

ACTA SESIÓN ORDINARIA N.º 257-2020

Acta de Sesión Ordinaria N.º 257-2020 celebrada el 05 de noviembre del 2020 de la Junta Directiva de la Junta Promotora de Turismo de la Ciudad de Puntarenas a las 03:00 pm, virtual.

**COMPROBACIÓN DEL QUORUM Y ORDEN DEL DIA**

Se verifica el quórum de la sesión Ordinaria, la cual cuenta con la participación del señor Wilber Arguedas Madriz alcalde de Puntarenas, señora Marcela Muñoz Fernández, representante de la Cámara de Turismo, Ing. Juan Ramón Rivera, Presidente Ejecutivo de INCOP, señor Gustavo Alvarado Chaves representante del ICT. Señora Guissella Vargas Eliot, representante de Casa de la Cultura.

Participan: la señora Marilu Ramirez Novoa, administración de Junta Promotor de Turismo y el señor David Trejos, Gestor de Mercadeo, Licenciado Jose Luis Rodriguez, asesor externo de Presidencia Ejecutiva.

ORDEN DEL DIA**1-COMPROBACIÓN DE CUÓRUM.****2-APROBACIÓN DE ACTA ORDINARIA 256-2020- Ordinaria.****3-ASUNTOS DE PRESIDENCIA JPT.****4- ASUNTOS DE LOS DIRECTORES.**

5- CR-INCOP-JPT-0201-2020-incluir acuerdo faltante

6- Control de Cambios en Procedimiento patrocinios y guía.

7- Contrato alquiler de la Municipalidad.(venció 6-09-20)

8-Cartel Promociones de Campaña de Datos

9-Campaña de Verano 2021.

10-proyectos actividades Municipalidad Puntarenas

11- SOLICITUDES PATROCINIO

11.1 : Solicitud Chucheca de oro versión 02

11.2 : su Informe de mercadeo.

12- ASUNTOS VARIOS

PUNTO 1:- COMPROBACIÓN DEL QUÓRUM Y JUSTIFICACIONES DE ASISTENCIA

046

Estando presentes la mitad más uno de los miembros de la junta Directiva,

PUNTO 2- : APROBACIÓN DE ACTA ORDINARIA 256-2020- Ordinaria.

Se aprueba el acta número 256-2020, sin enmiendas por lo directores, Marcela Muñoz F, Juan Ramon Rivera R, Wilbert Arguedas M, Gustavo Alvarado Ch, Guissella Vargas E.

PUNTO 3-ASUNTOS DE LA PRESIDENCIA.

No hay.

PUNTO 4-ASUNTOS DE LOS DIRECTORES.

No hay.

PUNTO 5. CR-INCOP-JPT-0201-2020-incluir acuerdo faltante

El presidente de Junta Directiva Juan Ramon Rivera Rodríguez presenta el oficio CR-INCOP-JPT-0201-2020, comenta: doña Marilu, trae este oficio acá por que se le olvido incluir en una de las actas anteriores un acuerdo que aprobamos, sobre el antiguo edificio de dormitorios que pertenece al parque Marino. Le sedo la palabra para que explique.

Sra. Marilu Ramirez explica: miren directores que pena, pero cuando estoy transcribiendo el acta omití por error involuntario copiar el acuerdo 02 del acta 251 de fecha de fecha 11 de julio del presente. Por tanto, con la finaliza de subsanar dicho error solicito con todo respeto incluirlo en esta acta en un adjunto.

Los directores deliberan y dan sus aprobaciones a lo solicitado por la Direccion administrativa. Se acuerda.

Acuerdo 01. Inclusión de acuerdo por omisión.

Con vista en el oficio CR-INCOP-JPT-0201-2020. Suscrito por la Directora Ejecutiva de la Junta Promotora de Turismo, donde indica que por error involuntario no se copió en el acta 251-2020 de fecha 11 de junio del 2020, el acuerdo número 02.

La Junta Directiva de la Junta Promotora de Turismo acordó su incorporación a esta acta, **Acuerdo firme**, unánime.



ACUERDO 02- INFORME EDIFICIO DEL PARQUE MARINO

Con vista en el oficio CR-INCOP-JPT-0081-2020-Informe Edificio Parque Marino, riesgos que podrían sufrir el potencial de colapso de la estructura como resultado de las obras de embellecimiento de la fachada Sur del edificio, considerando el posible uso de andamios, plataformas, líneas de vida y arnés para aplicación de repello, pintura y sellador.

La Junta Directiva de la Junta promotora acordó lo siguiente.

Enviarle a la Asociación Club Rotario de Puntarenas dicho informe para que sirva de insumos en la puesta en marcha del proyecto Rotary Pinta (parador fotográfico edificio abandonado antiguo parque Mariano).

Así mismo se comunicará AL CULB ROTARIO, que este ente Colegiado de JPT, no se hace responsable de la ejecución del proyecto. Siendo totalmente responsable de las pólizas de responsabilidad civil y penal, la Asociación Club Rotario de Puntarenas.

ACUERDO FIRME “

PUNTO 6- Control de Cambios en Procedimiento patrocinios y guía.

El presidente presenta el punto seis correspondiente al control de cambios que traer la administración sobre la guía de patrocinio y el procedimiento de patrocinios.

Sra. Marilu Ramirez procede con la explicación del tema. Se observa en el cuadro que estamos presentando los cambios que debería tener nuestro procedimiento de patrocinio, esto por cuanto el INCOP, tiene abierta una consultoría de reestructuración y entre los objetivos esta de esa consultoría es el análisis de procedimiento de patrocinios los cambios que se ofrecen son muy puntuales y necesarios como por ejemplo el procedimiento actual donde indica que es un ente desconcentrado no presenta la ley que lo regula, es por eso y varios detalles más que lo estamos presentando y solicitando acá,





CAMBIOS REALIZADOS A LA PROC-JPT-07 Procedimiento de Patrocinios	
ACTUAL	PROPUESTA
La Junta Promotora de Turismo de la Ciudad de Puntarenas (JPT) es un ente desconcentrado del Instituto Costarricense de Puertos del Pacífico (INCOP), que dentro de sus objetivos principales se encuentran la atracción de turistas nacionales e internacionales a la Ciudad de Puntarenas y zonas aledañas.	La Junta Promotora de Turismo de la Ciudad de Puntarenas (JPT) es un ente desconcentrado del Instituto Costarricense de Puertos del Pacífico (INCOP), que dentro de sus objetivos principales dictado en el artículo 25 de la Ley 8461 , se encuentran la atracción de turistas nacionales e internacionales a la Ciudad de Puntarenas y zonas aledañas.
Este procedimiento es aplicable al personal de la Junta Promotora de Turismo, involucrado en la actividad de mercadeo y promoción de la actividad turística en la Ciudad de Puntarenas y debe ser utilizado por cualquier entidad física o jurídica que solicite patrocinios a la JPT.	Este procedimiento debe ser utilizado por las entidades, físicas o jurídicas, que soliciten patrocinios a la JPT, y debe ser aplicado por el personal de la Junta Promotora de Turismo, involucrado en la actividad de mercadeo y promoción de la actividad turística en la Ciudad de Puntarenas.

De esta misma forma le presento la actualización de la guía de patrocinios e igual son cambios puntuales que no afecta el fondo de los documentos.

CAMBIOS REALIZADOS A LA GUÍA DE REQUISITOS PARA LA SOLICITUD DE PATROCINIO A LA JUNTA PROMOTORA DE TURISMO DE LA CIUDAD DE PUNTARENAS	
ACTUAL	PROPUESTA
Aportar una declaración jurada que indique que no se encuentra afecto al régimen de prohibiciones presentes en los artículos 22 y 22 Bis de la Ley de contrataciones administrativas (a título de persona, cuándo es persona física y a nombre de su representada en caso de una persona jurídica). Ver Anexo 1.	Aportar una declaración jurada que indique que no se encuentra afecto al régimen de prohibiciones presentes en los artículos 22 y 22 Bis de la Ley 7494, de Contratación Administrativa y su reglamento. — de contrataciones administrativas (a título de persona, cuándo es persona física y a nombre de su representada en caso de una persona jurídica). Ver Anexo 1.



Aportar mediante una declaración jurada que se encuentra al día con el pago de los impuestos nacionales según se establece en el artículo 65 de la ley de contrataciones administrativa. Ver Anexo 1.	Aportar mediante una declaración jurada que se encuentra al día con el pago de los impuestos nacionales según se establece en el artículo 65 de la Ley 7494, de Contratación Administrativa y su reglamento. de contrataciones administrativa. Ver Anexo 1.
Cuadro 1. Costo total sin patrocinio. Ejemplo: ₡2.000 (dos mil colones) Patrocinio solicitado: Ejemplo: ₡500 (quinientos colones)	Cuadro 1. Costo total sin patrocinio. Ejemplo: ₡10.000.000,00 (diez millones de colones) ₡2.000 (dos mil colones) Patrocinio solicitado: Ejemplo: ₡5.000.000,00 (cinco millones de colones) ₡500 (quinientos colones)

La junta directiva delibera sobre el tema presentado y se acuerda lo siguiente.

Acuerdo 02. Cuadro de control de cambios guía y procedimientos

Con vista en la presentación hecha por la Administración de la Junta Promotora de Turismo, del cuadro llamado **Control de Cambios** para el Procedimiento de Patrocinios y para la Guía de Patrocinios, los cuales son sugeridos de acuerdo con el Plan de Reestructuración Institucional que tiene INCOP para sus Unidades activas.

La Junta Directiva de la Junta promotora de Turismo, acordó su aprobación de concordancia con lo indicado por la administración de JPT.

Acuerdo firme por unanimidad.

PUNTO 07. Se vera al final del acta dado que es un asunto con la Municipalidad de Puntarenas donde el señor alcalde es parte importante e interesada, para que pueda retirarse de la sesión.

PUNTO 8- Solicitud de Campaña de promoción turística de Puntarenas con la finalidad de recolectar datos y su Cartel Promociones de Campaña de Datos.

El presidente presenta este punto e invita a la parte de mercadeo para explicar sobre la campaña a solicitar.



Sr. David Trejos: Si recuerdan la última vez vimos este Cartel. Para ponerlos en contexto, la idea de esto es hacer una campaña de recolección de datos de todas las personas de turistar en Puntarenas, dando regalías. La sesión pasada les comentaba que, a nivel legal, estamos con todas las de la Ley para poder dar regalías y lo que me pidieron fue mejorar las especificaciones técnicas, especialmente en alimentación.

Se les presenta el cartel según las modificaciones solicitadas:

“Lugar de entrega del bien: Servicios ubicados en los distritos urbanos del Cantón Central de Puntarenas.”

“Tiempo de entrega:

Del primer fin de semana después de la apertura al 20 de diciembre del 2020

Así mismo se corrigió:

“Estar al día, o con arreglo de pago, con la CCSS, FODESAF y el impuesto a las sociedades (cuando aplique), y en pago de los impuestos municipales de bienes inmuebles.”

“Contar con el Escudo Puntarenas Saludable.”

Sr. David Trejos: A continuación, les presentó también lo que dentro de la investigación realizada con otras solicitudes que manejan otras instituciones en servicios contratados en alimentación. La idea es dar las opciones de menú sugeridos para la contratación.

Sr. Juan Ramón Rivera: David, discúlpame. Marcela no sé si habíamos quedado que con el Escudo Puntarenas Saludable nos garantizamos tener buena calidad de hoteles.

Sra. Marcela Muñoz: Sí, exactamente.

Sr. Gustavo Alvarado: ¿Ahí cuántos tienen el Escudo?

Sra. Marcela Muñoz: Ya son bastantes, son sesenta los que tienen el Escudo.

Procede el Señor Trejos.

Sr. David Trejos: Bueno, estos serían las opciones de platillos mínimos que deben de ofertar. Las sr. tomadas de restaurantes de la zona.

“OPCIONES DE MENÚ PARA CONTRATAR

ENTRADAS





Ceviche (pescado, camarón, mixto). 200 gramos
 Ensalada verde con aderezo. 200 gramos
 Ensalada Cesar con aderezo. 200 gramos
 Aros o dedos de pescado, calamar, pollo. 200 gramos

PLATO FUERTE 1

1 guarnición harinosa (arroz, puré, papas fritas, papas en gajos, entre otros). 200 gramos.

1 porción de proteína (pescado, res, pollo, cerdo, camarón, mariscos). En distintas opciones de cocción: fajitas, en salsa, mechado, entero, salteado, empanizado, al ajillo, a la plancha, estilo fusión, entre otros. 200 gramos.

1 guarnición de vegetales salteados o al vapor o 1 porción de ensalada verde con zanahoria y maíz dulces que incluya al menos dos opciones de aderezos. 150 gramos

PLATO FUERTE 2

Arroz con camarones, mariscos, pollo. 200 gramos
 1 guarnición de vegetales salteados o al vapor o 1 porción de ensalada que incluya al menos dos opciones de aderezos. 150 gramos

PLATO FUERTE 3

Hamburguesa, emparedados, burritos, wraps, tacos, quesadilla u otros similares de: pescado, camarón, pollo, res, cerdo o vegetales. Que incluya al menos dos opciones de salsas.

1 guarnición harinosa (arroz, puré, papas fritas, papas en gajos, entre otros). 200 gramos.

REFESCO

Fresco natural (frutas, cas, guanábana, mora, chan, sandía, té frío, entre otras frutas naturales). Al menos 12 onzas."

En cuanto a hospedajes:

"Requisitos Mínimos:

HABITACIONES

A/C en la habitación, Baño privado, WIFI





Facilidades del hotel:

WIFI en áreas comunes, Parqueo, Incluido desayuno" Y en cuanto operación:
"Opciones de tours:

Destino a Playa Quesera + Isla Tortuga
Destino a Isla San Lucas
Actividad de pesca deportiva
Destino a manglares de Puntarenas

La combinación con al menos dos de los mencionados"

Sr. David Trejos: Estos son los requisitos mínimos que se pueden pedir en el cartel. Si hace falta recordar, en el Cartel están las especificaciones técnicas de los comercios.

Ahora quisiera, si ustedes tienen a bien, que me definieran el presupuesto. En este momento viendo el menú, me di cuenta de un error ya que al inicio pensamos un precio unitario de siete mil colones, pero incluido una entrada y un plato fuerte, así yo propongo a subirlo a diez mil por persona.

La cantidad de premios eran de 60 y la inversión de dos millones ciento noventa y siete mil colones. Como último comentario yo quisiera decirles que yo la traje porque para mí ya es muy importante empezar a recolectar datos de los usuarios y del interés que tienen, así como saber a quién le estamos hablando o quién tiene interés en viajar en Puntarenas; pero, dado la cantidad de tiempo y para sacarle más provecho, mi recomendación es que ya no da chance para sacarlo, dado la cantidad de tiempo que puede durar en SICOP y además que ya va a empezar la temporada alta de los comercios, así que comprar servicios en una temporada alta tampoco lo veo de tanto apoyo.

Si ustedes los tienen a bien lo podemos ejecutar y sino yo les sugeriría hacerlo en la entrada de mayo del siguiente año. Eso sería todo don Juan y Junta Directiva.

Sr. Juan Ramón Rivera: Bueno: Yo estaría de acuerdo y que dicha que ya llegó Gustavo para tener Acuerdo Firme. Y eso lo podríamos hablar con Ariel para que le ponga urgencia, que se apure. Marcela, ustedes van a tener que ayudarnos con esa gente para ver si están en SICOP, ya que tienen que ser hoteles y restaurantes de Puntarenas.

Sra. Marcela Muñoz: Sí ahí la cosa es ver eso, y, sino que se inscriban.

Sr. Juan Ramón Rivera: A mí me gustaría que CATUP nos ayude enviando una circular que nosotros vamos a salir con esta licitación y que los interesados se inscriban en SICOP para participar.

Sr. Marcela Muñoz: Sí claro, nosotros se la hacemos llegar.



Sr. Gustavo Alvarado: presidente, yo quería hacer un par de observaciones. Primero, David, no utilicemos el lenguaje "regalías", es un incentivo de visitación. Yo diría además segundo, de cuando hacerlo y cuando no.

Yo creo que hay que olvidarse de temporada alta. Temporada alta de verano no va a haber. La pandemia no está resulta, los fines de semana la gente tratará de salir, y a eso agregar la crisis económica.

A mí no me disgusta la idea de lanzar esto de una vez. Y lo otro que más allá del tema es, es que tiene que ir muy bien acompañado de un tema de divulgación, en redes sociales, en medios de comunicación porque si no tiene ningún sentido.

Porque más allá del objetivo que vos estás planteando de recolectar información, el objetivo más allá es que se publicite el cantón. Esto tienen que ir acompañado muy fuerte en promoción para sacarle más provecho. Eso en temas de forma, pero además yo agregaría una consulta. ¿Son premios aparte o premios en paquete?

Sr. David Trejos: Son premios por aparte.

Sr. Gustavo Alvarado: Ahí yo sugeriría valorar de sacar un premio gordo, que un le diga a la gente que si se lo pega viene con la comida, el tour y el hotel. Y esa gente con el compromiso de darle seguimiento de grabarlos y preguntarles como fue la experiencia, de forma que se mantenga vivo la dinámica de lo que se está logrando.

Sra. Guissella Vargas: Buenas tardes a todos.

Sr. Wilberth Madriz: comenta estoy de acuerdo con don Gustavo, me parece que tenemos que contrarrestar la campaña de otras zonas del país como Guanacaste, Jaco y Quepos. Entonces creo que la campaña es una cuestión de competencia, y si queremos atraer gente para Puntarenas es iniciarla desde ya.

Sr. Juan Ramón Rivera: Yo estoy de acuerdo. David, ¿qué tenés que decir?

Sr. David Trejos: Ustedes nada más me dicen los montos y yo lo saco a SICOP.

Sr. Juan Ramón Rivera: Yo estoy de acuerdo con ese monto. (Dos millones doscientos mil colones).

Sr. Gustavo Alvarado: Yo estoy de acuerdo, nada más es de sacar dos premios mayores.

Sr. Juan Ramón Rivera: ¿Hay algún director que esté en contra?

Sr. Wilberth Madriz: Yo estoy de acuerdo, siempre y cuando iniciemos lo más pronto posible.

Juan Ramón Rivera: Acuerdo firme, precisamente por lo que está diciendo el alcalde.



Acuerdo 03. Aprobación de Cartel campaña de datos

Vista la presentación de la Campaña de Promociones Jale Al Puerto 2020, campaña de recolección de datos, propuesta por la gestión de mercadeo de la Junta Promotora de Turismo.

La cual tiene como objetivo en una estrategia de mercadeo y promoción para la recolección de datos de clientes potenciales en visitar Puntarenas a través de incentivos comerciales para los turistas. Y que pretende brindar beneficios para la JPT con respecto a: medir el interés nacional por turistar en Puntarenas, identificar los servicios turísticos de mayor interés para los clientes potenciales, ubicar las zonas del país que mayor interés tienen por viajar a Puntarenas, crear una base de datos de correos, edades y teléfonos de los clientes potenciales para Puntarenas, y también generar a la JPT los insumos necesarios para la toma de decisiones efectivas de promociones o campañas turísticas de Puntarenas.

La Junta Directiva acordó aprobar un monto de hasta 2.200.000.00 colones para esta campaña.

Acuerdo firme por unanimidad.

PUNTO 9-Campaña de Verano 2021.

El presidente le da la palabra al Gestor de Mercadeo para exponer la campaña de verano 20-21.

Sr. David Trejos Corrales: A nivel de contexto esto, la Junta Directiva había aprobado hacer una comisión interinstitucional para poder evaluar entre las instituciones que están acá, una campaña que fuera inclusiva y que tomara en cuenta los diferentes actores que pertenecen.

Entonces, se hicieron tres sesiones de trabajo junto a la Casa de la Cultura y la Cámara de Turismo y el ICT para presentarles el producto que, junto con la agencia y todas las iniciativas que se dieron llegaron a lo que tenemos el día de hoy. La idea es hacer una campaña de publicidad para este 2021.

El racional creativo de la campaña: logramos pasar por lo más difícil; supimos cómo llevar las medidas de prevención y mantener la distancia para poder cuidar a todo el país. Aun cuando eso significaba no ver a la mayoría de nuestros seres queridos, nos adaptamos para que mediante videollamadas pudiéramos acompañarnos en experiencias importantes o momentos difíciles. Ese o esa colega que todas las mañanas nos apoya. El familiar que nos llama un minuto para preguntarnos si estamos bien. Ese amigo o amiga que nos contesta en cualquier momento del día y nos comparte un momento para que nosotros podamos desahogarnos.



Esas experiencias con nuestros seres queridos nos mantuvieron cerca y con fuerzas para seguir adelante. Nos recordamos todos los días del 2020, que los amigos cercanos pueden estar en muchos lugares y aun así estar a tiempo, cuando más lo necesitamos ya sea para compartir una victoria o compartir un fracaso.

Entonces, de este racional creativo ¿a qué llegamos? Un amigo cercano agradece con honestidad. Un amigo cercano te genera confianza. Un amigo cercano te da tranquilidad para que descanses. Un amigo cercano comparte siempre nuevas aventuras. Un amigo cercano descubre contigo nuevos lugares.

Los amigos siempre están cerca, nosotros también. Jale al Puerto. Ese sería el eslogan que llevaríamos para a la campaña y la idea pues es tener una relación de que Puntarenas pues también es un destino que está cerca y es ese amigo que los va a acompañar ahora digamos después de todo el tema post-pandémico.

Como un contexto la idea de nosotros no queríamos tampoco como seguir enfocándonos en toda la tragedia que había sido la pandemia y dar un mensaje más positivo y por ende fue que terminamos en esto: los amigos siempre están cerca, nosotros también. Entonces, cómo se vería eso, cómo podemos bajar esa idea creativa a los diferentes materiales promocionales que nosotros tenemos, teniendo en cuenta estas 6 palabras claves.

La idea es llevarlo a cabo a través de lo que se conoce como un Storytelling Transmedia que lo que implica es, tomar una idea creativa y colocarla en distintos medios o plataformas que puedan haber de comunicación: muppis, televisión o redes sociales para que entre todas juntas hagamos una sola idea.

La estructura de los ejes está basada en esto: hogar, gastronomía, islas, playas, manglar y la idea es que del punto a al punto b, nosotros podamos mostrar diferentes partes de Puntarenas. Ahorita yo les voy a mostrar las historias que fueron aprobadas por esta comisión, para que ustedes nos den la retroalimentación si les parece bien, nosotros podamos seguir ejecutando y llevando a cabo la campaña.

Como les digo, muy importante tomar en cuenta esto. Aquí vamos a ver un punto a, de dónde arranca la historia, y un punto b, donde termina la historia, todos los elementos que agreguemos ahí en medio van a ser ya los elementos diferenciadores que va a tener ya Puntarenas para mostrar.

Entonces, la primera historia: es la historia de Perlita. Es la historia sobre una mujer de treinta años que adoptó una perrita durante la cuarentena, que llamó Perlita (en honor a La Perla del Pacífico). La mujer ha tenido mucho trabajo en la oficina y ha sentido cómo Perlita ha estado muy ansiosa en el apartamento. Un día, le llega una caja de Jale al Puerto con un collar que tiene el logotipo inscrito y una invitación con una ruta para que visiten distintos lugares. Sin pensarlo mucho, la mujer acepta la



invitación para que ella y Perlita descansen en el Puerto. Entonces, ¿qué era lo del history telling transmedia?

La idea es que en base de esta historia central de la mujer que está cansada que uno de lo que está pasando con esta pandemia es el síndrome del burnout, del estrés que genera el trabajo entonces ella decide ir a Puntarenas y vamos a ir mostrando diferentes partes de viaje de Perlita. En Instagram, en Facebook, en audiovisuales en Youtube, en Spotify, en blogs y etcétera. Vamos a ver más adelante cómo se vería esto.

La segunda historia es de un padre de 40 años que tiene una hija de 12 años que tiene una discapacidad auditiva y la cual siempre ha tenido la fascinación con la vida marina. Toda la cuarentena la niña se la ha pasado encerrada en la casa, transformando la habitación en su propio imaginario marino. Un día, les llega la caja de Jale al Puerto con una invitación que tiene una ruta para que visiten varios lugares. Sin pensarlo mucho, el padre y la hija aceptan la invitación para conocer el Parque Marino y las Playas de Puntarenas.

El fondo que tiene esta historia también pues es la conexión además de un mensaje inclusivo con la chica, y también una familia en donde solo está presente la figura del papá. cómo una persona con una deficiencia auditiva se puede comunicar de la misma manera como la hacen los peces.

La tercera historia cuenta sobre una pareja de adultos mayores que se inscribieron en clases de baile durante la cuarentena. Entonces son unos adultos mayores relativamente activos. En unos días, uno de ellos cumple 70 años y Jale al Puerto lo celebra otorgándole una invitación con una ruta diseñada para que la pareja visiten varios lugares. Sin pensarlo mucho, la pareja acepta la invitación para disfrutar una tarde juntos en el Puerto.

Es igual, está pensado en un público que todavía no se le había dado gran énfasis que son los adultos mayores y también cómo nosotros podemos recordar con la música que escuchaban esas personas cuando estaban jóvenes, cómo los podemos visualizar cuando estaban aquí en Puntarenas.

La cuarta historia: un niño en silla de ruedas que tiene una fascinación por el deporte ha pasado toda la cuarentena entrenando con su familia. Un día, le llega a la familia una caja de Jale al Puerto con una invitación que tiene una ruta para que visiten varios lugares.

Sin pensarlo mucho, la familia acepta la invitación para hacer Kayak en familia, aprovechar del sol y descansar. Ok, la sexta historia es la historia sobre un pintor puntarenense que pasa una noche observando todas las pinturas que ha hecho sobre el Puerto. Está inspirada en don Isidro. La cuarentena le ha cultivado cierta nostalgia con el lugar donde creció, contagiándolo de una necesidad por pintar una obra nueva sobre el Puerto.



La mañana siguiente, le llega una caja de Jale al Puerto con una invitación que tiene una ruta para que el pintor visite varios lugares. Sin pensarlo mucho, el pintor acepta la invitación para reencontrarse nuevamente con el mar y los lugares icónicos del Puerto, que tanto han marcado su carrera como pintor. La séptima es la historia sobre una porteña que se fue a vivir a San José hace ya varios años.

La cuarentena ha provocado que extrañe la playa y el sol de lo que fue alguna vez su hogar de todos los días. Un día, le llega una caja de Jale al Puerto con una fotografía de su casa en el Puerto y una invitación con una ruta para reencontrarse con muchos lugares. Sin pensarlo mucho, la mujer acepta la invitación para reencontrarse con viejos amigos de la infancia.

De estas historias las que la comisión eligió fueron: la historia de Perlita, la historia del papá con la chiquita, la pareja de adultos mayores, y la de los dos hermanos. La historia de dos hermanos de 25 años que están en un duelo porque el abuelo murió este año 2020.

Ellos mantenían una relación muy cercana, porque fue él quien hizo que la natación fuera importante para ellos. Un día, visitan la casa del abuelo y encuentran una grabadora de voz con cassettes, donde va relatando aventuras cuando visitaba el Puerto. Ellos encuentran en la habitación del abuelo una caja de Jale al Puerto que tiene una invitación con una ruta para que visiten varios lugares. Sin pensarlo mucho, los dos hermanos aceptan la invitación para revivir varios lugares que el abuelo visitó cuando estaba vivo. Y esta es la cuarta historia que aprobó la comisión.

Las historias que mejor veíamos porque incluía originalidad, inclusión, y también abarcaba todo el público meta de la campaña son éstas: La Historia de Perlita, La Historia de la Niña con su Papá con problemas auditivos, la historia de los adultos mayores, y la historia de los hermanos que se les murió el abuelo y vienen a recordar todas las mismas historias que pasó el abuelo. Voy a terminar contándoles cómo se ve todo. Lo más importante de esta reunión es que ustedes aprueben ojalá la campaña, pero lo más importante 4 historias para contar.

Cómo se vería todas estas campañas en ya materiales audiovisuales, este es el esquema de cómo se puede observar, el logo y el eslogan de la campaña y así se vería ya puesto en escena. Por ejemplo, esta es la referencia de la chica con Perlita o de Perlita aquí en la playa de Puntarenas. Las personas ya disfrutando de la playa, la niña con su papá y siempre con el eslogan: "los amigos siempre están cerca, nosotros también. Jale al Puerto". Todas estas imágenes se van tomando de la misma grabación. Una vez que vamos grabando la idea es ir tomando las fotos para que todo calce.

Sr. Juan Ramón Rivera: David, yo supongo que la comisión lo estudió bien, pero a veces cuando uno mucho abarca, poco aprieta y el escoger 4 temas, ¿no es mucho? Tal vez no sería mejor escoger menos y poderlo posicionar más.



Sr. David Trejos: Bueno, de la parte técnica el muchacho que montó esto lo único que nos dice es sobre el tiempo de grabación, es una semana para cada uno. Es una buena sugerencia también comprimirlo, pero también nos limitaría sobre la cantidad de público que queremos llegar. Yo creo que cada una de esas cuatro historias está dirigido a un público diferente que le estamos apuntando.

Sr. Gustavo Alvarado: para agregar es que efectivamente, Juan Ramón, le están apuntando al target de gente adulta que está bien, gente de mediana edad y gente de edad no tan vieja.

Y lo otro es que al fin de cuentas lo que posicionamos no es la historia sino el eslogan de los amigos siempre está cerca, nosotros también, verdad entonces lo que tendríamos sería varios materiales enfocados en lo que es el eslogan y jale al puerto. Entendería así, ¿verdad?

Sr. David Trejos: correcto sí, es a los cuatro públicos a los que le queremos llegar. La idea también de este video es que los cuatro tipos documentales, nosotros no lo pensamos como un video tal cual promocional sino todas las especificaciones técnicas es tratar de hacer como un pequeño documental de unos 4 minutos dividido en 4 videos de 1 minuto porque la idea es ir contando la historia poco a poco de una manera muy presencial.

Estas 4 imágenes que ven acá serían el mismo enfoque visual que se utilizaría. Como si yo me pegara una cámara acá y yo fuera grabando todo mi paseo por Puntarenas entonces son tomas muy personales que harían que la persona sienta como es Jale Al Puerto, el que está acompañando todo.

No digamos este típico video que vemos una cámara acá y todo pasando alrededor, sino seríamos nosotros mismos los que estaríamos disfrutando la aventura de Jale Al Puerto. ¿Cuál va a ser el elemento detonante durante toda la campaña y cómo le vamos a sacar provecho? Sería en esta cajita de Jale Al Puerto.

Le va a llegar a todos los diferentes personajes dentro de los videos va a ser el detonante para decir: estoy pasando esta situación, estrés, o estoy con mi papá, o se me murió mi papá, o el cumpleaños etcétera y voy para Puntarenas, sería esta caja. Lo que más le queremos sacar provecho a esta caja, es que esta misma caja se la pensamos dar a los influenciadores, ya sea cualquier celebridad en San José y que sea entregado por Porteños, por ejemplo, Leynar, o Nancy o Mauricio o cualquier otro Puntarenense que esté viviendo allá en Valle Central y ellos mismos se lo vayan a entregar a otro influencers: Kurt Dyer, Hernán Jiménez, Leonardo Chacón.

Sr. David Trejos: Blog de Experiencia. Durante la campaña hemos estado utilizando varios blogs, por ejemplo: ¿Cómo llegar a San Lucas?, paseos de un día, el tour de la bioluminiscencia. La idea es seguir, ahora contando lo que va sucediendo en la historia. Por ejemplo, esta chiquita con su papá cuenta su experiencia en el Parque



Marino, desde que fue, donde parqueó, y contamos toda la experiencia para que sea una guía para los turistas que vengan a seguir la historia también.

Mupis: La idea con los mupis es usarlos en el Valle Central. De la manera que, de un video de cuatro minutos, saquemos extractos cortos de un minuto cada uno. Y ahora ¿Cómo podemos meter esto dentro de San José? Aquí viene la idea de los mupis. Por ejemplo: Semana 1. Yo (público meta) siempre tengo la misma rutina para ir al trabajo, entonces la semana 1, veo un dibujo animado que dice "seguí el viaje de Perlita" y las redes sociales "Jale Al Puerto". Semana 2.

Ya veo una imagen de Perlita en Puntarenas. Entonces digo (público meta), si la semana pasada vi a Perlita montada en un carro, la semana dos la vi ya en Puntarenas, "¿qué ira a pasar? ¿qué me están tratando de decir?" Así es la idea para ir captando interés en la campaña. En los mupis digitales, además de tener movimiento podemos colocar códigos QR para redirigirlos a nuestra página web, redes sociales o cualquier página que queremos de referencia.

Director Mix: Esta es una herramienta que tiene el canal en donde nosotros colocaríamos todo el material de la campaña y la propia plataforma me personaliza los anuncios. Entonces si Marilú está buscando una canción de Luis Miguel le va a aparecer un anuncio que dice "cuando calienta el sol, me voy para el Puerto" y si yo estoy buscando una canción de rock, me va a salir la canción de rock, me voy para el Puerto.

Se presentan distintos visuales para redes sociales.

Sr. David Trejos: Bueno, estos serían los conceptos creativos que tenemos para la campaña, la historia y como lo iríamos a aplicar en redes sociales, televisión e influenciadores. Así que yo quisiera escuchar cuales historias le llamaron la atención, y comentarlas que particularmente con una historia, la de Perlita, nosotros como comisión tenemos un mensaje que ocupamos darles.

En playa de Puntarenas hay rótulos con prohibiciones "andar en patineta, hacer fogatas, meterse a la playa". Hay unos mupis que tienen una señal de prohibición instalados por los malecones que dicen prohibidos los perros. Así que, en caso de escoger el anuncio de Perlita, que llama mucho la atención, no podríamos tener un anuncio que llama la atención por la atención de los perros en Puntarenas, si aquí tenemos rótulos que dicen prohibido.

Varios de esos rótulos están dañados, así que ojalá pasada está comisión y debate de cuales ideas creativas llevar, se pueda hacer algo con respecto a esos mupis instalados en los malecones. Posterior a esto, la Comisión hizo la recomendación de cuatro videos, después que ustedes lo aprueben, cotizar y después empezar a grabar lo más pronto posible para salir en el verano 2021. Estamos estimando un tiempo de grabación de un mes y un tiempo de quince días de postproducción. Este es el trabajo que se hizo en Comisión, estoy bastante agradeciendo.



campaña inclusiva y diferenciadora para llamar la atención verano 2021. La campaña terminaría en mayo si Dios quiere. Quedo atento a sus comentarios.

Sr. Juan Ramón Rivera: Yo quisiera decir que a mí me parece, pero que todo esto fue analizado por los técnicos de la agencia y después por este grupo de personas que se supone que son técnicos, así que no tengo nada que decir. Quisiera saber qué presupuesto estamos manejando.

Sr. David Trejos: Según la agencia podemos estar manejando un presupuesto de ocho a doce millones de producción y post producción.

Sr. Juan Ramón Rivera: ¿Y la pauta?

Sr. David Trejos: Eso sería por aparte.

Sr. Juan Ramón Rivera: Entonces la grabación sale en doce millones.

Sr. David Trejos: Correcto las cuatro historias con videos de un minuto cada una.

Sr. Gustavo Alvarado: Pero no sería solo video, esos artes y fotografías también están incluidos.

Sr. David Trejos: Correcto, todo está incluido. Fotografía, edición y todo está incluido.

Sr. Gustavo Alvarado: ¿Cuánto queda para pautar?

Sr. David Trejos: Ahora no sé, tendría que pedir en proveeduría para saber cuánto presupuesto queda en la orden de compra.

Sr. Juan Ramón Rivera: ¿Cuánto presupuesto se incluyó el año entrante?

Sr. David Trejos: Nosotros metimos ochenta millones para pauta directo durante todo el año. Es decir, si no es con la agencia, presupuestamos ochenta millones para todo el año.

Sr. Juan Ramón Rivera: Don Wilberth, ¿qué me dice usted de eliminar los rótulos de los perros?

Sr. Wilberth Madriz: Totalmente de acuerdo, no podemos hacer una campaña que incluya una mascota y se diga que se prohíben. Entonces sí debería eliminarse de los mupis ese mensaje.

Sr. Juan Ramón Rivera: De todas maneras ¿quién controla a los que andan sueltos? Además, a los milenios les gusta los perros.

Sra. Marcela Muñoz: Tal vez ese rótulo se pueda cambiar para que recojan las gracias de los perros.

Sr. David Trejos: Eso fue lo que se dijo en comisión, hay rótulos de prohibiciones, y a nadie le gustaría llegar a un lugar donde todo es prohibido. Entonces sería





diferente cambiar el mensaje a "cuidado al andar en bici" "recoja su excremento de perro" todos mensajes se pueden dar de manera diferente.

Sr. Gustavo Alvarado: Además esos mensajes son viejísimos y después de ahí no se volvieron a retocar. Yo creo que podemos aprovecharlos para promocionarlos, y no hacer un lenguaje de prohibición sino mensajes de cuidar.

Sr. Juan Ramón Rivera: David lo podemos dejar ahí para que después nos presentes algo. Bueno, ¿todos están de acuerdo con la campaña o hay alguien que se oponga?

Sr. Gustavo Alvarado: Yo estoy de acuerdo, y además debo agregar que se ve un trabajo técnico y más fuerte por parte de la comisión y agradecerles el esfuerzo porque vamos por un buen camino.

Sr. Juan Ramón Rivera: Aprobado.

Sra. Guissella Vargas: Aprobado, a mí me gustó mucho también.

Acuerdo 04. Aprobación campaña de verano 2021

Con vista en la presentación de la Campaña Verano 2021 Jale al Puerto, presentada por la gestión de mercadeo de la JPT, misma que fue analizada y aprobada en la comisión mercadeo interinstitucional para la JPT.

La Junta Directiva de la Junta Promotora de Turismo, acuerda aprobar la campaña verano 2021, para inicios del siguiente año.

Acuerdo firme por unanimidad

PUNTO10-proyectos actividades Municipalidad Puntarenas.

El presidente de Junta Directiva presenta los proyectos Turísticos y Culturales para el periodo del 2021. La Municipalidad de Puntarenas esta mandado una serie de actividades para el año entrante, considero muy prematuro, dado que no sabemos las restricciones del Ministerio de Salud. Por otra parte, en esas solicitudes hay eventos que ya habíamos descartados como lo es Expo islas que resultó ser un fracaso, la puntareneidad ese evento va dirigido a los pontanenses y no al turista extranjero.

Yo creo no se si estamos de acuerdo, el año pasado los pedimos con tiempo, este año que viene es diferente tenemos que dar un compás de espera que va a suceder.

Sr. Gustavo Alvarado, comenta: efectivamente no esta resultado el tema de concertaciones masivas, recientemente lo que paso con pedregal que se cerraron las instalaciones, por el momento no veo a Ministerio de Salud autorizando eventos





masivos o aglomeraciones y lo otro es que efectivamente lo otro que señaló es don Wilberth es que con los alcaldes anteriores muchas de las actividades propias estaban enfocada para los puntarenenses, no está mal pero el objetivo nuestro no es por ahí. Coincidió con el señor presidente lo mejor es esperar antes de aprobar una programación de este tipo.

Sr. Wilberth Madriz. Pregunta ¿este documento no está firmado por mi persona?

Sra. Marilu, responde no señor.

Sr. Wilberth Madriz manifiesta lo siguiente: desconozco esta programación y agradecería que si no llevan mi visto bueno no los autorizo para que se presenten.

Sr. Juan Ramon Rivera. Comenta: me parece muy saludable que todo tenga el visto bueno del alcalde ya lo habíamos trabajado de esa forma. Considero que debemos contestar a la señora vicealcaldesa con todo respeto que todo evento esta suspendido hasta tanto no se tengan los lineamientos de Ministerio de Salud. Así mismo en algún ladito hay que indicarle que toda documentación que se presente debe tener el visto bueno de la Alcaldía.

Se acuerda lo siguiente:

Acuerdo 05 proyectos municipalidad respuesta

Con vista en la propuesta de proyectos turísticos culturales para los periodos 2021 presentados por la señora Andrea Madrigal Zamora, Vicealcaldesa Municipal.

La Junta Promotora de Turismo analizó la siguiente argumentación y se rechazó dicha solicitud:

- 1- Dichos proyectos no cuenta con la autorización del alcalde de la Municipalidad de Puntarenas.
- 2- Mientras no exista un pronunciamiento del Ministerio de Salud, la JPT no patrocinará ninguna actividad masiva.
- 3-. Que el mayor interés de la JPT es la atracción a visitantes de la GAM, y dado que las actividades presentadas están enfocadas al público local, las mismas se rechazan.

Acuerdo firme.

Votos. Juan Ramon Rivera Rodriguez, Marcela Muñoz Fernandez, Gustavo Alvarado Chaves, Guissella Vargas Elliott

12- SOLICITUDES PATROCINIO

12.1 : Solicitud Chucheca de oro versión 02 y su Informe de mercadeo.





El presidente da la palabra al Gestor de Mercadeo.

Sr. David Trejos: Les voy a dar detalle de esta renegociación que me solicitaron para con los de la Casa de la Cultura.

- Solicitante: Casa de la Cultura de Puntarenas
- Canal especial: Asociación cívica pro – turismo y cultura de Costa Rica
- El nuevo monto solicitado: ₡2.812.350,00. Bajó según la primera propuesta (↓)
- Fecha: 19-20-21 noviembre, 2020
- Todo virtual a través de la plataforma de la Casa de la Cultura, Radio Puerto y la solicitada por nosotros Jale Al Puerto.

Se mantienen los antecedentes, tres noches de 06:00pm a 08:00pm vía virtual. Se estiman 30 mil usuarios mínimos.

¿Qué cambio? Les muestro el cuadro comparativo de ambas propuestas:

Todo lo que está en verde son nuevos servicios que nos están ofreciendo bajo un mismo precio:

V1		V2		Proveedor
Rubro	Monto	Rubro	Monto	
Servicio de Live Stream 3 videos/día 5 menciones durante el FCdO	₡ 2.293.900,00	Servicio de Live Stream 6 cuñas de 60"/día 5 menciones durante el FCdO 4 programas de 3 minutos sobre turismo en Puntarenas. Tems: playa, islas, turismo rural y montaña 8 menciones en programa ConversArte. Se transmite sábado 8:00pm por Fb y retransmisión miércoles por canal 8 y 15 de CableTica	₡ 2.293.900,00	Radio Puerto
Reconocimientos en madera	₡ 355.900,00	Reconocimientos en madera 9 tallados en madera dentro del reconocimiento con Jale Al Puerto	₡ 186.450,00	Galería Las Mantis
Premiación Clase maestra en teatro Triciclo	₡ 339.000,00	Premiación 1 tour a playa Quesera 10 px 3 noches de hospedaje en Puntarenas 3px 2 cenas dobles en restaurante en Puntarenas 2 entradas dobles al Parque Marino	₡ 332.000,00	Proveedores locales
	₡ 2.988.800,00		₡ 2.812.350,00	

Sr. David Trejos Corrales: Una de las cosas que más me llaman la atención es que el patrocinio pasó a ser 100% servicios comprados en Puntarenas.



Sr. Juan Ramón Rivera: A mí lo que me preocupa es el tiempo. Si lo aprobamos, tendría que ser en firme y habría que meterlo a SICOP casi que mañana mismo.

Sr. David Trejos: De parte nuestra no habría tanto atraso, aquí sería que la Asociación Cívica esté inscrita en SICOP. Según entiendo, la Casa de la Cultura dijo que ya están en trámites. Marilú me dice que si usted le pone la firma ya podemos empezar todo el trámite de SICOP y etc.

Sr. Juan Ramón Rivera: ¿Los señores y señoras directivas están de acuerdo?

Sr. Gustavo Alvarado: Yo estoy de acuerdo.

Sr. Marcela Muñoz: Yo estoy de acuerdo.

Sr. Gustavo Alvarado: Yo estoy de acuerdo.

Sr. Juan Ramón Rivera: Acuerdo en firme por favor.

Acuerdos 06. Patrocinio Chucheca de Oro 2020

Vista la exposición del informe Mk-JPT-015-2020 y solicitud del patrocinio de la Chucheca de Oro a se acoge el mismo y se acuerda otorgar el patrocinio de dos millones ochocientos doce mil trecientos cincuenta colones (2.812.350.00).

A la Asociación Cívica Pro-Cultura de Costa Rica en alianza con la Casa de la cultura de Puntarenas, para que ejecuten el proyecto Festival Nacional Chucheca de Oro 2020. Fondos que serán utilizados de acuerdo con el plan presentado y liquidados por la Casa de Cultura y la Asociación Cívica Pro-Cultura de Costa Rica, como máximo 10 días después de finalizado el mismo.

Acuerdo firme.

Votos sr. Juan Ramon Rivera Rodriguez, Marcela Muñoz Fernandez, Gustavo Alvarado Chaves, Wilberth Madriz Arguedas.

Seños Guissella Varvas, se abstiene de votar.

13- ASUNTOS VARIOS

No hay.

El señor alcalde Wilber Madriz Arguedas, se retira de la sesión de Junta Directiva.

El presidente señor Juan Ramon Rivera, solicita ver el punto siete que estaba en suspenso, realiza la presentación de este.

PUNTO 7- Contrato alquiler de la Municipalidad.(venció 6-09-20)



Sr. Juan Ramon Rivera, señores el punto siguiente es al contrato de Alquiler del Edificio Anexo, segundo piso donde sesiona el Concejo Municipal el cual venció el mes pasado. Lo traemos para tomar la decisión de si se renueva o se va de ahí.

Sr. Gustavo Alvarado, considera que se debería de aumentar ese alquiler un poco más o cerrarse a 700 mil colones.

Sr. Juan Ramon, pregunta al Licenciado Rodriguez?

Sr Jose Luis Rodriguez, menciona antes de tomar una decisión de aumentar el monto del alquiler debería de realizar un estudio de precios para ver como anda en el mercado los alquileres de oficinas.

Sr. Juan Ramon Rivera: Considera se debería de pedir a Ministerio de Hacienda que lo realice.

Sra. Marilu Ramirez, menciona que se le puede pedir al Ingeniero de JPT que lo realice, la vez pasada se había echo uno para alquilar los locales de la Antigua Capitanía.

Se acuerda lo siguiente:

Acuerdo 07. Estudio mercado para alquiler del salón del Concejo Municipal de Puntarenas

Con vista en el Contrato de Alquiler que tiene la Municipalidad de Puntarenas con INCOP-JPT. La Junta Directiva de la Junta Promotora acuerda encomendarle a la administración solicitar un estudio estimación del monto de alquiler en el segundo piso edificio anexo de la JPT. Al ingeniero Civil contratado por la JPT.

Acuerdo firme

Votos: Juan Ramon Rivera Rodriguez, Marcela Muñoz Fernandez, Gustavo Alvarado Chaves, Guissella Vargas Elliott

Al no tener más asuntos que ver en la Sesión 257-2020 del 05 de noviembre de 2020, se levanta al ser las 16:56 pm


Sr. Juan Ramon Rivera Rodriguez.
Presidente.


Sr. Gustavo Alvarado Chaves
Secretario.

