

Se aprueba en firme. Sesión Ordinaria 005-2014

20 de enero de 2014. Observaciones aplicadas

ACTA No.003-2014

ACTA DE LA SESIÓN EXTRAORDINARIA NÚMERO TRES GUION DOS MIL CATORCE, CELEBRADA POR LA JUNTA DIRECTIVA DEL COLEGIO DE LICENCIADOS Y PROFESORES EN LETRAS, FILOSOFÍA, CIENCIAS Y ARTES, EL MARTES 14 DE ENERO DEL DOS MIL CATORCE, A LAS DIECISIETE HORAS CON CUARENTA Y OCHO MINUTOS, EN LA SALA DE SESIONES DE LA SEDE ALAJUELA.

MIEMBROS PRESENTES

Rojas Meléndez, Lidia María, M.Sc.	Vicepresidenta
López Contreras, Fernando, MSc.	Tesorero
Rojas Saborío, Magda, MSc.	Secretaria
Porras Calvo José Pablo, M.Sc.	Prosecretario Se reincorpora luego
Chaves Fonseca Carmen M.Sc.	Vocal I
Torres Jiménez Silvia Elena, M.Sc.	Vocal II
Villalobos Madrigal, Rocío, Bach.	Vocal III

MIEMBRO AUSENTE CON PERMISO

Barquero Ruiz Alejandra, Licda.	Fiscal
---------------------------------	--------

MIEMBROS AUSENTES

Salas Castro, Félix Ángel, MSc.	Presidente
---------------------------------	------------

PRESIDE LA SESIÓN: M.Sc. Lidia María Rojas Meléndez, Vicepresidenta

SECRETARIA: M.Sc. Magda Rojas Saborío

ORDEN DEL DÍA

ARTÍCULO PRIMERO: Comprobación del quórum.

ARTÍCULO SEGUNDO: Audiencia.

2.1 Audiencia al señor Gabriel Dávila Carmona, Jefe Departamento de Comunicaciones para el análisis de información impresa, televisiva y radiofónica que será utilizada en la campaña de divulgación de la razón de ser y la imagen del Colypro.

ARTÍCULO TERCERO: Asuntos Varios.

ARTÍCULO PRIMERO: Saludo y comprobación del quórum.

M.Sc. Lidia María Rojas Meléndez, Vicepresidenta, verifica el quórum, estando presentes los miembros de la Junta excepto el MSc. Félix Ángel Salas Castro, Presidente por estar en sesión del Tribunal de Honor y la Licda. Alejandra Barquero Ruiz, Fiscal, quien se encuentra ausente con

permiso por motivos de salud. Se cuenta con la presencia del Lic. Alberto Salas Arias, Director Ejecutivo y el Lic. Jonathan García Quesada, Abogado Asistente de Asesoría Legal.

La M.Sc. Lidia María Rojas Meléndez, Vicepresidenta, saluda a los presentes e indica que el motivo de la sesión extraordinaria del día de hoy es para el análisis de información impresa, televisiva y radiofónica que será utilizada en la campaña de divulgación de la razón de ser y la imagen del Colypro.

M.Sc. Lidia María Rojas Meléndez, Vicepresidenta, da lectura al orden del día, y la somete a aprobación:

ACUERDO 01:

APROBAR EL SIGUIENTE ORDEN DEL DÍA: ARTÍCULO PRIMERO: COMPROBACIÓN DEL QUÓRUM./ ARTÍCULO SEGUNDO: AUDIENCIA. / ARTÍCULO TERCERO: ASUNTOS VARIOS. / APROBADO POR SEIS VOTOS. /

ARTÍCULO SEGUNDO: Audiencia.

2.1 Audiencia al señor Gabriel Dávila Carmona, Jefe Departamento de Comunicaciones para el análisis de información impresa, televisiva y radiofónica que será utilizada en la campaña de divulgación de la razón de ser y la imagen del Colypro. **(Anexo No 01)**

Al ser las 5:49 p.m. la señora Lidia María Rojas Meléndez, vicepresidenta, autoriza el ingreso al Sr. Gabriel Dávila Carmona, Jefe del Departamento de Comunicaciones.

El señor Gabriel Dávila Carmona, Jefe Departamento de Comunicaciones inicia su exposición e indica que va presentar primero la parte de refrescamiento del Logo del Colypro, eso se va a representar en el libro de Marca y sus diferentes aplicaciones, papelería, rotulación, material informativo publicitario y la campaña exclusiva para lo que es la entrada a clases. Se transcribe la siguiente presentación así: **(Anexo No 01)**

ESTRATEGIA DE IMAGEN CORPORATIVA 2014

IMAGEN CORPORATIVA

Con el objetivo de brindarle al Colypro un reforzamiento en su imagen corporativa, el Departamento de Comunicaciones inició un proyecto de refrescamiento de imagen en la cual incluyen varias acciones para este 2014.

- **Refrescamiento de Logo**
- **Libro de Marca y aplicaciones (papelería, rotulación, material informativo y publicitario.)**
- **Campaña Publicitaria (Entrada a Clases)**





Hoy en día los escudos evolucionaron a logos

Hay una tendencia hacia el minimalismo y a simplificar los íconos .

Menos es más

LOGOS ACTUALES DE ALGUNOS COLEGIOS DE PROFESIONALES



OBJETIVO

Posicionamiento – Modernidad y Diferenciación

ATRIBUTOS

RACIONALES

Sabiduría Ética Guardián de la educación

ATRIBUTOS

EMOCIONALES

Confianza Unidad Generador de bienestar

RESCATAR

Color Azul – Lechuza - Elegante y Sobrio - Colypro

APLICACIÓN

Libro de Marca – Rotulación – Papelería - Publicidad

IMAGEN ACTUAL



Logo anterior



PROCESO 1

Planteamiento Inicial – Noviembre 2013

PROPUESTA A

PREMISAS PARA ELABORACION DE LOGO

PROPUESTA A



PROPUESTA B



PROPUESTA C



PROPUESTAS ALTERNATIVAS

PROPUESTA 1



Isotipo:

Es una lechuza que está construida a partir de círculos que se integran y cuando están juntos dan la forma al símbolo (atributos: unidad.). Los círculos son figuras perfectas, que se asocian con perfección y protección. Es una figura dinámica, que no se detiene, no es estática.

Las formas de los círculos están superpuestas, para dar la sensación de transparencia, que refleja la ética de trabajo del Colegio.

La lechuza está de frente, en una actitud vigilante, con los ojos bien abiertos, lo que hace alusión a la función principal del Colypro, que es velar por la calidad de la educación costarricense.

(Opción B con variante de color en tipografía)

Tipografía:

Se utiliza la tipografía Avenir. Es un tipo de letra que se integra visualmente con el isotipo, ya que sus formas son afines a las de la figura y la irregularidad de las altas y bajas empata con la forma de la lechuza.

La palabra está escrita en altas y bajas para dar una sensación de cercanía, puesto que se asocia al trazo humano.

PROPUESTA 2

Isotipo:

Responde a la integración de 2 formas, la lechuza y un libro, ambos símbolos del conocimiento y la educación. Esto tiene que ver directamente con la misión del colegio, que es garantizar la calidad de la educación.

La figura de la lechuza está de frente y con las alas abiertas, lo que refleja la plenitud, relacionado con la generación de bienestar por parte del COLYPRO.

También se relaciona con la actividad, ya que al estar volando simboliza movimiento y avance. Está de frente y tiene que ver con la ética, al dar la cara.



Opción B con variante en tipografía

Tipografía:

Se utiliza la tipografía Brooklyn Samuels. Es una tipografía sin serif, lo que da una sensación de modernidad y eficiencia. Es un tipo de letra muy amigable, ya que todos sus formas y extremos son redondeados, no tiene ningún "filo".

Tiene características peculiares como la curva de la "r", que es una forma amistosa.

El texto está en altas; esto da una base al diseño, que refleja estabilidad y solidez, asociado al soporte que da el Colypro a sus miembros. Además, transmite mayor credibilidad.

PROPUESTA 3

Isotipo:

El isotipo corresponde a la figura de la lechuza en pleno vuelo. Tiene que ver con la plenitud del ejercicio profesional de los colegiados, gracias al respaldo que les da el colegio. Además se asocia a la generación del bienestar.



Las alas extendidas sobre el texto reflejan cobertura y protección, que remite al alcance geográfico del Colypro (en todo el país), y también la protección de la educación costarricense.

Está volando en dirección de izquierda a derecha, lo que refleja avance y dinamismo.

Va de frente y el vuelo seguro transmite conocimiento y certeza de su destino.

Tipografía:

Se utiliza la tipografía Avenir. Es un tipo de letra que se integra visualmente con el isotipo, ya que sus formas son afines a las de la figura y la irregularidad de las altas y bajas empata con la forma de la lechuza.

La palabra está escrita en altas y bajas para dar una sensación de cercanía, puesto que se asocia al trazo humano.

POSIBLES ADAPTACIONES



El señor Alberto Salas Arias, Director Ejecutivo, indica que se ocupa si la Junta Directiva está de acuerdo con el logo a escogido, darle luz verde al señor Dávila Carmona, para que la empresa que se continúe con la elaboración del libro de marca que posteriormente debe estar aprobado por la asamblea, se hace la modificación en el reglamento donde da a la Junta Directiva la potestad de cambiar el Libro de Marca y si es importante que se apruebe un logo, para que la empresa contratada siga con la elaboración del Libro de Marca.

El señor José Pablo Porras Calvo, Prosecretario de Junta Directiva, ingresa a la sala de sesiones al ser las 6:00 p.m.

El señor Gabriel Dávila Carmona, Jefe del Departamento de Comunicaciones, consulta si en la campaña puede salir el nuevo logo.

El Lic. Alberto Salas Arias, Director Ejecutivo, responde que hasta que no sea aprobado el nuevo libro de marca y si se espera a la aprobación del logo se atrasaría mucho la campaña.

El señor Gabriel Dávila Carmona, Jefe del Departamento de Comunicaciones, aclara que esta campaña se necesita urgente ya que estaba para este presupuesto y anteriormente el dinero estaba congelado hasta que hubiera un nuevo jefe y se está a un mes para poder aprovechar el dinero.

La señora Lidia María Rojas Meléndez, vicepresidenta de Junta Directiva, indica que ya existe un consenso para aprobar el nuevo logo del Colypro, somete a votación la PROPUESTA A, que presenta el señor Gabriel Dávila Carmona, Jefe del Departamento de Comunicaciones.

Conocidas las propuestas del Logo del Colypro y lo expuesto sobre el mismo, la Junta Directiva toma los siguientes acuerdos:

ACUERDO 02:

Dar por conocidas las propuestas del Logo del Colypro, que presenta el señor Gabriel Dávila Carmona, Jefe del Departamento de Comunicaciones. /Aprobado por siete votos. / Comunicar al Departamento de Comunicaciones y a la Dirección Ejecutiva./

ACUERDO 03:

Aprobar la PROPUESTA A (Anexo No 01) del Logo del Colypro con el fin de que se continúe con la elaboración del nuevo Libro de Marca para que el documento final sea presentado a la consideración de la Asamblea General. /Aprobado por siete votos. / Comunicar al Departamento de Comunicaciones y a la Dirección Ejecutiva. /

El señor Gabriel Dávila Carmona, Jefe del Departamento de Comunicaciones, continua con su exposición con la siguiente presentación que se transcribe así:

CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN



DINÁMICA DE PROPUESTAS

• **Concurso 4 Agencias:**

HWP – Kerigma – La Argolla – Comunicación Vertical

• **Objetivo:**

- Optimizar la inversión (Recomendación Medios)
- Soporte en procesos de producción
- Campaña durante la entrada clases.
- Caminos creativos para futuras estrategias.

Presentación de Pieza Madre para adaptaciones.



CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN

CAMPAÑA COLEGIADO

- Conciencia de la importancia de la función de Colypro
- Comunicar los beneficios que ofrece el Colegio
- Que se sientan orgullosos.

¡Qué bueno estar colegiado!

CAMPAÑA SOCIEDAD

- Importancia de la calidad de educación en la sociedad
- Asociado a valores
- Labor del colegio en la sociedad
- Que dicha que existe Colypro que vela por la educación de mis hijos

Difusión de la Campaña

Colegiados

Redes propias:

- . Correo electrónico
- . Facebook
- . Página Web Colypro
- . Boletín Semanal
- . Carta de Notificación a profesores
- . Publicaciones
- . Rotulación en Sedes

Sociedad

Medios masivos:

- . Radio
- . Prensa
- . Televisión
- . Web

. Charlas, capacitaciones, cursos

. Actividades Recreativas

CAMPAÑA HACIA LA SOCIEDAD

Periodo del 1-28 Febrero 2014

PERIODICO

Campaña de 4 versiones

4 Medias páginas en La Nación - Domingos

RADIO

Producción spot (2 versiones)

Pauta en Panorama (1 mes)

FACEBOOK ADS

2500 clicks

TELEVISION 30 seg

20 Pautas Telenoticias Matutina

8 Pautas en Noticias Repretel N.

Campaña a la Sociedad

HWP

Es importante que comuniquemos de una forma directa las funciones del Colegio, pero de una manera llamativa.

Para ello sugerimos también utilizar el lenguaje coloquial que se utiliza en educación para ser más interesantes y memorables.

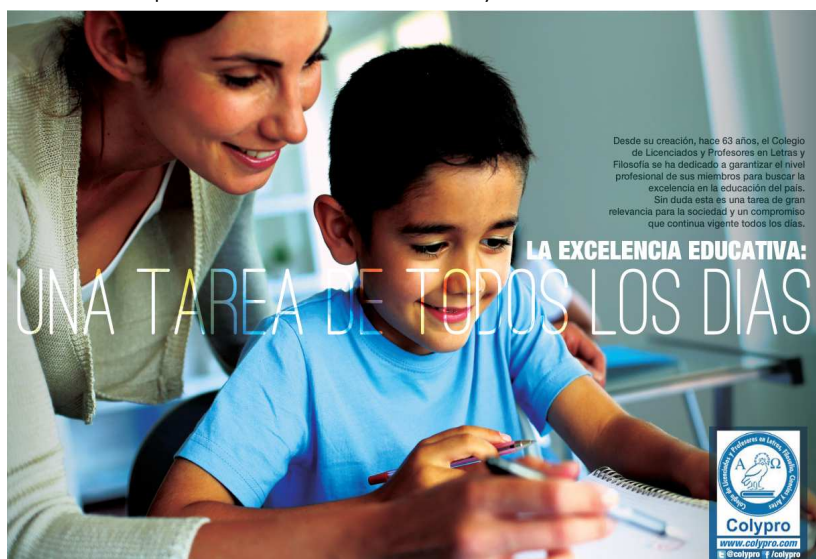
Se recomienda porque alcanza en una edición promedio:

- 531.489 lectores
- 252.821 son mujeres
- 278.668 son hombres
- 321855 están entre las edades de 25-54 años
- 395.504 son de niveles medio bajo, medio medio y medio alto.
- 281.938 trabajan
- 24.782 son pensionados.

Fuente Estudio General de Medios.

- Se unen 80 emisoras
- Se transmite a las 7:00 AM y cuenta con una gran cantidad de radio escuchas habituales
- Es una cadena que de gran aporte
- Es una cadena que se forma para contribuir: La cultura, la democracia, la libertad, la libre expresión

- Son excelentes medios para hacer imagen y exposición de marca.
- Las ediciones son en horas claves para llegar al mercado meta de COLYPRO
- Son los noticieros líderes a nivel nacional.
- Cuentan con periodistas de alto nivel y profesionalismo
- Siempre están a la vanguardia en noticias tanto nacionales como internacionales.



La ética profesional: una materia que se pasa con 100.

Dentro de las funciones más importantes del Colegio de Licenciados y Profesores en Letras y Filosofía está el velar por el compromiso ético y moral de sus profesores colegiados para garantizar a nuestros jóvenes una educación sana y de calidad.

La capacitación del docente: una asignatura sin recesos.

El compromiso social que tiene el educador es primordial para garantizarnos un mayor futuro como país. Dentro de este marco de responsabilidad, el colegio se esfuerza por capacitar permanentemente a sus colegiados con información y herramientas actualizadas.

Televisión & Video

La excelencia educativa: una tarea de todos los días

Ver imágenes (Anexo 01)

COMUNICACIÓN VERTICAL

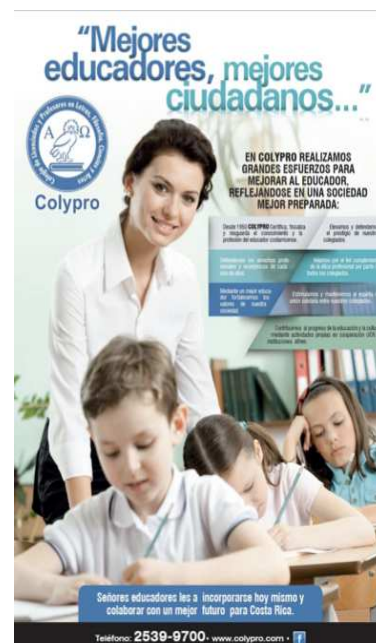
CONCEPTO DIRIGIDO A LA SOCIEDAD

“Mejorando la educación”

“Mejores educadores MEJORES CIUDADANOS...”

En esta etapa presentaremos gráficamente al educador junto a sus estudiantes en el aula. Esto refuerza la responsabilidad del educador y la importancia de estudiante. Esto apela a la emotividad que debe haber en el aula entre maestro y estudiante.

KERIGMA



Sociedad

Posicionar al Colypro en la sociedad costarricense y el gremio educativo.

Destacando aspectos como:

- . Importancia de la educación en la sociedad.
- . Valores.
- . Calidad de la educación.
- . Motivar a la sociedad a seguir estudiando.
- . Labor del Colegio en la sociedad.

Racional Creativo

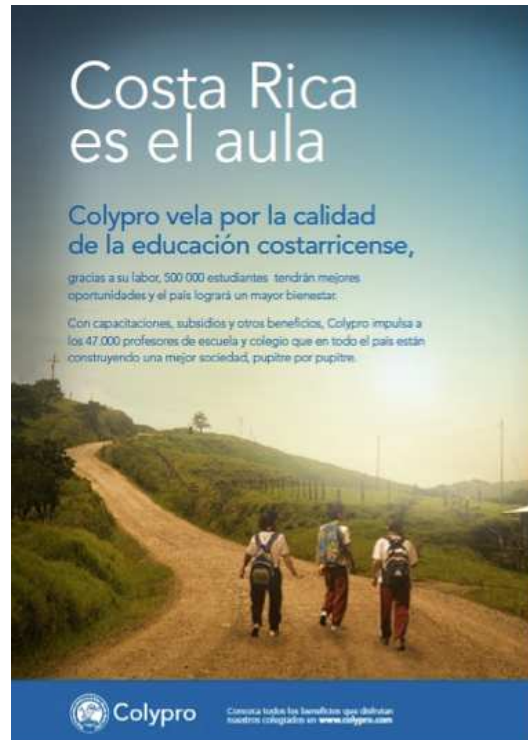
Nuestro objetivo es posicionar a Colypro como a la entidad que **Vela por la calidad de la educación.**

Concepto:

Tiempo de héroes

Descripción:

El inicio de lecciones es el momento cuando salen a la calle nuestros héroes. Con imágenes que recuerdan las típicas poses de los superhéroes, vemos a profesores, padres y estudiantes esforzándose por ir a clases, aprender y superarse mediante el estudio. En cada mensaje se describe cómo Colypro beneficia a los colegiados o a la sociedad.



Conceptos creativos Concepto 2

Concepto:

Costa Rica es el aula

Descripción:

Mediante imágenes de profesores y estudiantes caminando por diferentes zonas geográficas del país, se expresa cómo Colypro está presente en todos los rincones de Costa Rica, impulsando la educación y con ella el desarrollo.

LA ARGOLLA



CAMPAÑA AL COLEGIADO

HWP



COLEGIADO

1. AL

Debemos llamar la atención de los miembros actuales del colegio de una manera diferente, más coloquial, pero al mismo tiempo muy directa. Dejar de ser tan formales y pasar a ser más colegas. Para ello encontramos una forma sencilla y que en el idioma de la educación explica las ventajas de Colypro.



COMUNICACIÓN VERTICAL

En esta etapa será dirigida a todos los educadores que son el mercado meta primario de Colopro. El objetivo principal es informar sobre los beneficios e importancia de estar colegiados. Se buscará mejorar la percepción que tienen los educadores acerca del Colegio mediante un mensaje claro.



Se lanza la campaña a los medios en esta fecha aprovechando la entrada a clases, para informar sobre los servicios y actividades por desarrollar. Con esto se procura lograr una mejor presencia dentro del gremio.

CONCEPTO DIRIGIDO AL COLEGIADO:

“ESTAR MEJOR”

“Somos colegiados y AHORA ESTAMOS MEJOR...”

Se presentará una pareja de educadores, porque es muy importante dar la imagen gráfica de ambos sexos. Serán jóvenes, dinámicos y que gustan de la tecnología e innovación; también están orgullosos de su profesión y de pertenecer al colegio.



KERIGMA COMUNICACIÓN



Conceptos creativos Concepto 3

Concepto:

TESTIMONIAL:

Descripción:

Redactado de forma testimonial, cada pieza destaca uno de los beneficios que Colypro brinda a sus colegiados y también a la sociedad. Se muestran personas reales que han recibido beneficios de Colypro.



Colypro
me capacitó

Conoce todos los beneficios que disfrutan nuestros colegiados en www.colypro.com



LA ARGOLLA



VIDEO CORPORATIVO

Juramentaciones – Asambleas – Charlas – Adaptación a Anuncio

ESTRUCTURA

- Introducción Emotiva (Concepto)
- Qué es Colypro (Filosofía – Fines)
- Órganos (Estructura – Juntas – Comisiones)
- Servicios de brinda
- Importancia y Beneficios de Colegiarse
- Centros de Recreo

- 1 • Convenios
- 2 • Cierre Emotivo
- 3 • Sesión Fotográfica (Profesores- Alumnos Uniformados)
- 4 Preescolar – Escolar – Colegio – Universidad
- 5 Educ Especial - Técnico

6 Conocidas las propuestas anteriores, la Junta Directiva acuerda:

7 **ACUERDO 04:**

8 **Dar por recibidas y conocidas las propuestas de campaña a la sociedad y el colegiado, que**
9 **presenta el señor Gabriel Dávila Carmona, Jefe del Departamento de Comunicaciones./**
10 **Aprobado por siete votos./ Comunicar al Departamento de Comunicaciones y a la Dirección**
11 **Ejecutiva./**

12 El señor José Pablo Porras, prosecretario de Junta Directiva, sugiere la creación de una Comisión
13 para que busque y analice el montaje de textos, imágenes, guiones con respecto a la campaña
14 publicitaria del Colypro y así se agilice el hacerla posible.

15 Conocida la propuesta del señor prosecretario, la Junta Directiva acuerda:

16 **ACUERDO 05:**

17 **Crear una Comisión integrada por las siguientes personas: M.Sc. Silvia Torres Jiménez, Vocal II de**
18 **Junta Directiva, M.Sc. José Pablo Porras Calvo, Prosecretario de Junta Directiva, el señor Gabriel**
19 **Dávila Carmona, Jefe de Comunicaciones y el señor Alberto Salas Arias, Director Ejecutivo, para**
20 **valorar los artes, guiones y piezas de la campaña publicitaria del Colypro dirigida a la sociedad y**
21 **presentar la propuesta definitiva ante la Junta Directiva el jueves 23 de enero del 2014. /**
22 **Aprobado por siete votos. / Comunicar a los miembros de la Comisión. /**

23 El señor Gabriel Dávila Carmona, Jefe del Departamento de Comunicaciones, se retira de la
24 sesión al ser las diecinueve horas y veinte minutos.

25 La señora Carmen Chaves Fonseca, Fiscal a.i. manifiesta que se debe felicitar al señor Gabriel
26 Dávila Carmona, Jefe del Departamento de Comunicaciones por la gran labor que realizó al
27 traer a Junta Directiva la presentación para el análisis de información impresa, televisa y
28 radiofónica que será utilizada en la campaña de divulgación de la razón de ser y la imagen del
29 Colypro.

30 Conocida la propuesta de la señora fiscal a.i. y concluida la audiencia, la Junta Directiva toma
31 el siguiente acuerdo:

32 **ACUERDO 06:**

1 **Agradecer y felicitar al señor Gabriel Dávila Carmona, Jefe del Departamento de**
2 **Comunicaciones por la presentación para el análisis de información impresa, televisa y**
3 **radiofónica que será utilizada en la campaña de divulgación de la razón de ser y la imagen del**
4 **Colypro. / Aprobado por siete votos./ Comunicar al señor Gabriel Dávila Carmona, Jefe del**
5 **Departamento de Comunicaciones./**

6 El señor Gabriel Dávila Carmona, Jefe del Departamento de Comunicaciones, se retira de la
7 sesión al ser las diecinueve horas y veinte minutos.

8 **ARTÍCULO TERCERO: Asuntos Varios.**

9 La señora vicepresidenta, consulta si hay asuntos varios y los miembros de Junta Directiva
10 manifiestan que no hay.

11 **SIN MÁS ASUNTOS QUE TRATAR LA SEÑORA VICEPRESIDENTA FINALIZA LA SESIÓN A LAS DIECINUEVE**
12 **HORAS CON VEINTITRES MINUTOS DEL DÍA INDICADO.**

13
14 **Lidia María Rojas Meléndez**

Magda Rojas Saborío

15 **Vicepresidenta**

Secretaria

16 Levantado de Texto: María de los Ángeles Baltodano López