ACTA ORDINARIA 50-2021. Acta número cincuenta correspondiente a la sesión ordinaria celebrada por la Junta Directiva de la Junta de Protección Social de manera virtual mediante la plataforma tecnológica TEAMS, a las dieciséis horas con treinta y cinco minutos del día veintitrés de agosto del dos mil veintiuno, presidida por la señora Esmeralda Britton González, Presidenta de la Junta Directiva y con la participación de los siguientes miembros, Fanny Robleto Jiménez, Vicepresidente; Urania Chaves Murillo, Secretaria; José Mauricio Alcázar Román, Arturo Ortiz Sánchez, Gerardo Alberto Villalobos Ocampo y Felipe Díaz Miranda.

Ausentes con justificación: las señoras Vertianne Fernández López y Maritza Bustamante Venegas, quienes son sustituidas por los señores Gerardo Alberto Villalobos Ocampo y Felipe Díaz Miranda, respectivamente.

Participan de la sesión virtual los funcionarios: la señora Marilyn Solano Chinchilla, Gerente General; la señora Marcela Sánchez Quesada, Asesora Jurídica, el señor Luis Diego Quesada Varela, en condición de Asesor de Presidencia; la señora Laura Moraga Vargas, de la Secretaría de Actas y la señora Claudia Gamboa Padilla, Secretaria de la Gerencia General.

CAPÍTULO I. APROBACIÓN ORDEN DEL DÍA

ARTÍCULO 1. Lectura y aprobación del orden del día

La señora Marilyn Solano procede a leer el orden del día.

Solicita la señora Marilyn Solano la inclusión del oficio JPS-GG-1167-2021 sobre la modificación al calendario de sorteos para los meses de octubre, noviembre y diciembre 2021 de Lotería Popular y Lotería Nacional.

Señala la señora Presidenta que, dependiendo de la extensión de la sesión, dicho tema se podría conocer mediante consulta formal.

Se aprueba el orden del día.

ACUERDO JD-586

Se aprueba el orden del día para la sesión ordinaria 50-2021. **ACUERDO FIRME**

Ejecútese

CAPÍTULO II. FRASE PARA REFLEXIÓN

ARTÍCULO 2. Frase para reflexión

La señora Urania Chaves presenta la siguiente frase, para reflexión de los señores directores:

"El éxito nunca es definitivo y los errores nunca son fatales. Lo que cuenta es el coraje"

Winston Churchill

Comenta la señora Urania Chaves:
Me gusto esta frase porque nos lleva a estar siempre motivamos, a aprender, a tener una mente y un corazón dispuesto al aprendizaje a pesar de que se puedan cometer errores en la vida, no son fatales, lo dice ahí don Winston, o sea siempre hay oportunidades de enmendarlos, de crecer, de aprender de los errores y el éxito no está ahí solo talvez en lo que nosotros nos imaginamos, sino que a veces nos quedamos cortos, uno dice: bueno quiero lograr equis meta, y cuando la logro usted dice: hay, pero esto era como el comercio, le abrieron muchas puertas, muchas ventanas, muchas posibilidades, y usted dice: ¡wow!, aquí podría escoger un camino, podría escoger un sin número de oportunidades, tengo que tomar decisiones, y bueno hay que estar preparado para cuando usted logre esa meta, cuando logre eso, pensar que las cosas no se terminan ahí, sino que más bien eso es un eslabón para seguir avanzando en un sin número de posibilidades que tenemos en la vida y que tenemos que ser valientes, tener ese coraje, esa disposición, esa disciplina, para tener los laureles del éxito, pero también para ponernos de pie cuando sintamos que hemos cometido un error o cuando hay algo inesperado que no teníamos en cuenta, corramos un riesgo que talvez no lo habíamos visibilizado en su momento, hay que tener siempre un plan B, hay que estar bien preparados.

Manifiesta la señora Presidenta:
Muy interesante, yo incluso traduciría esa parte de los errores a fracaso; yo lo veo más como el fracaso que no es fatal, sino que es el coraje lo que nos define, como actuamos ante ambas circunstancias en la vida, porque no podemos pensar que porque algo nos va bien tenemos el éxito y es para siempre, y viceversa, si fracasamos que es fatal y que ya no nos podemos levantar; creo que es una combinación de ambos, algunas personas talvez lo puedan catalogar diferente, pero las personas exitosas o que han tenido mucho éxito en la vida también si hay algo que tienen en común, es que han tenido fracasos; me acuerdo que alguien le preguntaba a Michael Jordan, cuántas veces había fracasado él tirando la pelota al marco y él hablaba de cientos de veces, o miles de veces y sin embargo es el mejor basquetbolista de la época o de la historia, no siempre él fue 100% éxito en sus tiros a marco, o en su vida en general; entonces creo que eso nos tiene que dar esa luz de que vamos a emprender proyectos, vamos a emprender cosas y que nos puede ir muy bien, pero no es para siempre, y no es para siempre por qué, porque las cosas van cambiando, por ejemplo, el acumulado, si no lo hubiéramos ido modificando con respecto a lo que el cliente necesita posiblemente el acumulado ya no sería tan atractivo, ¿Por qué?, porque vimos en algún momento que aunque iba por mil millones ya la gente no comprobaba con la misma locura que al principio, porque fue un producto nuevo, la gente no lo conocía, hasta el que no compraba y no tenía plata buscaba donde sacaba para comprar una fracción porque podía pegarse ese acumulado, pero tuvimos que decir, este éxito que fue muy bueno en alguna época ya no lo es y tuvimos que hacer cambios, y hemos tenido fracasos y hemos tenido que sentarnos a analizar y tomar el coraje; tener el coraje de tomar acciones, tomar decisiones que a veces no han sido las que queríamos, a veces no han sido las más populares, pero son las decisiones que como Junta Directiva hemos tenido que tomar en conjunto, hacer ese análisis y tener el coraje de tomarlas, y hay momentos en que lo hemos dicho, esta decisión que estamos tomando no es precisamente la más popular

o no es la que quisiéramos, pero era la que correspondía en ese momento y bueno ahí estamos, lo importante creo que en esta Junta Directiva que podemos destacar es que, a pesar de los momentos de éxito o los momentos donde haya habido algún tipo de fracaso, nos hemos podido levantar y junto con obviamente las áreas asesoras y el equipo gerencial replantear cosas que podemos hacer y que las podemos hacer de otra forma para lograr nuestro objetivo.

Indica la señora Fanny Robleto:
Muchas veces el éxito se idealiza, es decir, tenemos una idea de que ese éxito específicamente es el que nos va solucionar la vida o la institución entera, en este caso; pero siempre habrá nuevas metas. Yo creo que pasa lo mismo con los errores, tenemos una idea más bien fatalista con respecto a los problemas, a los fracasos; sin embargo, a pesar de que se cometen, también aprendemos de ellos; entonces se trata más bien de la actitud con la que afrontamos cualquiera de los dos escenarios, y que siempre tengamos presente que se puede aprender y se pueden mejorar, entonces siempre habrá nuevas metas y de cualquier error siempre se aprende.

Señala el señor Gerardo Villalobos:
Yo creo que debemos tener fuerza para aún, ante los errores poder tener optimismo y así alcanzar el éxito.

Manifiesta el señor José Mauricio Alcázar:
Esa frase a mí me encanta; anteriormente hablamos al respecto, de que en nuestra cultura y en nuestra formación desde niños y demás, nos dicen que ganar es bueno y el fracaso es malo, fallar es malo o en la vida tenemos que estar preparados; no todas las decisiones van bien a la primera, muchas veces nos tendremos que levantar y ahí es donde está la ciencia, la energía de esto; saber levantarse, seguir adelante, cuántas veces hemos pegado contra un muro, cuántas veces una mala decisión casi que nos nubla nuestro juicio o a veces un fracaso o una mala decisión nos abre un nuevo camino y nos llena de esperanza, nos obliga a reinventarnos, un despido, una ruptura, un cambio de rumbo, o sea son tantas cosas que vivimos y nos ubica en mejores lugares que uno al final dice, gracias a Dios que pasó aquello que en aquel momento lo vi tan malo y casi me colapsa, y más bien fue hasta una bendición, esa es la parte espiritual, emocional que me refleja la frase.

Comenta la señora Presidenta:
Creo que nosotros como seres humanos tenemos que replantear esa forma como educamos a nuestros hijos y alrededor, eso que decías que el error y el fracaso es malo, y que uno no siempre tiene que apostar a ganar; claro que sí, tenemos que apostar a ganar, pero si fracasamos no es que se cayó el mundo y que ya somos unos fracasados, yo creo que ese es el reto precisamente, ver cómo reeducamos nuestro cerebro y como reeducamos a nuestros hijos y al ambiente en general, de cómo realmente la vida no está llena solo de éxitos; la vida está llena de éxitos y también de fracasos y posiblemente más fracasos que éxitos y que nos lleva después a ese éxito que estamos buscando, pero si talvez orientar a los más pequeños, a los más jóvenes, en que sí se vale perder, sí se vale fracasar, pero no se vale quedarse ahí.

Acota el señor José Mauricio Alcázar:
Hay algo peor que el fracaso, considero, y es el no haberlo intentado nunca, el no haberlo vivido, el no haberse atrevido.

Indica la señora Presidenta:
Si, por lo menos si fracasaste es porque lo estabas intentando, y lo que no se vale es quedarse ahí caído, sino tener el coraje de levantarse y buscar un nuevo camino.

Indica el señor Felipe Díaz:
Yo pienso mucho en muchos deportistas que primero probaron un deporte y no eran buenos en ese deporte, aquí en Costa Rica hay muchos ejemplos, como Jafet Soto; Jafet Soto primero probó basquetbol y al final probó el futbol, pero muchas veces nosotros los padres comentemos el error de decirle a los hijos, a no es que usted es muy malo en eso para que voy a llevarlo a tal lugar, no se le da la oportunidad de intentarlo, que es lo que uno tiene que satisfacerse, intentarlo hasta encontrar donde uno se sienta bien, donde uno sepa que está haciendo algo por crecer, porque cuando un intenta, uno crece, y la verdad es que es de oportunidades, y muchas veces el éxito depende de los intentos, muchas veces nosotros lo padres le ponemos techo a nuestros hijos.

Comenta el señor Luis Diego Quesada:
Yo quiero contar una anécdota, eso fue algo que me pasó justamente una semana en la que surgió el tema de las apuestas. Esa semana precisamente yo me fui para La Fortuna; yo llevaba algunos días de no salir a andar en bicicleta, por varias razones, el asunto es que una vez pasado La Fortuna yo dije, me dan ganas de bajar hasta Tillarán o hasta la represa, entonces, para hacer eso tengo que hacer por lo menos unos 40 kilómetros más; es temprano voy a irme, y resulta que yo precisamente andaba pensando en todo este tema del tema de la plataforma y todo esto, y por supuesto con el malestar que teníamos en esos días, y yo iba subiendo una cuesta, que ustedes no tienen idea, y yo decía: no, ya no puedo más.

Como muchos deportes talvez, usted tiene claro a dónde quiere llegar usted, pero no viene al caso preguntarse qué va pasar dentro de 10 metros o dentro de 5 metros, sino más bien saber dónde está usted, qué es lo que quiere y a dónde quiere llegar, y entonces en el momento que yo pensé que más bien me tenía que devolver me dije, no yo voy a darle hasta donde pueda; ya las piernas no me daban y no llevaba tantísimo, talvez unos 60 kilómetros, lo que estaba planeando era más de 150 kilómetros. El casco tapa un poco la visibilidad y entonces usted ve las cuestas, y por ejemplo usted a los 10 o 5 metros no puede ver, si usted inclina un poco la cabeza vuelve a ver hacia abajo, entonces básicamente usted dice, tengo que llegar a esta piedra que está a los 2 o 3 metros, tengo que llegar a este árbol, tengo que llegar a esta cerca, tengo que llegar a la entrada de esa casa, y ahí va; cuando yo me di cuenta iba bajando hacia Nuevo Arenal, y ese día hice alrededor de unos 185 kilómetros; ha sido una de las vueltas más largas que he hecho, y uno aprende a ratificar algo que yo creo que aplica para todo en la vida; usted no necesita resolver todo en un pedalazo, usted no necesita resolver todo en cuestión de 2 o 3 segundos, usted no necesita llegar a la meta en cuestión de un minuto, usted necesita

saber para dónde va, casi siempre, para mantener esa motivación porque soy de las personas que creen que en esto hay que darle a ganar sí o sí, pero usted necesita pequeñas victorias y si usted quiere estar motivado, usted necesita por lo menos pequeñas victorias, y yo creo que una pequeña victoria todos los días, básicamente es levantarse con salud y ver las personas que usted tiene a la par, eso es una pequeña victoria y cuando crean que no van a poder llegar a los 185 kilómetros, yo les digo que, fíjense donde está la primera flor o la primera piedra y pongan la mirada ahí, y el resto del camino se facilita.

Indica la señora Presidenta:
Excelente reflexión y analogía, muchas gracias por compartir, me parece súper motivante.

Manifiesta la señora Marilyn Solano:
El equivocarse es necesario, es necesario intentarlo, es lo que debemos hacer, tener ese coraje para intentar comenzar de nuevo. Hay un tema aquí que está estigmatizado o es satanizado en el término de que la gente a veces se mofa si fracasaste, la gente le dice: ve, yo se lo decía, pero como no hace caso, etc., a veces yo no sé hasta qué punto escuchar o no a los demás, porque uno no sabe cuál es la finalidad de su intervención, si es ayudar y apoyar; pero más allá de esas voces que te dicen, ya sea porque te quieren proteger; creo que fue Thomas Edison cuántas veces fallo para poder hacer el bombillo, entonces así como él hay un montón de gente, y yo personalmente he caído mucho, pero hay gente que le encanta juzgarte por tus errores, se burla, saborea que te equivoques y te lo resaltan más allá de los éxitos, siendo así que, yo creo que no importa, no escuchemos esas voces, tenemos que seguir adelante, nosotros mismo podemos ver y somos testigos de que hemos tenido a nivel interno, externo que nos tratan de señalar, no han querido salir de la cajita y nos han puesto piedras. La idea aquí es que nada acaba mientras que uno tenga el valor de seguir adelante, el fracaso genera oportunidades y éxitos; también me apropio de las palabras de Luis Diego Quesada en el sentido que dijo: los éxitos son paso a paso; creo que es un tema de allá cada quien que quiera juzgarnos porque yo me equivoqué o fracasé, la idea es que deberíamos seguir adelante, y siempre en algún intento mejoramos parte de lo que nos equivocamos, o por lo menos esa debería ser la consigna.

Indica el señor Arturo Ortiz:
La analogía de Luis Diego Quesada es muy buena, tanto que vale la pena plantearse o replantearse el tema de las metas a corto plazo, pero con un objetivo específico, como la señora Esmeralda Britton ha dicho muchísimas veces, nosotros sabemos hacia dónde vamos, podemos cambiar la ruta, pero el objetivo es el mismo; entonces muy importante fijarse esas pequeñas victorias para ir cargando baterías.

Yo quería concentrarme un poquito en el tema de los errores, y básicamente reiterar lo que ya han dicho los compañeros de forma diferente, que el problema es ante el temor de fracasar no hacer nada, yo creo que esto lo hemos dicho ya en frases anteriores, ese es el problema y lo que la frase nos indica, el señor Winston que vivió una época terrible de la historia de la humanidad, que es ese coraje a intentarlo sin importar si fracasamos o no, la idea es intentar, tener éxito, pero que el miedo al fracaso no nos congele y que al contrario, que lo hagamos con coraje sabiendo de que en caso de fracasar no va a ser

definitivamente fatal el fracaso, sino que nos vamos a levantar y vamos a intentarlo de nuevo, y para eso se necesita coraje.

CAPÍTULO III. APROBACIÓN DEL ACTA EXTRAORDINARIA 48-2021 Y ACTA ORDINARIA 49-2021

ARTÍCULO 3. Lectura y aprobación del Acta Extraordinarias 48-2021 y Acta Ordinaria 49-2021

Los señores directores realizan observaciones de forma a las actas, las cuales se envían a la Secretaría de Actas para su incorporación.

Se procede con la revisión del Acta Extraordinaria No. 48-2021. Se aprueba sin observaciones de fondo.

Se procede con la revisión del Acta Ordinaria No. 49-2021. Se aprueba sin observaciones.

ACUERDO JD-587

Se aprueba el acta de la sesión extraordinaria No. 48-2021 del 12 de agosto de 2021. No vota el acta el señor Felipe Díaz por no haber participado de la sesión como director propietario. **ACUERDO FIRME**

Ejecútese

ACUERDO JD-588

Se aprueba el acta de la sesión ordinaria No. 49-2021 del 16 de agosto de 2021. No votan el acta el señor Felipe Díaz y el señor Gerardo Villalobos por no haber participado de la sesión como directores propietarios. **ACUERDO FIRME**

Ejecútese

CAPÍTULO IV. INFORME SEÑORA PRESIDENTA

ARTÍCULO 4. Planteamiento Cruz Roja

Informa la señora Presidenta que la semana pasada hubo una reunión con representantes de la Cruz Roja porque ellos están interesados en buscar una sinergia con la JPS con respecto a un proceso que están llevando. En la reunión participó la señora Evelyn Blanco y la señora Marcela Sánchez.

Comenta que anteriormente ya se le había presentado este tema al Comité de Ventas, porque la Cruz Roja firmó un convenio con la empresa TenLot para aspectos relativos con Tico Bingo.

En esa reunión la Cruz Roja planteó la idea de modernizar el Tico Bingo y dentro de las propuestas que pensaban hacer incluían algunas acciones que caían en el campo de la Junta, por ser relacionadas con juegos de azar; siempre relacionadas con Tico Bingo pero que podría estar relacionados con juegos de azar. En esta reunión ellos presentan una

nueva modalidad que están por sacar al mercado y ellos quisieran realizar una sinergia para que los vendedores de lotería vendan ese producto e incluso ellos tendrían sus puntos de venta donde lo van a ofrecer.

Sin embargo, nos entró la preocupación porque al final la modalidad es una raspa, esta modalidad la hemos visto en los distintos seminarios internacionales en los que hemos participado, en donde a través de una raspa se juega algo como un bingo.

El artículo 13 de la ley 8718 indica que la lotería instantánea tiene definidas las utilidades para paliativos y el Banco Hipotecario de Vivienda, entonces esa fue una de las inquietudes.

Incluso ellos quieren implementar esa raspa de manera digital, de manera que las personas puedan ingresar mediante una página y jugar la raspa de bingo, siempre con la modalidad de un juego de bingo.

Nosotros al final quedamos en la perspectiva de que nos enviarán el contrato con Tenlot para ver los alcances de ese contrato y cómo eso no va a rozar con las competencias de la Junta y que la Junta tampoco roce con las competencias de la Cruz Roja.

Entendemos que al igual que nosotros ellos quieren modernizar la modalidad de juego de forma tal que también puedan generar recursos.

En realidad, es que el proyecto es una lotería instantánea, entonces se propuso que las instancias legales de ambas instituciones analicen los alcances del proyecto, para valorar dos ámbitos, un es el completamente legal, que nosotros no podemos ir en contra de lo que está establecido en la ley y, por otro lado, una institución benemérita que al igual que nosotros quiere generar recursos.

Propone manejar a nivel del Comité Corporativo de Riesgos los riesgos u oportunidades que esta opción podría implicar para la Junta.

Manifiesta la señora Marcela Sánchez que efectivamente se debe de valorar el tema desde el punto de vista legal, con la finalidad de que ambas instituciones ejerzan sus competencias, pero sin que ninguna invada lo de cada una, sino que se ajusten a lo que establece la ley.

Indica la señora Presidenta que también se debe de considerar cómo se podría eventualmente manejar este tema a nivel mediático, ya que son dos instituciones que los costarricenses aprecian mucho, la idea no es entrar en conflicto, pero podría generarse un conflicto.
Señala la señora Marilyn Solano que los riesgos se identifican desde la administración a través del SEVRI y el Comité Corporativo de Riesgos monitorea a esos riesgos.

Comentado el tema, se dispone:

ACUERDO JD-589
Se solicita a la Gerencia General coordinar con la Gerencia de Producción y Comercialización y Asesoría Jurídica para que se incluya en el SEVRI el riesgo y el monitoreo correspondiente con respecto al planteamiento de un nuevo producto de la Cruz Roja, según reunión realizada con los personeros de dicha entidad, a la cual asistieron las señoras Evelyn Blanco y Marcela Sánchez. **ACUERDO FIRME**

Plazo de cumplimiento: Inmediato

Comuníquese a la Gerencia General. Infórmese a la Asesoría Jurídica y a la Gerencia de Producción y Comercialización

ARTÍCULO 5. Reunión con el Fiscal General

Se declara la confidencialidad de este tema por ser un tema de estrategia institucional.

ARTÍCULO 6. Se modifican los acuerdos JD-533 y JD-544 sobre Evento "SAGSE Miami"

Informa la señora Presidenta que recibió solicitud de las señoras directoras Vertianne Fernández López y Maritza Bustamante Venegas, para que se extienda en un día el regreso al país, por asuntos personales.

Manifiesta que se le consultó a la Asesoría Jurídica al respecto y la recomendación es en el sentido de que quede documentado en un acuerdo y que cualquier gasto adicional derivado de la ampliación de la fecha deberá ser asumido por las señoras directoras.

Se somete a votación la solicitud y se dispone:

ACUERDO JD-590
A solicitud de las señoras directoras Vertianne Fernández López y Maritza Bustamante Venegas, se modifican los acuerdos JD-533 correspondiente al Capítulo VI), artículo 10) de la sesión ordinaria 46-2021, celebrada el 05 de agosto 2021 y JD-544 correspondiente al Capítulo IV), artículo 6) de la sesión ordinaria 47-2021, celebrada el 09 de agosto 2021, con respecto al día de regreso de la participación al Evento "SAGSE Miami", para que retornen el día 27 de agosto, 2021 y no 26 de agosto, 2021 como se había dispuesto.

Se aclara que los gastos adicionales derivados de esta modificación (hospedaje, costos adicionales de boletos, alimentación, seguros, etc.) deberán ser cubiertos por las señoras Fernández y Bustamante, respectivamente. **ACUERDO FIRME**

Plazo de cumplimiento: Inmediato

Comuníquese a la Presidencia de Junta Directiva, a la Gerencia General y a la Gerencia Administrativa Financiera para el trámite correspondiente. Infórmese al Departamento de Desarrollo del Talento Humano, a la señora Vertianne Fernández López y a la señora Maritza Bustamante Venegas.

CAPÍTULO V. AVANCE SEMANAL SOBRE TEMAS DELEGADOS POR LA JUNTA DIRECTIVA A LA GERENCIA GENERAL
ARTÍCULO 7. Avance sobre contrataciones relacionadas con acuerdos de Junta Directiva

La señora Marilyn Solano realiza la siguiente presentación:

Informe de avance Contrataciones asignadas a la Gerencia General

Al 23 de agosto de 2021

Compras y contrataciones

Informe de contrataciones

Oficio	Acuerdo	Detalle	Estado
SJD-469-2021	JD-495	Contratación para actividad de capacitación trimestral de Junta Directiva, 10 y 11 de setiembre.	En análisis de ofertas
		Contratación call center institucional.	Ante recurso de apelación de la empresa ARKKOSOFT S.A, se prórroga 10 días para análisis de la Contraloría

Informe de contrataciones

Contratación Directa N° 2021CD-000073-0015600001 por servicio de alquiler de salón, mobiliario, equipo, mantelería y

[Información de la oferta]

Listado de ofertas seleccionadas para la verificación.

Partida	Posición	Nombre de Proveedor	Número de la oferta	Resultado de verificación
1	1	DESATUR CARIARI SOCIEDAD ANONIMA	2021CD-000073-0015600001-Partida 1-Oferta 5	En proceso
1	2	ROCCA PORTAFOLIO COMERCIAL SOCIEDAD ANONIMA	2021CD-000073-0015600001-Partida 1-Oferta 1	En proceso
1	3	DESATUR COROBICI SOCIEDAD ANONIMA	2021CD-000073-0015600001-Partida 1-Oferta 6	En proceso
1	4	HOTEL RESIDENCIAS DE GOLF SOCIEDAD ANONIMA	2021CD-000073-0015600001-Partida 1-Oferta 3	En proceso
1	5	PARK INN SAN JOSE SOCIEDAD ANONIMA	2021CD-000073-0015600001-Partida 1-Oferta 4	En proceso
1	6	HOTELERA TOURNON SOCIEDAD ANONIMA	2021CD-000073-0015600001-Partida 1-Oferta 2	En proceso

Manifiesta el señor Gerardo Villalobos que desde la comisión de Edificio se está a la espera de una respuesta de la Contraloría General de la República (CGR), incluso se le solicitó a la Gerencia General que enviara una nota consultando sobre el trámite de la solicitud.

Indica la señora Marilyn Solano que tiene conocimiento que la semana anterior, en la cual ella estuvo de vacaciones, se gestionó la consulta a la CGR.

Señala la señora Claudia Gamboa que ya la CGR contestó y en razón de la respuesta brindada, en la que señalan que se solicitó información adicional, se detectó que el correo brindado para comunicaciones estaba mal escrito por lo que esas consultas adicionales no se recibieron. A raíz de la situación presentada se está confeccionando un oficio informarle a la CGR sobre el error en la dirección de correo electrónico brindado con el fin de que reenvíen la solicitud de información adicional que ellos manifiestan.

Solicita la señora Presidenta que se incluya dentro de este informe el seguimiento a ese tema.

Se da por conocido.

CAPÍTULO VI. TEMAS EMERGENTES

Se incorpora a la sesión la señora Esther Madriz Obando, en representación del Tribunal Electoral de FOMUVEL. Se retira momentáneamente el señor Felipe Díaz Miranda, para evitar conflictos de interés.

ARTÍCULO 8. Oficio TEF-007-2021 Recomendación a Junta Directiva representante organizaciones de vendedores de lotería ante la Junta Directiva de FOMUVEL

Se presenta el oficio TEF-007-2021 del 12 de agosto de 2021, suscrito por la señora Esther Madriz Obando, Giovanni Centeno Espinoza, Carlos Soto Blanco, como Miembros del Tribunal Electoral de FOMUVEL, en el que indican:

En cumplimiento del Acuerdo de Junta Directiva JD-466 correspondiente al Capítulo IV), artículo 5) de la sesión extraordinaria 41-2021, celebrada el 07 de julio 2021, este Tribunal Electoral llevó a cabo la convocatoria, a las organizaciones sociales de vendedores de lotería, para el nombramiento de su representante ante la Junta Directiva de FOMUVEL, de acuerdo con su Reglamento General, artículos 8 y 9 inciso c).

Es importante señalar que, se realizaron las siguientes invitaciones:

- Oficio TEF-002-2021 dirigido al señor Felipe Díaz Miranda, presidente de ASONAVELOTO.

- Oficio TEF-003-2021 dirigido al señor Alex Núñez, de la Asociación de puestos de lotería independientes (APLUI).

- Oficio TEF-004-2021 dirigido a la señora Karen Jiménez, del Sindicato Nacional de Trabajadores de Vendedores de Lotería Un nuevo amanecer (SINATRALEVO).

Siendo que, la Asociación Nacional de Vendedores de Lotería Organizados (ASONAVELOTO), fue la única en presentar al señor Felipe Díaz Miranda, por lo que, el Lic. Greyvin Cordero Rojas, Notario Público, protocolizó el Acta número cuarenta y tres de la Sesión Extraordinaria de la Junta Directiva de cita y en forma unánime eligieron para conformar la terna al señor Díaz Miranda.

En razón de lo anterior, de conformidad con el Reglamento del Fondo Mutual y de Beneficio Social para los Vendedores de Lotería, en su artículo 9, este Tribunal procedió a realizar la entrevista al único postulante el señor Felipe Díaz Miranda.

El señor Díaz Miranda sobresale la experiencia que ha tenido, desde el año 2009 en el Fondo Mutual y de Beneficio Social, señaló en lo que interesa:

- Actualmente FOMUVEL tiene un Convenio con Asembis, para ayudar a los vendedores en el tema de la salud.

- FOMUVEL tiene una ayuda solidaria, en la cual, consiste en un subsidio funerario.

- FOMUVEL cuenta con créditos preferenciales, así como, créditos para sorteos extraordinarios por 15 días.

- FOMUVEL el año pasado ante la Pandemia Covid 19, realizó un subsidio a los vendedores.

- Como actual miembro de Junta Directiva, colateralmente ha participado en algunos comités de operadoras de pensiones con fin de aportar ideas nuevas a FOMUVEL.

- Para generar más rendimientos, la idea es otorgar más líneas de créditos a los asociados de FOMUVEL.

- Con respecto al Reglamento del Gobierno Corporativo, señaló que, ha recibido capacitación de 3 módulos en su totalidad, así como, charlas de inducción. Que han sido herramientas muy valiosas para la Junta Directiva y a la Administración como tal. También ha conformado comités cumpliendo a cabalidad con dicho Reglamento. Ha recibido charlas de finanzas con el Banco Popular.

Este Tribunal resalta la experiencia que tiene el Sr. Díaz Miranda, a través de todos estos años que se ha desempeñado en FOMUVEL, como fin primordial resaltó querer ayudar a FOMUVEL, ya que, se encuentra identificado con dicha Institución. Adicionalmente, este Tribunal considera que las cualidades y atributos del señor Díaz Miranda, es un aporte importante para la conformación de la Junta Directiva, ya que, su amplia experiencia se complementa con su formación académica.

Por lo que, se recomienda para que continúe sirviendo a los vendedores de lotería, como lo reiteró el mismo en varias oportunidades. Asimismo, se reconoce su disposición de colaborar con FOMUVEL.

Indica la señora Marcela Sánchez que el trámite realizado corresponde al trámite que está establecido en el Reglamento General del Fondo Mutual.

Se acoge la recomendación.

ACUERDO JD-591
Se acoge la recomendación del Tribunal Electoral nombrado mediante acuerdo JD-466 correspondiente al Capítulo IV), artículo 5) de la sesión extraordinaria 41-2021, celebrada el 07 de julio 2021 y de conformidad con lo establecido en el artículo 26 de la Ley de Loterías No. 7395 y los artículos 8 y 9 d) del Reglamento Fondo Mutual Beneficio Social a Vendedores Lotería, se nombra al señor Felipe Díaz Miranda, cédula de identidad número 1-0765-0055, como representante de las organizaciones sociales ante la Junta Directiva de FOMUVEL, por el periodo de 2 años a partir del día del 09 de octubre de 2021.

Se le solicita a la Gerencia General comunicar inmediatamente este acuerdo al señor Felipe Díaz Miranda y a FOMUVEL. **ACUERDO FIRME**

Plazo de cumplimiento: Inmediato

Comuníquese a la Gerencia General.

Se retira de la sesión la señora Esther Madriz. Se reincorpora el señor director Felipe Díaz.

CAPÍTULO VII. TEMAS ESTRATEGICOS

Se incorpora a la sesión la señora Greethel Arias Alfaro, Gerente Desarrollo Social

ARTÍCULO 9. Proyección de proyectos Específicos para el 2021 y 2022 (aprobado, completados y para inaugurar)

La señora Greethel Arias realiza la siguiente presentación:

PROYECTOS APROBADOS POR ÁREA

01
Asociaciones, fundaciones u otras organizaciones cuyos fines estén dirigidos al bienestar y el fortalecimiento de instituciones públicas de asistencia médica

19 proyectos aprobados por un total de :
¢ 3.498.835.920,00

02
Entidades que atiendan y protejan al adulto mayor y programas sin fines de lucro.

05 proyectos aprobados por un total de :
¢ 869.360.660,00

03
Programas de Prevención y Atención del Cáncer

07 proyectos aprobados por un total de :
¢764.257.900,00

04
Programas a personas con discapacidad física, mental o sensorial

05 proyectos aprobados por un total de :
¢ 685.149.623,00

05
Organizaciones dedicadas a la prevención y lucha contra enfermedades de Transmisión sexual

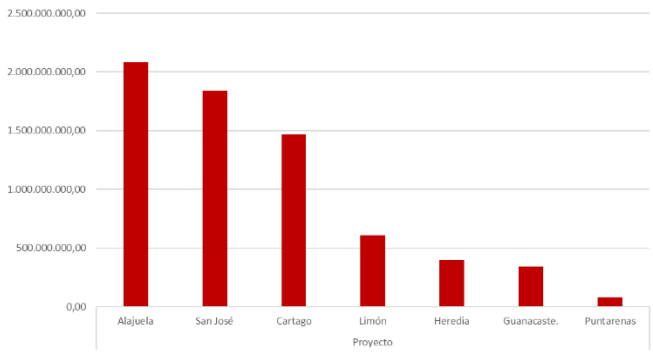
03 proyectos aprobados por un total de :
¢ 610.957.000,00

06
Centros diurnos de adulto mayor sin fines de lucro

4 proyectos aprobados por un total de :
¢396.102.760,00

Total aprobados: 43

Proyectos aprobados por provincia (en colones) De 01 de enero al 12 de agosto de 2021



Alajuela	2.085.312.000,00
San José	1.840.870.720,00
Cartago	1.470.798.623,00
Limón	610.371.900,00
Heredia	395.771.000,00
Guanacaste.	341.657.620,00
Puntarenas	79.882.000,00
Total general	**¢ 6.824.663.863,00**

Proyectos en proceso de Valoración Técnica

- Total de Proyectos y Necesidades específicas en proceso de valoración: 63.
  - De ellos 13 son Necesidades específicas y 50 son Proyectos.
- La distribución por área de atención es la siguiente:
  - Hogares para personas adultas mayores: 10
  - Centros Diurnos de Adultos Mayores: 10
  - Juntas Administrativas de Centros de Educación Especial: 3
  - VIH/SIDA: 5
  - Centros de Atención Integral para personas adultas con discapacidad: 15
  - Programas de farmacodependencia y alcoholismo: 2
  - Programas de atención de PME en abandono y vulnerabilidad: 4
  - Asociaciones, fundaciones u otras organizaciones cuyos fines estén dirigidos al bienestar y el fortalecimiento de instituciones públicas de asistencia médica: 8
  - Programas destinados a la prevención y atención del cáncer: 6

En proceso de Valoración Técnica

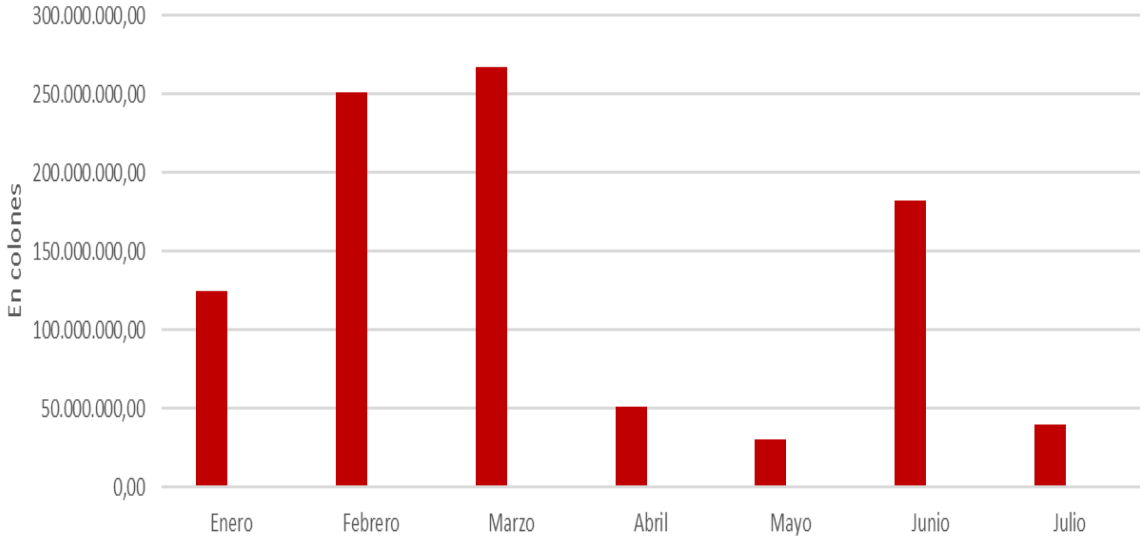
Total

63

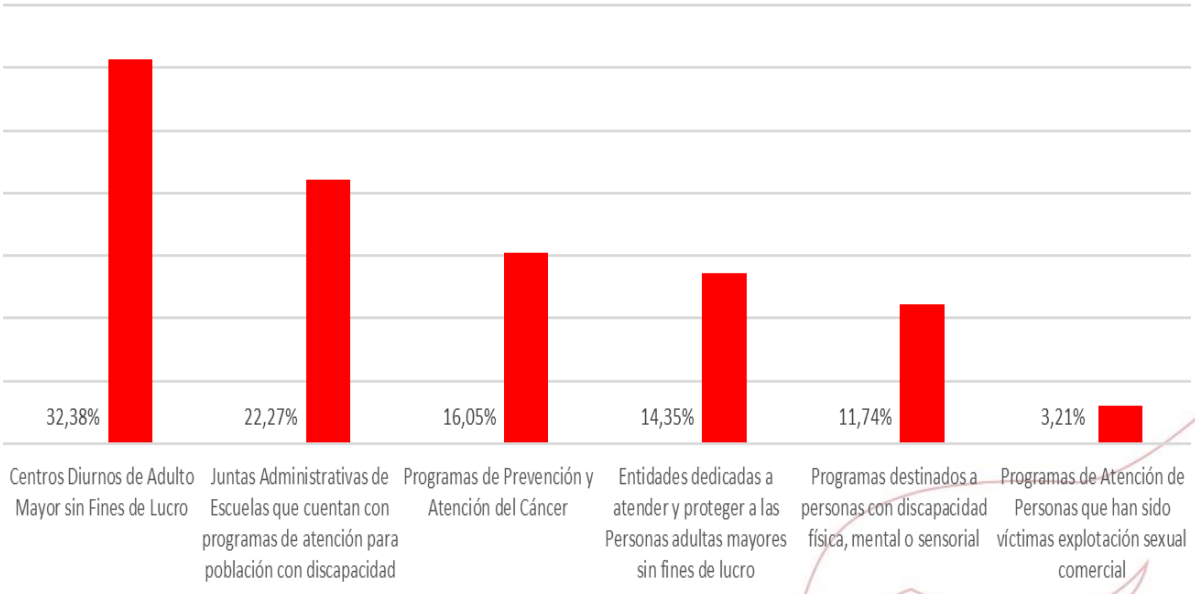
13 Necesidades específicas

50 Proyectos

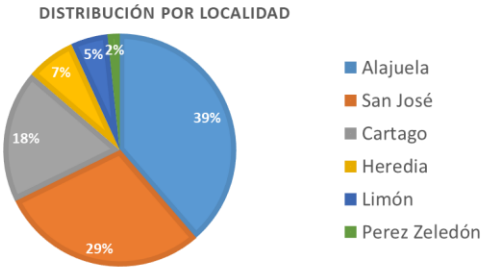
NECESIDADES ESPECÍFICAS APROBADAS POR MES



NECESIDADES ESPECÍFICAS APROBADAS POR ÁREA



NECESIDADES ESPECÍFICAS APROBADAS

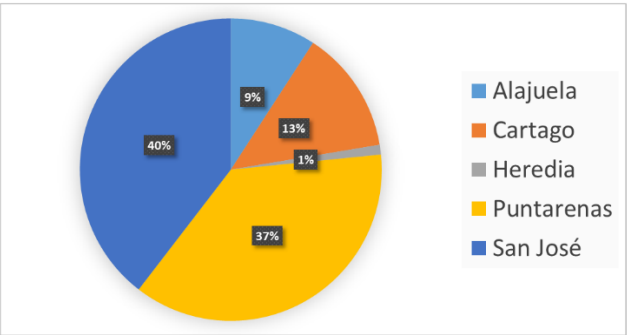


Cantidad aprobadas por mes	
Mes	Cantidad aprobadas
Enero	5
Febrero	12
Marzo	15
Abril	3
Mayo	1
Junio	14
Julio	2
Total general	**52**

Monto aprobado por provincia y localidad	
Mes	**Monto colones**
Alajuela	365.775.240,00
San José	275.850.400,00
Cartago	175.476.000,00
Heredia	64.949.050,00
Limón	48.870.000,00
Perez Zeledón	15.826.400,00
Total general	**¢ 946.747.090,00**

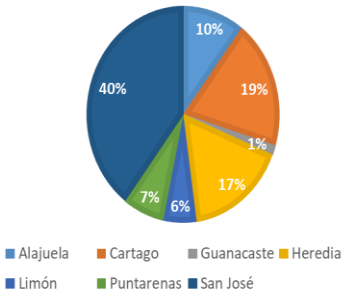
Monto aprobado por mes	
Mes	**Monto**
Enero	125.039.120,00
Febrero	250.881.920,00
Marzo	267.683.400,00
Abril	50.855.000,00
Mayo	30.358.000,00
Junio	182.453.600,00
Julio	39.476.050,00
Total general	**¢ 946.747.090,00**

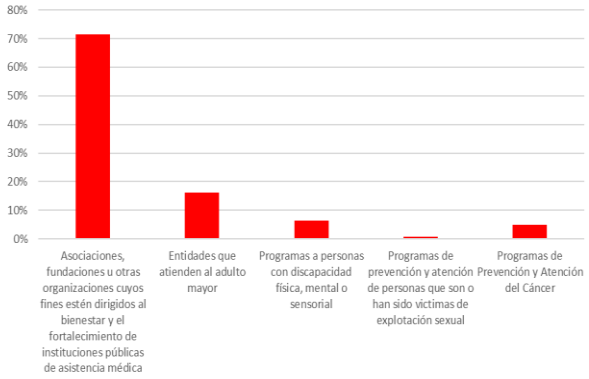
USO DE REMANENTE DE NECESIDADES ESPECÍFICAS



Apoyo a la Gestión	12.670.843,67
Equipo Fisioterapia	155.000,00
Mobiliario	3.695.316,14
Total	**¢ 16.521.159,81**

Proyectos por Inaugurar: 29





San José	1.548.799.800,00
Cartago	750.862.000,00
Heredia	652.188.530,00
Alajuela	405.034.000,00
Puntarenas	270.062.780,00
Limón	215.481.000,00
Guanacaste	56.034.000,00
Total general	3.898.462.110,00

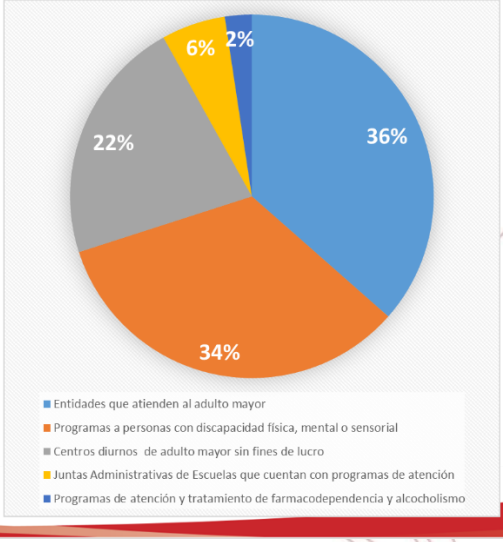
Asociaciones, fundaciones u otras organizaciones cuyos fines estén dirigidos al bienestar y el fortalecimiento de instituciones públicas de asistencia médica	2.785.645.800,00
Entidades que atienden al adulto mayor	635.382.530,00
Programas a personas con discapacidad física, mental o sensorial	250.000.000,00
Programas de prevención y atención de personas que son o han sido victimas de explotación sexual	30.358.000,00
Programas de Prevención y Atención del Cáncer	197.075.780,00
Total general	3.898.462.110,00

Proyectos Diciembre 2021 y Diciembre 2022

Proyectos	Cantidad
Diciembre 2021	50
Diciembre 2022	53

Proyectos para diciembre 2022 por área	Monto
Entidades que atienden al adulto mayor **(19)**	1.213.000.000,00
Programas a personas con discapacidad física, mental o sensorial **(8)**	1.114.885.690,00
Centros diurnos de adulto mayor sin fines de lucro **(16)**	727.000.000,00
Juntas Administrativas de Escuelas que cuentan con programas de atención **(6)**	189.417.645,00
Programas de atención y tratamiento de farmacodependencia y alcoholismo **(4)**	79.410.000,00
Total general	**¢ 3.323.713.335,00**

Proyectos diciembre 2022



Indica la señora Presidenta que le gustaría ver el dato del 2022 con corte a abril, que es cuando esta Junta Directiva termina su gestión, para entender qué va a estar listo al 30 de abril.

Señala la señora Greethel Arias que estos proyectos aún no están presentados, pero se podría hacer un intento de priorizar. Se acaba de terminar la prioridad, el procedimiento es que se le hace llegar a las organizaciones un oficio indicándoles que presenten el proyecto con todos los requisitos, eso se está haciendo en este momento. Se podría hacer un intento de priorizar, más o menos se maneja que los proyectos de mobiliario y equipo son un poco más rápidos.

Consulta la señora Presidenta con respecto a los proyectos por inaugurar, si para estos proyectos se puede realizar la actividad de entrega que usualmente se realiza si se está en periodo de veda política o se habría alguna limitación.

Manifiesta la señora Marcela Sánchez que en realidad la veda tiene como prioridad garantizar que la disposición de recursos en publicidad para la labor social sea limitada. Existe un criterio del Tribunal Supremo de Elecciones en particular para una consulta que realizó la Junta como a inicios del 2017 sobre esos temas, donde indica que la limitación es disponer recursos publicitarios; lo que es la actividad normal, en este caso donde a nivel de convenios ya está establecido la entrega de proyectos, no hay ninguna limitación, el problema sería que nosotros destinemos recursos de publicidad para publicitar esas entregas, darle una publicidad indebida. Lo que indica el Tribunal es que el espíritu de ese artículo del código electoral es que los ciudadanos votantes se sienten a ver la televisión, escuchar la radio, a ver la prensa escrita y que ellos obligatoriamente tengan que recibir esos mensajes por parte de instituciones del Gobierno, con publicidad pagada, pero el resto de actividades de entrega, incluso hay algunas resoluciones del Tribunal que tiene que ver con algunas campañas o ferias y stand que hacían algunas instituciones públicas no tenían ninguna limitación.

Consulta la señora Presidenta si la limitación aplica para redes sociales.

Indica la señora Marcela Sánchez que para redes sociales no, siempre que no sea lo que se pague para publicitar en alguna página, sino que una persona ingrese a la página del Facebook de la Junta ya que es porque el votante lo quiere hacer.

Consulta el señor Felipe Díaz si, por ejemplo, las organizaciones sociales podrían publicitar ese tipo de entregas.

Señala la señora Marcela Sánchez que ellos como organizaciones privadas no tendrían ninguna limitación, sin embargo, no sería bueno que la institución los incite a eso, ya sería por una decisión propia de las organizaciones; sobre todo que en estos temas siempre se presta para susceptibilidades por lo que hay que ser prudentes.

Consulta la señora Presidenta qué sucede en el caso de que, en las entregas, las organizaciones normalmente invitan a los medios locales.

Recomienda la señora Marcela Sánchez que la Junta no sea quien coordine con los medios.

Indica la señora Greethel Arias que hay un proyecto muy importante para terminar en el mes de febrero, que es el de la construcción de las viviendas en Quebrada Ganado; es muy importante a nivel de política de atención y también por la cantidad de recursos que se están invirtiendo.

Solicita la señora Presidenta que se coordine el área de comunicación con la Gerencia Desarrollo Social para las inauguraciones. Se está coordinando para subir al Canal de YouTube todas las entregas para que quede documentado, incluso si se tuvieran que subir posteriormente al periodo de la veda.

Se da por conocido el informe.

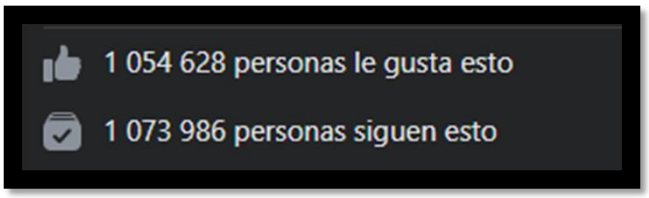
Se retira de la sesión la señora Greethel Arias. Se incorpora el señor Mike Villalobos Rojas, Asesor de Presidencia; las señoras Heidy Arias Ovares y Elizabeth Badilla Méndez de la Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas y la señora Floribeth Obando Méndez de la Gerencia General

ARTÍCULO 10. Redes sociales y la imagen de la JPS
El señor Mike Villalobos realiza la siguiente presentación:

facebook

MES AFRO

Información general



Resumen datos de la página de Facebook JPS (julio, 2021)			
Cantidad de likes	Cantidad de dislikes	Alcance total	Impresiones virales
Promedio diario	Promedio diario	Promedio diario	Promedio diario
449	108	1 092 832	1 169 562
Total mensual	Total mensual	Total mensual	Total mensual
13 919	3 355	33 877 802	36 256 437

Fuete: https://www.facebook.com/SitioJPS/insights/?referrer=page_insights_tab_button

Opiniones de los usuarios

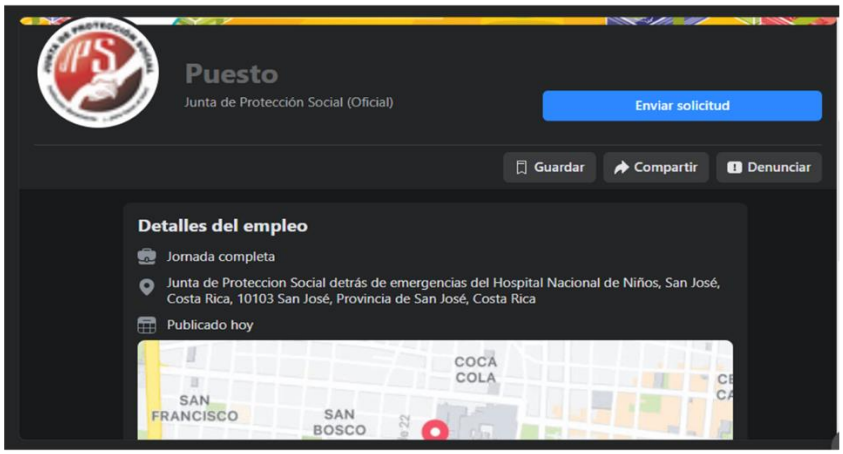
Atención del Messenger

El Facebook recibe en promedio diario de **75 mensajes** de correo. A todos se dan respuesta. Además de las consultas en las publicaciones.

El 90% de las consultas son temas de índole comercial:

- Resultados de sorteos;
- Quejas de número repetidos;
- Requisitos para vender productos;
- Denuncias (puestos ilegales y sobreprecio);
- Calendario de próximos sorteos.

¿Qué cosas se pueden aprovechar?

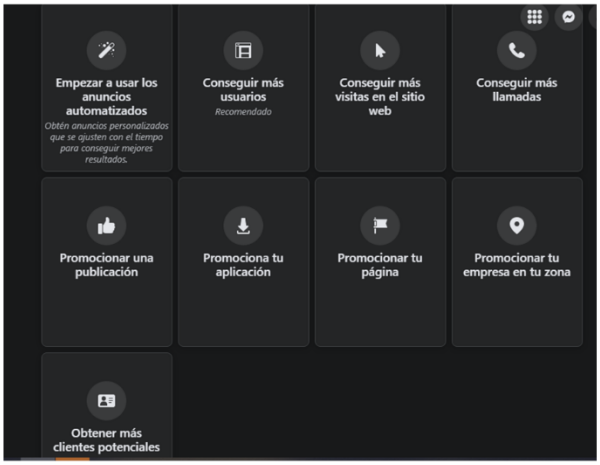


https://www.facebook.com/jobs_composer/?page_id=330104733692645&source=page_free_business_tools_card&job_opening_create_surface=PAGE

¿Qué cosas se pueden aprovechar?

https://www.facebook.com/SitioJPS/leads_center/?referrer=page_nav_bar

¿Qué cosas se pueden aprovechar?

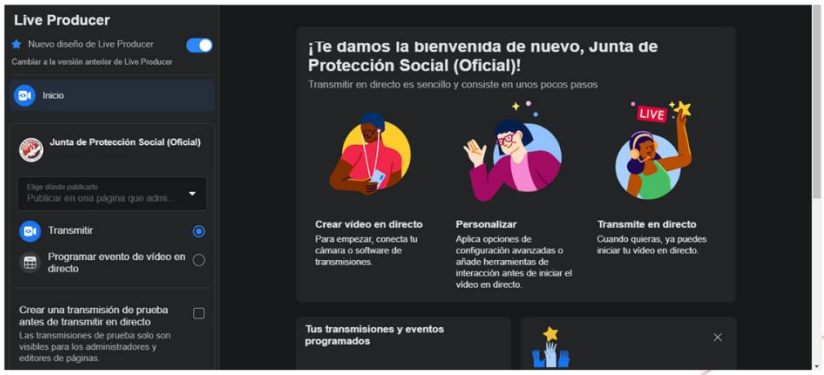


https://www.facebook.com/ad_center/create/ad?entry_point=www_pages_product_picker&page_id=330104733692645

¿Qué cosas se pueden aprovechar?

https://business.facebook.com/creatorstudio/?mta_onboarding_product=facebook_partner_program&tab=monetization_home&collection_id=all_pages

¿Qué cosas se pueden aprovechar?



Eventos

https://business.facebook.com/live/producer/?target_id=330104733692645&entry_point=games_video_streamer_dashboard&from=1442495665786874

Conclusiones y recomendaciones

- Con la atención del Messenger se ha mejorado positivamente las opiniones y recomendaciones de los usuarios.
  - Es mucha la cantidad de consultas, por lo que se recomienda el nombramiento de un equipo de trabajo donde se puedan remitir consultas específicas a un representante de determinada dependencia (Facebook lo permite).

Conclusiones y recomendaciones

- Es urgente que haya más participación y colaboración de parte del área comercial. Facebook es una red social **comercial** y por ende, necesita más actividad del área mercadológica.
  - El manejo de RRSS no debe recaer en una sola persona. Asimismo debe haber procedimientos y protocolos aprobados para la gestión de *community manager*.

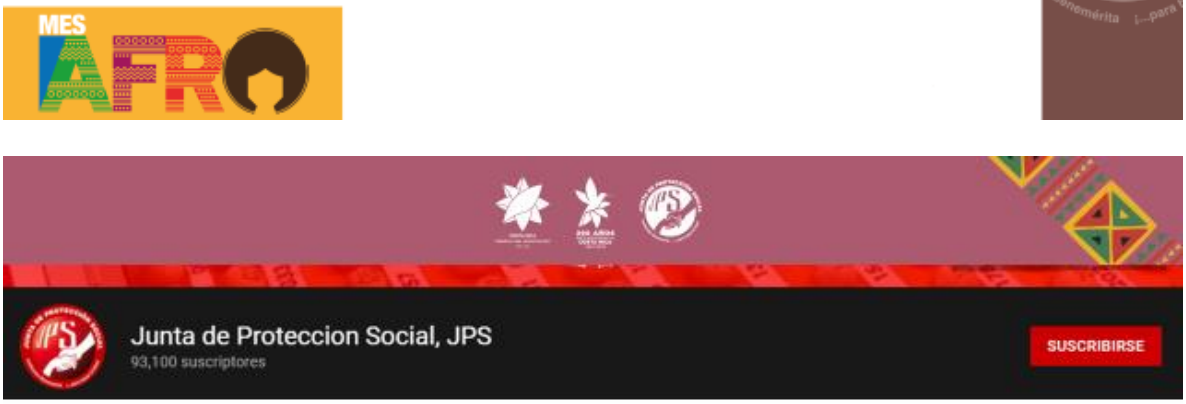
Conclusiones y recomendaciones

facebook Ads

Las publicaciones actuales se centran, principalmente, en informar sobre sorteos en vivo, resultados de números favorecidos y promociones (productos varios).

Se recomienda generación de contenido de valor, aparte de lo que ya se informa, uso de herramientas de "engagement" que la misma plataforma pone a disposición de los administradores de página.

Es imprescindible que se invierta en Facebook Ads. De esta manera se mantienen a flote las noticias que más interesan en vista del mercado meta. Inbound marketing para que haya coherencia con el uso del App y la página JPS en línea.

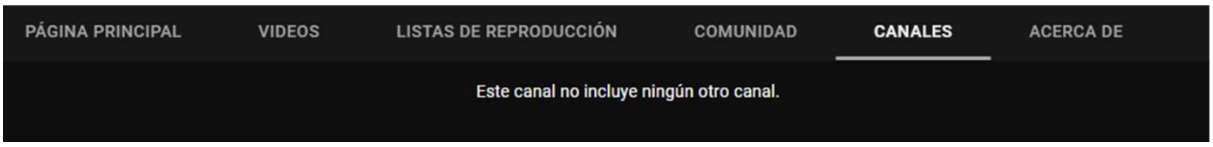


YouTube

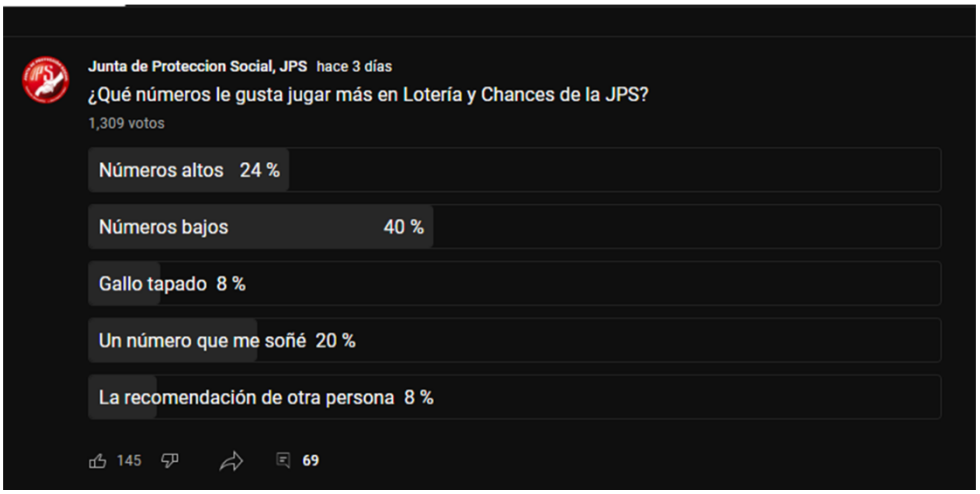
Estado actual YouTube JPS

93,100 suscriptores

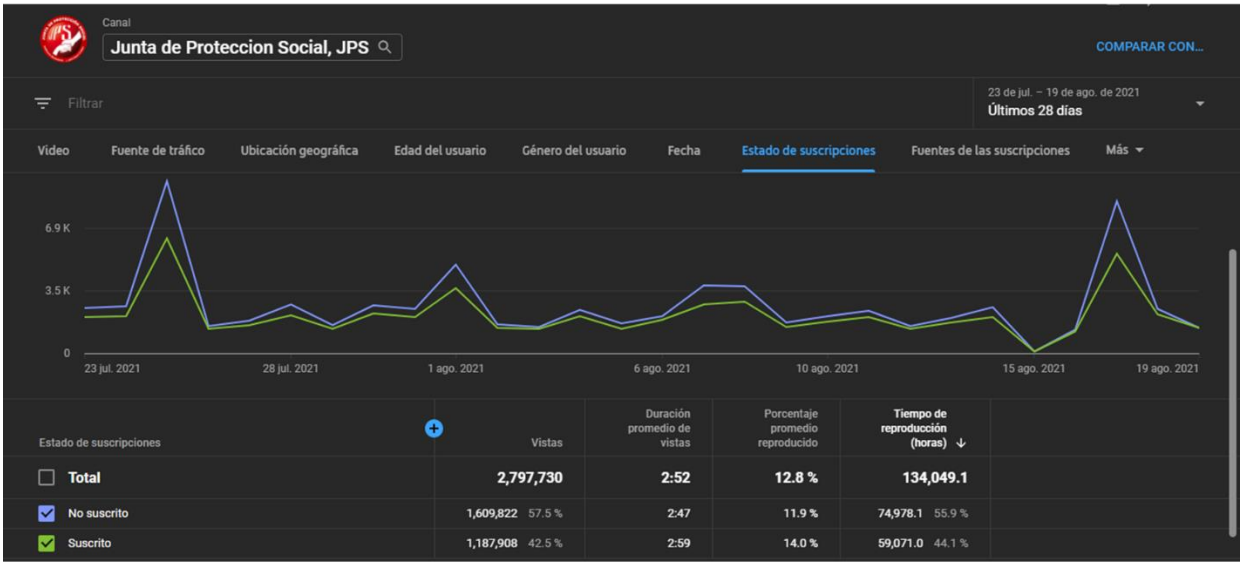
32,937,165 vistas



Estado actual YouTube JPS

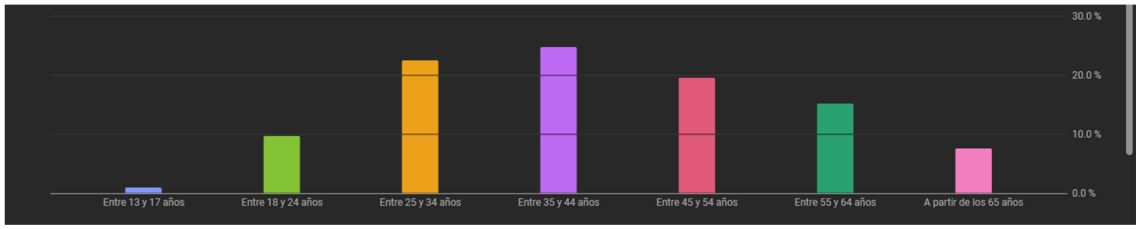


Estadísticas / Tiempo de reproducción



https://acortar.link/5GzZdG

Estadísticas / Edades de los usuarios



https://acortar.link/OR5zZM

Edad del usuario	Vistas	Duración promedio de vistas	Porcentaje promedio reproducido	Tiempo de reproducción (horas)
Entre 13 y 17 años	1.1 %	2:39	11.5 %	0.9 %
Entre 18 y 24 años	10.5 %	2:43	12.1 %	9.6 %
Entre 25 y 34 años	23.4 %	2:52	12.9 %	22.5 %
Entre 35 y 44 años	24.9 %	2:57	13.5 %	24.7 %
Entre 45 y 54 años	19.5 %	2:59	13.7 %	19.5 %
Entre 55 y 64 años	14.3 %	3:08	14.3 %	15.1 %
A partir de los 65 años	6.5 %	3:28	15.6 %	7.6 %

Recomendaciones

Lo anterior significa que la JPS, puede solicitar a YouTube su postulación para empezar a generar ingresos publicitarios. En otras palabras, somos elegibles para formalizar un contrato comercial con YouTube, en el que dicha plataforma pagaría a la JPS **el 55% de lo que costean los diferentes anunciantes en la plataforma**, alrededor del mundo o incluso solo a nivel nacional.

Comenta el señor Arturo Ortiz:
En el caso de YouTube yo he tenido la oportunidad de ver ciertos canales, estoy suscrito a un par y el tema de la publicidad me parece muy interesante y quisiera saber si en el Facebook funciona algo similar; me llamo la atención la posibilidad en cuanto a compartir cierta publicidad con otras instituciones, pero en el caso de la Junta viendo estos números y viendo el número de seguidores y gente que ve los videos, etc., me parece interesante poder valorar la posibilidad de que la Junta "venda" esos espacios, ver la posibilidad de obtener recursos frescos independientes y diferentes de las loterías; sino producto de la imagen y de la cantidad de seguidores que tiene la Junta de Protección Social que le permita generar recursos, por ejemplo, de otras empresas privadas y del Estado que se interesen en anunciarse en estas páginas. Este tema lo había planteado anteriormente la señora Vertianne Fernández; me parece a mí que es totalmente aplicable aquí, tanto a YouTube como al Facebook, uno oye youtubers y personas que viven de eso, tienen un ingreso interesante y creo que con mucho menos visitas que las nuestras, entonces a lo mejor esos dineros pueden ser interesantes.

Indica el señor Mike Villalobos:
Hay youtubers que ganan dependiendo del contenido, obviamente de los seguidores y demás; pero llegan a ganar más de tres mil dólares al mes; ese dinero para invertir en la misma publicidad de redes sociales, para crecer más y demás, por ejemplo, es algo que es importante tomar en cuenta.

Consulta la señora Fanny Robleto:

Yo sé que estas dos son las redes más fuertes que tiene la Junta, también sé que hay un Twitter y en algún momento yo vi una página en Instagram, en el momento que la vi tenía como 400 seguidores, no fue hace mucho, hoy estaba buscando precisamente porque sabía que se iba a ver este tema, entonces estaba viendo cantidad de seguidores y tipo de publicaciones que se han hecho y no encontré el perfil de Instagram; entonces esa es la primera pregunta, si actualmente se tiene o no.

La segunda pregunta es que, la señora Heidy Arias nos ha comentado un poco al respecto en Comité de Imagen que en Instagram si hay ciertas publicaciones con respecto a la Junta, pero vienen más como de medios de comunicación regionales; entonces como que ellos en sus redes ponen publicidad que la Junta talvez publica en Facebook, por ejemplo, y talvez son redes, o perfiles quizá no con mucho alcance, 300 seguidores o así.

Y no solo en medios regionales, veamos el ejemplo de la Caja Costarricense de Seguro Social (CCSS), la CCSS tiene como ya hemos hablado un comunnity manager que trabaja muy bien el tema de la interacción con el público, y la misma interacción hace que la gente comparta esas publicaciones; entonces muchas veces se trata más bien de atrapar al consumidor para que sea el mismo consumidor el que se encargue también de replicar esa información. Viendo un poco el perfil de la CCSS, también se publica mucho a nivel informativo proyectos que se están haciendo, información en general, con respecto a las vacunas o hospitales, ese tipo de cosas; pero lo que más genera interacción son los llamados memes, o las publicaciones que aluden a algo de la situación, por ejemplo, como fueron avisando el tema de la vacunación a las personas de 40 años, a las personas de 30, a las personas de 20; estoy dando ejemplos, pero utilizaron cosas alusivas para cada generación, y eso fue algo que lo hicieron en cuestión de momentos.

Sabemos que el tema de comunicación en la CCSS es un contratación y se maneja muy distinto, pero a lo que voy es que entonces de alguna forma el tener una buena plataforma y un buen uso de esas plataformas que son ahora necesarias, ya no son opción, sino que son necesarias van a ayudarnos a expandirnos, incluso por los mismos consumidores; el tema de monetizar es súper importante, estoy de acuerdo y de pagar a estas plataformas para poder llegar a más personas, pero si se maneja adecuadamente los mismos consumidores se van a encargar de replicar.

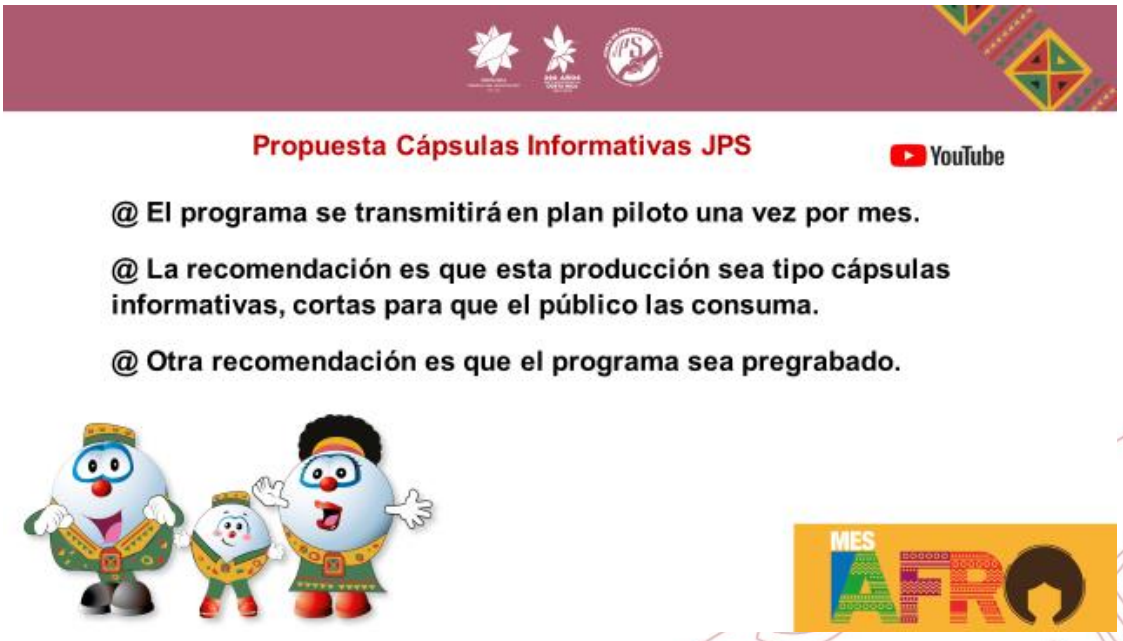
Indica el señor Mike Villalobos:
Absolutamente de acuerdo, es precisamente el tema de la viralidad que es lo que usted ha estado comentando, pero para que se genere viralidad es necesario generar contenido de valor y el contenido de valor es el que a través del marketing genera esa atracción o esa necesidad que la gente comparta, entonces es ahí la importancia de contar con el apoyo de alguien muy creativo, que tenga esta chispa de estarse actualizando constantemente.

Con respecto al Instagram, que yo sepa no tenemos, sé que en su momento si no me equivoco los compañeros de Mercadeo estaban pautando en Instagram, eso significa que

le pagaban a una empresa y ellos hacían las publicaciones pagadas para que salieran en los diferentes perfiles, o en diferentes personas de Instagram, igualmente la compañera Heidy Arias con la pauta social que los diferentes medios tienen sus redes sociales entonces replican en Facebook, en las redes que ellos manejan; igual en el caso de patrocinio, que también dependiendo del patrocinio se hacen publicaciones de la marca nuestra en las páginas de ellos, obviamente aprobados previamente.

Comenta el señor José Mauricio Alcázar:
Que pena porque llevamos mucho tiempo con este tema, pero la verdad es que quiero hacer un comentario. Hoy leía en un diario serio, que la pandemia impulso Costa Rica cinco años en el "ecommerce", en todo lo que tiene que ver con el tema de plataformas y demás, yo considero que la presentación es buena, en forma, fondo, colores y demás; el señor Mike Villalobos nos presenta grandes opciones y oportunidades que nos da las diferentes plataformas, YouTube, Facebook y otras; lo que talvez falta es ver las estrategias, ver las propuestas en el cual aprovechemos esas oportunidades que ahí están, y que ya están, más allá de las justificaciones, porque las justificaciones yo las comprendo, me quedan claras; pero nos falta esa propuestas alineada a esto, que es la tendencia, que es lo que hoy en día consumen los nativos digitales, las nuevas generaciones, porque al final esto es una presentación, no para conocer un sin número de oportunidades que al final no estamos aprovechando, y entonces quedamos sentados en la misma silla de madera viendo como el mundo pasa al frente de nuestros ojos.

ARTÍCULO 11. Canal de YouTube de la JPS - ayer, hoy y mañana
La señora Heidy Arias realiza la siguiente presentación:



Propuesta Cápsulas Informativas JPS

@ Temas: Inversión social, proyectos aprobados, acuerdos en firme y entregas oficiales para las organizaciones sociales.

@ La producción estaría a cargo de uno de los medios de contratación de pauta social. (Canal 13 o Radio Actual) Para incluirlo en plan de medios 2022.

@Hay que tomar en cuenta que la veda publicitaria nos impide poder montar una propuesta este año, la contratación de la pauta esta hasta el 30 de setiembre.

Propuesta Mantener alimentado un canal de prensa en el YouTube de la JPS

@Estas cápsulas informativas estarán disponibles para consulta pública en el canal de YouTube de la institución.

@ De igual forma proponemos crear una sala de prensa donde se pueda
tener acceso a todos los productos audiovisuales que se producen en la
Institución. Ejemplo subir la Revista JPS, la Campaña social y de imagen institucional.

Propuesta Mantener alimentado un canal de prensa en el YouTube de la JPS

@ Es importante destacar que el uso de esta red ha estado limitado a sorteos, rueda de la fortuna y conferencias de prensa, se ha incluido en esta programación la campaña social y la revista para que el público conozca de primera mano la distribución de recursos.

Propuesta Mantener alimentado un canal de prensa en el YouTube de la JPS

@ Les compartimos un video de una grabación producida por el Radio Actual, como ejemplo de las mini cápsulas que podemos generar:

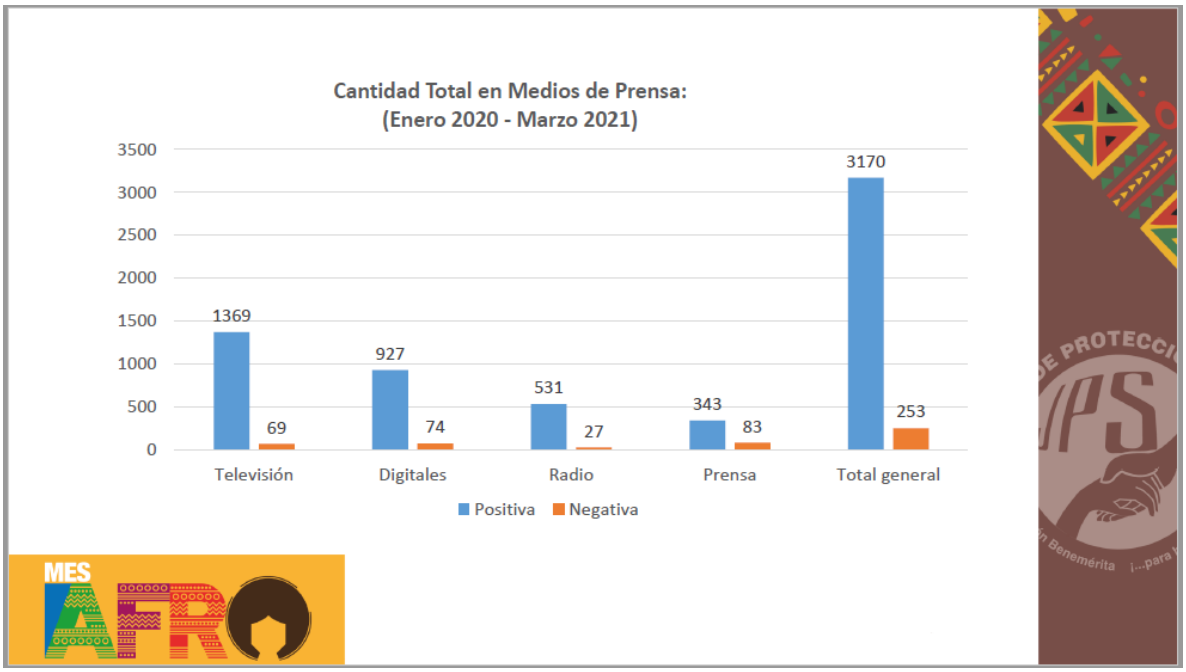
Consulta la señora Presidenta:
De esos programas en vivo y demás, vimos el diagnóstico y las oportunidades que podemos aprovechar, pero lo que si me hubiera gustado a mí es ver qué vamos hacer o qué proponen ustedes como expertos en comunicación para aprovechar esos espacios. La estrategia tiene que venir obviamente alimentada de los diferentes aspectos de presupuestos, qué implica en términos de recursos humano, etc., para poder entender cómo se va manejar con respecto a los recursos que hoy tenemos para manejar las redes y demás.

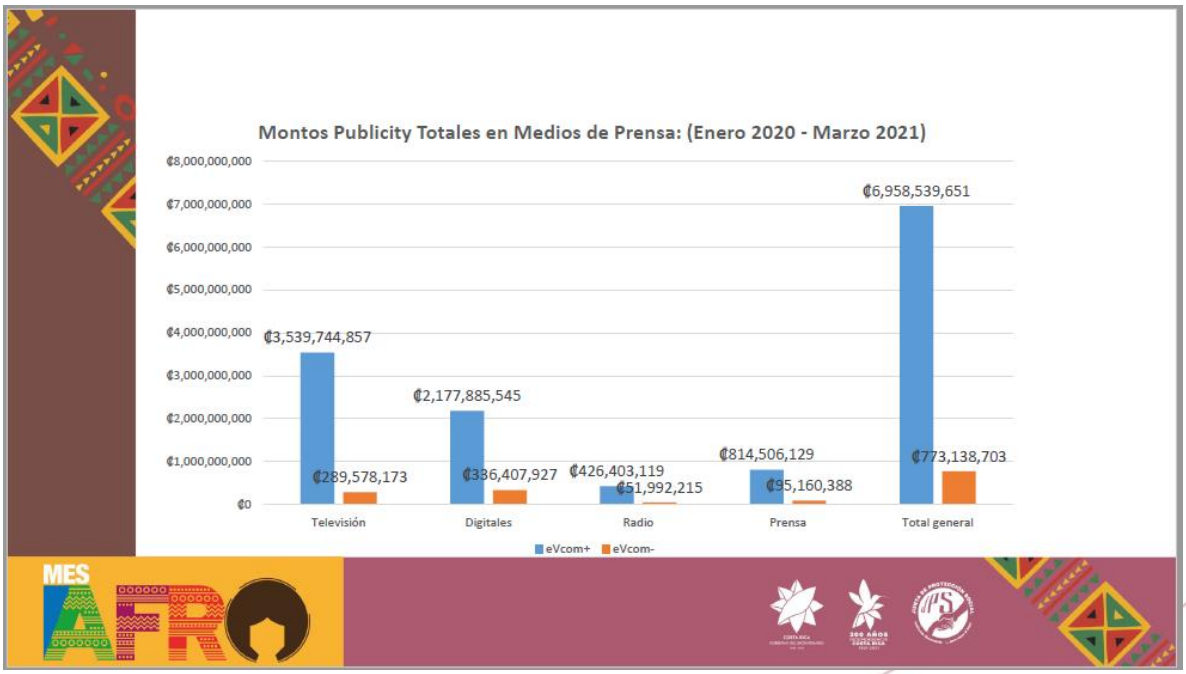
Señala la señora Urania Chaves:
Nosotros a lo que veníamos es a buscar exactamente ese plan, esa estrategia; tenemos esta realidad, entonces qué vamos a hacer, vamos a ir a buscar criterio de experto como lo ha hecho la CCSS, como lo ha hecho el AyA, como lo han hecho otras empresas del Estado; otras instituciones del Estado qué hacen, tienen un equipo, es una persona, son dos personas, cómo son, cuáles son los tiempos, qué podemos hacer este año sin recursos, si bien la veda política existe, existe para utilizar recursos, pero qué podemos hacer gratis este año y a qué podemos sacarle provecho este año, qué implicaría abrir Instagram, porque no se puede abrir Instagram, por ejemplo, o Tik tok, otras redes; yo sé que es bueno consolidar estas, pero sería bueno ir incursionando poco a poco con las otras, talvez nos llevemos sorpresas, así como nos hemos llevado sorpresas de que tenemos tantísimo seguidores en estas dos que ustedes han presentado, talvez nos llevemos sorpresas en las otras, y creo que si es bien importante no tener un tema como mensual, revisar los tiempos, los cortos, si son 15 minutos, si son 3 minutos ponerse de acuerdo ustedes a la hora de hacer esa exposición porque yo quede enredada; pero bueno lo importante es eso, un valor agregado estratégico, cómo vamos a gestionar nosotros las redes sociales que tiene la Junta, cómo vamos a gestionar los materiales, qué tipo de materiales se van a colocar ahí, vamos a hacer programas, vamos a tener cápsulas, vamos a tener entrevistas, porque podría estar muy bien gestionada, dedicada de acuerdo con los programas sociales que atiende la Junta, de acuerdo con personas que han ganado, para incluir ahí el área comercial, gente que la lotería le ha cambiado la vida; yo le veo un sin número de aplicaciones y de formas, pero cómo se va gestionar eso, es lo que a mí me interesaría en una futura sesión estratégica, verlo ya plasmado, visualizado, que se utilice media hora para ver ese cómo, cuándo, y quienes van a ser los responsables de eso, me encantaría conocerlo a corto, a mediano, y a largo plazo.

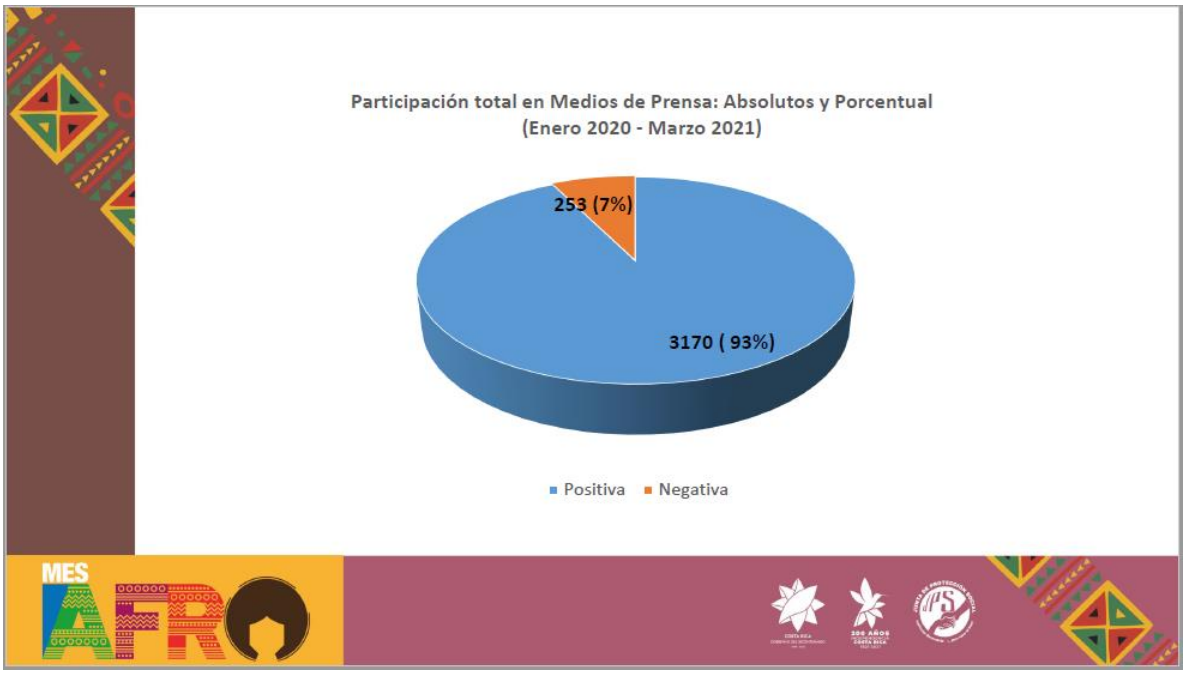
ARTÍCULO 12. Análisis de monitoreo de noticias 2020 y 2021
La señora Elizabeth Badilla realiza la siguiente presentación:

Totales de notas publicadas en el periodo Enero de 2.020 - marzo de 2.021

Medio	Positiva	eVcom+	Negativa	eVcom-	Total	
Televisión	1369	₡3,539,744,857	69	₡289,578,173	1438	₡3,829,323,030
Digitales	927	₡2,177,885,545	74	₡336,407,927	1001	₡2,514,293,472
Radio	531	₡426,403,119	27	₡51,992,215	558	₡478,395,334
Prensa	343	₡814,506,129	83	₡95,160,388	426	₡909,666,517
Total general	3.170	₡6,958,539,651	253	₡773,138,703	3423	₡7,731,678,354


Cantidad Total en Medios de Prensa:
(Enero 2020 - Marzo 2021)
3500
3000
2500
2000
1500
1000
500
0
1369
69
927
74
531
27
343
83
3170
253
Televisión
Digitales
Radio
Prensa
Total general
Positiva
Negativa
MES
AFRO


Montos Publicity Totales en Medios de Prensa: (Enero 2020 - Marzo 2021)
₡8,000,000,000
₡7,000,000,000
₡6,000,000,000
₡5,000,000,000
₡4,000,000,000
₡3,000,000,000
₡2,000,000,000
₡1,000,000,000
₡0
₡3,539,744,857
₡289,578,173
₡2,177,885,545
₡336,407,927
₡426,403,119
₡51,992,215
₡814,506,129
₡95,160,388
₡6,958,539,651
₡773,138,703
Televisión
Digitales
Radio
Prensa
Total general
eVcom+
eVcom-
MES
AFRO


Participación total en Medios de Prensa: Absolutos y Porcentual
(Enero 2020 - Marzo 2021)
253 (7%)
3170 (93%)
Positiva
Negativa
MES
AFRO

Estudio de caso
MES
AFRO

Estudio de caso

Junta de Protección Social (JPS)						
Total de notas registradas según el tipo de medio y su calificación.						
Cuadro No. 1						
Medio	Positiva	eVcom+	Negativa	eVcom-	Total	eVcom+ Total
Digitales	66	₡199,036,858	25	₡82,887,478	91	₡199,036,858
Prensa -	108	₡165,168,225	25	₡26,929,350	133	₡165,168,225
Total general	174	₡364,205,083	50	₡109,816,828	224	₡364,205,083

Estudio de caso

Temas de enfoque negativo

- Lo relacionado con PVL
  - Subsidio bajo
  - Protesta para que vuelvan a vender
  - Ventas no levantan
- Quejas por acumulado en app
- Administrativos
  - Salarios
  - Pensiones JPS
  - Cumplimiento Ley fiscal
  - Dip. Defendiendo enfoques de PVL
  - Sorteo Rueda de la Fortuna (presentadora)

Estudio de caso

Temas de enfoque positivo

- Pago de premios
- Reanudan los sorteos (pandemia)
- Subsidio
- Acumulado
- Notas sociales
- Pago de premios
- Cumplimiento Ley fiscal
- Informes de sorteos

MES AFRO

Estudio de caso

Descriptores de los temas relacionado con la JPS

Cuadro No. 6

Tema	Positiva	eVcom+	Negativa	eVcom-	Total	eVcom+Total
	108	**₡165,168,225**	**25**	**₡26,929,350**	**133**	**₡165,168,225**
Lotería nacional	34	₡75,643,200	0	₡0	34	₡75,643,200
Administrativo	24	₡22,387,050	11	₡16,871,400	35	₡22,387,050
Vendedores de lotería	17	₡20,162,250	14	₡10,057,950	31	₡20,162,250
Gordito navideño	12	₡24,658,200	0	₡0	12	₡24,658,200
Programas sociales	10	₡11,309,400	0	₡0	10	₡11,309,400
Sorteo de consolación	4	₡4,635,000	0	₡0	4	₡4,635,000
Lotería ilegal	3	₡2,410,200	0	₡0	3	₡2,410,200
Chances	2	₡3,337,200	0	₡0	2	₡3,337,200
Premio acumulado	2	₡625,725	0	₡0	2	₡625,725

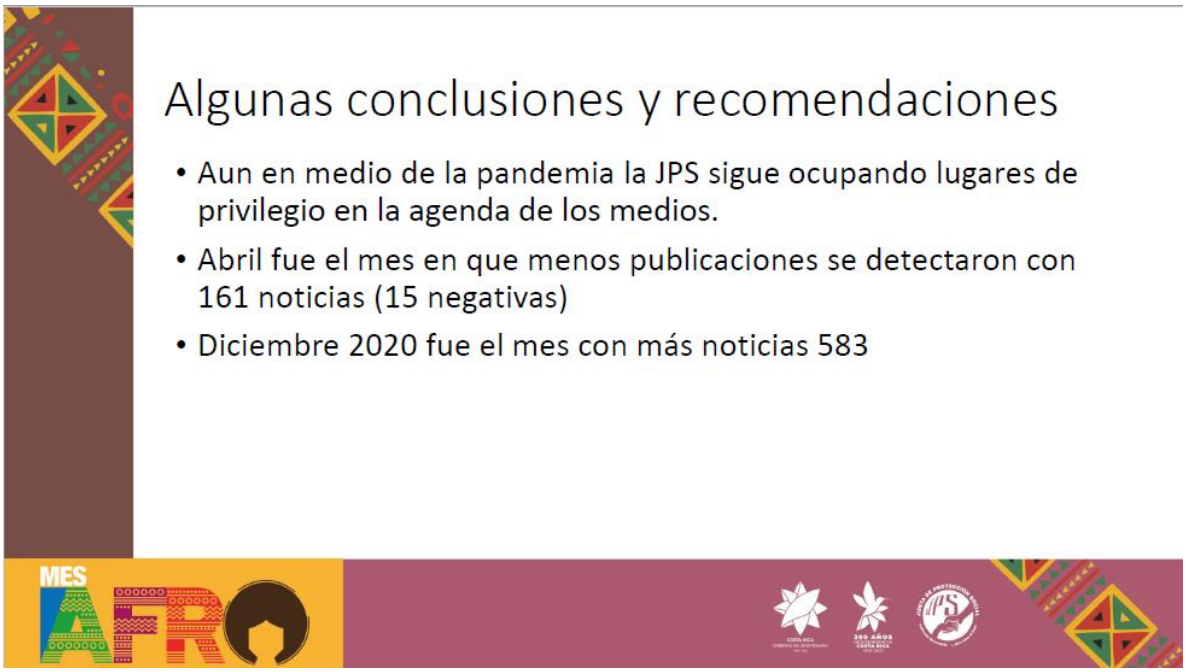
MES AFRO

Algunas conclusiones y recomendaciones

- La JPS a nivel de presencia en medios de información tiene una amplia ventaja positiva.
  - Se recomienda mantener una adecuada relación con los medios de información en orden de importancia:
    - TV , Digitales, Radio Escrito
- Resalta el tema de negocios.
  - Se recomienda una campaña de imagen anual que mezcle ambos ejes.
- Pese a los esfuerzos el tema social no tiene la acogida que quisiéramos en noticias.
  - Se recomienda destinar recursos de pauta para la contratación de **publirreportajes** o bien patrocinar algún proyecto en medios televisivos que se emitan previo a los sorteos más llamativos (Gordito de medio año y Gordo Navideño)

Algunas conclusiones y recomendaciones

- Ser es ser percibido…aunque no guste el enfoque negativo también contribuye con la visibilidad de las organizaciones.
- Mientras más presencia en prensa se tiene hay más posibilidad de ser auscultados existe.
  - Lo que se ve se quiere analizar.
  - Enfoque negativo de la prensa.
- La JPS viene ganando terreno en las versiones de medios digitales
- Invertir en contar con equipo y productor audiovisual para proveedor a los medios audiovisuales material de labor social. (liveV)



Comenta la señora Presidenta:
Me parece importante contar con ese monitoreo, ver cuál es el enfoque que se le está dando a las noticias de tener esa presencia en medios, no es casualidad que la Junta tenga ese posicionamiento precisamente por la cantidad de pauta que la Junta genera en los diferentes medios de comunicación, en la parte social tenemos 91 medios, en la parte comercial tenemos alrededor de 40, entonces estamos hablando de una gran cantidad de medios, posiblemente algunos de ellos se repitan entre los dos, pero a parte de esa cantidad de pauta también generan noticia con respecto a la Junta; hay mucho interés de lo que la Junta genera a nivel de noticia que puede servirles a ellos para documentar o complementar acciones, por ejemplo, todas las semanas nos están pidiendo que les hablemos del acumulado, que les hablemos de alguna promoción que estamos realizando, de algún sorteo, creo que la Junta tiene esa perspectiva principalmente por la parte comercial, no tanto por la parte social, a no ser que vengan noticias con aportes significativos como el aporte al Hospital de San Carlos, cuando se autorizó el monto para crear la clínica de cardiología para Limón que tuvo cobertura a nivel mediático, tal vez hay algunas otras entregas más pequeñas que son significativas para la organización pero no para los medios, aunque sí para los medios locales, muchas veces no vemos las noticias en los medios grandes, pero sí están saliendo en los medios pequeños. Creo que eso ha hecho la diferencia, el tener esa cantidad de medios, aunque sea pequeños, lo cierto es que en los pueblos a la gente le gusta enterarse de las noticias de su cantón, y por eso era importante tener esa presencia en esos medios más pequeños pero que al final tienen un impacto a nivel local.

Tal vez estos monitoreos no rescatan esos medios más pequeños, sino que más bien los más grandes. No sé si existe algún tipo de monitoreo para los medios regionales, pero sería interesante conocer, porque en esos medios creo que se publica noticia mucho más positiva, de qué es lo que está pasando en el país y como le afecta X o Y cosa a la comunidad local y cada vez que hay una situación positiva de cualquier institución, por ejemplo, la inauguración de un acueducto, esas noticias permean a la comunidad porque a ellos les interesa.

En la medida en que nosotros podamos mantener esa presencia en medios locales, creo que es importante para la institución y para seguir manteniendo ese posicionamiento no solo a nivel de pauta, sino de noticias positivas que se puedan generar.

Consulta el señor Arturo Ortiz:
Con respecto a este producto, me pareció entender que estamos por contratar a otra empresa, quisiera saber si este producto es parte del cartel o si esto hay que pedirlo cada vez que uno lo necesite, me parece que este producto es algo que nosotros deberíamos tener siempre, poder tener una vez al año o cada seis meses este tipo de información para ver cómo estamos en la mente de las personas. También para controlar el tema del proveedor, que en otras oportunidades he resaltado que se me hace difícil de comprender y hasta he hablado de un conflicto de intereses, de cómo un proveedor, que al final estos medios son proveedores nuestros, por un lado, ponen la mano para que uno les pague y por otro lado sacan noticias negativas, no es que no puedan hacerlo, si se produce algo negativo la obligación del medio y del periodista es cubrir objetivamente la noticia y si sucedió algo malo cubrirlo, contra eso nadie va a poder decir nada; pero tomar una noticia y tergiversarla como lo hemos visto repetidamente, buscar el enfoque negativo, hay una gran diferencia entre una y otra. Ese tipo de cosas si es importante llevarle el pulso, tener la información y luego utilizarla para tomar algún tipo de decisiones respecto a los contratos que hacemos de pauta, porque siento que no deberíamos de estar obligados a contratar sobre la base de que no podemos impedirlo, no es tal obligación siempre y cuando uno vea la objetividad.

Indica la señora Elizabeth Badilla:
Las contrataciones que se han hecho han sido para producir campañas, el productor audiovisual de campañas publicitarias y las agencias están especializadas en ese tema, entonces no es lo mismo al enfoque de noticias, yo siento que por ahí está la diferencia; por eso la recomendación es tener un productor nuestro, que nosotros podamos controlar mejor, qué sepa a lo que se refiere, por ejemplo, y no estoy cuestionando el trabajo de alguna agencia, pero en algunas filmaciones para grabar material para informativos tuve que hacer incluso una toma plano medio de tal cosa, un primerísimo primer plano de tal cosa, prácticamente hacer un guion técnico para que pudieran hacer las tomas que yo necesitaba, porque ellos están acostumbrados a hacer ese tipo de servicio que es muy distinto al productor audiovisual de noticias, es muy diferente y la mayoría de las agencias de comunicación, agencias de producción audiovisual trabajan de esa manera, muy distinta a como se trabaja el tema de noticias.

Se da por conocido el informe.

Se retiran de la sesión el señor Mike Villalobos Rojas y las señoras Heidy Arias Ovares, Elizabeth Badilla Méndez y Floribeth Obando Méndez.

La señora Urania Chaves retoma el tema de redes sociales y propone solicitar un plan estratégico para mejorar la gestión de redes sociales y la imagen de la Junta.

Se acoge la recomendación de la señora Chaves y se dispone:

ACUERDO JD-592
Se solicita a la Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas y a la señora Floribeth Obando Méndez presentar en la sesión del lunes 6 de setiembre, 2021, un plan estratégico (objetivos, metas, indicadores, acciones, necesidades, público meta, metodología, tiempos, responsables, recursos) para la gestión de redes sociales y la imagen de la JPS. **ACUERDO FIRME**

Plazo de cumplimiento: Presentar en la sesión del lunes 6 setiembre 2021.

Comuníquese a la Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas y a la señora Floribeth Obando Méndez. Infórmese a la Gerencia General

Se traslada para sesiones posteriores los siguientes temas: Análisis financiero y razones financieras de los ingresos de JPS y Presentación del material audiovisual realizado por LA PRODUCTORA, sobre la campaña social. El tema Informe de resultados de cada comité, será analizado en por el Comité Corporativo de Estrategia.

La señora Presidenta finaliza la sesión al ser las veintidós horas con treinta y seis minutos.

Laura Moraga Vargas
Secretaría de Actas