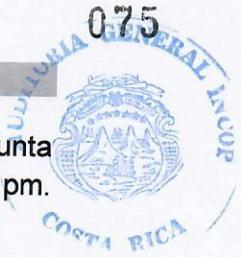


ACTA SESIÓN ORDINARIA N.º 250-2020

Acta de Sesión Ordinaria N.º 250-2020 celebrada el 15 de mayo del 2020 de la Junta Directiva de la Junta Promotora de Turismo de la Ciudad de Puntarenas a las 02:00 pm. Realizada de forma virtual.



1-COMPROBACIÓN DEL QUORUM

Se verifica el quórum de la sesión Ordinaria, la cual cuenta con la asistencia de los siguientes miembros: Señora Marcela Muñoz Fernández, representante de la Cámara de Turismo, señora Guissella Vargas Elliott, representante de la Casa de la Cultura, Ing. Juan Ramón Rivera, Presidente Ejecutivo de INCOP, el señor Gustavo Alvarado Chaves, representante del ICT. Ausente sin justificación, señor Wilber Madriz Arguedas Municipalidad Puntarenas.

2-RECIBIMIENTO MIEBROS DE JUNTA DIRECTIVA:

3- ELECCION DE SECRETARIO, SECRETARIO SUPLENTE).

El señor Rivera Rodríguez, preside la sesión de Junta Directiva, e indica a los presentes que debe elegirse secretario y un secretario suplente

Seguidamente entremos a la etapa de elección, sírvanse proponer a los candidatos Los señores directores, proceden a designar seguidamente postula de forma unánime como secretario titular al señor Gustavo Alvarado Chaves, y en el mismo acto designan a la señora Marcela Muñoz Fernandez como secretaria suplente.

Se anexa los oficios a esta acta.

De esta forma constituida la Junta Directiva de forma oficial. El señor presidente continua con la Sesión ordinaria, que está debidamente programada para después de la elección, Con la siguiente agenda de sesión.

ORDEN DEL DIA:

Comprobación de cuórum.

Recibimiento de nuevos miembros de jpt
Elección de secretaria y secretaria suplente.
Aprobación de acta ordinaria 249-2020- ordinaria

Correspondencia

Solicitud patrocinio Mosaico turístico QR.
Solicitud Patrocinio Club Rotario Pintando Ciudad Puntarenas





Nueva propuesta de Actividades Aliados 2020. Y Publicidad
Informe de conocimiento Administrativo Trimestral.
Oficio CR-INCOP-JPT-0077-2020, oficinas Capitanía de Puertos (MOPT)
Primer Borrador Presupuesto 2021- conocimiento.
Informe Resultados primer Trimestre. Agencia de Publicidad Propuesta
Asuntos varios
Oficio catup.

3-APROBACIÓN DEL ACTA 249-2020-ORDINARIA.

El Presidente de Junta Directiva, somete a votación el acta ordinaria 249-2020, la cual recibió su aprobación sin enmiendas.

4- CORRESPONDENCIA

El presidente de Junta Directiva de JPT, a petición del señor Gustavo Alvarado director, solicita ver el punto 3 primero que corresponde a (Nueva propuesta de Actividades Aliados 2020. Y Publicidad), para después continuar con las solicitudes patrocinios. Todos los directores asienten.

El presidente presenta el siguiente punto "Nueva propuesta de Actividades Aliados 2020. Y Publicidad". Solicita al señor David Trejos que explique la nueva propuesta.

Sr. Juan Ramon Rivera, miren antes de continuar, señores directores quisiera proponer una moción de orden, creo que la propuesta de David es recortar de las propuestas de actividades, casi por el alrededor de 80 millones. Yo quisiera proponer lo siguiente: Que eliminemos todas las actividades que se iban a realizar este año y dedicarnos a una actividad importante que sería de promoción.

Esto es una activación de descuentos para todas las actividades turística de Puntarenas, creo que podríamos activar esto con un cupo de seguridad que diga vale 20% descuentos. Hablaríamos con todos los establecimientos afiliados y no afiliados a la Catup en general es todo lo turístico y lo gastronómico del cantón central. Por ejemplo: pondríamos un 10% la persona que lo gane tiene que ir a la página de jale al puerto o de Catup, el turista dentro a la página y responde por lo menos 3 preguntas por ejemplos díganos 3 destinos históricos de puntarenas, cosas como esa?

Sabemos que, si gana un cupón, la persona viene ya se a un hotel o restaurante hace uso de ello y cuando vaya a pagar su factura final el propietario aplicara el descuento, que posteriormente traerá su factura al patrocinador que le reintegrara parte de ese descuento.

Me parece que ante esta incertidumbre que se tiene, que no sabemos cuándo vamos a poder tener actividades de concentración de masiva. Mejor eliminamos todas y solo dejamos la carrera sol y arena y la actividad del árbol navideño con los tenores. ¿Me parece que una vez que se restablezca el turismo esto le daría a Puntarenas un auge, me parece que nadie está haciendo nada como esto?



Sr. Gustavo Alvarado: según entiendo la suma es de 80 millones rebajando los eventos, esa suma de 80 sería para utilizarlo en esos y quedaría para los eventos.

Sr. Juan Ramon: no, es para la activación de los descuentos y lo otro para invertir en la publicidad, el árbol y la sol y arena. Otra cosa que quiero explicarle es eso que dice disponible a INCOP, que inicialmente se iban a rebajar 50 millones, porque INCOP tenía que poner de su presupuesto 1.700 millones por todos estos temas de emergencia, pero como teníamos el proyecto del concurso de pintura del parador fotográfico del edificio abandonado del Parque Marino y el fideicomiso nos dio ese presupuesto solo rebajamos 40 millones de JPT.

Sr. Gustavo Alvarado, es una muy buena idea, lo que me hace dudar es como le damos fondos públicos a una entidad privada sin servicios que no estamos recibiendo. Es un tema que nosotros en el ICT, no hemos resuelto habría que verlo.

Me parece que si vamos a hacer eso es con las personas de otras provincias no la de acá. Si no aparecerá un poco de gente reclamando descuentos. Así mismo creo que debemos realizar una campaña con un influencer que pueda activar este concurso con cenas en los restaurantes y en hoteles. Esto con el fin de que ellos publiciten de forma que las personas salgan un fin de semana.

Nosotros por ejemplo en ICT, estamos tratando de hacer una campaña con la primera persona que se contagió de covid 19, para que salga y nos grave historias, esto con diferentes personajes del país.

Me parece que una buena idea, pero debe analizarse muy bien porque si pega es un buen Batazo.!

Sr. Juan Ramon Rivera, la ventaja es que tenemos aliados estratégicos, como catup, ellos nos harían la solitud a JPT y nosotros patrocinamos, pero a su vez está obligado a rendirnos todas las cuentas de estas activaciones. Y no estamos dando plata a nadie sin que se cumplan con lo que se establezca.

Sr. David Trejos creo que podemos trabajar con bases de datos para la elección de las personas.

Sra. Marilu, como se vería regulado este tema dar fondos públicos a entes privados cual sería parte legal, un patrocinio.?

Sr. Gustavo, creo esto tiene que ser con un reglamento para este tipo de activaciones y verlo con la parte de la agencia creatividad de una campaña.

Sr. Juan Ramón comenta: Desde luego tiene que ser gente que venga desde fuera creo que es fundamental la participación del Grupo Ingeniosos, en la parte creativa y verlos. Doña Marcela está muy calmada.?



Sra. Marcela a mí me parece muy bien, pero solo quería agregar que en algunas mesas de trabajo que hemos tenido con la primera Dama, a ella le parecía que parte de las activaciones las hiciéremos con grupos teatrales en diferentes partes del paseo como hacíamos en el recibimiento de cruceros utilizar esto mismos muchachos para eso.



Por eso es por lo que solicitaba que pudieran dejar un poquito de ese presupuesto para este tipo de proyecto.

Sra. Guissella, le pregunta a don Juan quien se encargará de controlar y seleccionar los ganadores este tema es muy delicado.

Sr. Gustavo: don Juan considero que no debemos aprobar nada todavía y que se forme una comisión para que nos presenten en otra sesión un proyecto con todos los temas que hemos venido conversando.

Sr. Juan Ramon, estoy de acuerdo con lo indicado por don Gustavo, se formará una comisión con personeros de JPT, Catup, y la Agencia de Publicidad Ingeniosos de JPT.

Sra. Guissella: comenta don Juan Ramón tengo dos preguntas esta propuesta es excelente para atraer el turismo, pregunto los hoteles y restaurantes darán una parte y nosotros la otra o es solo nosotros. Y la otra pregunta es cómo se va a seleccionar y cuales restaurantes y hoteles o tours como se haría.?

Sr. Juan Ramón. Le indica a doña Guissella, con la creación de esta comisión ellos nos realizaran todas las propuestas y nosotros veremos que aprobamos. Tomemos un acuerdo para crear la comisión.

Acuerdo 01. Propuesta.

Con vista en la moción presentada por el Presidente de Junta Directiva de JPT, Juan Ramon Rivera Rodriguez. Con fundamento en el Decreto Ejecutivo 42227-MP-S sobre la declaración de estado de emergencia en Costa Rica por la emergencia sanitaria provocada por la enfermedad COVID-19, y el documento "Medidas administrativas temporales para la atención de actividades de concentración masiva debido a la alerta sanitaria por COVID-19".

Toda actividad de concentración masiva queda postergada hasta levantamiento de las ordenes sanitaria.

La Junta Directiva de la Junta Promotora de Turismo, acuerda lo siguiente:

1-Se conformará una comisión de análisis para las activaciones en proyectos de Descuentos comerciales, en el canto central, de acuerdo con los lineamientos que está dando las autoridades de Salud.

2-los integrantes de esta comisión serán un representante de JPT, CATUP, AGENCIA PUBLICIDAD,

3-Se Deberá crear un reglamento de uso para el Proyecto denominado Activaciones por descuentos comerciales canto central.



4-Se deberá presentar la conformación del Proyecto en la siguiente Sesión de Junta Directiva.

Acuerdo firme.

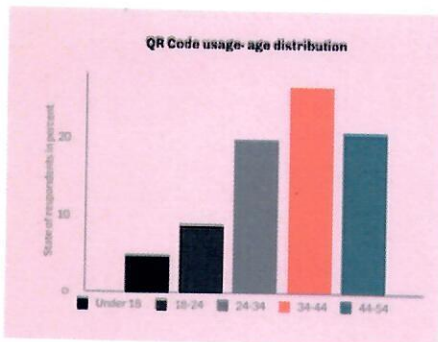
2-El presidente de presenta el punto solicitud de Patrocinio del Club Rotario (Mosaico turístico QR.)

Don Juan Ramon, comenta que este tema de los mosaicos QR, es de interés de la Primera Dama de la Republica que lo ha manifestado varias veces. Señor David nos puede explicar un poco más sobre esto:

Sr David Trejos explica lo siguiente: La solicitud de los códigos QR entró a la JPT por parte del Club Rotario de Puntarenas. La solicitud va por un monto de 4.100.000 + IVA, desglosados en 2.500.000 para 25 puntos de la ciudad de Puntarenas y 1.600.000 para dieciséis puntos de la isla San Lucas.

Así mismo, se da detalle del beneficio económico y turístico que genera el proyecto de los códigos QR. Los proyectos de QR generan beneficios en cuanto a la visitación que contaría la página web que sostenga el proyecto, se menciona en este punto la importancia que la página que del proyecto sea la propia de la campaña. Y por segundo, la capacidad de recolección de datos.

Se muestra la edad promedio de usuarios que utilizan los códigos QR, el cual refleja que coincide con el público meta de la campaña.



Se muestran 25 puntos turísticos de la Ciudad de Puntarenas. Dentro de esta lista, se recomienda eliminar ciertos puntos que no cumplen como destinos para la visitación turística o bien, responden a un interés comercial específico.



Sugerencia de lugares a sustituir

25 placas informativas con códigos QR.

- | | |
|-----------------------------------------------------|---------------------------------------|
| 1. Capitanía del Puerto | 15. Parador Fotográfico |
| 2. Casa de la Cultura | 16. Parque Mora y Cañas |
| 3. Catedral de Puntarenas | 17. Parque Victoria |
| 4. Edificio del Colegio Universitario | 18. Vigorón (zona de Quiscos) |
| 5. Concha Acústica | 19. Ceviche porteño (zona de Quiscos) |
| 6. Esculturas del Mar | 20. Churchill (zona de Quiscos) |
| 7. Faro | 21. Parque de Cruceros |
| 8. Mercado Municipal | 22. Parque de los Cañones |
| 9. Isla San Lucas (atracadere del Ferry Peninsular) | 23. Parque del Muellero |
| 10. Fray Casiano | 24. Bulevar Rotario |
| 11. Muelle Grande | 25. Estadio Lito Pérez |
| 12. Municipalidad de Puntarenas | |
| 13. Parque Marino | |
| 14. Parque Lobo | |

+ 16 puntos en isla San Lucas

Sr David Trejos: Dentro de las recomendaciones, mi recomendación sería solicitar al solicitante que para aprobar el patrocinio se debe especificar que el landing page sea exclusivamente alguno con vínculo institucional. De segundo, que el mosaico tenga otro diseño que coincida con los diseños de la campaña.

Se menciona entre los directos los alcances y la participación de la JPT en este patrocinio, y se sugiere que el mismo se renegocie y sea un proyecto que ejecute la JPT, siguiendo las recomendaciones mencionadas.

Acuerdo 02- mosaico

Con vista en la Solicitud de Patrocinio, enviada por Club Rotario de Puntarenas, sobre las activaciones Códigos de Mosaicos QR, la Junta Directiva de la Junta Promotora de Turismo, acoge la Iniciativa. No como un patrocinio, si no como un proyecto a desarrollar por la Junta Promotora de Turismo, con el objetivo que la información publicitaria de los QR sea únicamente histórica de los lugares donde sean ubicados y no se utilizado con fines de comerciales.

Acuerdo firme.

3- Solicitud Patrocinio Club Rotario Pintando Ciudad Puntarenas

El presidente presenta siguiente punto, comenta es solamente para indicarles que se tiene la parte presupuestaria que dio el Fideicomiso para este proyecto.

Este proyecto lo habíamos aprobado en una sesión anterior y solo dijimos que esperábamos la transferencia de fondos.



Don Juan Ramon, le pregunta todos los directores si están de acuerdo con aprobarlo la pintada del edificio abandonado del parque Marino, esto con la finalidad de darle otra cara turística a estas ruinas que están de frente al parque del muellero. Se toma el acuerdo.

Acuerdo 03- Pintado Puntarenas club rotario

Con Vista en la Solicitud de patrocinio del Club Rotario de Puntarenas y presentada a JPT. Sobre el proyecto denominado. (PROYECTO ROTARY PINTA: PARADOR FOTOGRÁFICO EN MURAL DEL ANTIGUO EDIFICIO DE DORMITORIOS DEL FERROCARRIL ELÉCTRICO AL PACÍFICO.

La Junta Directiva de JPT aprobó continuar con el proyecto ante las disponibilidades de Presupuesto.

Acuerdo firme Por unanimidad.

4- El presidente presenta Informe de conocimiento Administrativo Trimestral de JPT.

Doña Marilu, explica que este informe trata de las acciones administrativas que ha venido realizadas en la Junta Promotora de Turismo de enero a marzo 31 del presente año.

Los directores lo dan por conocido informe de primer trimestre 2020.

4- El presidente de JPT presenta el oficio CR-INCOP-JPT-0077-2020, oficinas Capitanía de Puertos (MOPT). ¿Doña Marilu explíquenos en que consiste esto?

Sra. Marilu, comenta lo siguiente: Señores directores, traigo a colación este oficio, dado que las condiciones que tiene la oficina de la Capitanía de puertos con la promotora no están reguladas de acuerdo con nuestros procedimientos en el 2012, se le presto un espacio por que el terremoto les afecto su edificio y todavía no se han podido recuperar. Inicialmente ellos tenían un contrato de usos precario, pero hace años que se venció y no se podido renovar. A parte de eso les comento que contrataron más personal y esa oficina que tiene es un espacio pequeño, están acinados. A mí en lo personal me da mucho miedo por el covid-19.

Otra cosa que quiero decirles es que ellos me comentaron, que el ingeniero Luis Paredes está planeado dar servicios a los usuarios las 24 horas los 365 días del año, yo considero que ese problema no es nuestro es del MOPT, a nosotros se nos incrementaría los costos en vigilancia y limpieza agua, luz y otras más. Por tanto, es que solicito se tome un acuerdo por esta Junta Directiva para definir su situación.

Sr. Gustavo comenta: don Juan siempre le dicho a Marilu que esa gente es unos desastres tiene esa oficina en un abandono, pizarras tiradas papeles pegados por todas partes, yo creo que se debería de ir de ahí.

Sr. Juan Ramon: creo que deberíamos de arrojar de ahí, pero el MOPT, es el Ministerio rector de INCOP en materia de transporte público, lo que tendría que hablar con el Ministro



para ver cómo nos ayuda con este tema. Si a ustedes le parece y me autorizan a conversar estos temas en la Dirección Marítima Portuaria.

Sr. Gustavo estoy de acuerdo con eso don Juan.

Acuerdo 04 MOPT

Con vista en el oficio CR-INCOP-JPT-0077-2020. Sobre los espacios de uso de la Capitanía de Puertos. La Junta Directiva de la Junta Promotora de Turismo acuerda lo siguiente:

1-Se darán dos espacios de oficinas para el nuevo personal con las salvedades que el mobiliario y de más enseres será, dados por el Mopt a sus funcionarios.

2-Que la Oficina de Capitanía de Puertos deberá mantener el orden y el aseo en los espacios que brinda el JPT, para su uso diario

3-Que la seguridad y limpieza del lugar será entera responsabilidad del Capitanía de Puertos.

4-No se autorizará las instalaciones de JPT para turnos rotativos y en atención al usuario las 24 horas día los 365 días del año. Debiendo sujetarse al horario normal de la JPT.

5-la Dirección Marítimo-Portuaria o quien ostente la potestad jurídica deberá de firmar un contrato de uso de las oficinas con plazos de un año prorrogables.

6-Que el personal que labora dentro de las Instalaciones de JPT deberá de acatar todas las ordenes sanitarias dadas por las autoridades de Salud y los protocolos que mantiene la Junta Promotora en sus edificios.

Acuerdo firme por Unanimidad.

5- El presidente presenta el siguiente punto: Primer Borrador Presupuesto 2021-
conocimiento. Doña Marilu explíquenos:

Sra. Marilu, les comento, estamos trayendo un primer borrador del presupuesto para el año 2021, dado que la Unida de Presupuesto lo está requiriendo. Esta es la propuesta que se

082



BORRADOR DE PRESUPUESTO 2021 SEGÚN METAS

Cód.	Metas de Gestión	Presupuesto en ₡
1.1	ACTIVIDADES 2020	250.000.000,00
1.2	PUBLICIDAD DIRECTA	120.000.000,00
2.1	MANTENIMIENTO DE EDIFICIOS	66.132.082,00
2.2	MANTENIMIENTO TREN MANUEL EMILIO	2.050.000,00
2.3	CONTRATACIONES DE APOYO	34.200.000,00
3.1	REMUNERACIONES	0,00
4.1	GASTOS VARIOS	3.187.500,00



Acuerdo 05 Borrador Plan Presupuesto

Con Vista en la presentación del Borrador de presupuesto (POI - 2021) presentado por la Administración de la Junta Promotora de Turismo de Puntarenas.

La Junta Directiva acordó dar sus vistos buenos para que se continúe con los trámites administrativos ante las Unidades Funcionales de INCOP.

Acuerdo firme por unanimidad

6- El presidente presenta el punto Informe Resultados primer Trimestre. Agencia de Publicidad Propuesta, le indica a David que explique en que consiste.

Sr. David comenta que en pocos segundos la Agencia publicidad se en lazarará con nosotros y nos traerá las propuestas de publicidad y el informe de resultados que lo adjuntaremos a esta acta.

Ingresan a la Sesión personal de la Agencia Ingeniosos

Sr. Alejandro Segura comienza la presentación introduciendo el objetivo de la campaña. "Posicionar la Ciudad de Puntarenas y sus islas como principal destino familiar y recreativo un segmento amplio de la población nacional (C, C+ y A/B) por medio de mensajes que evoquen emociones positivas en el periodo post crisis (COVID-19) con una ejecución acorde a las disposiciones sanitarias gubernamentales.

Sr. Federico Cruz, director creativo detalla el racional creativo. Etapa actual. El proyecto se denomina "Tras vestidores". Las tácticas de la campaña es producir videos rápidos de todo lo que hay detrás de la oferta turística de Puntarenas.



Sr. Federico Cruz: Si bien es cierto que el descanso, la diversión y el entretenimiento son la oferta final al cliente, hay un sin número de actividades, procesos y ahora protocolos de seguridad y protección que se tienen que tomar en cuenta para reactivar la operación turística de la zona.

084



Los videos retratarán e informarán rápidamente bloques de una comunidad entrelazada que relaciona un grupo de personas que trabajan para las empresas que dan servicios a los turistas de Puntarenas y sin los cuales la oferta no sería la óptima.

Sr. Federico Cruz: También inicia el lanzamiento de los sellos Anti Covid 19 y Anti Vectores, iniciativas que vienen a darle al consumidor final, confianza, respaldo, seguridad y tranquilidad. Los personeros pueden ser: cocineros, meseros, dueños de restaurantes, limpiadores de piscinas, empleado del mercado, bartender, personal de limpieza, guía del Parque Marino, empleado municipal, salvavidas, capitán de barco, pescadores, entre otros.

Se presenta el racional creativo.

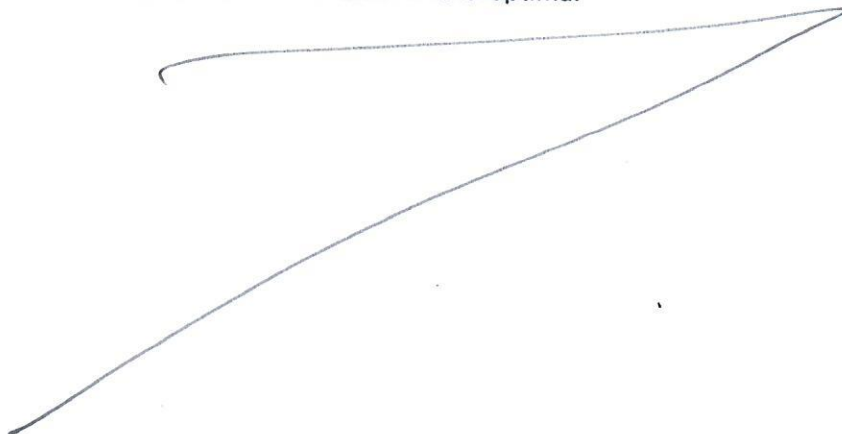
Racional Creativo

Videos Comunidad Turística Puntarenas

Proyecto: Tras vestidores hemos titulado esta etapa de comunicación estratégica para este momento específico

Son videos rápidos de todo lo que hay detrás de la oferta turística de Puntarenas, pues si bien es cierto El descanso, la diversión y el entretenimiento son la oferta final al cliente, hay un sin número de actividades, procesos y ahora protocolos de seguridad y protección que se tienen que tomar en cuenta para reactivar la operación turística de la zona.

Los videos retratarán e informarán rápidamente bloques de una comunidad entrelazada que relaciona un grupo de personas que trabajan para las empresas que dan servicios a los turistas de Puntarenas y sin los cuales la oferta no sería la óptima.



Racional Creativo

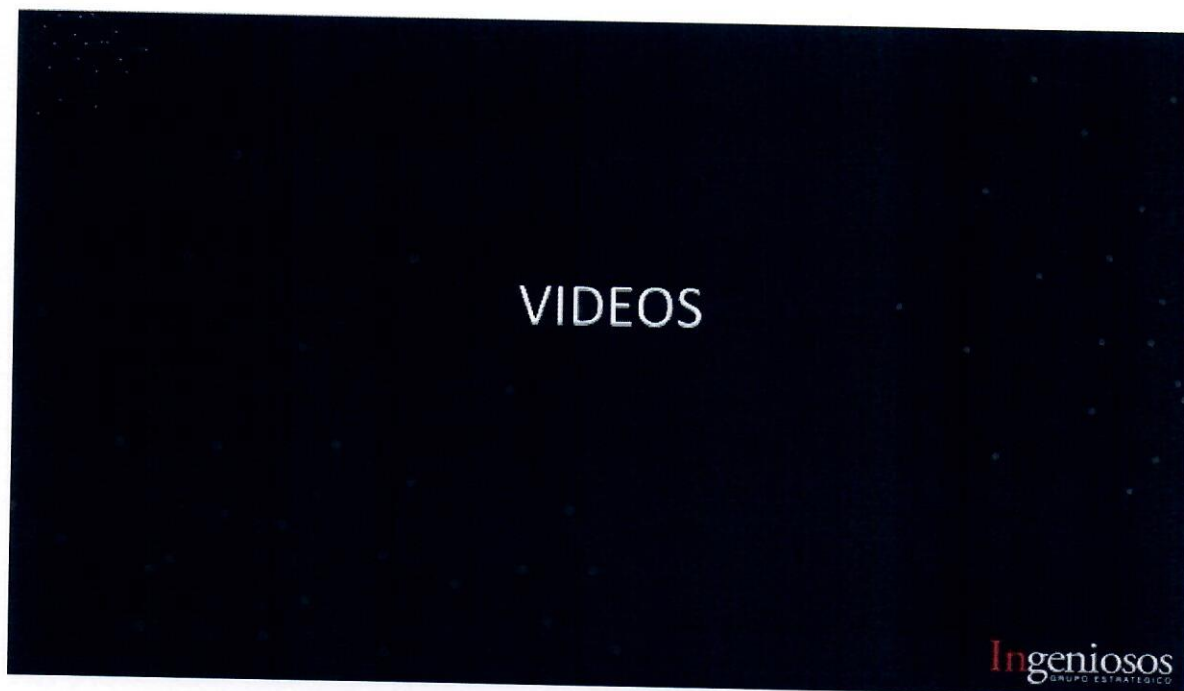
También inician el lanzamiento de los sellos que Anti C19 y Anti Vectores, que son iniciativas que vienen a darle al consumidor final, confianza, respaldo, seguridad y tranquilidad

Los personeros escogidos para dichos videos son:

- Pescador • Cocinera • Mesero • Dueño de Restaurante
- Limpiadores de Piscinas • Empleado del Mercado
- Bartender • Personal Limpieza Hoteles • Guía Parque Marino
- Empleado Municipal de las calles • Salvavidas • Capitán de Barco

*Importante

Lo que vamos a evaluar son conceptos, las fotos son con fines ilustrativas y definitivamente en esta etapa lo más importante es validar que el concepto que presentamos se de la mano con la estrategia



A handwritten signature or set of initials in black ink, located in the bottom left corner of the page.

086



Cocinera: Mi. Nombre es Laura, soy de Chomes y tengo 15 años de trabajar en la cocina de restaurantes.



Cocinera: En un día muy socado, preparaba comida para 250 personas y eso me encanta

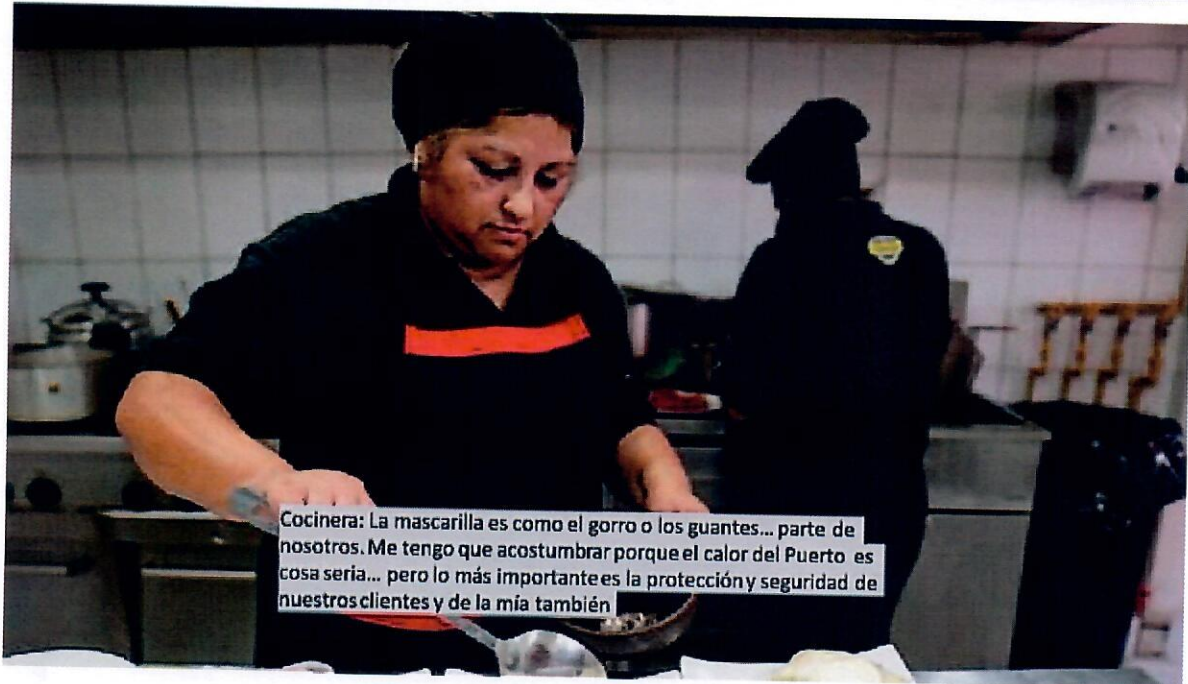


[Handwritten signature]

087



Cocinera: Hoy en día estamos preparándonos y tenemos que tener más cuidado y sobre todo protección.



Cocinera: La mascarilla es como el gorro o los guantes... parte de nosotros. Me tengo que acostumbrar porque el calor del Puerto es cosa seria... pero lo más importante es la protección y seguridad de nuestros clientes y de la mía también.



Handwritten signature or initials.

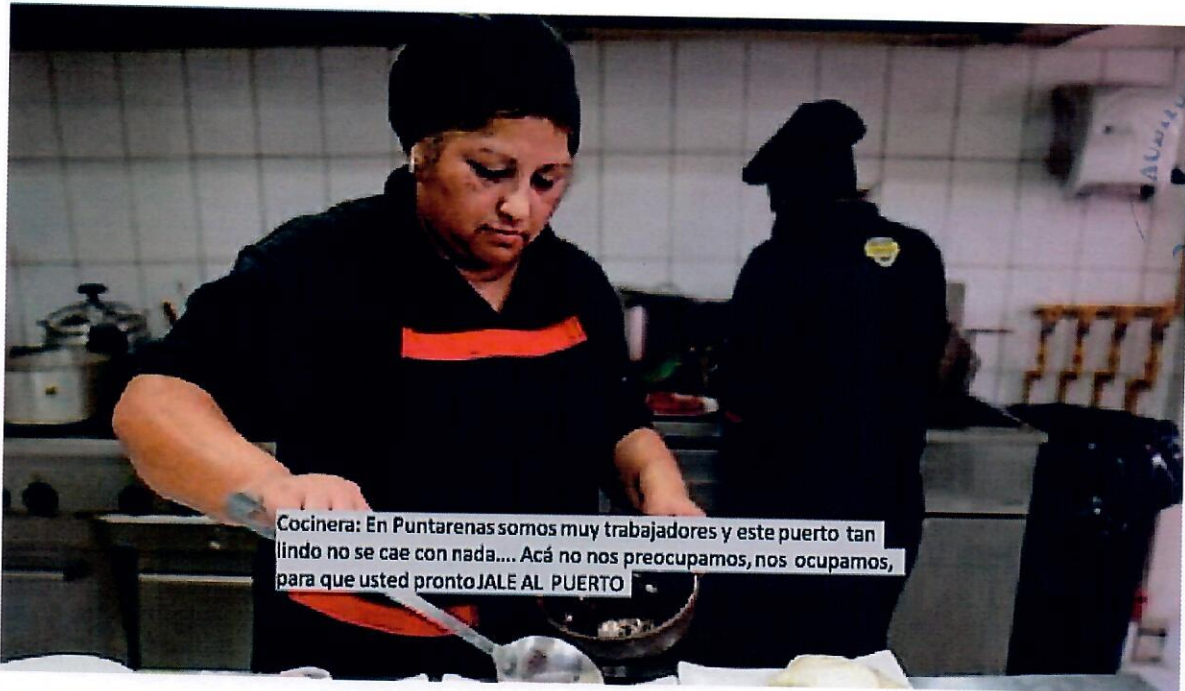


Cocinera: Además Cuando venga al restaurante donde trabajo, va a encontrar nuestro escudo Puntarenas SALUDABLE. Anti Covid 19 y Anti Vectores



Cocinera: Y aunque la playa está cerrada, acá hay mucho que hacer, puede venir a probar mi cuchara que no es por rajarse pero es de lo mejor.





Cocinera: En Puntarenas somos muy trabajadores y este puerto tan lindo no se cae con nada.... Acá no nos preocupamos, nos ocupamos, para que usted pronto JALE AL PUERTO



Handwritten signature or mark.

090



Gráfica

Ingeniosos
GRUPO ESTRATEGICO






¿Y a nivel digital?

Interacción para mantener el posicionamiento e informar sobre cómo se realiza la reapertura en Puntarenas.

Temáticas:

- El **sitio web** será la base de la estrategia digital, donde se alojarán las promociones, información sobre eventos, posteos en el blog sobre cómo planear un tour, etc.
- **Videos** campaña expectativa "Acá nos ocupamos", en todas las plataformas.
- Transmisiones **en vivo** sobre la vida en Puntarenas (atardeceres, actividades y otros momentos de la cotidianeidad)
- **Gastronomía**: se compartirán recetas autóctonas y se grabarán chefs puntarenenses que preparen platillos populares.
- **Actividades**: sandsculpting con plastilina, cómo armar un cometa, sillón reclinable de pallets, etc.
- **Retos** #PuntarenasRetro (subí una foto tu visita al Puerto y nominá a 3 amigos, entre los participantes se rifará una noche en...)



Alejandro Segura: El sitio web será la base de la estrategia digital, donde se alojarán promociones, información y posteos de blog. Además de esto videos expectativa "Acá nos ocupamos", transmisiones en vivo de atardeceres, actividades y otros de la cotidianeidad. Se compartirán recetas autóctonas y chefs que preparen platillos populares.

Sr. Gustavo Alvarado le sugiere a don Juan Ramón comentar sobre la idea de promociones.

Sr. Juan Ramón Rivera: Lo que queremos en la segunda etapa, una vez que esté restablecido la mayor parte de las actividades, por lo menos las hoteleras y las gastronómicas es crear un programa de descuentos. Habría una campaña de descuentos y promociones, hay que definir los montos y la aplicación, por lo que yo les pido que participen en una comisión con David y los representantes de la Cámara de Turismo para diseñar la estrategia y la logística. Para ese descuento hay que ver cómo se gana, cuáles serían las dinámicas. Esto vendría acompañado de una estrategia de relaciones públicas, un lanzamiento bastante rimbombante y un seguimiento.

Sr. Gustavo Alvarado: Aparte de los cupones hace falta mencionar, algunas tácticas para que la JPT pueda cubrir costos de un fin de semana o descuentos con comidas o hoteles para personajes claves. Y también utilizar influencers para que lo muevan y activen a la gente.

Sr. Juan Ramón Rivera menciona la importancia de hacer un reglamento para esa promoción.

La agencia de publicidad presenta la etapa dos del racional creativo para el momento de la apertura de playas y más comercios.

Sr. Federico Cruz: Vamos a presentar dos propuestas. Ambas están inspiradas bajo el mismo brief e insights de lo que está pasando. La creatividad busca darle un giro a todos los mensajes y noticias a los que han estado expuestos los costarricenses.



[Handwritten signature]

lograremos afianzarnos, diferenciarnos y crear empatía con el turismo local, adueñándonos de los términos y trasladándolos a un entorno positivo.

Se presenta el racional creativo.



Racional Creativo

En ambas propuestas, la creatividad busca darle un giro a todos los mensajes y noticias a los que han estado expuestos los costarricenses. Con ellos lograremos afianzarnos, diferenciarnos y crear empatía con el turismo local, adueñándonos de los términos y trasladándolos a un entorno positivo.

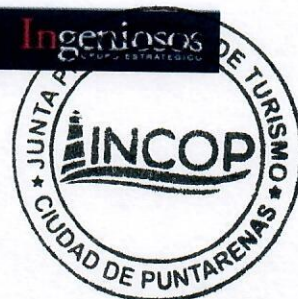
Importante: Lo que vamos a evaluar son conceptos, las fotos son con fines ilustrativas y definitivamente en esta etapa lo más importante es validar que el concepto que presentamos se de la mano con la estrategia

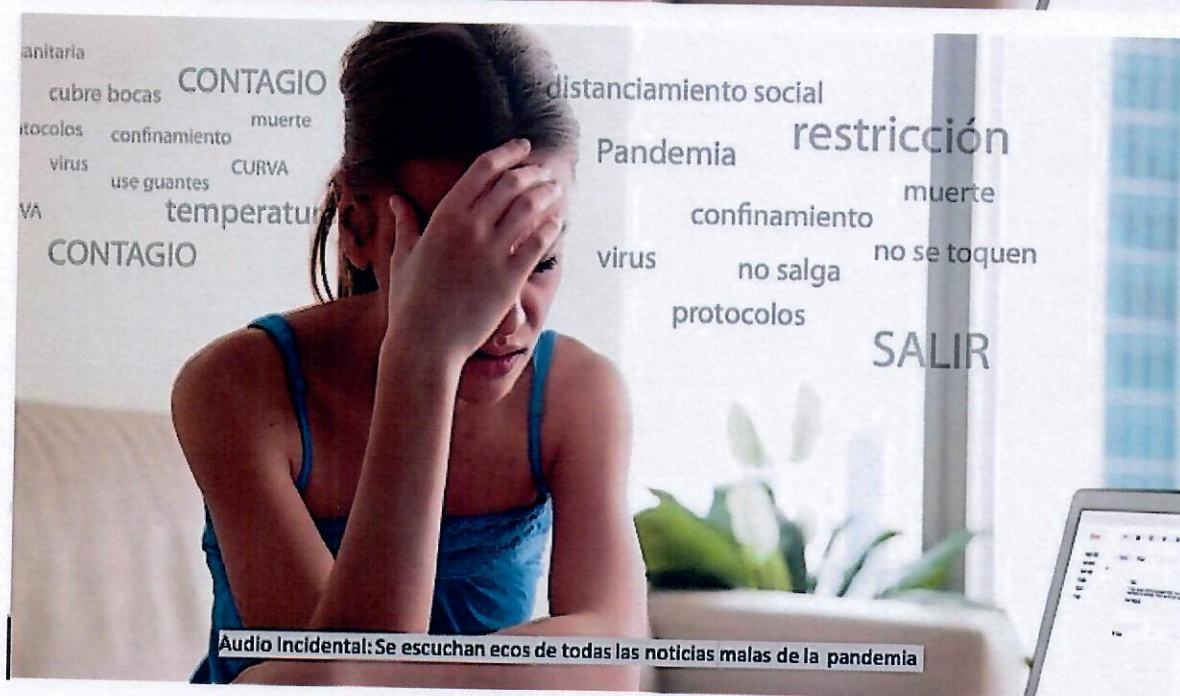
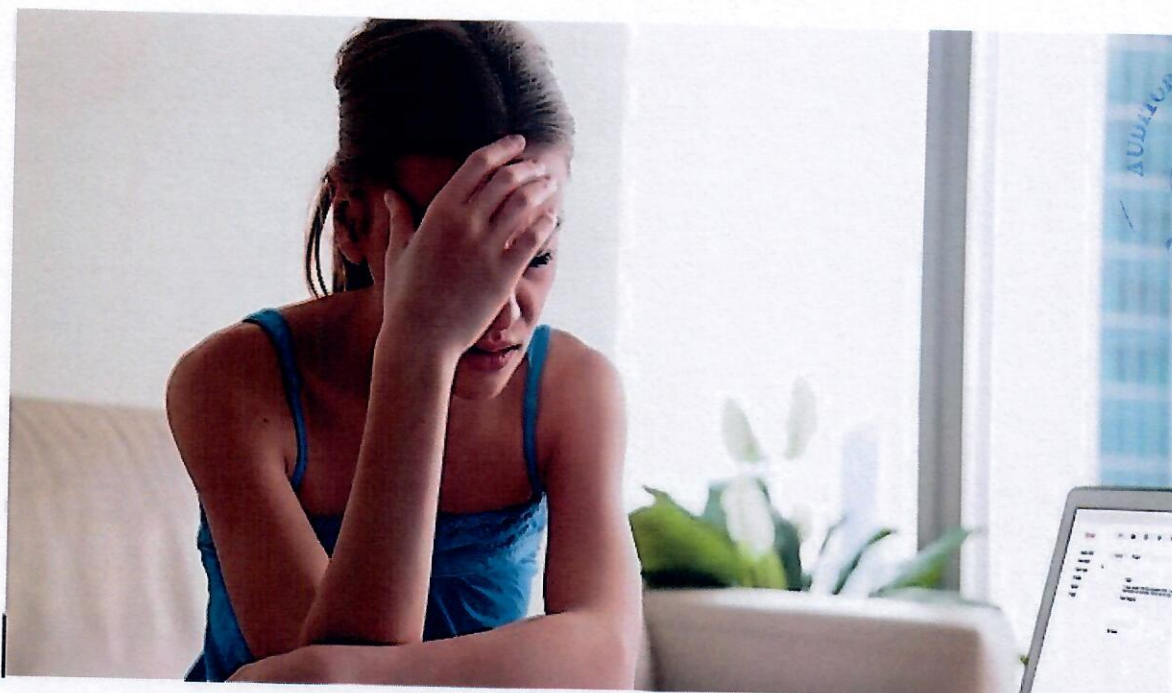
Ingeniosos
GRUPO ESTRATÉGICO

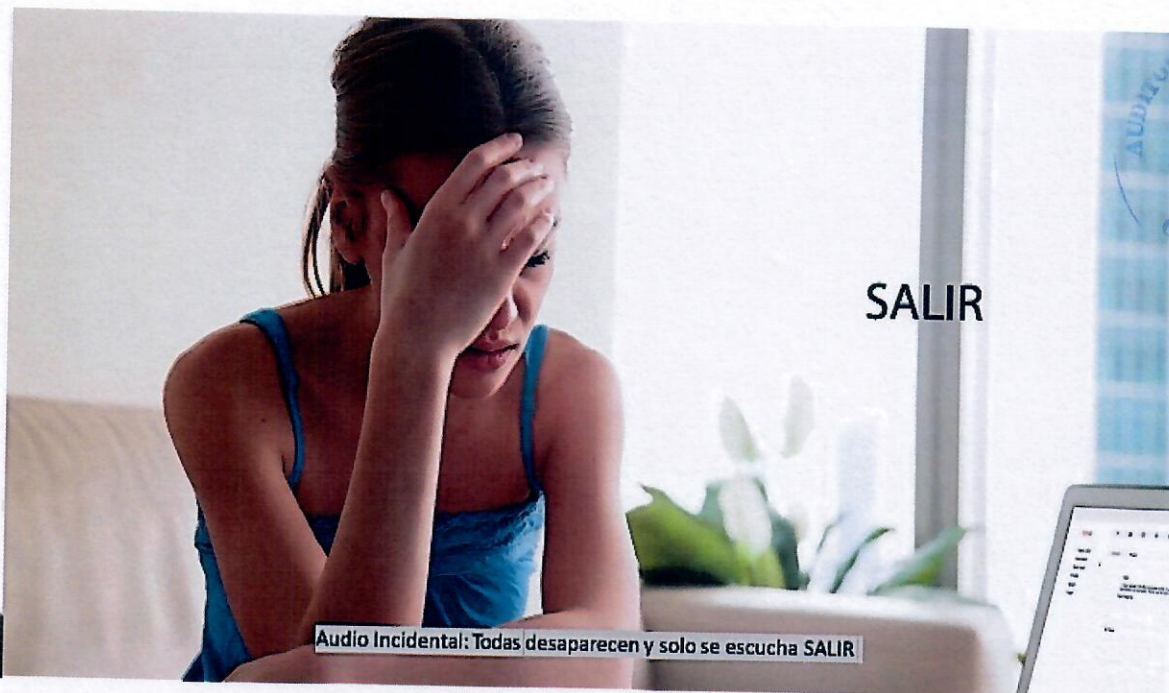
Concepto 1. Otro más

Video
Duración:
15 segundos
Versión: Salir

Ingeniosos
GRUPO ESTRATÉGICO



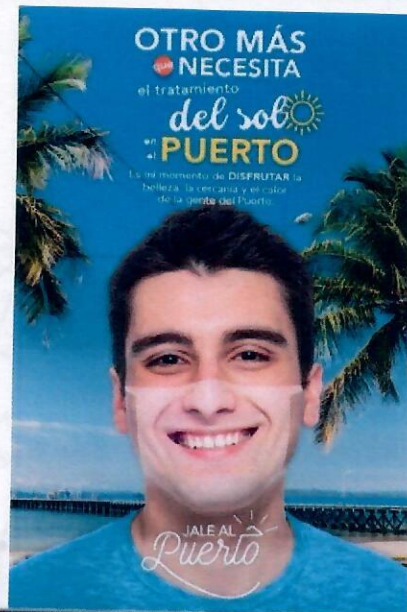


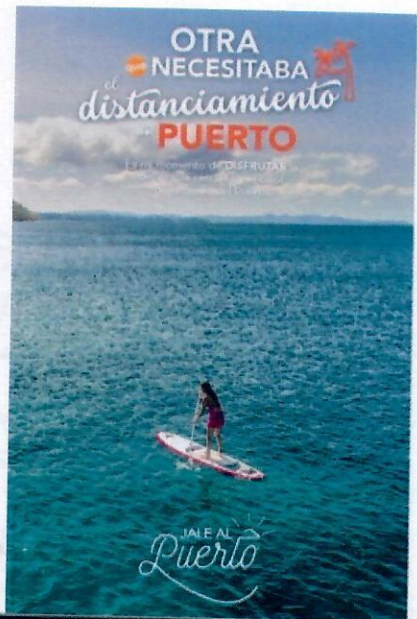




[Handwritten signature]

GRÁFICAS

Ingeniosos
GRUPO ESTRATÉGICOIngeniosos
GRUPO ESTRATÉGICO



Ingeniosos
GRUPO ESTRATÉGICO





GRÁFICAS

Ingeniosos
GRUPO ESTRATÉGICO





Sr. Juan Ramón Rivera: Ahora, las propuestas hay que adaptarlos a la nueva estrategia de descuentos.

Sr. Gustavo Alvarado: Aquí hay que ponernos a analizar, cuando es que puede comenzar algo. Hay que pensar cuando haya un levantamiento total.

Sr. Juan Ramón Rivera: Nosotros debemos tener todo listo, para cuando salga el Ministro diciendo que está todo listo, salga al aire. Sobre la primera parte, favor cuando salga el cocinero o la salonera, póngalo con todos los instrumentos de sanidad que ahorita se exigen.

Se hace mención de que los personajes que salgan en la campaña serían relacionados a la oferta turística de Puntarenas.

Se presenta la propuesta de presupuesto.



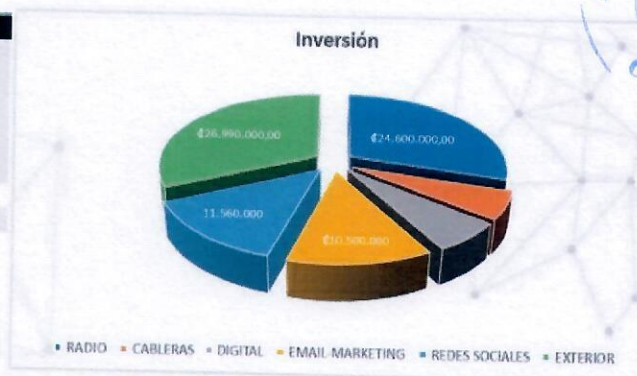
Presupuesto

DISTRIBUCION DE MEDIOS

	Inversión	%
RADIO	€ 24.600.000,00	29%
CABLERAS	€ 5.000.000	6%
DIGITAL	€ 5.400.000,00	6%
EMAIL-MARKETING	€ 10.500.000	12%
REDES SOCIALES	€ 11.560.000	14%
EXTERIOR	€ 26.990.000,00	32%
Sub-Total	€ 84.050.000	100%
IVA	€ 10.926.500	
TOTAL	€ 94.976.500	
PRODUCCIÓN	€ 15.023.500	

TOTAL CAMPAÑA € 110.000.000

(*) Ver Excel con Plan de Medios



Ingeniosos
GRUPO ESTRATEGICO

Sr. Alejandro Segura: Se adaptó el presupuesto según lo disponible para ello. En total son ciento diez millones de colones, en donde se incluye la pauta en los distintos canales promocionales, incluidos el 10% del SINART, así como los costos de producción. De ellos serían €94.976.500 para divulgación y aproximadamente €15.000.000 para producción de los videos, cuñas, fotografías y etc.

Sr. David Trejos: Para referencia de los directores, los ciento diez millones incluyen tanto el monto restante a la orden de compra de la agencia, como los ochenta millones para publicidad por la no realización de actividades masivas.

Se recomienda los siguientes medios según el estudio general de medios, así como los gustos y preferencias del público meta y su afinidad. Radio incluye: Radio Urbano, Monumental – Amelia Rueda, Radios Dos y Radio Columbia. Cableras incluye: Cabletica y Telecable. Prensa digital: Teletica.com. Email marketing. Redes sociales y programática – Google. Vallas y traseras de buses.

Gustavo Alvarado: Me parece importante ir negociando lo más pronto posible para aprovechar descuentos y ubicaciones.

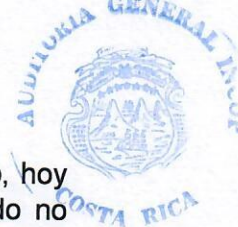
Se aprueba el plan general y los medios. Se debe agregar la campaña de los descuentos.

Acuerdo 06 plan de promoción 2020 covid-19

Vista la presentación de la Agencia de Publicidad y la Unidad de mercadeo de JPT. La Junta Directiva de JPT, aprobó dicho plan promocional con las sugerencias que se le hicieron a la Agencia de Publicidad REMI y fiscalización de Gestor de Mercadeo.

Acuerdo firme por unanimidad



**ASUNTOS VARIOS:**

El presidente pregunta si tiene algún asunto vario para ver:

Sra. Marilu. Comenta que ella tiene un oficio que le presento la ejecutiva de Catup, hoy para que los vean por favor. El oficio consiste en que la Camara está solicitando no suspensión de pago de alquiler, si no una condonación por un espacio de tres meses dado que no está generando dinero por la pandemia que vive el país.

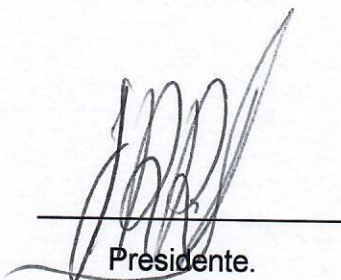
Sr. Juan Ramón. Pero nosotros ya habíamos aprobado una suspensión de pago por tres meses de echo hoy firme un oficio donde se va a ver la adenda al contrato con esta suspensión de pago en la Junta Directiva de INCOP.

Sra. Guissella, pero cuanto es lo que pagan ellos, doña Marilu 100 dólares de alquiler. ¿Eso no lo pueden pagar?...

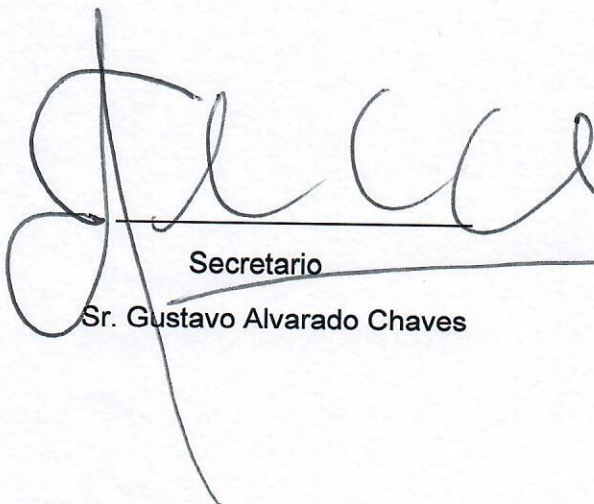
Los directores dan por visto el oficio de CATUP, sobre condonación de deuda no se toman acuerdos.

El presidente de JPT, les indica que la próxima Sesión de Junta Directiva es el 12 de junio a las 2 de la tarde de firma virtual, si no ha cambiado las medidas.

Se levanta la sesión al ser las 04:22 pm


Presidente.

Sr. Juan Ramón Rivera Rodríguez


Secretario

Sr. Gustavo Alvarado Chaves

Hecho: MRN/DT/ JPT

