

CONSEJO DIRECTIVO
ACTA ORDINARIA N° 18-2020
08 DE OCTUBRE DE 2020

SESIÓN ORDINARIA CELEBRADA POR EL CONSEJO DIRECTIVO DEL COLEGIO UNIVERSITARIO DE LIMÓN, EL JUEVES 08 DE OCTUBRE DE 2020, AL SER LAS NUEVE HORAS, MEDIANTE LA PLATAFORMA TEAMS DE FORMA VIRTUAL.

PRESENTES:

Karleny Clark Nelson,	Decana a.i.
Ricardo Wing Arguello,	Representante del CSE
Maureen Guevara García,	Representante de la UTN
Génesis Astorga Rodríguez,	Representante Estudiantil
Lilliam Marbelli Vargas Urbina,	Representante de la UNED
Walter Anderson Rivera,	Representante de la UCR
Jean Carlo Miranda Fajardo,	Representante del TEC

Melissa Villegas Chevez Apoyo Secretarial

AUSENTES CON JUSTIFICACIÓN:

Sin definir,	Representante de la UNA
Glenda Moya	INVITADOS
Frank Calvo Coto	Loud Digital Consulting
Valeria Vega	Loud Digital Consulting
Daniel Ágames Acuña	Loud Digital Consulting
	Director Planeamiento y Desarrollo

SESIÓN ORDINARIA N° 018
08 de octubre de 2020

- I) Comprobación de cuórum**
- II) Aprobación del Orden del Día N°18**
- III) Aprobación de actas N°015,**
- IV) Asuntos del Consejo Directivo**
 - a) Seguimiento de acuerdos

b) OFICIO DJ-1413-2020

V) Asuntos de la Decanatura

- a) Aprobación de carta de compromiso con la Organización Internacional para las Migraciones(OIM)
- b) Presentación sobre investigación de la competencia basada en página web y redes sociales
- c) Presentación propuesta logotipo Cunlimón

VI) Asuntos de la Dirección de Planeamiento y Desarrollo

- a) Cunlimón ante COVID-19, comportamiento primeros 6 meses

VII) Varios

- a) Solicitud sesión extraordinaria para ver informe trimestral 15/10/2020
- b) Solicitud sesión extraordinaria para ver Estados Financieros 30/10/2020

I) Comprobación de cuórum

Se visualiza la conexión de los miembros del Consejo

II) Aprobación del Orden del Día N°018

Se aprueba orden del día

III) Aprobación de actas N°015

Se aprueban acta N°15 sin correcciones.

IV) Asuntos del Consejo Directivo

c) Seguimiento de acuerdos

La señora Karleny Clark cede la palabra a la joven Melissa Villegas Chevez, asistente del Consejo Directivo, Inicia saludando, así mismo manifiesta que anteriormente se había indicado que el control de acuerdos debía ser bimensual, sin embargo, como no se generaron tantos acuerdos se estaba esperando tener una cantidad para presentar el seguimiento de los mismos los cuales se manifiestan a continuación.

Control de Acuerdos Consejo Directivo 2020				
N° de acuerdo	Acuerdo Transcrito	Sesión	Nombre del responsable	Estado
020-2020	"DESTINAR LA SESIÓN N°10-2020 DEL 18 DE JUNIO 2020 PARA REALIZAR UN ANÁLISIS DEL ENTORNO Y CONTAR CON LA PRESENCIA DE DIRECCION DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO Y LA DIRECCION DE EDUCACION COMUNITARIA Y ASISTENCIA TECNICA"	009-2020	Rosita Shum Chan	Se recibió los resultados del trabajo realizado por la DECAT en sesión N°15-2020
021-2020	SOLICITAR A LA DIRECTORA DE EDUCACION COMUNITARIA Y ASISTENCIA TÉCNICA(DECAT), COMPLEMENTAR, EL ANÁLISIS PESTEL REALIZADO POR PARTE DE LA SEÑORA MAUREEN GUEVARA DONDE SE MUESTRA EL ENTORNO EN CUANTO A CLIENTES POTENCIALES Y ÁREAS PRIORITARIAS QUE SE DEBEN DE ABARCAR, PARA LA GENERACIÓN DE ESTRATEGIAS A CORTO Y LARGO PLAZO. 2. SOLICITAR A LA DIRECTORA DE EDUCACIÓN COMUNITARIA Y ASISTENCIA TÉCNICA (DECAT) DESARROLLAR UN INSTRUMENTO DE CONSULTA DESTINADO PARA EL SECTOR EMPRESARIAL Y CÁMARAS DE LA PROVINCIA, CON EL PROPÓSITO DE RECABAR INFORMACIÓN; CREAR UNA PROPUESTA DESDE LA DECAT CON UNA VINCULACIÓN DECAT-CUNLIMON-SECTOR EMPRESARIAL ANTE LA PANDEMIA COVID-19, PARA VISIBILIZAR EL TRABAJO QUE SE ESTÁ REALIZANDO.REALIZAR EL ENLACE CON LOS EMPRESARIOS DE LAS ZONAS Y CÁMARAS PARA DISTRIBUIR EL	010-2020	Rosita Shum Chan	Se recibió los resultados del trabajo realizado por la DECAT en sesión N°15-2020
022-2020	"APROBAR EL INFORME FINANCIERO DE EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA DEL CUNLIMÓN AL II TRIMESTRE DEL 2020 E INFORME SEMESTRAL Y ELEVARLO A LOS ENTES RESPECTIVOS".	012-2020 fecha 16-07-2020	Mylee Chan Badilla	Se envió acuerdo el 16 julio y la encargada lo elevó a la Autoridad Presupuestaria según corresponde
023-2020	"AVALAR EL INFORME E INSTRUMENTOS QUE CONTIENEN, LA EVALUACIÓN DEL PLAN OPERATIVO INSTITUCIONAL AL I SEMESTRE 2020 Y REMITIRLOS A LOS ENTES CORRESPONDIENTES."	013-2020	Daniel Agames Acuña	Se envía el 31 de julio, sale de la Decanatura a la STAP, se acusa de recibo
024-2020	APROBAR EL PROTOCOLO DE ALERTA SANITARIA, EL CUAL CONTIENE LOS LINEAMIENTOS PARA LA PREVENCIÓN DEL COVID-19 EN SEDES ACADÉMICAS Y ADMINISTRATIVAS DEL COLEGIO UNIVERSITARIO DE LIMÓN Y ELEVARLO A LOS ENTES RESPECTIVOS".	013-2020	Martha Monge Acuña	Se recibe aval por el Ministerio de Salud el 16 de setiembre y se eleva al CSE el 28/09/2020
025-2020	SOLICITAR A LA DIRECTORA DE EDUCACIÓN COMUNITARIA Y ASISTENCIA TÉCNICA(DECAT), PRESENTAR EN LA SESIÓN DEL 06 DE AGOSTO 2020 LAS ACCIONES QUE SE REALIZARÁN AL CORTO PLAZO (SEGUNDO SEMESTRE 2020) Y EL AVANCE EN EL DIAGNÓSTICO PARA LA PROPUESTA DEL 2021.	013-2020	Rosita Shum Chan	Se recibió los resultados del trabajo realizado por la DECAT en sesión N°15-2020
026-2020	"APROBAR LOS ESTADOS FINANCIEROS CON SUS RESPECTIVOS BALANCES CORRESPONDIENTES AL CIERRE CONTABLE 30 DE JUNIO 2020".	014-2020	Wendelyn Castro Hardley	Fueron cargados en el modulo gestor y enviadas las notas contables el 14 de agosto

027-2020	"APROBAR LA DONACIÓN DE TERRENO REALIZADA POR LA MUNICIPALIDAD DE SIQUIRRES PARA LA EDIFICACIÓN DE LA SEDE DEL CUNLIMON EN EL CANTÓN DE SIQUIRRES, ADEMÁS SE ACEPTA EL TERRENO CON LOS GRAVÁMENES DE SERVIDUMBRE TRASLADADA QUE SOPORTA LA FINCA L-53070-000, CITAS:377-02764-01-0901-001 Y CITAS: 377-02764-01-0930-001, Y SE AUTORIZA A LA PERSONA QUE OCUPA EL CARGO EN LA DECANATURA PARA QUE REALICE LA FIRMA ANTE LA NOTARIA DEL ESTADO"	015-2020 del 06 d	Karleny Clark Nelson,	se entregan en físico el 12 de agosto
028-2020	APROBAR LA MODIFICACIÓN PRESUPUESTARIA INTERNA N° 04-2020 POR UN MONTO DE €194.870.254.00 (CIENTO NOVENTA Y CUATRO MILLONES OCHOCIENTOS SETENTA MIL DOS CIENTOS CINCUENTA Y CUATRO COLONES CON 00/100) Y ELEVARLO ANTE LOS ENTES CORRESPONDIENTES"	016-2020	Mylee Chan Badilla	Se envía el acuerdo y se eleva a los entes correspondientes.
029-2020	"APROBAR EL PROYECTO DEL PRESUPUESTO ORDINARIO DEL CUNLIMÓN PARA EL EJERCICIO ECONÓMICO DEL PERIODO 2021 POR UN MONTO DE € 3.017.012.214,84 (TRES MIL DIECISIETE MILLONES CON DOCE MIL DOSCIENTOS CATORCE CON OCHENTA Y CUATRO CÉNTIMOS)".	016-2020	Mylee Chan Badilla	Se envía el 30 de setiembre 2020
030-2020	DESIGNAR A LA SEÑORA KARLENY CLARK NELSON COMO REPRESENTANTE DE LA EDUCACIÓN PARAUNIVERSITARIA (CUNLIMÓN) PARA INTEGRAR LA JUNTA DIRECTIVA DEL FONDO DE DESARROLLO DE LA PROVINCIA DE LIMÓN-FODELI	017-2020	Karleny Clark Nelson,	se envía el oficio el 22 de setiembre
031-2020	"APROBAR MATRIZ DE ARTICULACIÓN PLAN PRESUPUESTO (MAPP) DEL PLAN OPERATIVO INSTITUCIONAL 2021 Y REMITIRLOS A LOS ENTES CORRESPONDIENTES."	017-2020	Daniel Agames Acuña	se envía el 25 de setiembre

Una vez finalizada la presentación la señorita Melissa Consulta si hay alguna duda u observación sobre esta presentación a lo que los señores del Consejo Directivo manifiestan que está muy clara la información correspondiente al control de acuerdos.

d) OFICIO DJ-1413-2020

Siguiendo con la agenda la señora Karleny Clark procede a dar lectura al oficio en mención.



División Jurídica

Al contestar refiérase
al oficio N° **14901**

29 de setiembre del 2020.
DJ-1413-2020

Señores (as)
CONSEJO DIRECTIVO
COLEGIO UNIVERSITARIO DE LIMON
kclark@cunlimon.ac.cr

Estimadas (os) señoras (es):

Asunto: *Comunicación de procedimiento administrativo en trámite, expediente número CGR-PA-2020004190*

De conformidad con las potestades de fiscalización superior otorgadas a esta Contraloría General mediante los artículos 183 y 184 de la Constitución Política, y con fundamento en los artículos 68, 72, 74 y 76 de la Ley Orgánica de la Contraloría General de la República, que establecen la facultad de Órgano Contralor de establecer eventuales responsabilidades, se le comunica la existencia de un procedimiento administrativo sancionatorio seguido en contra de la funcionaria **VALORIE ROSITA LEMONES SMITH** portadora de la cédula de identidad **0700700258**, actualmente servidora de esa institución.

Lo anterior, en cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 685, párrafo segundo, del Código de Trabajo (Adicionado mediante Ley N° 9343 del 14 de diciembre del 2015, publicado en el Alcance N° 6 de La Gaceta N° 16 del 25 de enero de 2016, Reforma Procesal Laboral), que establece: "(...) Los procesos disciplinarios pendientes contra un servidor público que renuncie o se jubile deberán continuar y se suspenderá el pago de la cesantía que pudiera corresponderle, la cual solo se hará efectiva cuando se declare la improcedencia del despido sin responsabilidad para la parte empleadora. (...)", a fin de que se proceda de conformidad y en acatamiento de la citada norma y se instruya lo correspondiente a las dependencias a su cargo.

Finalmente, cabe indicar que el expediente administrativo durante el trámite de dicho procedimiento es de acceso únicamente de las partes y sus abogados, por lo que una vez concluido por acto firme, se comunicará a esa Administración lo resuelto.

Atentamente,

Firmado digitalmente por JUAN GABRIEL MONGE OBANDO (FRMA)
Fecha: 2020.09.29 11:25:16 -06'00'

(Juan Gabriel Monge Obando)
Órgano Decisor



Indica que la señora Rosita Lemones es funcionaria de la institución y es coordinadora de la sede de Siquirres, y este comunicado llega para informar del proceso que le sigue la Contraloría.

El señor Ricardo Wing consulta sobre ¿De qué se trata el asunto? ¿por qué razón la están investigando?

La señora Karleny manifiesta que supone que tiene que ver con que ella se pensionó de JAPDEVA y acto seguido participo en el concurso para la coordinación de la sede de Siquirres ¿por qué presume eso?, porque a la unidad de Recursos Humanos ha llegado de la Contraloría solicitud de información con respecto al nombramiento de la señora Rosita y su participación en el concurso, ella participa en este concurso porque ella es docente de esta institución desde el 2006 y siempre ha pertenecido a nomina docente, y como el concurso salió interno y para la coordinación de la sede de Siquirres solo ella participo, gano el concurso, ahora hay que esperar a ver que resuelve este órgano.

Los señores del Consejo Directivo dan por recibida la información.

V) Asuntos de la Decanatura

a) Aprobación de carta de compromiso con la Organización Internacional para las Migraciones(OIM)

La señora Clark manifiesta que sobre el documento que se remitió sobre la carta de compromiso con la Organización Internacional para las Migraciones la señora Maureen Guevara representante de la Universidad Técnica Nacional emitió unas observaciones, las cuales ya fueron consideradas por el asesor legal, lo que se emitió fue una carta de entendimiento, no es un convenio, por lo que se realiza la consulta si se autoriza para firmar el documento, esto es como un tipo de respaldo, pero el CUNLIMON no adquiere ninguna responsabilidad con esta organización, lo que se quiere es realizar trabajos en conjunto proyectos en conjunto; se les va brindar un espacio, pero la persona que esté en ese espacio no va a estar a cargo del Cunlimón, lo que ellos quieren es apoyar a las poblaciones migrantes y la comunidad afro y otras para el desarrollo de proyectos para mejorar su calidad de vida y generar fuentes de empleo.

El señor Ricardo Wing menciona que vio las observaciones de la señora Guevara y está de acuerdo con que se realice la firma.

El señor Jean Carlos Representante del Instituto Tecnológico de Costa Rica, así como la señora Marbellí Vargas representante de la Universidad Estatal a Distancia y la representante estudiantil indican estar de acuerdo con que se realice la firma.

La señora Maureen Guevara menciona también su aprobación.

Siendo así la señora Karleny da por entendido la aprobación de este documento para la respectiva firma.

RESULTADO DE LA VOTACIÓN

VOTOS A FAVOR: 7

VOTOS EN CONTRA: 0

TOTAL: 7

Considerando.

- 1) En sesión N°16-2020 del 17 de septiembre 2020 se realizó la presentación por parte de representantes de la organización Internacional para las Migraciones para establecer un Centro de Migración en el Cantón de Limón con enfoque económico y de diáspora (afro-indígena), que funcionará como un mecanismo que permite a la institucionalidad pública y los gobiernos locales. a) el acceso y la recolección a información general y actualizada sobre las características, necesidades de la población migrante – diáspora (afro-indígena) a nivel local, nacional e internacional, b) sobre las tendencias y dinámicas migratorias – diáspora (afro-indígena) que intervienen en los cantones y la Provincia de Limón las cuales afectan su desarrollo social y económico; c) establecer mecanismos de formación e integración para estas poblaciones; e) ofrecer apoyo social y económico para la realización de acciones afirmativas dentro del marco del decenio de los afrodescendientes; f) desarrollar en forma conjunta con la institucionalidad pública y privada un modelo de gestión que permita la inserción económico y social de estas poblaciones.

- 2) Que los señores y señoras del Consejo Directivo realizaron las consultas y observaciones sobre el compromiso de ambas instituciones para la creación de ese centro y el desarrollo que representa a la provincia de Limón.
- 3) Que la señora Maureen Guevara García Representante de la Universidad Técnica Nacional realizó observaciones a la carta de compromiso y fueron remitidas para que fueran consideradas.
- 4) En sesión N°18-2020 del 08 de octubre 2020 se comunicó de las observaciones mencionadas por la señora Guevara mismas que fueron consideradas por lo que se solicita la autorización al Consejo Directivo para la firma de esta carta de Compromiso.

Se acuerda:

“APROBAR LA CARTA DE COMPROMISO ENTRE LA ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL PARA LAS MIGRACIONES Y EL COLEGIO UNIVERSITARIO DE LIMÓN AUTORIZANDO A LA PERSONA QUE OCUPE EL CARGO DE LA DECANATURA PARA QUE REALICE LA FIRMA DEL DOCUMENTO”

ACUERDO FIRME Y UNÁNIME

- b) Presentación sobre investigación de la competencia basada en página web y redes sociales**

La señora Karleny Clark sede la palabra a la señora Glenda Moya de la Empresa Loud Digital Consulting la cual realizará la presentación de la investigación de la competencia basada en página web y redes sociales.

La señora Glenda agradece y saluda menciona que se va presentar una investigación sobre competidores que están centrados en la zona de Limón, en este análisis se estará revisando los siguientes competidores,

- Universidad Castro Carazo
- Universidad Libre de Costa Rica (ULICORI)
- Universidad Santa Lucia
- Universidad San Marcos

Todas estas universidades tienen alguna sede regional en la zona de Limón o bien en Guápiles, se considera dentro de este análisis porque son universidades que pueden estar dentro de las escogencias de los estudiantes y también por el tipo de carrera que ofrecen que son similares a las que se ofrecen en el Colegio Universitario de Limón.

La primera opción es CASTRO CARAZO



Castro Carazo



Concepto: Para los que nunca se riden

Ofrece programas de grado, carreras técnicas, cursos libres, maestrías.

Bachilleratos:
 Administración de aduanas
 Administración de empresas jurídicas
 Administración de Negocios, con énfasis en banca y Finanzas, mercadeo y ventas, negocios internacionales, recursos humanos.
 Contaduría Pública
 Derecho
 Ingeniería Informática

Sedes: Cuentan con sede en limón

Otras sedes:
 San José principal
 Puriscal
 Paso Canoas
 Pérez Zeledón

Medios:
 Facebook
 Instagram
 Youtube
 Sitio web



Castro Carazo



- En Facebook cuentan 101.494 seguidores y en Instagram 4254 seguidores
- A nivel de redes sociales son muy activas, en todos los medios existe una línea gráfica definida.
- Se repostean contenidos de Facebook e Instagram.
- Realizan contenido diferente de matrícula y transmisiones en vivo.
- Cuenta con un sitio web muy completo y amigable



Concepto: Tu pasión a tu alcance

Ofrece carreras en el área de ciencias de la administración, ciencias sociales, ciencias de la educación, ciencias de la salud, posgrados y técnicos.

Dentro de los técnicos que imparten.

- Técnico en Administración de Empresas
- Técnico en Control de Calidad •Técnico en Logística
- Técnico en Salud y Seguridad Ocupacional
- Técnico en Inglés
- Técnico de Calidad en Dispositivos Médicos
- Técnico en Comunicación y Contenido Audiovisual
- Técnico en Marketing Digital

Sedes:

San José, Limón, Santa Cruz y Pérez Zeledón.

Medios:

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- Sitio Web



En Facebook cuenta 97.512 y en Instagram 6472 seguidores.

A nivel gráfico cuenta uniformidad en línea gráfica.

A nivel contenido no muestran contenido más Social solo hablan de matrícula.

En Instagram suben contenido diferentes a los de pero sus posts tienen muchos textos cuando esta. Es una red social muy fotográfica.

En Twitter publican muy poco y no existe interacción. Cuentan con 658 seguidores.

A nivel de sitio es interactivo, fácil de navegar, tiene una imagen agradable.



Este sitio tiene un peso regular pero se puede optimizar. A nivel de carga el sitio es lento y en algunas secciones no cargan por completo. La web si está optimizada para móviles. Tiene problemas de seo, algunos enlaces no son amigables, carece de metadescripción, títulos, problemas con los css y javascript.



La tercera es la Universidad Santa Lucía



Concepto: La universidad con rostro humano

Ofrece carreras en el área de ciencias de la educación, ciencias de la salud, ciencias económicas y sociales, ciencias jurídicas, posgrados y técnicos.

- Dentro de los técnicos que imparten.
- Técnico en asistente administrativo
 - Técnico en Comercio Exterior y Aduanas
 - Técnico en contratación administrativa
 - Técnico en Control de Calidad
 - Técnico en Salud Ocupacional

Sedes:
 Cuenta con sede en Guápiles, además en San José (sede central), Alajuela, Cartago y Puntarenas

Medios:
 Facebook
 Instagram
 Sitio Web



En Facebook cuenta 34.385 y en Instagram 1165 seguidores.

No cuenta con línea gráfica definida, el logotipo se pierde en las gráficas.



No tienen una estrategia que se distingan ejes de comunicación. Solo hablan de matrícula.

El contenido de Instagram no es el más adecuado. Para esta red (solo posteos con textos)

La web muestra ciertos banner partidos y no se puede leer la información. Se deben hacer Muchos clics para acceder a la información.

Peso de la página



Tiempo de carga



El peso y velocidad de carga se deben optimizar. A nivel de carga el sitio es lento y en algunas secciones no cargan por completo. La web si está optimizada para móviles. Tiene problemas de seo, algunos enlaces no son amigables, carece de metadescription, títulos, problemas con los css y javascript.



Cuarta Opción es la Universidad San Marcos



Concepto: Número 1 en educación virtual

Ofrece bachilleratos, licenciatura, maestrías, técnicos virtuales.

Sedes:
Cuenta con una sede en Guápiles.
Sede principal en San José.

Medios:
Facebook
Instagram
Twitter
Youtube
Sitio Web

SESION EN 16-2020
 **U San Marcos**



En facebook cuentan con 68.173 seguidores y en Instagram 4306 seguidores. Twitter 1163 seguidores.

Tiene una línea visual muy marcada.

No muestran contenido diferente de venta. Utilizan bastantes contenidos en video.



En twitter todo su contenido se basa en contenido promocional (espacio publicitario en noticias)

 **U San Marcos**



El canal de youtube está muy bien trabajado, con constantes publicaciones.

Entre el contenido está webinar, entrevistas, campañas, tutoriales.

Peso de la página



Tiempo de carga



La web es lenta y a nivel general es bastante pesada

A nivel de SEO:

Las imágenes no tienen alt
Enlaces no amigables
No tiene página 404



Análisis de la institución CUNLIMÓN.



Concepto: No se tiene

Existen 2 páginas:

<https://www.facebook.com/CUN-LIM%C3%93N-111395158946863>

Ofrece diplomados, carreras técnicas, cursos libres.

Diplomados:

Dirección de Empresas
Contabilidad y Finanzas
Computación Empresarial
Redes
Gestión Logística
Gestión de la Salud Ocupacional
Inglés como Segunda Lengua

Sedes:

Limón
Guácimo
Matina
Pococí
Siquirrés
Talamanca

Medios:

Facebook
Instagram
Sitio web



Peso de la página

Tiempo de carga



Se deben realizar ajustes para mejorar la velocidad de carga. Se debe categorizar las carreras, diplomados y técnicos, para una mejor navegación.

El home debe ser más ordenado y atractivo para el usuario.

A nivel de seo se debe mejorar:

Título, metadescripción, 51 enlaces no amigables, Atributo alt en la imágenes, incluir un blog.

En facebook se tiene 14599 seguidores y en instagram 500 seguidores.

A nivel general no existe una línea gráfica definida. Los artes tienen mucha información. No se respeta en algunos posteos los tamaños de facebook.

No existe una estrategia de comunicación y concepto creativo.

En instagram los contenidos no aptos para esta red, se recomienda contenido más visual y diferente de facebook.



En resumen, se indica que todas las universidades cuentan con un concepto que el CUN no lo tiene, pero no quiere decir que por no tenerlo están mal, el CUN tiene una ventaja que el resto de las universidades no tienen, que es que se tiene la sede en Limón, y eso hay que cacarearlo y es un apego a la marca, al ser limonenses de pura cepa.



Resumen



La universidad con
rostro humano



Tu pasión a
tu alcance



Para los que
nunca se riden



Número 1 en
educación virtual



No tienen

A nivel general todos mantienen similitudes en su estrategia de comunicación, se puede tomar ventaja creando contenido de valor y más social. Además ofrecer contenido relacionado a las carreras ofrecidas Nos permitirá atraer nuevos interesados.

Conclusión

La identidad grafica para CUN es vital para lograr diferenciación y posicionamiento, dentro de la categoría algunos de los componentes ya tienen posicionamiento de imagen y concepto.

La creación de la estrategia digital es muy importante para mantener una comunidad activa, no es recomendable solo pautar o publicar en periodo de matrícula.

En Facebook e Instagram se debe publicar contenidos diferentes, Un mix de medios a nivel publicitario nos permite lograr una comunicación más efectiva y captar público interesado.

Seguidamente se hace una presentación de google ads las cuales son la palabra que normalmente usan los usuarios para obtener información en base a centros de estudios, deberían ser palabras claves para el negocio o marca dado que permite que muestre la información del negocio una vez que se digiten en la búsqueda a continuación se presenta una lista.

carreras universitarias cr
 cursos online Universidad
 universidades cr
 universidades en limon
 Estudiar administracion
 Universidades publicas en limon
 Quiero estudiar Contabilidad
 Formación profesional en limon
 administracion de empresas
 ulicori limon
 Estudiar un diplomado
 Tecnico en limon
 Estudiar un técnico
 Estudiar ingles
 Cursos de ingles
 Diplomado en logistica
 Carreras cortas en limon
 Dirección de Empresas
 Contabilidad y Finanzas
 Computación Empresarial
 Redes
 Gestión Logística
 Gestión de la Salud Ocupacional
 Inglés como Segunda Lengua
 Universidades privadas en limon

En Limón, con las palabras clave anteriores, existe un promedio de 1000 clics y búsquedas mensuales en google adwords, es decir 1000 oportunidades de que nos visiten en nuestro sitio web, posibles Clientes o estudiantes que andan en busca de nuestros servicios y programas. Además el 970 de la búsquedas son desde un móvil.



Algo muy importante es que la tendencia de estas campañas es que las personas que buscan estas palabras son personas que lo hacen en dispositivos móviles por lo que este sitio web debe de estar optimizado para generar una búsqueda.

Recomendación google adwords

- El análisis de google adwords concluye que si pautamos por las palabras clave elegidas captaremos un público que mayoritariamente está buscando opciones de estudiar o sacar una carrera profesional.

-Recomendamos en la medida de lo posible tener presencia en google adwords con campañas de red de búsqueda, para luego poder medir si es rentable generarlas en red display y en youtube, ya que estas plataformas son afines al público que requiere de estos programas.

-Recordemos que google adwords abarca el buscador de google más todos los sitios web del mundo ligados al mismo, y con las palabras clave, más el perfil de audiencia que realicemos, podemos tener presencia en el público meta que nos anda buscando, es decir, un lead en caliente, donde las posibilidades de cierre aumentan significativamente si lo comparamos con RRSS.

Seguidamente la señora Glenda menciona si se tiene una consulta o sugerencia.

El señor Ricardo Wing consulta sobre ¿Cual la metodología utilizada para la investigación? y ¿cuánto fue el tiempo que duro realizarla? -

La señora Glenda menciona que el estudio se desarrolló en una semana y media, la investigación fue cualitativa porque observan las redes sociales y se sacan conclusiones, se utilizó también herramienta de analítica digital para determinar datos.

El señor Ricardo menciona que los cambios a nivel de la institución ¿en cuanto tiempo se estarían realizando?

La señora Glenda atiende mencionando que se está trabajando actualmente en la imagen gráfica, una vez aprobado el logotipo se conlleva dos semanas en la implementación de la estrategia y ya luego sacar una campaña completa en todos los medios.

Apoyando lo indicado por la señora Glenda se suma el señor Frank Calvo coto en el cual menciona que ya se cuenta con un cronograma en donde se trabaja, se está trabajando en el benchmark, logotipos, imágenes gráficas y una vez que se avance con esta etapa se estará trabajando en las otras etapas, la idea es avanzar lo antes posible para tener la página web lista para el mes de noviembre, con todos estos cambios.

El señor Jean Carlos representante del Instituto Tecnológico de Costa Rica, Consulta si para el caso de las páginas que fueron utilizadas para recabar la información, estas cuentan con contenido específico de la provincia de limón esto porque evidentemente son universidades que imparten carreras en varias zonas del país.

El señor Fran atiende, que la diferencia entre un benchmark a nivel digital y un estudio de mercado propio, se sabe que el estudio de mercado es una metodología distinta y un costo más elevado, pero este bench mark se muestra un panorama de lo que está pasando en los medios digitales, con competidores meramente directo. Se muestra un panorama a nivel digital, la idea es ver lo que están haciendo los demás, y de forma concreta realizar una propuesta que se distinga de la competencia.

El señor Jean Carlos agradece.

Seguidamente la señora Karleny le indica que pueden continuar con el siguiente tema.

c) **Presentación propuesta logotipo Cunlimón**

Continuando con este tema la señora Glenda le da el pase a la señora Valeria Vega la cual inicia saludando a los señores y procede indicando que se realizara la presentación de las propuestas para el logo del Cunlimón

Primera opción:

Justificación del Logo

El logo del Colegio Universitario de Limón es la síntesis de algunos elementos característicos de la provincia de Limón y la marca, los cuales son:

- Sol: Simboliza un futuro brillante y una energía vital.
- Agua: Simboliza la transformación, la unidad y la vida.
- Palmeras (naturaleza): Simboliza el crecimiento, la abundancia y frescura.
- Libro abierto: Simboliza el conocimiento.

Los elementos están ubicados en la parte izquierda del conjunto para mejor distribución, sin embargo, se podrá utilizar en su versión vertical.

La tipografía utilizada en la abreviatura “CUL” es Gotham en su versión Black. Por su peso visual y composición, es de fácil lectura y uso. Estará acompañada por el nombre completo “Colegio Universitario de Limón” en la tipografía Century Gothic.



Elementos

Creación de elementos

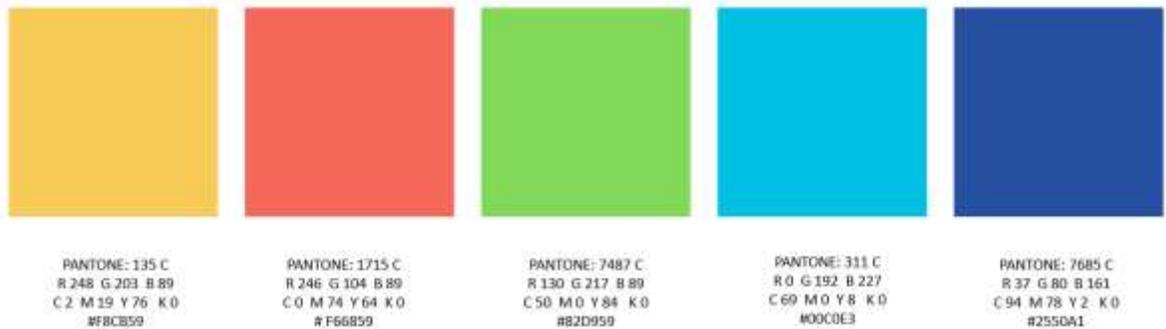


Unión de elementos + incorporación de textura



Paleta de color

Se refrescan los colores de la paleta existente para darle más frescura a la marca, se modifican los colores a tonalidades más brillantes y joviales.



Logo Final CUL



Utilización del color



Aplicaciones

Es importante que la esencia del logotipo se extienda de una forma más visual, es por eso que se crean aplicaciones en donde se dé la interacción de la marca tanto interno/Corporativo como para con el mercado, además, transmiten la identidad de marca que los clientes asocian rápidamente con la empresa y así, el fácil reconocimiento de la misma.





Ejemplo posteo en redes sociales



Segunda Opción

El logo del Colegio Universitario de Limón se conforma por la síntesis de un sol en el isotipo, que simboliza la energía y luz de un futuro brillante, además, las letras de la palabra “CUL” utilizan la fuente Gotham en su versión Black y están intervenidas con el fin de dar la sensación de ser patrones, muy utilizados en la vestimenta limonense.

Por otra parte, se le agrega en la parte inferior, el nombre completo “Colegio Universitario de Limón” con una tipografía de fácil lectura que aporta estabilidad y refuerza el conjunto.

Al ser un logo de características simples, facilita el uso en las diferentes aplicaciones tanto impresas como digitales que la marca quiera implementar.



Elemento + ejemplos de patrones

Síntesis de elementos



Unión de elementos + incorporación de patrón



Paleta de color

Se refrescan los colores de la paleta existente para darle más frescura a la marca, se modifican los colores a tonalidades más brillantes y joviales.



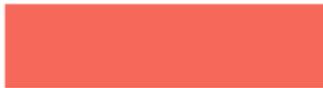
PANTONE: 135 C
R 248 G 203 B 89
C 2 M 19 Y 76 K 0
#F8CB59

PANTONE: 7685 C
R 37 G 80 B 161
C 94 M 78 Y 2 K 0
#2550A1

PANTONE: 7487 C
R 130 G 217 B 89
C 50 M 0 Y 84 K 0
#82D959

PANTONE: Cool Gray 7 C
R 146 G 148 B 152
C 46 M 36 Y 35 K 1
#929497

Paleta de color secundaria



Logo Final CUL



Logo Final CUN



Utilización del color



Aplicaciones

Es importante que la esencia del logotipo se extienda de una forma más visual, es por eso que se crean aplicaciones en donde se dé la interacción de la marca tanto interno/Corporativo como para con el mercado, además, transmiten la identidad de marca que los clientes asocian rápidamente con la empresa y así, el fácil reconocimiento de la misma.



Tercera opción

Justificación del Logo

El símbolo del Colegio Universitario de Limón se conforma por la síntesis de su abreviatura “CUL”, intervenida con el fin de dar la sensación de ser un elemento con el que se forman algunos patrones, muy utilizados en la vestimenta limonense.

Por otra parte, se le agrega en la parte inferior, el nombre completo “Colegio Universitario de Limón” con una tipografía de fácil lectura que aporta estabilidad y refuerza el conjunto.

Al ser un logo de características simples, facilita el uso en las diferentes aplicaciones tanto impresas como digitales que la marca quiera implementar.



Ejemplos de patrones

Síntesis de elementos



Unión de elementos



Paleta de color Primaria

Se refrescan los colores de la paleta existente para darle más frescura a la marca, se modifican los colores a tonalidades más brillantes y joviales



PANTONE: 7685 C
R 37 G 80 B 161
C 94 M 78 Y 2 K 0
#2550A1



PANTONE: 7487 C
R 130 G 217 B 89
C 50 M 0 Y 84 K 0
#82D959

Paleta de color secundaria

Se crea una paleta de color secundaria, la cual puede ser utilizada en medios digitales como redes sociales, con el fin de darle más dinamismo al contenido



PANTONE: 135 C
R 248 G 203 B 89
C 2 M 19 Y 76 K 0
#F8CB59



PANTONE: 3385 C
R 6 G 206 B 173
C 68 M 0 Y 45 K 0
#06CEAD



PANTONE: 311 C
R 0 G 192 B 227
C 69 M 0 Y 8 K 0
#00COE3

Logo Final CUL



Logo Final CUN



Utilización del color



Aplicaciones

Es importante que la esencia del logotipo se extienda de una forma más visual, es por eso que se crean aplicaciones en donde se dé la interacción de la marca tanto interno/Corporativo como para con el mercado, además, transmiten la identidad de marca que los clientes asocian rápidamente con la empresa y así, el fácil reconocimiento de la misma.





Cuarta propuesta

Justificación del Logo

El logo del **Colegio Universitario de Limón** es la síntesis de algunos elementos característicos de la provincia de Limón y la marca, los cuales son:

- **Sol:** Simboliza un futuro brillante y una energía vital.
- **Agua:** Simboliza la transformación, la unidad y la vida.
- **Birrete:** Simboliza el esfuerzo de quienes han logrado concluir satisfactoriamente un grado académico.
- **Libro abierto:** Simboliza el conocimiento.

Los elementos están ubicados en la parte izquierda del conjunto para mejor distribución, sin embargo, se podrá utilizar en su versión vertical

La tipografía utilizada en la abreviatura “CUL” es Gotham en su versión Black. Por su peso visual y composición, es de fácil lectura y uso. Estará acompañada por el nombre completo “**Colegio Universitario de Limón**” en la tipografía Century Gothic.



Elementos

Creacion de los elementos



Unión de elementos



Paleta de color

Se refrescan los colores de la paleta existente para darle más frescura a la marca, se modifican los colores a tonalidades más brillantes y joviales



PANTONE: 135 C
R 248 G 203 B 89
C 2 M 19 Y 76 K 0
#F8CB59

PANTONE: 1715 C
R 246 G 104 B 89
C 0 M 74 Y 64 K 0
#F66859

PANTONE: 7487 C
R 130 G 217 B 89
C 50 M 0 Y 84 K 0
#82D959

PANTONE: 311 C
R 0 G 192 B 227
C 69 M 0 Y 8 K 0
#00C0E3

PANTONE: 7685 C
R 37 G 80 B 161
C 94 M 78 Y 2 K 0
#2550A1

Logo Final CUL



Logo Final CUN



Utilizacion del color



Aplicaciones

Es importante que la esencia del logotipo se extienda de una forma más visual, es por eso que se crean aplicaciones en donde se dé la interacción de la marca tanto interno/Corporativo como para con el mercado, además, transmiten la identidad de marca que los clientes asocian rápidamente con la empresa y así, el fácil reconocimiento de la misma.





Ejemplo en redes sociales



Una vez concluida la presentación la señora Valeria indica a los señores y señoras del Consejo Directivo si se tiene algún comentario.

La señora Karleny Clark menciona que el propósito de presentar esto es para que se apoye el cambio de imagen, esto se solicitó porque el nombre de la institución está dado como Cunlimón, y este logo al estar horizontal casi no se nota más cuando se participa en alguna actividad, y se está aportando una gran parte, pero la presencia de marca casi no se nota porque es muy horizontal.

Desde que se creó la marca se pensó en las letras CUL de tal manera que giradas forman un círculo como actualmente se tiene, en algún momento de la historia a alguien no le pareció que se llamara CUL y se cambió por CUN, pero si se ve el caso del Colegio Universitario de Cartago se llama CUC, considera que este es un momento apropiado para hacer un cambio en la imagen y que las personas se adapten, que sea algo más de acuerdo a la zona. Por lo que se reciben las observaciones de esta propuesta.

El señor Ricardo Wing menciona que el Cunlimón si está posicionado en la zona, coincide en que la marca tiene un nombre muy largo, como imagen eso limita las promociones, dicho esto considera que la primera opción es la que le parece adecuada, considera que es muy dinámica. Apoya que se realice el cambio a CUL.

Seguidamente la señora Maureen Guevara, menciona que la palabra CUL se le confunde, con los diseños le gusta la cuarta opción y como segunda opción la segunda.

La señora Marbelli Vargas, menciona que tiene dudas al igual que la señora Maureen sobre el uso de la palabra, igual forma indica que tiene dudas con la ley de creación y le preocupa la imagen que se este proyectando a la población, agrega que le parece bien los elementos naturales.

El señor Jean Carlos, indica que le agrada la tercera opción, por ser elegante y sencillo, el primero cuarto son muy juveniles, se debe de considerar que es una institución académica y debe representar seriedad y formalidad, elegancia.

El señor Ricardo menciona que se puede hacer democrático, y socializar con el personal, administrativo, docente y estudiantil para ver la percepción, se pueden romper paradigmas.

El señor Jena Carlos consulta sobre el método de escogencia y apoya en que se debe de tener una retroalimentación por lo que apoya que se pase un instrumento, cuestionario para ver la tendencia de la población y sirva de insumo por si el Consejo Directivo debe tomar la decisión.

La señora Marbelli apoya en que se reciba la retroalimentación valiosa.

La señora Maureen apoya y menciona que sería importante hacer preguntas claves, unas 3 o 4 preguntas claves que ayuden a orientar la respuesta, porque a pesar que no somos una universidad somos una institución de educación superior, pero se debe de respetar ese equilibrio de lo que es la zona y lo que representa la educación superior.

La señora Karleny menciona que se pasara un instrumento.

El señor Frank propone realizar una ficha con una pequeña descripción para que se pueda socializar.

El señor Ricardo Wing apoya lo manifestado e indica que debe ser algo que retroalimente de la forma correcta.

La señora Karleny procede a someter la votación para la toma del acuerdo.

RESULTADO DE LA VOTACIÓN

VOTOS A FAVOR: 7

VOTOS EN CONTRA: 0

TOTAL: 7

Considerando:

- a) Que la señora Karleny Clark propone el cambio de imagen de la institución siendo que el logo actual no muestra presencia de marca al realizarse actividades donde la institución participa.
- b) Que en sesión N°018-2020, la empresa Loud Digital Consulting realizó la presentación de la propuesta para el nuevo logotipo de la institución.

- c) Que basada en la presentación realizada por la empresa Loud Digital Consulting el señor Ricardo Wing propone que se elabore un instrumento de consulta donde los estudiantes, docentes y personal administrativo voten por la opción de su preferencia basada en una ficha de descripción del significado de cada logo propuesto, para que se de una elección orientada al fin de la educación superior parauniversitaria.
- d) Que los demás miembros del Consejo indican estar de acuerdo con esta propuesta y avalan la elección de forma democrática.

Acuerdo.

AVALAR LA ELABORACION DE UN INSTRUMENTO DE CONSULTA PARA LA ELECCION DEL NUEVO LOGO DE LA INSTITUCION.

Acuerdo Firme y unanime

VI) Asuntos de la Dirección de Planeamiento y Desarrollo

a) Cunlimón ante COVID-19, comportamiento primeros 6 meses

La señora Karleny cede la palabra al señor Daniel Ágames para que proceda con esta presentación.

El señor Daniel agradece e inicia saludando a los señores y señoras del Consejo Directivo, así mismo comparte la siguiente frase “En medio de la dificultad yace la oportunidad.” De Albert Einstein, menciona que esta frase es sobre lo que estamos enfrentando haciendo alusión que todo reto requiere esfuerzo, pero todo se puede lograr a pesar de lo que estamos enfrentando como institución.

Lo primero es hablarles un poco de lo que ha enfrentado el Cunlimón en estos primeros 6 meses de pandemia, comentar un poco de los esfuerzos, estrategias que se han implementado desde la Decanatura y las Direcciones para solventar este paso sobre el proceso virtual.

Comenta que desde antes que se diera el tema de la crisis ya había proyectos que se habían empezado a gestar desde la parte académica y administrativa con miras de aprovechar las tecnologías existentes para ir avances en un proceso de visualización, ya se contaba con matrícula en línea y capacitación de docentes para la virtualización, además del traslado del sistema avatar y se tenía ya visualizada la parte virtual mediante una plataforma.



Seguidamente después del 16 de marzo que se presentó el primer caso en la provincia de Limón en consejo de Decanatura se dictó medidas para salvaguardar la salud de los estudiantes y personal administrativo de la institución y garantizar la continuidad de los servicios. Las medidas fueron las siguientes.

Medidas Sanitarias

El Consejo de Decanatura en sesión extraordinaria del 16 de marzo del 2020, emitió las primeras medidas de contención, bajo tres pilares esenciales:

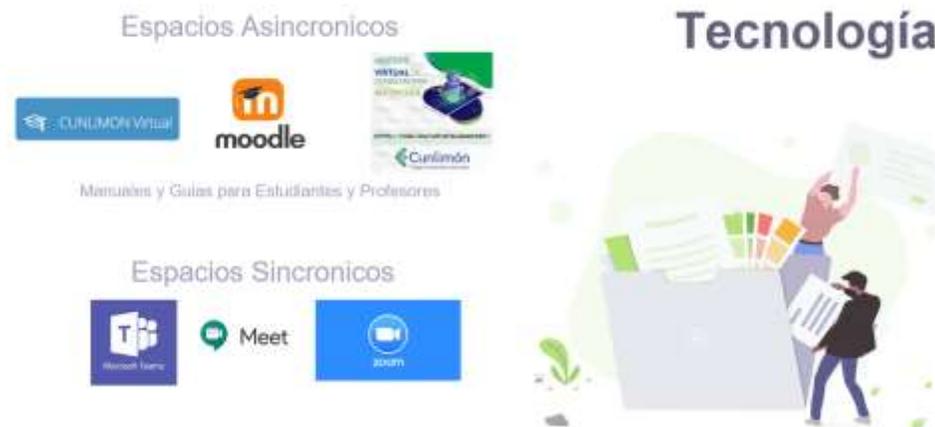
- a) Medidas administrativas para la salvaguarda del funcionamiento del sistema;
- b) Recursos financieros; y
- c) Puesta a disposición de recursos para dar continuidad a las actividades formativas
- d) Cierre preventivo total de las sedes administrativas y académicas
- e) Teletrabajo
- f) Uso de las plataformas para la comunicación con los funcionarios en teletrabajo
- g) Virtualidad de los cursos
- h) Matrícula en línea
- i) Mejora en los procesos de publicidad y promoción de las carreras con la ayuda de plataformas como Facebook
- j) Rediseño de las mallas curriculares para adaptarlas a la virtualidad
- k) Becas
- l) Monitoreo del Dep. Control Educativo en la aplicación de las tecnologías educativas en el desarrollo de cada curso

Durante el COVID-19

Se adoptaron medidas en donde parte de esas fueron:

Acciones de Mediación Pedagógica

- ✓ Adaptación de los cursos a la virtualidad
- ✓ Capacitación Docente
- ✓ Protocolo aprobado por CSE
- ✓ Mediación Pedagógica y Tecnológica en la Enseñanza Parauniversitaria
- ✓ Conectividad (retos)
- ✓ SINPE Movil 8821-3191
- ✓ Semana de Formación Docente y la Semana de Bienvenida de Estudiantes
- ✓ Webinar sobre diferentes temas de interés para la comunidad limonense.
- ✓ La promoción institucional en redes sociales oficiales de la institución



Infraestructura Sanitaria y Materiales y Equipos de Limpieza

Equipamiento en Sedes y Oficinas Centrales del Cunlimón

Inversión Total: ¢10,2 millones

Cunlimón, avanza hacia la “Nueva Normalidad” Tecnología Educativa (Inversión: ¢125 millones) en donde se adquirió

- Laboratorio de Laptop para las sedes (200 pc)
- Pizarras Interactivas (3 unidades)
- Biblioteca Virtual (E-Libro)
- Internet Fibra Óptica (Exclusiva)

Infraestructura Educativa: (Pococi) Total ¢412 millones



Infraestructura Educativa: Nuevo Anexo Sede Pococi Aula Didáctica en la Estación Experimental Los Diamantes



Infraestructura Educativa: Nueva Sede de Guacimo



Infraestructura Educativa: Nueva Sede de Guacimo



Tras todo lo mencionado anteriormente se prueba y justifica que, aunque se está pasando por esta situación los procesos continúan y seguimos saliendo hacia adelante como institución con el esfuerzo de todos

Sede central

La fachada de la institución se le está dando un cambio con un enfoque más moderno, que se ajusta al cambio siendo es más competitiva.



Para reforzar esto la señora Karleny aporta que la remodelación se aprovecha por la siguiente razón, el edificio era una bomba de tiempo así lo dijo un ingeniero especialista en emergencia y salud ocupacional y ya se tenía una llamada de atención por parte de los bomberos porque el edificio en la parte de arriba no tenía una escalera de emergencia, por lo que se decidió hacer una escalera de emergencias; para aprovechar eso se refresco la fachada, se está ampliando la sala de sesiones, oficina de Decanatura y el comedor de los funcionarios, así como habilitar una oficina para las compañeras psicólogas dado que atienden temas muy sensibles con los estudiantes.

Seguidamente le solicita al señor Agames que se explique un poco sobre los planes de la institución desde esa Dirección de Planeamiento y Desarrollo.

El señor Ágames atiende indicando que se está trabajando en el Plan Estratégico institucional el cual se vence este año, por lo que en miras de vincular los demás planes se integran para que estén en relación y concordancia, realizando reuniones con el personal para comunicar sobre estos procesos. La idea también es evaluar el desempeño y trabajar un lineamiento con las tareas que realizan los funcionarios, de manera que este vinculados con los objetivos de la institución.

Mediante un sistema se estará realizando un control de las actividades de cada funcionario.

La señora Karleny aporta que también al Consejo Directivo se les estará compartiendo un instrumento referente a él plan estratégico y que próximamente se estará agendando una sesión para verlo.

Comenta que puede que exista la interrogante de que estos planes deberían de estar ya realizados. Sin embargo, en el 2014 cuando asumió la Dirección Administrativa la recibió desde cero, no se le traslado ningún oficio y ante esto se venía trabajando cada dirección de forma desarticulada y así no funcionan las organizaciones, por lo que ha sido un proceso, desde instaurar un sistema informático que consolide la parte financiera y académica, claro esta se quisiera trabajar más rápido pero no se ha logrado, además de esto se está trabajando,

- Las Normas Internacionales de Contabilidad
- Control interno
- Gestión de riesgos
- Planes de emergencia
- Planes de salud ocupacional
- Reestructuración de Recursos Humano,
- Reestructuración de la Dirección de Educación Comunitaria y Asistencia Técnica,

Todo esto para trabajar de una forma más eficiente y los funcionarios estén respaldados y puedan ver su avance y midiéndolo con el sistema, esto se menciona a modo de información, la dirección de planeamiento ha estado trabajando de forma activa y eficiente en todos esos procesos.

El señor Ágames menciona que es un cambio de cultura lo que se está haciendo, es un plan que genere apoyo a la administración y sobre todo que esté vinculado a los objetivos.

También la señora Karleny menciona que se está trabajando en un nuevo modelo pedagógico para la institución en donde la señora Maureen Guevara ha estado apoyando y que pronto será presentado en este consejo, con el fin de dar un mejor servicio a todos los usuarios.

Los señores del Consejo Directivo agradecen y mencionan que está muy clara la información.

VII) Varios

- a) Solicitud sesión extraordinaria para ver informe trimestral 15/10/2020**
- b) Solicitud sesión extraordinaria para ver Estados Financieros 30/10/2020**

Seguidamente la señora Karleny procede a indicar a los señores del Consejo sobre estas sesiones extraordinarias para ver estos dos puntos. Los señores del Consejo Directivo aprueban la realización de estas dos sesiones extraordinarias.

Habiendo tratado los puntos del orden del día, siendo las doce horas treinta minutos, se levanta la sesión.

Karleny Clark Nelson
Presidente Consejo Directivo

Ricardo Wing Argüello
Secretario Consejo Directivo