

1 **ACTA ORDINARIA 2958-2025:** Acta de la sesión ordinaria número dos
2 mil novecientos cincuenta y ocho, celebrada mediante la plataforma zoom,
3 al ser las quince horas y veintitrés minutos del día **veinticuatro de marzo**
4 **de dos mil veinticinco**, presidida por el señor Tomás Federico Arias
5 Castro, director y representante de la Universidad de Costa Rica; con la
6 asistencia de los siguientes miembros del Consejo Directivo de la Editorial
7 Costa Rica (ECR): señor Carlos Rubio Torres, vicepresidente y
8 representante del Ministerio de Cultura y Juventud señora Ruth Cubillo
9 Paniagua, directora representante del Ministerio de Cultura y Juventud;
10 señor Carlos Cascante Segura, director y representante de la Universidad
11 Nacional y señor Joshua Quesada Vindas, director y representante del
12 Ministerio de Educación Pública y la señora Andrea Méndez Calderón,
13 directora y representante del Ministerio de Educación Pública.
14 **Miembros del Consejo Directivo de la ECR ausentes con**
15 **justificación:** ninguno. **Funcionarios administrativos de la ECR**
16 **presentes:** señor José Fabián Mora Chaverri, gerente general y señora
17 María Arias González, secretaria de actas. **Funcionarios administrativos**
18 **de la ECR invitados presentes:** Sr. Ariel Hernández Barrios, jefe
19 Financiero Administrativo. -----

20 En relación con la reforma de los artículos 50 y 56 de la Ley General de la
21 Administración Pública, realizada por la Ley 10053, la Procuraduría General
22 de la República en su dictamen PGR-C-207-2022 de 28 de septiembre de
23 2022, concluyó lo siguiente: "A partir de lo dispuesto en el numeral 10 de
24 la Ley General de la Administración Pública y los principios constitucionales
25 de razonabilidad y proporcionalidad que obligan a no entorpecer el
26 funcionamiento de los órganos colegiados y a interpretar la norma según
27 la mejor satisfacción del fin público, debe concluirse que la "transcripción
28 literal" del acta exigida en la reforma citada, no impide que el secretario
29 realice una limpieza del texto en los términos que se indica en este
30 dictamen, pues ante cualquier duda, se cuenta con el audio y el video para
31 realizar el cotejo de lo acontecido de manera fiel y exacta. Lo anterior, sin
32 perjuicio de la interpretación auténtica que pueda llevar a cabo la Asamblea
33 Legislativa sobre esta ley". -----

34 **ARTÍCULO 1. REVISIÓN Y APROBACIÓN DEL ORDEN DEL DÍA, DE**
35 **LA SESIÓN ORDINARIA 2958-2025 DEL DÍA LUNES 24 DE MARZO**
36 **DEL AÑO 2025.** -----

37 El señor presidente somete a revisión el orden del día para hoy.
38 CONSIDERANDO 1- El orden del día propuesto. Aprobado por unanimidad,
39 se toma el **ACUERDO 1. ARTÍCULO 1:** APROBACIÓN DEL ORDEN DEL

40 DÍA. ARTÍCULO 2: APROBACIÓN ACTA 2957. ARTÍCULO 3:
41 CORRESPONDENCIA. ARTÍCULO 4: FINANCIERO ADMINISTRATIVO 1.
42 ESTADOS FINANCIEROS FEBRERO 2025. 2. REVISIÓN ACUERDO DIETAS
43 (N°6 SO 2944 DEL 30 DE SETIEMBRE, 2024). ARTÍCULO 5: GERENCIA 1.
44 ESTRATEGIA RELACIONES PÚBLICAS Y REDES SOCIALES. 2. PROPUESTA
45 DONACION SIEDIN. 3. OFICIO ECRG-033-2025, REUNIÓN TEC.
46 ARTÍCULO 6: PROPUESTA DIRECTORES. **ACUERDO APROBADO EN**
47 **FIRME.** -----

48 **ARTÍCULO 2: APROBACIÓN ACTA 2957.** El señor presidente, Tomás
49 Federico Arias Castro, inicia con la lectura del acta 2957, no se realizan
50 correcciones y se aprueba de inmediato. -----

51 **ARTÍCULO 3: CORRESPONDENCIA.** El señor presidente le concede la
52 palabra a la señora Ruth Cubillo Paniagua, secretaria. De inmediato la
53 directora inicia con la lectura de la correspondencia. 1- Correo electrónico,
54 enviado por el despacho del Ministerio de Hacienda
55 (despachomh@hacienda.go.cr), fechado 24 marzo 2025. **Asunto:** *En*
56 *atención del seguimiento efectuado al oficio ECRG 008-2025 de enero de*
57 *2025 "Solicitud audiencia ministro de Hacienda", dan acuse de recibido del*
58 *oficio y solicitan detallar más ampliamente el tema a conversar, con el fin*
59 *de brindar un espacio conveniente en la agenda del señor ministro. El*

60 señor presidente saluda al señor Fabián Mora Chaverri, gerente y le
61 concede la palabra para que se refiera a este punto. Don Fabián
62 indica que dicho correo fue recibido el día de hoy por la mañana y que
63 ya vio esta información con el señor Ariel Hernández Barrios, jefe
64 Financiero Administrativo y dice que ambos coinciden en que debido
65 a la respuesta previa recibida mediante oficio DM-OF-0201-2025. En
66 dicho documento, el ministro proporcionó las indicaciones
67 correspondientes a seguir. El señor presidente agradece la
68 información y tanto el señor presidente como los demás directores
69 están de acuerdo en no proceder con la audiencia, debido a la
70 respuesta previa y acuerdos con el Registro Nacional. Además, se
71 comentó sobre la reunión que se llevará a cabo con el ministro de
72 Cultura y Juventud el próximo viernes donde acompañará a la
73 Administración el señor Carlos Rubio. Los señores directores del
74 Consejo Directivo instruyen a la Administración en mantener la
75 reunión programada con el ministro de Cultura para que se presente
76 don Fabián, como nuevo gerente y discutir la situación financiera de
77 la editorial y abordar la necesidad de nombramientos para el Consejo
78 Directivo, que vencen en mayo próximo. El señor presidente agradece

79 la participación de doña Ruth y del señor gerente, en el desarrollo del
80 artículo de correspondencia. Seguidamente, el señor presidente solicita el
81 ingreso del señor Ariel Hernández Barrios, jefe Financiero Administrativo,
82 con el fin de desarrollar el artículo número cuatro. **ARTÍCULO 4:**
83 **FINANCIERO ADMINISTRATIVO.** El señor Ariel Hernández Barrios, jefe
84 Financiero Administrativo, ingresa a la reunión virtual, saluda y de
85 inmediato procede a compartir en pantalla una presentación en PowerPoint.
86 1. ESTADOS FINANCIEROS FEBRERO 2025. El jefe Financiero
87 Administrativo dice que el resultado del análisis de los Estados Financieros
88 se resume así: Balance de Situación, la situación financiera que muestra el
89 Balance al mes de febrero 2025, sobre los Activos Corrientes, muestran una
90 disminución en comparación con el mes de febrero 2024, pasó de tener
91 ¢153.7 millones a ¢146.02 millones, la diferencia de ¢7.7 millones
92 representa un 5% menos y obedece principalmente a la disminución en
93 cuentas por cobrar. Activos no Corrientes: Muestran una disminución en
94 comparación con el mes de febrero 2024, pasó de tener ¢250.4 millones a
95 ¢239.08 millones, la diferencia de ¢11.3 millones representa un 4.5%
96 menos y obedece principalmente al efecto por depreciación de activos.
97 Pasivos Corrientes: Presentan un incremento de ¢18.8 millones que
98 representa un 25.6% más en comparación con el mes de febrero 2024, es

99 decir, pasó de tener una obligación por pagar de ₡73.5 millones a ₡92.4
100 millones; debido a la partida deudas a corto plazo sociales y fiscales, así
101 como retenciones por pagar. Pasivos no Corrientes: No presenta
102 movimiento. El registro por derechos de autor de obras huérfanas se ajusta
103 a su vencimiento, en cumplimiento a recomendación de auditoría externa
104 y Normas Internacionales de Información Financiera, según criterio legal
105 AL-008-2022. El Patrimonio se ubica en ₡286.3 millones y representa un
106 11.8% menos que el mismo período del año 2024. Don Ariel manifiesta que
107 en resumen, la situación financiera de la Editorial Costa Rica al cierre del
108 mes de febrero 2025, muestra un cambio desfavorable en la posición
109 financiera en comparación al año anterior, ya que sus activos totales
110 muestran una disminución del 4.7%, debido a la disminución en cuentas
111 por cobrar y aumento en depreciación; el pasivo total muestra un aumento
112 del 24.6%, debido a las deudas a corto plazo sociales y fiscales, así como
113 retención por pagar. El patrimonio disminuyó en 11.8%, debido a la
114 disminución en la rentabilidad acumulada. Asimismo, la Institución con sus
115 activos corrientes muestra una capacidad de cobertura de 1.5 veces los
116 pasivos corrientes. Sobre el Estado de Resultados, don Ariel dice que en el
117 mes de febrero 2025 se presenta una utilidad de ₡32.4 millones, mientras
118 que en el mismo mes del año 2024 se obtuvo una utilidad de ₡11.1 millones,

119 la utilidad mensual obedece a los ingresos recibidos por ley de marcas,
120 correspondiente al mes de octubre y noviembre 2024 por ¢23.5 millones.
121 Las ventas brutas acumuladas al mes de febrero 2025 fueron de ¢52.8
122 millones, inferior en un 13.02% a las ventas acumuladas del mismo periodo
123 del año 2024, que fueron de ¢60.8 millones. Los ingresos acumulados por
124 ley de marcas fueron de ¢57.7 millones, superior en un 52.9% a los
125 ingresos acumulados del mismo mes del año anterior que fueron de ¢37.7
126 millones. En el mismo orden, los ingresos netos acumulados de operación
127 muestran una mejoría del 17.7% más, toda vez que se aplican descuentos,
128 devoluciones, costo de venta y derechos de autor. Además, los gastos de
129 operación muestran un monto acumulado de ¢52.2 millones, ¢20.9 millones
130 menos, que representa un 28.5% menos, debido a los ingresos de octubre
131 y noviembre 2024, recibidos en este mes, así como a la contención del
132 gasto. El jefe financiero dice que en conclusión los resultados obtenidos al
133 cierre de este mes muestran una utilidad mensual de ¢32.4 millones y
134 acumulada de ¢34.1 millones, Asimismo, los ingresos netos acumulados de
135 operación muestran un 17.7% más que el año anterior, después de aplicar
136 descuentos, devoluciones, costos de ventas y derechos de autor. Los gastos
137 acumulados disminuyeron un 28.5% con respecto al año anterior, debido
138 al ahorro por la ausencia en la plaza de jefe de mercadeo y ventas, y difusor

139 cultural. En síntesis, los resultados económicos para la Editorial Costa Rica,
140 son favorables, debido a la recuperación de ¢23.5 millones de ingresos,
141 correspondiente a octubre y noviembre del año 2024 y a la disminución en
142 los gastos del 28.5% debido a las plazas de difusor y jefe de ventas
143 vacantes, La administración debe mantener un nivel de ventas crecientes,
144 con austeridad en los gastos, para sostener su margen de utilidad, sin
145 mayor dependencia de la subvención estatal. Don Fabián solicita la palabra
146 y añade que las principales deudas han sido pagadas, incluidas las que se
147 mantenían con la Imprenta Nacional, y dice que la Administración, espera
148 que marzo sea un buen mes para las ventas. También menciona los
149 esfuerzos en curso para ampliar la base de clientes entre los centros
150 educativos a nivel nacional. El señor presidente abre el espacio para que
151 los directores externen sus consultas y comentarios y seguidamente somete
152 el tema a votación. Este Consejo Directivo CONSIDERANDO 1. La
153 presentación de los estados financieros febrero 2025. 2. Lo expuesto por el
154 señor Ariel Hernández Barrios, jefe Financiero Administrativo de La ECR. 3.
155 Lo discutido por los señores directores. 4. Lo expuesto por la
156 Administración. Por unanimidad, toma el **ACUERDO 2**. Dar por recibido el
157 informe de los Estados Financieros de febrero 2025, presentado por el
158 señor Ariel Hernández Barrios, jefe Financiero Administrativo de la ECR.

159 **ACUERDO APROBADO. 2. REVISIÓN ACUERDO DIETAS (N°6 SO 2944**
160 **DEL 30 DE SETIEMBRE, 2024**). Para el desarrollo de este punto don Ariel
161 da lectura al acuerdo tomado en setiembre del año pasado, el cual dice:
162 "ACUERDO N°6: Instruir a la Administración para que se suspenda el pago
163 de dietas de los señores y señoras directores del Consejo Directivo, a partir
164 del 1° de octubre de octubre de 2024 y hasta el 31 de marzo de 2025.
165 ACUERDO APROBADO EN FIRME". Don Ariel indica que ya en abril hay que
166 volver a pagar las dietas. Entonces, lo dice para que se tengan en cuenta.
167 Manifiesta que es importante rescatar que ya la editorial ya pagó sus
168 deudas y ya no debe a nadie, lo que se mantiene actualmente está al día,
169 a excepción de los autores que se está solicitando en el presupuesto
170 extraordinario por cuestiones de contenido presupuestario. Los señores
171 directores analizan el tema del restablecimiento de los pagos de dietas para
172 los miembros del Consejo Directivo. Don Ariel explica y señala que
173 suspender los pagos no significa que la editorial no deba ese dinero, y que
174 él recomienda reanudar los pagos debido a requisitos legales y
175 presupuestarios y pagar retroactivamente lo que no se pagó durante los
176 meses que contemplaba el acuerdo. Los señores directores discuten
177 ampliamente este tema, y al coincidir todos en su criterio, el señor
178 presidente interviene y dice que, en su calidad de presidente del Consejo

179 Directivo, presenta ante los miembros del Consejo Directivo, la moción para
180 volver a reinstaurar los pagos de las dietas del Consejo Directivo a partir
181 del primero de abril 2025, en virtud de haberse cumplido el plazo de los
182 seis meses que había acordado desde setiembre de 2024. Este Consejo
183 Directivo CONSIDERANDO 1. El acuerdo n° 6 de la sesión ordinaria n° 2944
184 del 30 de setiembre, 2024; que a la letra dice: "Instruir a la Administración
185 para que se suspenda el pago de dietas de los señores y señoras directores
186 del Consejo Directivo, a partir del 1° de octubre de octubre de 2024 y hasta
187 el 31 de marzo de 2025. ACUERDO APROBADO EN FIRME". 2. Lo expuesto
188 por el señor Ariel Hernández Barrios, jefe Financiero Administrativo de la
189 ECR y su recomendación de restablecer el pago de dietas a partir de abril
190 2025. 3. Lo discutido por los señores directores. Por unanimidad, toma el
191 **ACUERDO 3.** a) Restablecer el pago de dietas de los señores directores y
192 las señoras directoras, a partir del mes de abril de 2025, por concepto de
193 su asistencia a las sesiones del Consejo Directivo de la ECR; b) no efectuar
194 ningún tipo de pago retroactivo al Consejo Directivo, según lo dispuesto en
195 el plazo suspendido de seis meses en el acuerdo N.º 6 SO 2944 de 30 de
196 setiembre de 2024. **ACUERDO APROBADO EN FIRME. ARTÍCULO 5:**
197 **GERENCIA. 1. ESTRATEGIA RELACIONES PÚBLICAS Y REDES SOCIALES.**
198 El señor presidente le concede la palabra al señor gerente para que

199 desarrolle los temas del artículo cinco del orden del día. De inmediato don
200 Fabián comparte en pantalla el documento “Estrategia de relaciones
201 públicas para la Editorial Costa Rica”, dice que su objetivo es: Fortalecer la
202 imagen de Editorial Costa Rica (ECR) como líder en la publicación de
203 literatura costarricense, destacando su historia, calidad y compromiso con
204 la cultura nacional. Lema: El lector es el destino; el autor, el camino. Público
205 objetivo: • Público lector en general. • Librerías y bibliotecas. • Medios de
206 comunicación nacionales e internacionales. • Escritores y académicos.
207 • Instituciones culturales y educativas. • Plataformas digitales de
208 distribución de libros. Mensajes clave: • La Editorial Costa Rica es la
209 principal casa editorial pública del país, comprometida con la excelencia
210 literaria, la educación y el disfrute de los lectores. • La ECR brinda
211 oportunidades tanto para autores noveles como consolidados por medio de
212 los certámenes literarios y de un riguroso proceso de selección de obras.
213 Asimismo, para artistas gracias al certamen Juan Manuel Sánchez de
214 ilustración y la inclusión de arte en sus libros ilustrados y cubiertas. • Su
215 vasto fondo editorial refleja la riqueza cultural y literaria de Costa Rica. •
216 Cada obra publicada mantiene altos estándares de calidad y diseño
217 artístico. • La lectura brinda beneficios para el individuo y para la
218 sociedad. • Las colecciones infantiles, Colibrí y Juvenil invitan a los primeros

219 y jóvenes lectores a adentrarse en el mundo de la literatura con obras
220 recreativas de alto valor cultural. Estrategias y tácticas: 1. Promoción de los
221 beneficios de la lectura: *Campañas en redes sociales y blogs (columnas)
222 en el sitio web sobre la importancia de la lectura. O Desarrollo de videos,
223 artículos e infografías que muestren cómo la lectura enriquece la vida
224 personal y profesional o alianzas con instituciones educativas para fomentar
225 la lectura en jóvenes. 2. Construcción de comunidad o creación de foros en
226 línea, clubes de lectura y grupos en redes sociales. *Organización de
227 sesiones en vivo, discusiones interactivas y talleres de escritura. * Impulso
228 de espacios de intercambio entre autores y lectores para fortalecer la
229 conexión con el público. *Creación de un canal de comunicación directa con
230 los autores. *Creación de contenido exclusivo para seguidores (boletín).
231 *Espacio de blog o columnas de opinión en el sitio web. 3. Lanzamientos
232 de nuevos libros en momentos clave: * Planificación de eventos de
233 lanzamiento con la participación de medios, influencers y público lector. *
234 Cobertura mediática con comunicados de prensa y entrevistas a los autores.
235 * Estrategias de prelanzamiento en redes sociales con adelantos,
236 fragmentos exclusivos y sorteos. * Presentaciones en ferias y espacios
237 culturales para maximizar la visibilidad de las nuevas publicaciones. 4.
238 Relación con los medios: *Envío regular de comunicados de prensa sobre

239 nuevos lanzamientos, eventos y premios literarios. * Colaboración con
240 periodistas y críticos literarios para generar cobertura mediática. *

241 Organización de conferencias de prensa y eventos para fortalecer la
242 visibilidad de la editorial. * Envío de ejemplares de promoción a medios
243 importantes, librerías y cadenas. 5. Participación en ferias y eventos
244 literarios: * Presencia en ferias de libros organizadas por centros educativos
245 y eventos abiertos al público. 6. Certámenes literarios: * Organización
246 de concursos anuales que premian nuevas voces literarias. * Publicación y
247 promoción de la obra ganadora. *Divulgación en medios de comunicación.

248 Estrategia de redes sociales para la Editorial Costa Rica. Objetivo: Aumentar
249 la cantidad y la participación de seguidores en las redes sociales de la ECR.

250 1. Plataformas clave y uso adecuado: • Facebook: Ideal para la promoción
251 de eventos, interacción con la comunidad y publicación de noticias
252 relevantes sobre la editorial. Se pueden crear eventos, compartir artículos
253 y realizar transmisiones en vivo de lanzamientos de libros o entrevistas con
254 autores. • Instagram: Enfocado en contenido visual atractivo, dirigido a un
255 público joven. Se recomienda publicar imágenes de portadas de libros,
256 fragmentos destacados, reels con testimonios de autores y detrás de
257 cámaras del proceso editorial. Diferencias clave entre Facebook e
258 Instagram Característica Facebook Instagram. Formato principal Texto,

259 imágenes, videos, enlaces y eventos Imágenes, videos y stories
260 interactivas. Audiencia Más variada, incluye jóvenes y adultos mayores
261 Predomina un público joven (18-40 años). Tipo de contenido recomendado:
262 noticias, eventos, artículos, publicaciones extensas, interacción en grupos
263 Contenido visual atractiva, videos cortos, historias, reels. Interacción
264 Comentarios, compartidos, encuestas, eventos en vivo Me gusta,
265 comentarios, respuestas en stories, reels virales. Alcance orgánico Menor
266 sin pago (favorece posts compartidos y grupos) Mayor si el contenido es
267 atractivo y en video. Duración del contenido Permanente y recomendado
268 en el tiempo rápido y efímero (más dinamismo). 2. ¿Qué contenido publicar
269 en cada red social? Facebook (contenido más informativo y detallado) •
270 Publicaciones extensas sobre libros: Sinopsis, contexto, historia del autor,
271 fragmentos de obras. • Eventos y transmisiones en vivo: Presentaciones de
272 libros, ferias, conversatorios. • Artículos y noticias: Sobre literatura
273 costarricense y la Editorial. • Grupos de lectura y comunidades: Creación
274 de espacios de interacción entre lectores. • Promociones y concursos:
275 Publicaciones con información detallada y enlaces directos. • Testimonios
276 y reseñas: Opiniones de lectores sobre las publicaciones. Instagram
277 (contenido más visual y dinámico) • Portadas de libros con diseño
278 atractivo. • Frases inspiradoras o citas de los libros (con diseño llamativo).

279 • Videos cortos y reels: Presentaciones de autores, detrás de cámaras del
280 proceso editorial, recomendaciones de libros. • Historias interactivas:
281 Encuestas, preguntas a los seguidores, adelantos exclusivos. •
282 Lanzamientos de libros en reels y stories con contenido dinámico. • Desafíos
283 literarios y retos de lectura (Ej. #RetoLiterarioCostaRica). Estrategia
284 combinada • Facebook para informar y profundizar en contenido
285 editorial. • Instagram para atraer visualmente y generar interacción rápida.
286 • Publicar en ambas redes, pero adaptando el formato. • Usar Facebook
287 para redirigir tráfico a eventos y noticias de la editorial. • Usar Instagram
288 para atraer público joven con imágenes llamativas y videos. 3. Acciones
289 clave: 1. Calendario de contenidos: Publicar de manera constante sobre
290 novedades editoriales, efemérides literarias, entrevistas con autores y
291 recomendaciones de lectura. 2. Contenido interactivo: Realizar encuestas,
292 trivias y sesiones en vivo con autores para fomentar la participación del
293 público. 3. Uso de formatos visuales atractivos: Incorporar videos, reels y
294 carruseles con fragmentos de libros, detrás de cámaras y testimonios de
295 autores. 4. Colaboraciones con bookstagrammers: Trabajar con creadores
296 de contenido literario para aumentar el alcance de las publicaciones. 5.
297 Concursos y dinámicas: Organizar sorteos de libros y retos literarios para
298 incentivar la interacción y fidelización de la audiencia. 6. Publicidad

299 segmentada: Implementar campañas pagadas en redes sociales para llegar
300 a públicos específicos interesados en literatura costarricense y
301 latinoamericana. 7. Plan de contenidos a 12 meses: 1-3: Presentación de la
302 historia de ECR, adelantos de publicaciones, detrás de escenas del proceso
303 editorial. Meses 4-6: Q&A con autores, concursos y sorteos, colaboraciones
304 con influencers literarios. Meses 7-9: Contenido generado por usuarios,
305 reuniones de clubes de lectura virtuales, promoción de catálogo digital.
306 Meses 10-12: Campañas en video sobre la importancia de la lectura,
307 colaboración con instituciones educativas y cierre del año con resúmenes y
308 logros. 4. Ejemplos de publicaciones: 1. Facebook: * Publicación de evento:
309 "¡Acompáñenos al lanzamiento de [Título del Libro] este viernes en [Lugar]!
310 Conozca al autor y disfrute de una conversación sobre su obra.
311 #EditorialCostaRica". * Artículo destacado: "¿Sabía que la literatura
312 costarricense ha sido reconocida internacionalmente? Descubrí 5 libros
313 imprescindibles en nuestra nueva publicación. * Transmisión en vivo:
314 "Conectemos en vivo con [Nombre del Autor] para hablar sobre su nueva
315 obra y responder preguntas de los lectores. ¡No te lo perdás!". * Anuncio
316 de certamen literario: "¿Tiene una historia que contar? Participe en nuestro
317 certamen literario anual y conviértase en el próximo gran autor
318 costarricense. #PremioJovenCreación". * Post sobre ferias: "Nos emociona

319 participar en [Nombre de la Feria]. Una oportunidad única para acercarnos
320 a los lectores y compartir nuestro amor por la literatura.
321 #FomentandoLaLectura". 2. Instagram: * Post con imagen de libro:
322 "Presentamos nuestra nueva publicación: [Título del Libro] de [Nombre del
323 Autor]. Una historia que te atraparé desde la primera página.
324 #LibrosQueInspiran". * Reel con detrás de cámaras: "Así es como damos
325 vida a un libro en la Editorial Costa Rica. Desde la selección de manuscritos
326 hasta la impresión. #ProcesoEditorial". * Historia con encuesta interactiva:
327 "¿Cuál de estos géneros literarios prefieres? Responde en nuestra encuesta
328 y ayúdanos a elegir la próxima publicación". * Post de convocatoria:
329 "¡Atención, escritores! Está abierta la convocatoria para nuestro certamen
330 literario. Envíanos tu obra y forme parte de la literatura costarricense.". *
331 Post sobre ferias: "¡Estamos en [Nombre de la Feria]! Ven a conocer
332 nuestras publicaciones y participa en actividades interactivas y concursos.
333 #LeerEsCrece". Al finalizar de exponer don Fabián este tema, el señor
334 presidente da la palabra a los señores directores. El director Joshua
335 Quesada Vindas manifiesta que siendo la comunicación, un área en la que
336 se ha desempeñado durante toda su vida profesional, prácticamente, le
337 parece que la propuesta de don Fabián es bastante realista, aterrizada,
338 apropiada para las necesidades de la editorial y también se apega mucho a

339 las tendencias actuales. Dice que en su momento, cuando él se incorporó
340 a la ECR y todavía no estaba don Fabián, él comentó, que en la actualidad
341 las personas en televisión, en redes sociales en distintos medios están
342 demandando servicio, y dice que además de informar, también quieren ver
343 contenido que les deje algo que les aporte, algo que les genere algún
344 interés para suplir una necesidad que tal vez ellos no sabían que la tenían.
345 Y dice que, en ese sentido, le parece que las propuestas expuestas por don
346 Fabián son muy atinadas en ese aspecto. Los señores directores comentan
347 ampliamente la propuesta de don Fabián y lo felicitan por la propuesta
348 presentada, la cual responde a lo que se ha venido pidiendo desde hace
349 mucho tiempo atrás, coinciden en que es una estrategia integral de
350 relaciones públicas y redes sociales. Don Fabián manifiesta que en
351 resumen, el objetivo de esta propuesta fortalecerá la imagen de la editorial
352 como líder en la literatura costarricense. Además, la estrategia propone
353 llegar a más lectores a través de los autores, contiene elementos clave para
354 crear una comunidad consolidada, mejorará las relaciones con los medios
355 y aumentará la participación en eventos. En lo que respecta a las redes
356 sociales, el plan se centra en aumentar los seguidores y la interacción en
357 Facebook e Instagram, con enfoques distintos para cada plataforma. Y para
358 finalizar don Fabian indica que desea saber la opinión del Consejo Directivo,

359 sobre el enfoque general antes de definir las tareas operativas y asignar los
360 recursos para su implementación. El señor gerente resalta la colaboración
361 de los funcionarios que están asumiendo tareas adicionales con el fin de
362 cubrir las funciones que asumían el jefe de Mercadeo y Ventas, y la difusora
363 cultural, a saber; la jefa y el asistente de Producción Editorial, la secretaria
364 de Consejo Directivo, y el coordinador de Servicios Administrativos. Los
365 señores directores se muestran muy complacidos y agradecidos con la labor
366 realizada por ese equipo de trabajo conformado por los funcionarios antes
367 mencionados, con el fin de sacar adelante esas funciones tan requeridas
368 por el área de Mercadeo y Ventas de la editorial. El señor presidente le
369 indica al señor gerente que tiene el respaldo total de este Consejo Directivo
370 y le dice que se ve cumplido el anhelo que tanto tuvo este Consejo
371 Directivo, agrega que, una y otra vez y otra vez, se intentó por todos los
372 medios de que algo así empezara a materializarse y esto que hoy les expone
373 da tranquilidad, para finalizar este tema el señor presidente le manifiesta
374 al señor gerente, que sólo le queda decirle que siga adelante y que cada
375 aspecto que necesite del Consejo Directivo, no dude en solicitárselos. 2.
376 PROPUESTA DONACION SIEDIN. En lo que respecta a este punto de la
377 agenda el señor gerente les dice a los señores directores que en atención
378 del respectivo seguimiento a la reunión que se efectuó el pasado martes 11

379 de marzo, a las 10 am, en la Universidad de Costa Rica con el señor
380 Alexander Jiménez Matarrita, director del SIEDIN y como se mencionó en
381 el oficio ECR-GG-030-2025, que fue tratado en la sesión del Consejo
382 Directivo del 17 de marzo 2025, y el oficio ECR_GG_035_2025 que quedará
383 adjunto al acta, el director del SIEDIN ha expresado su interés en renovar
384 el convenio que actualmente existe entre ambas instituciones. Este
385 convenio permite el uso de equipo de impresión por parte de la Editorial
386 Costa Rica en la Universidad de Costa Rica. Sin embargo, según lo que el
387 señor Jiménez comentó, la editorial no ha estado utilizando este equipo
388 desde hace algún tiempo. Además, dice que durante la reunión también se
389 discutió otro punto importante y este consiste en que el SIEDIN está
390 interesado en recibir una donación de libros por parte de la Editorial Costa
391 Rica, incluso si estos presentan algunos problemas de condición. En
392 respuesta a esto, el equipo de producción de la ECR y el encargado de
393 bodega han identificado una serie de libros con baja rotación y ciertos
394 problemas de calidad, los cuales podrían ser considerados para esta
395 donación. La propuesta que don Fabián pone a consideración del Consejo
396 Directivo, es realizar esta donación con el fin de facilitar la renovación del
397 convenio entre ambas instituciones. Asimismo, don Fabián proyecta en
398 pantalla fotografías de algunos títulos que como lo dijo anteriormente

399 presentan algunas manchas y que no están en condición de venderse por
400 su estado físico. Don Fabián indica que su propuesta para el Consejo
401 Directivo, es valorar una posible donación de libros a la editorial de la
402 Universidad de Costa Rica (UCR) a cambio de servicios de impresión.
403 Además, explica que hay unos 10.000 libros en almacenamiento con
404 defectos menores que podrían ser donados. Los señores directores se
405 muestran de acuerdo en apoyar esta iniciativa, viéndola como mutuamente
406 beneficiosa. Además, don Fabián también informa sobre algunas reuniones
407 celebradas con otras editoriales universitarias y otras prontas a llevarse a
408 cabo, incluido el Instituto Tecnológico (TEC), donde se discutieron posibles
409 colaboraciones. El director Cascante Segura, comentó brevemente sobre
410 los desafíos que enfrentan las editoriales universitarias en la venta y
411 circulación de libros, así como las grandes cantidades de libros que poseen
412 en bodegas. El señor presidente interviene y le dice a don Fabián que tras
413 escuchar lo comentado por todos los directores y tras las iniciativas que la
414 Administración este realizando, corresponde, delegar en la Administración
415 lo conducente. Y señala que tiene el respaldo del Consejo Directivo para lo
416 correspondiente y solicita como es habitual mantener inmediatamente al
417 tanto de cualquier circunstancia que se dé, para ir conociendo de primera
418 mano cuál es el desarrollo, de todo lo que se está comentando acá y que

419 finalmente, como aquí se ha dicho, es un tema de interés mutuo para
420 ambas partes. Este Consejo Directivo CONSIDERANDO 1. El oficio
421 ECR_GG_035_2025 fechado el 21 de marzo de 2025 y suscrito por el señor
422 gerente, Fabián Mora Chaverri. 2. Lo acontecido en la reunión del 11 de
423 marzo 2025, en las instalaciones de la Universidad de Costa Rica, con el
424 señor Alexander Jiménez Matarrita, director SIEDIN. 3. Lo expuesto y
425 ampliamente explicado por el señor Fabián Mora Chaverri, gerente general
426 de la ECR y su recomendación de donación de libros en deterioro. 4. La
427 intención de parte del director del SIEDIN de procurar la renovación del
428 convenio que existe actualmente entre ambas instituciones (Convenio de
429 Cooperación Específica para el uso de equipo de impresión entre la
430 Universidad de Costa Rica y Editorial Costa Rica), aun cuando según lo
431 manifestado por el señor Jiménez esa editorial no está haciendo uso desde
432 hace algún tiempo del equipo de impresión que fue puesto a disposición de
433 parte de la Editorial Costa Rica. 5. La recomendación de la jefatura de
434 Producción Editorial de la ECR y el encargado de bodega con respecto de
435 algunas obras con baja rotación y problemas de calidad, que pudieran ser
436 consideradas para una posible donación. 6. Lo discutido y analizado por los
437 señores directores. Por unanimidad, toma el **ACUERDO 4**. Instruir a la
438 Administración para que proceda a la donación de 1700 títulos con baja

439 rotación y problemas de calidad al SIEDIN a cambio de la impresión de
440 libros del programa editorial 2025. **ACUERDO APROBADO.** 3. OFICIO
441 ECRG-033-2025, REUNIÓN TEC. Sobre este tema el señor gerente indica
442 que el pasado miércoles, 18 de marzo de 2025, a las 10:30 am se reunió
443 en las instalaciones del TEC en Cartago, con el señor José Luis León,
444 vicerrector de investigación del TEC, a la reunión fue acompañado de la
445 señora Laura Solano Rivera, jefa de Producción Editorial. Dice que la
446 Editorial del Instituto Tecnológico, que se ubica a nivel organizacional
447 dentro de la Vicerrectoría de Investigación, tiene vacante actualmente la
448 posición de Dirección razón por la cual los atendió el señor León. Agrega
449 que el motivo central de la reunión fue demostrar la intención de la ECR de
450 desarrollar proyectos en conjunto con la Editorial del TEC. En resumen, don
451 Fabián indica que este tema quedará pendiente de analizar en cuanto
452 ingrese la persona que nombrarán como director del TEC. Dice don Fabián
453 que la propuesta al TEC era la de realizar una coedición para la publicación
454 de la obra *La poesía del terremoto*, pero que también se va a ofrecer esta
455 opción a la Municipalidad de Cartago y que ya esta semana se reúne con el
456 señor alcalde Mario Redondo para analizar esta posibilidad. El señor
457 presidente agradece la información brindada por el señor gerente y le solicita
458 tener al Consejo Directivo siempre al tanto de todas estas nuevas

459 circunstancias que se vayan presentando. **ARTÍCULO 6: PROPUESTA**
460 **DIRECTORES.** El señor presidente consulta a los señores directores ¿sí
461 alguien quiere hacer uso de la palabra en este artículo? Ningún director
462 tiene tema para este punto. Sin más asuntos por tratar al ser las dieciséis
463 horas y cincuenta y cinco minutos en punto se finaliza la sesión. -----

464

465

466

PRESIDENTE

SECRETARIA