concepto de alquileres. Esa es una meta que está planteada de manera bimestral y por lo menos en lo que fue el mes de mayo se está haciendo un refuerzo a la campaña de “50 veces más”, y también se hicieron publicaciones relacionadas con lo que es el proyecto o las opciones que se tienen para lo que se va a hacer con la finca, proyectado para la Asamblea del próximo mes.

- Tenemos otras acciones que son semanales, por ejemplo, lo que es la inclusión de material en Primera Plana, que se ha venido manejando en este mes de mayo, con 17 notas y 5 audiovisuales.

Se utilizó un tema que fue bastante difundido y con resultados positivos: Este fue la conmemoración del Día del periodista y la Penca, con el trabajo que se hizo en la Finca de Recreo con el grupo de estudiantes que estuvo por allá.

- Como ustedes saben, se hizo la producción y difusión del video con Rodolfo González y la guía docente que se circuló entre las diferentes universidades.

- Y, también de carácter bimestral, está todo lo que es la pauta en redes sociales, donde temas, que fueron prioritarios en Facebook, por ejemplo, fue el comunicado que se hizo relacionado con el caso de los dos periodistas de canal 7 que publicaron en sus redes el número telefónico del Presidente de la República, el tema de la libertad de prensa, que es clave para una democracia sana y robusta. Este fue uno de los que tuvieron más interacción en el Instagram. Y en LinkedIn, el tema que llamó más la atención fue: “Los riesgos que enfrentan los periodistas profesionales e independientes siguen vigentes” y, como les decía, interacción positiva con la celebración del Día del periodista.

	Objetivo	Indicador	A mayo 2025	Preiodicidad	Acción	
Gobernanza Institucional	Promover ingresos por alquileres	1 audiovisual publicitario que genere 5 contactos de clientes potenciales por bimestre	Cumplido: ene-feb y mar-abr	Bimestral	Refuerzo campaña "50 veces más" con <u>colegiada Lucía Cortés</u> Cierre ampliación campaña "¡Es momento de actuar! Nuestra finca. Nuestro espacio	
Posicionamiento y Alianzas	Inclusión de mayor contenido audiovisual en Primera Plana	Al menos 2 notas por semana (1 audiovisual y 1 escrita) en PP	Cumplido. Total de 65 con 23 audiovisuales (Promedios: 2,1 escritas y 1,15 audiovisuales por semana)	Semanal	17 notas (5 audiovisuales), de Primera Plana	
	Primera Plana	1 esfuerzo específico de difusión realizado para fomentar publicación en Primera Plana en públicos no colegiados y estudiantes de manera cuatrimestral	Cumplido: ene-abr	Cuatrimestral	Conmemoración Día del Periodista Costarricense y La Penca: - Producción y difusión video con Rodolfo González- Producción y circulación guía docente	
	Redes Sociales	1 contenido específico para cada red social de manera bimestral	Cumplido: ene-feb y mar-abr	Bimestral	Fiscalía del Colper llama al ejercicio del periodismo ético y constructivo	Facebook
					Campaña de vacunación contra la influenza	
					La Libertad d Prensa es Clave para una Democracia Sana y Robusta	Instagram
				Los riesgos que enfrentan los periodistas profesionales e independientes siguen vigentes	LinkedIn	
					Celebración Día del Periodista: Centro de Recreo	Interacción positiva

- Temas que están también de valoración mensual: Está relacionado con lo que es atracción de más colegiados lo que es la campaña: "Yo recomiendo al COLPER". Acá se hizo publicación, a través de la colegiada Yadira Ginesta. Entonces eso se estuvo posteando en redes sociales, y también se está con el lanzamiento de una campaña de reincorporación por referencia que se llama "Reincorpora y gana".

- Tenemos también para lo que es el área de retención de colegiados esfuerzos que se han hecho y que se están haciendo, porque esta campaña está vigente, que es la de "Reincorpora y gana". que mencioné anteriormente.

Objetivo	Indicador	A mayo 2025	Preiodicidad	Acción
Atracción	6 visitas a universidades al finalizar el año	Cumplidas las de marzo. Mayo en proceso	Anual	Visita estudiantes Periodismo a Centro de Recreo
	1 video por mes de "Yo Recomiendo"	Cumplido. Total de 5	Mensual	Campaña "Yo Recomiendo Colper" (Yadira Jinesta)
	Identificadores gráficos creados para cada profesión para el primer trimestre 2025	Cumplido	1er trimestre	Lanzamiento campaña reincorporación por referencia "Reincorporá y ganá"
	1 contenido que genere mínimo de 5 comentarios positivos cada mes en RS	Cumplido	Mensual	
Retención	1 campaña de reincorporación cada trimestre	Cumplidas ene-mar y abr-jun	Trimestral	Campaña reincorporación por referencia "Reincorporá y ganá"
	Al menos dos capacitaciones mensuales	Cumplido. Se llevan 11 (2,2 por mes)	Mensual	Actividad física "Mueve-T": Apoyo a feria dermatológica Fondo de Mutualidad

- Y algunas actividades que se hicieron durante el mes como fue una actividad física física: "Mueve -T", el apoyo a la feria dermatológica del Fondo de Mutualidad, que fue todo un éxito, y algunos otros eventos, como la "Conferencia de libertad de prensa, en entornos políticos convulsos", el foro de "Libertad de prensa y medios políticos de la Comisión del SINART", la "Jornada de donación de sangre", la "Jornada de vacunación contra la Influenza" y la "Jornada técnica sobre ciberseguridad", que estos se hicieron en alianza con diferentes organizaciones.

Eventos				
Actividad	Fecha	Expositor	Participantes	
			Presenciales	Virtuales
Conferencia "Libertad de Prensa en Entornos Políticos Convulsos"	2-may	Alianza con PROLEDI, IPLEX, Punto y Aparte, AFP y Embajada de Francia	31	
Foro Libertad de prensa y medios públicos de comisión SINART	12-may	Alianza con Asociación de Televisiones Educativas y Culturales Iberoamericanas	43	21
Jornada Donación de Sangre	9-may	Banco Nacional de Sangre y UCIMED	26	
Jornada de Vacunación contra Influenza	30-may	CCSS	70	
Jornada técnica sobre ciberseguridad	12-may	CFIA y Colegio de Abogados (as)		

- En lo que es, cómo han ido creciendo los seguidores en redes sociales, tenemos que, entre marzo, que es el primer mes que tenemos acá con el dato, habían 46.018 seguidores en las 7 plataformas y a mayo cerramos con 46.132 seguidores.

Comunidades digitales marzo - mayo 2025

Red social	Mar 25	Abr 25	May 25
Facebook	21.181	21.188	21.275
Instagram	2.212	2.225	2.263
Tik Tok	59	62	64
LinkedIn	522	558	602
X	19.031	18.993	18.865
YouTube	3.013	3.014	3.016
Canal WA	0	38	47
Total:	46.018	46.078	46.132

- Pauta en redes sociales, que mencionaba ahora doña Laura también, que es importante tener en cuenta estos recursos para poder aprovechar en ciertos posteos. Para lo que es el presupuesto del primer semestre del 2025, se estaba contando con ₡377.211.00 (trescientos setenta y siete mil doscientos once colones), de los cuales se han utilizado ₡185.372 (ciento ochenta y cinco mil trescientos setenta y dos) lo cual quiere decir que quedan ₡191.839 (ciento noventa y un mil ochocientos treinta y nueve colones) que se podrían aprovechar en estos posteos, que son importantes para promover al Colegio y para generar la colocación de alquileres también.

Inversión de presupuesto de pauta en redes sociales enero - mayo 2025



TEMA	PRESUPUESTO EN JUN	Inversión realizada	Disponible	Observaciones
Realizar y publicar al menos 1 material publicitario audiovisual que genere 5 contactos de clientes potenciales por bimestre	€102 000,00	€57 351,00	€34 649,00	Vídeo En-Feb. se pautó 8503 logrando el objetivo de 5 contactos. Monto correspondiente a vídeo marz-abril se decidió dividirlo para apoyar vídeo de pauta 50 veces más: (€16.895 en vídeo Salón Carlos Mora marz-abril y en may se pautó vídeo 50 veces). De disponible se invirtió €7.389 en vídeo Lucía Cortés script Mercadeo y €16.382 en vídeo Lucía Cortés script Auxiliadora
Esfuerzos para obtener mayor participación de personas comunicadoras no colegiadas y estudiantes universitarios en Primera Plana	€17 000,00	€0,00	€17 000,00	Se pautará en junio
Creación y difusión de contenido específico para cada red social según su naturaleza y características	€51 000,00	€26 759,00	€24 241,00	Ante cumplimiento orgánico de indicador se invirtió disponible en publicaciones, reincorporación o alquileres. Se pautó €9.997 en vídeo de La Penca Rodolfo González y €16.762 en arte Lucía Cortés 50 veces más.
Reactivación de la campaña "Yo Recomiendo Colper"	€102 000,00	€59 458,00	€42 542,00	En enero y en febrero no se pautó porque forma de pago no estaba disponible. El 5 de marzo se pautó €8497 (Candy Araya), 19 de marzo €16.392 (Karen Dondj), el 7 de abril Sebastián €16.387 y Yadra Jnesta 20 de mayo €16.382). El monto disponible se utilizará en junio para pautar los vídeos de enero y febrero
Creación y publicación de al menos 1 contenido que genere un mínimo de 5 comentarios positivos cada mes en alguna de las redes	€71 211,30	€0,00	€71 211,30	Se ha logrado cumplir indicador de manera orgánica por lo que se reserva para generar promoción en premios de la comunicación 2025 como "estudiante"
Creación y publicación de 1 campaña de reincorporación cada trimestre	€34 000,00	€31 904,00	€2 196,00	Se pautó campaña ene-marz €16.899 y en abril jun. se relanzó campaña "Reincorpora y gana" con €14.906 tenemos un disponible de €2.196 para arte estación durante el mes de jun.

€377.211,90 €185.372,00 €191.839,90

- Y estas son algunas de las actividades que están programadas o tentativas para lo que son los meses de junio y julio, algunas en coordinación con otras organizaciones y otras, como producto del trabajo directo del Colegio, pero por acá está eso ya indicado.

De hecho, a ustedes se les está compartiendo también o se les está dando el acceso a la carpeta compartida donde están estas actividades, para que puedan ir dándole seguimiento a lo que está programado para los próximos días.

Básicamente, eso sería, con respecto al informe de Proyección Institucional.

La presidenta Yanancy Noguera.

Gracias, Olga.

De mi parte, el trabajo fue bastante dinámico en el mes de mayo y solamente mencionar que yo llené el formulario para una capacitación que estamos sugiriendo, desde la Comisión de Capacitación y adicionalmente, envié alguna información de todo el plan, la propuesta y las fechas y no lo vi en el calendario, para que nada más lo puedan ustedes valorar.

Laura y luego Auxiliadora.

La directora Laura González.

Gracias, doña Olga. Dos puntos:

1. Yo mandé una serie de observaciones para la página Web, en las cuales nosotros no tenemos más información de la página en sí. O sea, no tenemos estadísticas de qué genera tráfico, en qué momentos, no tenemos detalles ni de la bolsa de empleo y creo que eso se debe retomar.
2. Y lo otro es, considerando este informe, que tiene fechas bimensuales o al mes de junio, yo le había planteado a usted una propuesta de una plantilla, de manera que todas las Áreas o las Jefaturas presentaran un informe. No sé si eso estará por implementarse, pero sí sería importante esos dos elementos. Como le dije, la propuesta que hice para la página Web, que se tiene que hilar con todos los resultados de redes sociales y no lo veo. Y como le decía, la plantilla que sí considero vital para un proceso de control interno.

La señora Olga Vargas.

Sí, Muchas gracias.

Ya me anoté lo de la página Web para darle seguimiento con las personas correspondientes y poder incluir también esto en el informe, que se presente.

Y con respecto a la plantilla que usted nos compartió, la idea mía es, para la próxima semana, poderles presentar a ustedes varias de las tareas que me han asignado y que estoy trabajando para que ya ustedes las conozcan y puedan también hacer las aprobaciones ...

La presidenta Yanancy Noguera.

Perdimos la conexión de Olga.

La señora Olga Vargas.

Ahora, sí. No sé dónde quedé cortada en los comentarios que estaba haciendo.

La presidenta Yanancy Noguera.

Que usted nos va a presentar en las próximas semanas un estatus de actualización y que incluyó entonces el elemento que solicitó Laura.

La señora Olga Vargas.

Exacto, exacto. Para que ya ustedes puedan ver esas tareas que me han asignado y poder tomar los acuerdos que correspondan.

La presidenta Yanancy Noguera.

¿Auxiliadora?

La directora Auxiliadora Zúñiga.

Sí. Gracias, doña Olga. Tengo una consulta:

La campaña “Reincorpora y ganá”, por lo menos en el primer año no tuvo ningún resultado, y eso así nos lo dio a conocer la anterior directora.

Entonces, ¿Qué es lo nuevo que se está haciendo en esta oportunidad, para tener los resultados que buscamos? porque si hacemos esfuerzos en este tipo de campañas y estamos haciendo lo mismo que ya supimos, que no nos dio resultado, yo creo que es una lástima, porque son esfuerzos que, al fin y al cabo, se invierte.

Una de las debilidades que tenía la propuesta es que yo no sé quién no está incorporado. Yo no tengo una base para saber y recomendar. “Ah, mirá, este es un amigo mío, lo voy a llamar”. Es decir, es imposible. ¿Cómo voy yo a recomendar a una persona que no sé quiénes son? Entonces eso, yo creo que sería bueno que lo puedan analizar y ver si es posible.

En su momento, por lo menos la colaboradora dijo que era imposible poder dar a conocer quienes no estaban reincorporados o tener una base. Entonces, ¿De dónde van a sacar los colegiados las recomendaciones, o sea los nombres para poder recomendar? como que no tiene lógica, entonces poner un programa a andar que no tiene futuro, yo pienso que sólo por llenar un check, eso es una falta, digamos, en lo que se llama un gobierno corporativo, donde busquemos cosas que impacten, que sean eficientes.

Este programa, el año pasado, por lo menos cuando se implementó, no dio ningún resultado.

La señora Olga Vargas.

Okey, voy a dejármelo por acá, porque yo desconozco la campaña que se hizo el año pasado, pero para poder pedir la retroalimentación respectiva.

La directora Auxiliadora Zúñiga.

Exacto. Gracias.

5.6 Informe Centro de Recreo, mayo 2025.

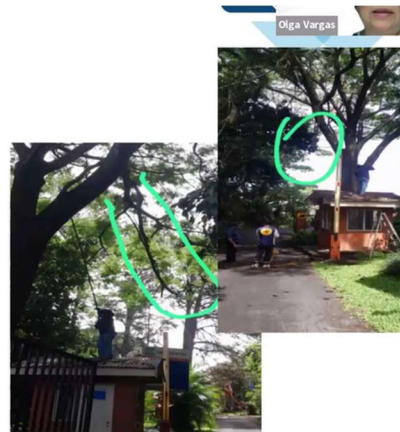
- Bueno, vamos con el Informe del Centro de Recreo que también, tampoco quiero ser reiterativa con el informe que ustedes tienen. Obviamente, este don Norberto le da seguimiento al tema de las mejoras en las zonas verdes, al tema de las hormigas. También han estado haciendo mantenimiento al Centro, eliminando algunas ramas que son peligrosas, sobre todo en el área del parqueo, pintando algunas paredes del rancho para que se vea este más bonito.

- Con el tema de los rótulos, están cotizando para poder hacer la impresión que corresponde y la colocación de estos.

- Tal vez aquí un tema importante para que ustedes también tomen en consideración y analizarlo un poquito es el relacionado con la patente del Centro de Recreo, porque don Norberto, había solicitado alguna información, pero sí es importante aquí, creo que tener claridad en cuál es el interés del Colegio con respecto a esta soda. Si la idea es ... O más bien, les comento un poquito:

2. Mantenimiento Edificación

- Se recortaron algunas ramas peligrosas de ahí lo importante saber que tipos de pólizas tenemos en el Centro de Recreo
- Mejoras en el pasillo de la entrada a la zona de parqueo y en el área de Ranchos para darle otro matiz y faltan mas cosas
- Se inició mantenimiento al Rancho Grande con pintura general



Cuando se va a sacar la patente comercial, la patente tiene que estar ligada ... a nombre de quién sale la patente, tiene que estar ligado a la persona, ya sea física o jurídica, que va a explotar la actividad comercial. Entonces, digamos la patente se va a sacar a nombre del Colegio directamente, aquí, la figura que correspondería más bien es como un alquiler de esa soda a alguien que quiera desarrollar la actividad.

Es más bien que el Colegio contrate a alguien para que pueda desarrollar esa actividad y sea como parte de la planilla del Colegio, porque si el interés es alquilarlo, esa patente tiene que estar a nombre de quien va a desarrollar la actividad lucrativa, porque, a nombre de esa misma persona tienen que estar los permisos de funcionamiento. Ella tiene que estar inscrita en Hacienda, tiene que estar con la Caja del Seguro Social, la póliza de riesgo del trabajo y demás requisitos que se piden para que el negocio sea

formal. Entonces creo que sí es importante como definir, o tener claridad en qué es lo que el Colegio quiere directamente. Si alquilarlo para que esa persona explote la soda o, hacer los trámites a nombre del Colegio y poder tener a alguien que sería parte de la planilla del Colegio para que pueda trabajar esta soda.

- Después, con clases de natación que no han vuelto a realizarse, los ingresos que los vamos a ver un poquito más adelante. La medición del agua que tanto en niveles de cloro como en ph se encuentran estables y óptimos.

- Y en lo que es la asistencia al colegio durante el mes de mayo, tenemos que se generaron ₡418.100,00 (cuatrocientos dieciocho mil cien colones) por entradas, que esto significa un 35% de lo que se generó en el mes de abril, que fue ₡1.180.600,00 (un millón ciento ochenta mil seiscientos colones) Bueno, tomando en cuenta que en abril hubo el tiempo de descanso en Semana Santa, que esto tal vez generó que hubiera mayor visitación a la finca.

7. Asistencia de la semana

ASISTENCIA EN EL MES DE MAYO 2025						
FECHA	CANTIDAD DE COLEGIADOS	INVITADOS	INVITADOS QUE PAGAN	SIMPE	TARJETA	TOTAL
Del 29 Abr al 4 May	21	10	90	₡22 600,00	₡231 650,00	₡254 250,00
del 6 al 11 May 2025	14	0	8	₡0,00	₡22 600,00	₡22 600,00
Del 13 al 18 May	6	5	15	₡0,00	₡42 375,00	₡42 375,00
Del 20 al 24 May	9	18	27	₡5 650,00	₡70 625,00	₡76 275,00
Del 27 May al 1 Jun	5	11	7	₡5 650,00	₡16 950,00	₡22 600,00
	TOTAL					₡418 100,00

Y ese sería entonces el informe de la Finca de Recreo.

La presidenta Yanancy Noguera.

Gracias.

Una pregunta: ¿El informe lo conoció antes la Comisión de la Finca?

La señora Olga Vargas.

Sinceramente no sé si doña Auxiliadora lo conocía antes, porque me llegó directamente a mí por parte de Norberto.

La presidenta Yanancy Noguera.

Okey. No, es que tal vez ahí, retomando lo que hablamos la vez pasada, tal vez el paso podría ser primero remitirlo a la Comisión de la Finca, para que, si la Comisión tiene que resolver algo, por ejemplo, el tema de lo que usted nos está comentando sobre o plantear alguna cosa. Por ejemplo, lo de la patente de la soda, es mejor, porque ya viene con un análisis de la Comisión. Es un planteamiento mío.

¿Auxiliadora?

La directora Auxiliadora Zúñiga.

Solamente para aclarar: La Comisión de Finca solicitó a don Norberto, que nos diera toda la información sobre patente y póliza. Y la información que él nos dio, es que teníamos que sacarla nosotros.

No hay ningún interés en contratar personal para que asuma la finca. Queremos un proveedor de servicios, una persona que diga: "Yo estoy dispuesto a vender". Vamos a llegar a un acuerdo de servicios, porque el Colegio no puede asumir un nuevo colaborador.

En lo que estamos en estos momentos pendientes es que el 16 de junio se vence el plazo para que las personas interesadas presenten sus servicios o su interés a Proveeduría y sobre eso entonces ya tomar una decisión de si hay interés, si vemos que no hay interés, entonces ni modo ya desistimos, pero ese es el proceso en que estamos en este momento.

La presidenta Yanancy Noguera.

Gracias.

Olga, adelante.

5.7 Informe Mercadeo, mayo 2025.

Seguimos con el informe de Mercadeo.

- Para lo que fue el mes de mayo, se generaron 48 contactos en total, de los cuales 14 fueron negativos, 22 están en proceso y 12 contactos lograron finalizar la negociación del alquiler.

- En el caso de contactos, a través de empresa, nos indica don Javier, que ya acá hay 3 asociaciones que están dentro del programa de membresías que se ha venido trabajando.

Okey. Esto es lo mismo que les acabo de comentar, pero en gráfico.

- En lo que es la distribución del alquiler, de acuerdo a la instalación, tenemos que la instalación que más se alquila es el rancho grande, seguido por el centro de formación profesional.

En lo que son estos primeros 5 meses del año, llevamos en total 69 alquileres realizados y esto significa también para el mes de mayo, ₡851.596,00 (ochocientos cincuenta y un mil quinientos noventa y seis colones), casi que el doble de lo que se generó por alquileres en abril y en estos 5 primeros meses, ₡4.945.577 (cuatro millones novecientos cuarenta y cinco mil quinientos setenta y siete colones), siendo el rancho grande, la instalación más alquilada por las personas que necesitan este tipo de instalaciones.



COLEGIO DE PERIODISTAS
Y PROFESIONALES EN CIENCIA
DE LA COMUNICACIÓN
COLECTIVA DE COSTA RICA

Resultados

02

Alquiler por instalación

Alquiler mensual según instalación

	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	Total
Auditorio	1	0	3	0	1								5
Salón Multiusos	2	1	0	0	1								4
Estudio	0	1	0	1	0								2
Rancho Grande	10	9	10	6	7								42
CFP	1	4	3	1	3								12
Cuatri Rancho	0	1	3	0	0								4
Total	14	16	19	8	12								69

Actividades que se han realizado por parte de Mercadeo:

- La continuación de la promoción, “50 veces más cerca”, que se amplió todavía para este mes de junio.
- Las publicaciones que se hicieron con la colegiada Lucía Cortés, generó bastante interés. Al final se realizaron 12 consultas y 2 de ellas se cerraron en el alquiler del centro de formación y las otras 2 están en proceso de evaluación
- El mes marca un incremento en la cantidad de instalaciones alquiladas con respecto a abril, que es lo que mencionábamos anteriormente y el monto también en colones, es más alto y se está iniciando con el *Programa de Membresías*, dirigido a empresas y a asociaciones y parte de él, son las 3 asociaciones que mencionábamos en el cuadro anterior.
- Y acá está la lista de los contactos que se realizaron durante este mes, tanto en lo que son empresas como lo que son través del e-marketing con zonas francas y con el programa de “50 veces más cerca”.

Acá está todo el detalle de los lugares, las empresas, teléfono y correo electrónico de estas empresas.

- Aquí, el comparativo entre lo que fue mayo del 2024 y mayo del 2025. Para lo que es un total de:

- 4 alquileres en el 2024 contra 12 alquileres en el 2025 y en lo que es el aporte en colones, en mayo, 2024 se generaron ₡281.058 (doscientos ochenta y un mil cincuenta y ocho colones) en total, mientras que en mayo de 2025 se están generando ₡851.596 (ochocientos cincuenta y un mil quinientos noventa y seis colones)



Y este sería entonces el informe de Mercadeo.

La presidenta Yanancy Noguera.

Gracias.

No sé si ustedes coinciden conmigo, pero yo creo que los esfuerzos que se han venido haciendo para tratar de incentivar el alquiler del Centro de Recreo y también de las instalaciones del Colegio, son una buena evidencia de que se hace el esfuerzo, pero que aun así, los ingresos no son suficientes como para que, por esa vía tengamos alternativas distintas para el Centro de Recreo y lo que nos sigue insistiendo en la necesidad de las decisiones que tenemos que tomar en la Asamblea del próximo 8 de julio. Es decir, a los colegiados, creo que claramente les podemos decir que los esfuerzos que se hacen para generar otros ingresos en estos campos son suficientemente sólidos como para poder decir que probablemente no vamos a lograr pasar de esto, salvo que se sostenga, digamos de una manera tan activa, podría haber

algunos incrementos, pero no creo que los suficientes como para compensar los gastos que tenemos que generar.

Auxiliadora y luego Laura.

La directora Auxiliadora Zúñiga.

Doña Olga. Gracias y decirle que realmente hay que reconocer el trabajo de don Javier. Don Javier ha trabajado muy de la mano de nosotros, de la Comisión. Hemos hecho propuestas. Él inclusive, se ha desplazado al Centro de Recreo con personas interesadas en ver la finca. Igual, ha acompañado a colegas cuando tienen que grabar un vídeo y eso hay que reconocerlo.

Lo que yo sí quisiera este hacer una excitativa, doña Olga, es que Proyección nos ayude porque digamos, por ejemplo, desde el 14 de mayo establecimos el Plan de Membresías, hacer un arte para compartirle a don Norberto, y no hemos tenido todavía ese arte de membresías, porque son como los planes donde las empresas podrían estar interesadas en firmar el convenio

y lo otro, también comunicamos la necesidad de cambiar los artes de la campaña, y ya vamos por junio y no se han cambiado. Se amplió la campaña y pues, había que cambiar los artes, y estamos pendientes de eso. Yo creo que ahí debe de coincidir la propuesta y la acción, porque si no nada hacemos la Comisión con proponer cosas si no se ejecutan. Y ya cuando terminó el mes, ya terminó la campaña. ¿Entonces, para qué vamos a hacer el arte?

La presidenta Yanancy Noguera.

Gracias.

¿Laura?

La directora Laura González.

Sí, doña Olga, dos cosas:

- Lo de la entrada, bueno, el rótulo, creo que eso tiene meses de estar ahí pendiente. Yo creo que se debe solucionar lo más pronto posible, considerando las presentaciones o propuestas que se hacen.

- Lo otro, quisiera nada más decirle para que lo revisen: Una colegiala tuvo una actividad en el mes de mayo y me dijo que no le pudieron colocar el brazalete porque no había. Entonces quisiera que se hiciera la revisión, porque si hay un faltante, proceder a la compra, pero sí es importante llevar ese control.

La señora Olga Vargas.

Okey, gracias.

La presidenta Yanancy Noguera.

Listo.

5.8 Invitación del MTTS para que el Colper firme el "Convenio de Cooperación Interinstitucional para la Formalización de una **Unidad de Empleo en el Marco del Sistema Nacional de Empleo.**

La señora Olga Vargas.

Y me queda el último tema que también voy a hacerlo rápidamente.

Este fue un correo electrónico que llegó dirigido a mí, pero me parece que es importante que ustedes lo conozcan para poder dar respuesta a esta invitación.

El Ministerio de Trabajo está creando una red de unidades de empleo denominada **RUE**, a través de la firma del “Convenio Interinstitucional de Cooperación para la Formación de este tipo de unidades en el Marco del Sistema Nacional de Empleo”. Entonces ellos, con este Convenio, lo que quieren es fortalecer y mejorar el sistema nacional de empleo, como parte de los esfuerzos que el Gobierno está realizando y la oferta de servicios de empleo que se brindan a través de la Agencia Nacional de Empleo (ANE).

Entonces, la intención del Ministerio de Trabajo es que el Colegio valore la posibilidad de firmar este convenio interinstitucional. Ellos, dentro del documento, venía adjunto el borrador del posible convenio. Pero aquí lo importante es que, junto con el Convenio, la institución que lo firme tiene que cumplir varios requisitos, como, por ejemplo, los que están acá mencionados:

- Hay requisitos legales, que es la firma del Convenio.
- Hay requisitos de infraestructura tecnológica.

Entonces, en este caso, el Colegio tendría que contar con todas las condiciones de conexión a Internet, tendría que contar con todo el equipo de cómputo para poder prestar estos servicios y con todas las licencias de Software que se requieren.

También el Colegio tendría que contar con todo el recurso humano y la organización de este recurso para poder brindar el servicio. Y, adicionalmente suministrar los recursos financieros para poder cumplir con los compromisos que se estén adquiriendo con la firma de este Convenio.

También, debe aportar todo lo que es el tema de infraestructura, con las instalaciones físicas adecuadas y con las características y condiciones que se requieren y

comprometerse a utilizar toda la imagen gráfica que están definidas por la Agencia Nacional de Empleo.

Entonces, al final de cuentas, si se decidiera firmar este Convenio, hay que asumir todos estos requisitos, que por lo menos la recomendación que yo haría en este caso es:

“Agradecer la invitación, pero si estamos en una condición donde más bien se están tratando de controlar y contener los gastos, esto podría generar gastos o inversiones que el Colegio no tiene presupuestadas en este momento”.

La presidenta Yanancy Noguera.

Gracias Olga. Entonces la recomendación que usted nos hace es no avalar la propuesta. Me parece muy interesante, pero pareciera que los beneficios de corto plazo, no se compensan con la inversión.

Muy bien. Gracias. Entonces creo que podría usted proceder con la respuesta al Ministerio de trabajo.

Estaríamos con sus temas, ¿verdad? Olga.

La señora Olga Vargas.

Ajá, estaríamos con ellos.

La presidenta Yanancy Noguera.

Muy bien. Muchísimas gracias.

CAPÍTULO 6) TEMAS DE COLEGIADOS:

La presidenta Yanancy Noguera.

Pasamos entonces a los temas de los colegiados.

Tenemos un total de 3 incorporaciones, un cambio de grado. Tenemos 2 reincorporaciones y 3 retiros.

La información se nos remitió y, sobre todo, el análisis respectivo fue hecho por la Administración.

Voy a proceder igual lectura completa y después de eso pido los votos y cualquier observación puntual que haya de alguno de ustedes respecto a alguno de los temas, pues simplemente lo señala a la hora de votar.

6.1 Incorporación:

- La primera incorporación es la de Tatiana Steele Pérez, cédula 1-1352-0379. Ella es Licenciatura en Periodismo con énfasis en Periodismo Social.

ACUERDO UNÁNIME JD-13-25-25

Se acuerda aprobar la incorporación de Tatiana Steele Pérez, cédula 1-1352-0379, egresada de Bachiller en Periodismo y Licenciado en Periodismo con Énfasis en Periodismo Social. Acuerdo firme.

- Jorge Luis Quesada Villalobos, cédula 1-1464-0745. Él es Licenciado en Administración con énfasis en Publicidad y Comunicación Gráfica.

ACUERDO UNÁNIME JD-14-25-25

Se acuerda aprobar la incorporación de Jorge Luis Quesada Villalobos, cédula 1-1464-0745, egresado Licenciatura en Administración con énfasis en Publicidad y Comunicación Gráfica. Acuerdo firme.

- Marcos Sánchez Murillo, cédula 1-1018-0425. Él es Bachiller en Diseño Publicitario.

ACUERDO UNÁNIME JD-15-25-25

Se acuerda aprobar la incorporación de Marcos Sánchez Murillo, cédula 1-1018-0425, egresado de Bachillerato en Diseño Publicitario Acuerdo firme.

6.2 Cambio de Grado

- El cambio de grado es para Federico Villegas Cordero, cédula 4-0163-056. Él es Bachiller en Periodismo y pasa a Licenciado en Comunicación de Mercadeo.

ACUERDO UNÁNIME JD-16-25-25

Se acuerda aprobar el cambio de grado solicitado por Federico Villegas Cordero, cédula 4-0163-0561, de Bachiller en Periodismo a Licenciado en Comunicación de Mercadeo.

6.3 Reincorporaciones

- La primera reincorporación es de José Miguel Duarte Solís, cédula 1-1182-0507. Él es Bachiller en Periodismo y Licenciado en Periodismo con énfasis en Periodismo Social.

ACUERDO UNÁNIME JD-17-25-25

Se acuerda aprobar la reincorporación de José Miguel Duarte Solís, cédula 1-1182-0507, en calidad de Bachiller en Periodismo y Licenciado en Periodismo con énfasis en Periodismo Social. Acuerdo firme.

- La segunda reincorporación es de Miriam Ivannia Varela Quirós, cédula 1-0782-0413. Ella es Bachiller en Ciencias de la Comunicación Colectiva.

ACUERDO UNÁNIME JD-18-25-25

Se acuerda aprobar la reincorporación de Miriam Ivannia Varela Quirós, cédula 1-0782-0413, en calidad de Bachiller en Ciencias de la Comunicación Colectiva. Acuerdo firme.

6.4 Retiros:

- De los retiros, el primero es de Alison Rebeca Reyes Luna, cédula 2-0831-0401

ACUERDO UNÁNIME JD-19-25-25

Se acuerda aprobar el retiro de Alison Rebeca Reyes Luna, cédula, 2-0831-0401. Acuerdo firme.

- Heilyn Monge Arias, cédula 1-1405-0733

ACUERDO UNÁNIME JD-20-25-25

Se acuerda aprobar el retiro de Heilyn Monge Arias, cédula, 1-1405-0733. Acuerdo firme.

- Roxana Molina Rodriguez, cédula 2-0676-0688

ACUERDO UNÁNIME JD-21-25-25

Se acuerda aprobar el retiro de Roxana Molina Rodriguez, cédula, 2-0676-0688. Acuerdo firme.

Vamos con la votación.

La presidenta Yanancy Noguera: **De acuerdo.**
El vicepresidente Geovanny Díaz: **De acuerdo.**
El tesorero Dilmar Corella: **De acuerdo.**
La secretaria Adriana Víquez: **De acuerdo.**
La vocal I Auxiliadora Zúñiga: **De acuerdo.**
El vocal II Juan Ramón Rojas: **De acuerdo.**
La vocal III Laura González: **De acuerdo.**

La presidenta Yanancy Noguera.

Y, ahora les pido de que, por favor, votemos, para dejar en firme esos acuerdos.

La presidenta Yanancy Noguera: **De acuerdo.**

El vicepresidente Geovanny Díaz: **De acuerdo.**

El tesorero Dilmar Corella: **De acuerdo.**

La secretaria Adriana Víquez: **De acuerdo.**

La vocal I Auxiliadora Zúñiga: **De acuerdo.**

El vocal II Juan Ramón Rojas: **De acuerdo.**

La vocal III Laura González: **De acuerdo.**

CAPÍTULO 7) TEMAS DE DIRECTORES

Gracias.

Pasamos ahora a los temas de directores.

El primer tema viene de parte del Club de Lectura, y lo va a presentar María Isabel.

La fiscal suplente María Isabel Solís Ramírez

Muy buenas noches. Lo que queríamos hacer como Club de Lectura es, hacer la petición a la Junta Directiva para que se nos autorice desde el 19 hasta el 27 de julio del 2025, participar en la Feria internacional del Libro de Costa Rica. Esta se va a realizar en el Centro Nacional de Convenciones de Costa Rica, en Belén de Heredia y la idea es participar acá le da posicionamiento al COLPER y es un servicio directo a la persona agremiada. Esto se realiza en asocio con la Cámara costarricense del libro y los escritores agremiados al COLPER.

La idea es contratar el stand equipado más barato, que es de 2 X 2 m² y que tiene un costo de ₡471.000,00 (cuatrocientos setenta y un mil colones). El objetivo de participar en la actividad es promocionar la lectura de los libros escritos por colegas. Hasta el momento, nosotros hemos hecho la campañita dentro de los colegas y hay al menos 7 que ya están interesados en participar.

Entonces, la idea es someter a la Junta Directiva esta posibilidad, que nos parece que es de *proyección al gremio* y que tendría un gran impacto para los colegas comunicadores que se han dedicado a escribir libros y a promocionarlos de diferentes maneras.

Para los colegiados, esta es una opción muy buena, es una manera de poner en vitrina sus libros y entonces quisiéramos someterlo a la Junta Directiva, para que apruebe esa participación, que sería del 19 al 27 de julio.

La presidenta Yanancy Noguera.

Muchas gracias, María. Isabel.

Entonces, considerando que el Colegio de Periodistas y Profesionales en Comunicación de Costa Rica tiene entre sus fines, “Promover el desarrollo profesional, la divulgación del conocimiento y la proyección de sus miembros ante la sociedad costarricense” y siendo que la Feria internacional del libro es un espacio cultural de relevancia nacional reconocido por reunir a profesionales, editoriales, medios, instituciones y público en general, en torno a la literatura, el periodismo, la comunicación y la cultura, que la participación del Colegio en dicha feria permitirá ofrecer un espacio para que distintas personas colegiadas den a conocer y promuevan sus publicaciones, proyectos editoriales, investigaciones o emprendimientos profesionales vinculados con la comunicación y que la contratación de un stand institucional facilitará la visibilidad del Colegio, como entidad promotora de la producción intelectual de sus agremiados y fomentará la interacción con el público general, universidades, medios y organizaciones afines, les propongo el siguiente acuerdo:

“Autorizar la contratación de un stand institucional del Colegio de Periodistas y Profesionales en Comunicación de Costa Rica en la próxima edición de la Feria del libro, por un monto de hasta ₡471.000.00 (cuatrocientos setenta y un mil colones) y designar a la Dirección Ejecutiva, para que realice las gestiones administrativas y contractuales necesarias para concretar dicha participación. Establecer que dicho espacio será destinado a promover la participación de personas colegiadas interesadas en exponer y difundir sus obras, publicaciones, investigaciones o proyectos profesionales vinculados al ámbito de la comunicación. Encargar al Club de Lectura, la coordinación del uso del espacio, así como la elaboración de un cronograma de participación de las personas colegiadas y difundir oportunamente esta iniciativa entre la comunidad colegiada e invitar a las personas interesadas a postular su participación”.

Les pediría entonces que votemos, en torno a este acuerdo.

La presidenta Yanancy Noguera: **De acuerdo.**

El vicepresidente Geovanny Díaz: **De acuerdo.**

El tesorero Dilmar Corella: **De acuerdo.**

La secretaria Adriana Víquez: **De acuerdo.**

La vocal I Auxiliadora Zúñiga: **De acuerdo.**

El vocal II Juan Ramón Rojas: **De acuerdo.**

La vocal III Laura González: **De acuerdo.**

ACUERDO UNÁNIME JD-22-25-25

Se acuerda autorizar la contratación de un stand institucional del Colegio de Periodistas y Profesionales en Comunicación de Costa Rica para la próxima edición de la Feria del Libro, por un monto de hasta cuatrocientos setenta y un mil colones (₡471.000,00).

Se designa a la Dirección Ejecutiva para que lleve a cabo las gestiones administrativas y contractuales necesarias para concretar dicha participación.

Se establece que este espacio estará destinado a promover la participación de personas colegiadas interesadas en exponer y difundir sus obras, publicaciones, investigaciones o proyectos profesionales vinculados con el ámbito de la comunicación.

Se encarga al Club de Lectura la coordinación del uso del espacio, así como la elaboración de un cronograma de participación colegiada.

Se acuerda difundir oportunamente esta iniciativa entre la comunidad colegiada e invitar a las personas interesadas a postular su participación.

Acuerdo firme.

La presidenta Yanancy Noguera.

Muy bien. Muchísimas gracias.

Entonces, vamos adelante con este proyecto.

El segundo tema es básicamente para que dejemos constancia del hecho de que nuestro Recurso de amparo, que habíamos presentado el 13 de setiembre del año pasado y que tuvo curso el 17 de setiembre del año pasado, con el expediente número 240255450007-CO, que fue planteado contra el Presidente Rodrigo Chávez Robles, Presidente de la República contra Arnold Zamora, Ministro de Comunicación y Enlace, contra Mauricio Batalla Ottawa, la Ministro de Obras Públicas y Transportes en ese momento y director encargado de la Unidad de Protección Presidencial, en ese momento, a favor de los periodistas Héctor Guzmán Suárez, David Chavarría, Hernández y David Bolaños Acuña, fue resuelto a favor.

Fue una gran noticia porque el recurso denunció que los continuos ataques, insultos, maltratos, coerción de personal de seguridad, así como el impedimento de preguntar y repreguntar, entre otros, son formas de autocensura y causan temor de parte de los periodistas, en el desempeño de su trabajo.

A raíz de este recurso, emitimos el pronunciamiento que *no debe permitirse la censura hacia periodistas*, el pasado 4 de junio, el mismo día que fue resuelto el recurso, y entonces le pediría a Marilyn que, por favor, dejemos consignado el texto completo del pronunciamiento y, en su momento, cuando tengamos EL POR TANTO, del recurso, también lo deberíamos dejar consignado en esa sesión de Junta Directiva. Ese sería un tema adicional.

Comunicado Junta Directiva

4 de junio de 2025

No debe permitirse la censura hacia periodistas

La Sala Constitucional confirmó que la Presidencia de la República violó la libertad de prensa luego de que el Colegio de Periodistas y Profesionales en Ciencias de la Comunicación Colectiva de Costa Rica (Colper) sometió a su conocimiento un recurso ante un evidente acoso y coacción a periodistas.

La Junta Directiva del Colper enérgicamente dice: ¡No debe haber ninguna forma de censura hacia periodistas en Costa Rica!

Los hechos recurridos acontecieron en julio y setiembre de 2024 y, cómo queda demostrado, se constituyeron en censura e intimidación hacia periodistas. El Colper tiene una obligación de velar por el ejercicio pleno del periodismo en Costa Rica y las situaciones señaladas, lamentablemente, no son únicas, todo lo contrario, son reiterativas.

Este fallo constitucional del día de hoy es esencial para la libertad de prensa, la libertad de expresión y la protección de la democracia.

No es extraño que entre la prensa y los funcionarios públicos se presenten diferencias y tensiones, sin embargo, las situaciones que han enfrentado y enfrentan algunos periodistas en Casa Presidencial durante la llamada conferencia de prensa de los miércoles no son hechos aislados y constituyen continuas violaciones a la libertad de prensa.

Impedir que periodistas hagan preguntas o repreguntas, silenciar el micrófono, rodear a las personas en evidente señal de intimidación, golpear la mesa, callar e interrumpir, explícitamente decir "no, no, a (nombre del medio o periodista) no", y hacer listados de preguntas dónde los medios independientes suelen estar en las últimas posiciones, no es aceptable.

La Junta Directiva del Colegio de Periodistas y Profesionales en Ciencias de la Comunicación Colectiva de Costa Rica ha emitido más de 25 pronunciamientos, 3 denuncias internacionales formales y múltiples manifestaciones en reuniones y conferencias por la reiterada violación a la libertad de prensa. No podemos tolerar la intimidación desde las posiciones de poder porque esto constituye una forma explícita de censura y autocensura, y es tan o más peligroso que silenciar periodistas y cerrar medios.

El otro tema es para seguir trabajando en línea a la Semana de la Comunicación, hemos acordado la designación de dos mujeres destacadas del gremio que consideramos que pueden y deben ser destacadas durante la Semana de la Comunicación, como parte de este reconocimiento que el Colegio hace de manera anual.

La primera mujer destacada para el año 2025 es Lucía Cortés Cantillo, colegiada No. 746.

Y la segunda mujer destacada es Marcela Angulo Grillo, carné de colegiado No. 220.

Creo que corresponde a que aprobemos estas dos mujeres destacadas para el año 2025.

La presidenta Yanancy Noguera: **De acuerdo.**

El vicepresidente Geovanny Díaz: **De acuerdo.**

El tesorero Dilmar Corella: **De acuerdo.**

La secretaria Adriana Víquez: **De acuerdo.**
La vocal I Auxiliadora Zúñiga: **De acuerdo.**
El vocal II Juan Ramón Rojas: **De acuerdo.**
La vocal III Laura González: **De acuerdo.**

ACUERDO UNÁNIME JD-23-25-25

Se acuerda nombrar a las colegiadas Lucía Cortés Cantillo, colegiada número 746 y a la colegiada Marcela Angulo Grillo, colegiada número 220 como Mujeres Destacadas.

La presidenta Yanancy Noguera.

Muchas gracias.

Y el siguiente punto también me corresponde, y con eso estaríamos concluyendo los temas de directores.

Básicamente, tiene que ver con una correspondencia que tenemos pendiente de darle respuesta. Fue un correo que hizo llegar el colegiado Christian Ladley.

Esa respuesta está asociada a un acuerdo que discutimos, a partir de lo que el colegiado nos propone.

Entonces, esto tiene dos partes:

a) El acuerdo que vamos a tomar y, posteriormente, con base en eso sería acordar la respuesta al colegiado.

El acuerdo se trata de que desarrollemos un documento que recopile de forma integral toda la información relacionada con el tema de la eliminación de la colegiatura obligatoria en el caso de nuestro Colegio. Este documento abarcará desde los antecedentes de la iniciativa, hasta las diversas gestiones que se han realizado al respecto, es decir, todo lo que ocurrió en su momento cuando la colegiatura fue eliminada y todas las gestiones que se han desarrollado a través de las distintas Juntas Directivas, proyectos de ley y demás, para revisar esta situación.

Una vez finalizado, este documento será puesto a disposición de todas las personas colegiadas y de cualquier otra parte interesada y posteriormente organizaríamos jornadas de análisis con la participación de personas especialistas invitadas, a fin de estudiar el tema a profundidad. El acuerdo incluye que se encomiende a la presidenta las sesiones de ejecución de este acuerdo para que se vaya cumpliendo paulatinamente, tal y como está planteado.

b) Entonces les pediría que, por favor, en este momento votemos este acuerdo y posteriormente, paso a que dejemos confirmada la respuesta al colegiado Christian Latley, en línea a este acuerdo

La presidenta Yanancy Noguera: **De acuerdo.**
El vicepresidente Geovanny Díaz: **De acuerdo.**
El tesorero Dilmar Corella: **De acuerdo.**
La secretaria Adriana Víquez: **De acuerdo.**
La vocal I Auxiliadora Zúñiga: **De acuerdo.**
El vocal II Juan Ramón Rojas: **De acuerdo.**
La vocal III Laura González: **De acuerdo.**

ACUERDO UNÁNIME JD-24-25-25

Se acuerda elaborar un documento que recopile de manera integral toda la información relacionada con la propuesta de eliminación de la colegiatura obligatoria, incluyendo los antecedentes de la iniciativa y las diversas gestiones realizadas al respecto.

Una vez concluido, dicho documento será puesto a disposición de las personas colegiadas y de cualquier otra parte interesada.

Posteriormente, se organizarán jornadas de análisis con la participación de personas especialistas invitadas, con el objetivo de estudiar el tema en profundidad.

Se encomienda a la Presidencia la ejecución de las gestiones necesarias para dar cumplimiento a este acuerdo.

La presidenta Yanancy Noguera.

b.1) Y ahora les pido que, por favor, aprobemos la respuesta a la correspondencia del colegiado Christian Latley, con el acuerdo que fue que acabamos de aprobar

La presidenta Yanancy Noguera: **De acuerdo.**
El vicepresidente Geovanny Díaz: **De acuerdo.**
El tesorero Dilmar Corella: **De acuerdo.**
La secretaria Adriana Víquez: **De acuerdo.**
La vocal I Auxiliadora Zúñiga: **De acuerdo.**
El vocal II Juan Ramón Rojas: **De acuerdo.**
La vocal III Laura González: **De acuerdo.**

ACUERDO UNÁNIME JD-25-25-25

Se acuerda emitir respuesta al colegiado Christian Ladley en los siguientes términos: En atención a su propuesta, la Junta Directiva ha acordado desarrollar un documento que recopile de forma integral toda la información relacionada con el tema de la eliminación de la colegiatura obligatoria. Este documento abarcará desde los antecedentes de la iniciativa hasta las diversas gestiones realizadas al respecto.

Una vez finalizado, será puesto a disposición de todas las personas colegiadas y de cualquier otra parte interesada. Posteriormente, se organizarán jornadas de

análisis con la participación de personas especialistas invitadas, a fin de estudiar el tema en profundidad.

El propósito de este proceso es contar con mayores elementos de juicio para valorar, con criterio técnico y objetivo, los pasos o acciones que eventualmente pudieran resultar procedentes. *Acuerdo firme.*

Muy bien. Con esto estaríamos concluyendo la sesión de hoy martes 10 de junio, al ser las 9 y 24 de la noche y dejamos convocada la sesión del próximo martes 17 de junio a las 7:15 de la noche, de manera virtual.