

ACTA ORDINARIA 32-2020. Acta número treinta y dos 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 trece minutos del día primero de junio del dos mil veinte, presidida por la señora Esmeralda Britton González, Presidenta de la Junta Directiva y con la participación de los siguientes miembros: Maritza Bustamante Venegas, Vicepresidente; José Mauricio Alcázar Román, Secretario, Eva Isabel Torres Marín, Urania Chaves Murillo, Arturo Ortiz Sánchez, Fanny Robleto Jiménez, Gerardo Alberto Villalobos Ocampo y Felipe Díaz Miranda.

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 y la señora Laura Moraga Vargas de la Secretaría de Actas.

CAPITULO I. APROBACION ORDEN DEL DIA

ARTÍCULO 1. Lectura y aprobación del orden del día

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

Se excluye el Informe de Seguimiento de acuerdos en razón de que mediante acuerdo JD-392 se dispuso conocerlo en la sesión del 8 de junio de 2020. Asimismo, se excluye el oficio JPS-GG-504-2020 Reglamento Comité Corporativo de Riesgo con el fin de que el comité atienda observaciones realizadas por la Asesoría Jurídica.

Con estas modificaciones se aprueba el orden del día y se procede a tratar los siguientes temas.

CAPÍTULO II. APROBACIÓN DE LAS ACTAS ORDINARIA 29-2020 Y 31-2020 Y ACTA EXTRAORDINARIA 30-2020

ARTÍCULO 2. Lectura y aprobación de las actas ordinaria 29-2020 y 31-2020 y acta extraordinaria 30-2020

La señora Maritza Bustamante indica que realizó observaciones a las actas, las cuales fueron realizadas en la plataforma TEAMS.

Se procede con la revisión del acta ordinaria No. 29-2020. Se aprueba sin modificaciones.

Se procede con la revisión del acta extraordinaria 30-2020.

De conformidad con las observaciones realizadas por la señora Maritza Bustamante, que indica que los acuerdos JD-367 y JD-379 no indican plazo de cumplimiento se dispone incorporar al acuerdo JD-367 plazo de cumplimiento inmediato y al acuerdo JD-379 plazo de cumplimiento de un mes a partir del recibido del acuerdo.

La señora Maritza Bustamante señala que el plazo de cumplimiento del acuerdo JD-372 no es claro ya que no indica cuál es el plazo de la Asesoría Jurídica para remitir al Comité de Auditoría lo solicitado y cuál es el plazo del comité para rendir informe de recomendación a la Junta Directiva. En ese sentido se dispone, ampliar el acuerdo con el fin de que se indique que el plazo de cumplimiento para la Asesoría Jurídica es de dos semanas y para el Comité de Auditoría una semana a partir de haber recibido la información de la Asesoría Jurídica.

Con estas observaciones, se aprueba el acta extraordinaria No. 30-2020.

Se procede con la revisión del acta ordinaria No. 31-2020.

Indica la señora Maritza Bustamante que el Reglamento aprobado del Comité Corporativo de PEI indica en el artículo 24 que rige a partir de la aprobación de Junta Directiva; sin embargo, lo correcto sería que fuera a partir de su publicación en el diario oficial La Gaceta.

La señora Marcela Sánchez indica que se le remitió al Comité Corporativo de PEI una serie de observaciones al reglamento en la que se incluye la indicada por la señora Maritza Bustamante, por lo que recomienda que no se le de firmeza al acuerdo con el fin de que el Comité revise el reglamento a la luz de las observaciones realizadas.

El señor José Mauricio Alcázar indica que como Presidente del Comité Corporativo de PEI está de acuerdo en que no se le de firmeza al acuerdo para analizar las observaciones realizadas por la señora Sánchez.

Con esta modificación se aprueba el acta de la sesión ordinaria No. 31-2020.

ACUERDO JD-393

Se aprueba el acta de la sesión ordinaria No. 29-2020, celebrada el 18 de mayo de 2020. Se abstiene de votar la señora Urania Chaves Murillo, la señora Fanny Robleto Jiménez y el señor Arturo Ortiz Sánchez por no haber participado de la sesión.

Se aprueba con los votos de la señora Esmeralda Britton González, señora Maritza Bustamante Venegas, la señora Eva Torres Marín y el señor José Mauricio Alcázar Román.

ACUERDO JD-394

Se aprueba el acta de la sesión extraordinaria No. 30-2020, celebrada el 21 de mayo de 2020. **ACUERDO FIRME**

Ejecútese

ACUERDO JD-395

Se aprueba el acta de la sesión ordinaria No. 31-2020, celebrada el 25 de mayo de 2020. No se le da firmeza al acuerdo JD-388 Aprobación del Reglamento del Comité Corporativo del PEI, con el fin de que se analicen las observaciones realizadas por la Asesoría Jurídica a dicho reglamento. **ACUERDO FIRME**

Ejecútese

ACUERDO JD-396

Se amplía y se aclara el acuerdo JD-372 correspondiente al Capítulo V), artículo 8) de la Sesión Extraordinaria 30-2020 celebrada el 21 de mayo de 2020, con el fin de que se indique que el plazo de cumplimiento corresponde a:

Dos semanas a partir del recibido del acuerdo para que la Asesoría Jurídica brinde al Comité Corporativo de Auditoría la asesoría solicitada.

Una semana a partir del recibido de la información que envíe la Asesoría Jurídica para que el Comité Corporativo de Auditoría brinde el informe de recomendación a la Junta Directiva con respecto a la conformación y reglamento del Comité Corporativo de Auditoría.

ACUERDO FIRME

Comuníquese a la Asesoría Jurídica y al Comité Corporativo de Auditoría Interna en la persona de la señora Maritza Bustamante, quien lo preside. Infórmese a la Gerencia General.

CAPÍTULO III. INFORME SEÑORA PRESIDENTA

ARTÍCULO 3. Temas para la sesión estratégica del próximo lunes 8 de junio de 2020.

Indica la señora Presidenta que mediante encuesta se definirán los temas de la sesión estratégica del lunes 8 de junio de 2020, por lo que solicita a los señores directores completar la encuesta con el fin de solicitar la información que se requiera.

ARTÍCULO 4. Autorización para que los vendedores de lotería puedan vender lotería en las Ferias del Agricultor.

Comenta la señora Presidenta que a raíz de que el fin de semana anterior hubo algunas situaciones porque normalmente los vendedores venden en la feria del agricultor y hubo muchas ferias que a los vendedores no se les dio el acceso que normalmente tienen para vender, se reunió con el presidente de ferias del agricultor con el fin de determinar qué acciones se pueden llevar a cabo para seguir facilitando ese espacio a los vendedores de lotería.

Indica que le presentaron un planteamiento muy interesante, ellos tienen total anuencia a que los vendedores sigan ejerciendo su labor; se les explicó que nuestros vendedores han sido dotados con kits de seguridad para que pudieran hacer la venta sin ningún problema tienen sus caretas, guantes, alcohol en gel y se solicitó que les permitieran seguir vendiendo en las ferias del agricultor.

La reunión se llevó a cabo en el Campo Ferial La Perla, estuvo presente la señora Vertianne Fernández de parte de la Municipalidad de Heredia, el señor Wenceslao Bejarano, Presidente de Ferias y la empresa que se encarga todo lo que es el mercadeo de Ferias del Agricultor y otros trabajos que hacen con ellos.

Se le presentaron datos muy interesantes e importantes para la Junta, hicieron un comparativo de que a hoy, el Periódico La Nación es leído por alrededor de setecientos setenta mil personas en todo el país, que los noticieros de canal 7 son vistos por alrededor de seiscientos cuarenta y ocho mil personas y las 87 ferias del agricultor son visitadas por un millón setecientos mil personas por semana entonces, esto nos da un abanico de oportunidades para mercadear nuestros productos.

Su primera propuesta era que la Junta invirtiera como en una especie de pauta; sin embargo, se les explicó que por temas legales solo podemos pautar en medios que son medios de comunicación, pero que se podría buscar alguna otra figura para poder promocionarnos para poder llegar a todas esas personas que visitan las ferias del agricultor, además indican que por ejemplo, en la Feria de Heredia podrían haber de 10 a 12 vendedores de Lotería por lo que proponen algún tipo de convenio, de patrocinio o proyecto que permitiera ese enlace entre la Junta y las Ferias del Agricultor de manera que podamos tener como intercambio esos espacios para los vendedores, para que puedan tener su espacio fijo para vender el producto.

Personalmente me pareció una genial idea y considero que también se podría pensar en utilizar material publicitario, por ejemplo: las bolsas de compras. Me pareció una propuesta muy interesante y quedamos en que se iba a presentar una propuesta en concreto para tener en las ferias del agricultor a los vendedores que tradicionalmente ya venden en esos lugares, pero ya estarían oficialmente asignados a esos puestos a futuro.

Se acordó que para este fin de semana la Junta le iba a enviar una nota para que los vendedores pudieran estar en las ferias vendiendo la lotería, de manera que si fuera necesario se les solicitara el carné de la Junta para verificar que son vendedores oficiales y se les pueda autorizar el ingreso.

Además, a futuro se debe de realizar un análisis de quienes son los vendedores que se van a autorizar en cada una de esas ferias, porque hay quienes tienen muchos años de estar vendiendo ahí y no sería justo se le dé ese espacio a otra persona, la idea es esa que la Junta pueda hacer un convenio de cooperación entre las dos instancias y de esa manera tener acceso a otros medios de venta que a futuro puedan significar mayores ingresos incluso para la Junta.

Comenta que le pareció muy bonito también como un apoyo al agricultor, en el sentido de que la Junta estaría ahí apoyando de alguna forma y también sería una ventana de oportunidades para vender nuestra lotería.

Informa que el señor Wenceslao Bejarano envió un audio a los vendedores diciendo que había estado en conversaciones conmigo y que se les estaba autorizando para a partir de este fin de semana puedan ingresar, nada más tienen que presentar el carnet de vendedor y que venían cosas más interesantes, en ese sentido yo también les envié un audio a todos los vendedores con un mensaje similar.

Comenta la señora Maritza Bustamante que también deben de utilizar los aditamentos de seguridad sanitaria correspondientes, porque le han comentado de vendedores de lotería en las ferias del agricultor que no los están utilizando, entonces se les debería obligar a usar el equipo sanitario que se les entregó.

Indica la señora Presidenta que ese es un tema que se conversó en la Comisión de Ventas, con respecto a definir alguna forma de sanción si no están usando los implementos que se les entregó en atención a las medidas sanitarias que ha establecido el Gobierno.

ARTÍCULO 5. Informes de participación Evento Ice Vox London

Se presenta el informe de participación en "ICE VOX 2020" enviado por la señora Karen Gómez Granados, jefe a.i. del Departamento de Mercadeo y Evelyn Blanco Montero, Gerente de Producción y Comercialización mediante oficio JPS-GG-GPC-MER-023-2020 del 05 de marzo de 2020.

Objetivo del viaje	Ampliar el conocimiento sobre modernización, tendencias y nuevas modalidades de juegos de azar a nivel internacional	
Fecha del viaje	Desde 01/02/2020	Hasta 09/02/2020
Participantes	Nombre	
	Departamento	
	Evelyn Blanco Montero	Gerente Producción y Comercialización
	Karen Gómez Granados	Jefe AI Mercadeo

# Acuerdo y Sesión de JD	<u>JD-1004 correspondiente al Capítulo V, artículo 14) de la Sesión Ordinaria 74-2019 celebrada el 16 de diciembre de 2019</u>
--------------------------	--

Informe del viaje

El evento denominado "ICE VOX 2020", permitió conocer diferentes juegos y servicios como, por ejemplo: máquinas tragamonedas, apuestas deportivas, ruedas de la fortuna, máquinas para realización de sorteos, entre otros.

Sesiones atendidas

En dicha exposición, adicional a la feria donde diferentes empresas exponían sus productos y servicios, se realizaban charlas sobre diferentes temas relacionados con juegos de azar, participando en algunas donde se trataron temas de interés y acordes con la estrategia de mercadeo, publicidad y modernización de las loterías, a seguir por parte de nuestra Institución. A continuación, se detallan las sesiones atendidas por las suscritas relacionadas con el área comercial y de mercadeo:

- Modernizando la experiencia del cliente.
- Grandes acumulados: ¿El riesgo vale la pena?
- ¿Pueden las loterías privadas y nacionales vivir en armonía?
- Lotería: ¿Quién lo juega de todos modos?
- La muerte del comercio minorista.
- Maquina del tiempo de la regulación: Un vistazo al futuro.
- Caso Jack Daniels
- Marketing en redes sociales e "influencer".
- Bonificaciones: ¿el principio del fin?
- Mercadeo algorítmico: ¿exageración o realidad?
- Diferenciación de marca: Caso Charisma by Design.
- Notas: Cambiando la imagen de los juegos.

Presentaciones realizadas

Las suscritas no efectuaron presentaciones, sin embargo, se asistió a la presentación impartida por el señor Ronald Ortiz Méndez, Jefe Departamento de Tecnologías de Información, en relación con el tema: "Identifique la verificación y el camino hacia un juego más seguro: verifique rápidamente a los clientes para superar los desafíos de fraude ALD y GR" y a la presentación realizada por la señora Esmeralda Britton González, Presidenta de Junta Directiva sobre los productos de la JPS y el futuro del juego del mercado costarricense.

Dentro del mismo foro en el que participó la señora Britton, al ser relacionado con el mercado latinoamericano, participó la lotería de México quienes efectuaron una exposición donde se manifestó que en este país el juego online se encuentra insuficientemente regulado, más del 60% de la oferta se encuentra fuera del marco regulatorio, sea por operadores ilegales asentados legalmente en terceros países, sin reconocimiento en México, lo cual provoca evasión fiscal, falta de control sobre edad de los jugadores y carencia de seguridad.

Cuáles fueron sus aprendizajes y cómo van a ser aplicados a su trabajo (a nivel general, los detalles ponerlos en el punto 2)

En el congreso se atendieron varios temas relacionados con la industria de juegos de azar, se tuvo contacto con muchas empresas dedicadas al negocio y se conoció la operativa de otros países, sin embargo, dentro de los temas, se considera que los siguientes son relevantes para el desarrollo de nuevos proyectos para la Institución:

Apuestas Deportivas: de igual manera que en otras actividades de este tipo a las que se ha asistido, se destaca la forma en que operan diferentes países, donde implementaron el negocio través de licencias otorgadas a diferentes operadores, que se encargan de toda la logística y operación de estas apuestas, sobre lo cual, reciben una comisión, para esto es vital que la Institución cuente con una plataforma tecnológica sólida, que permita la alianza con estos operadores, sobre la cual estaría conectados.

Otro aspecto que se recalca es que se debe tener a disposición de los compradores, diferentes medios de distribución, sea a través de vendedores, terminales e internet, no se recomienda migrar por completo a medios digitales, dado que existen los jugadores que prefieren la experiencia de salir a buscar su producto preferido, ir a una terminal a realizar la apuesta directamente o que exista en el punto de venta una persona que opere la terminal y también hay mercado para las personas que prefieren comprar directamente desde una computadora o a través de un APP. Sin embargo, refieren que es más barato por computador y se usa más en Latinoamérica, las terminales se usan más en Reino Unido y España.

El operador online hace que con poca inversión las personas jueguen y jueguen, por eso es importante tener diversidad de productos, hay que definir la identificación del jugador y tropicalizarlo al mercado para que sea beneficioso para el operador y regulador, además definir una reglamentación viable para el operador y el país.

Adicionalmente, recomiendan que en el lugar donde se comercialice este producto, deben existir pantallas donde se estén transmitiendo los eventos sobre los cuales se realizan las apuestas.

En cuanto a las medidas para proteger a los jugadores mencionan incluir límites de depósitos, ganancias y reglas.

Internamente se debe decidir como se quieren hacer los juegos, el tipo de información que se quiere de los jugadores: % de retorno, cantidad de jugadores.

En cuanto al licenciamiento en Puerto Rico y Chile por ejemplo se licencia el proveedor y los operadores de plataforma (cuando se contratan a terceros), se revisan temas como lavado de dinero, antecedentes criminales, financiamiento, (para esto se recomienda tener un oficial de cumplimiento) y el licenciamiento no se certifica, adicionalmente Puerto Rico va a las instalaciones de los operadores, se hacen acuerdos de colaboración con otros operadores. Colombia solo tiene relaciones con el operador, la recomendación es que en la industria del juego se regulen operadores y proveedores. Los proveedores deben tener una licencia y contar con un registro interno de los proveedores de cada operador. En el Reino Unido dan licencias a operadores y reguladores, los proveedores tienen un registro donde actualizan los certificados de cada juego. En el caso España casi ningún proveedor tiene licencia solo operadores, pero hay un registro interno de juegos de cada proveedor. En Colombia no hay registro de fabricantes ni juego. Sin embargo, esto depende del regulador que tanto riesgo asume.

Equipo para sorteos: en otros eventos se ha visualizado un tipo de Rueda de la Fortuna que cuenta con pantallas para ser usadas ya sea en mesas, terminales y quioscos, donde puede desarrollarse desde una lotería hasta un bingo y pueden combinarse con la transmisión de señales de TV o digitales y anuncios, en medios en la misma pantalla.

Sin embargo, en este evento se visualizó un tipo de Rueda de la Fortuna, que se ajusta más a las necesidades de la Institución, dado que puede usarse tanto para el programa como para fines promocionales y cuenta con las siguientes características:

- Se ajusta la cantidad de segmentos, según las necesidades.
- Los gráficos se puedan adaptar al tipo de promoción o los premios que deseen implementarse.
- Si bien es cierto, existen equipos de este tipo a los cuales puede adaptarse publicidad, se considera que para un programa en vivo no es recomendable que se proyecte publicidad, dado que puede restar atención a la dinámica de los juegos.
- Es visualmente colorida y atractiva.

Negocio Retail: En una de las charlas enfocadas en el retail, se corroboró lo conversado con operadores de apuestas deportivas, respecto a qué el entorno minorista actual que comercializa digitalmente ha comenzado a invertir en ubicaciones físicas. En los últimos diez años, el comercio electrónico ha más que duplicado su participación en el mercado minorista de poco más del 5% al 13% de las ventas totales. Ese crecimiento ha significado que las empresas nativas digitalmente deben atender a los clientes más exigentes.

Uno de los ejemplos es Amazon, quienes cuentan con una gran red de tiendas físicas, donde cada ubicación puede servir como punto de distribución para sus servicios, estas ubicaciones existen para proporcionar el tipo de conexión humana que no puede conectarse fácilmente en línea.

Social Media e Influenciadores: en una de las charlas sobre este tema los expositores indican que el uso de influenciadores como herramientas de marketing causa que las marcas de juegos pierdan la confianza de su audiencia, en el caso de apuestas deportivas, se comparó a personas influyentes con estrellas deportivas de clase mundial en lo que respecta a conducir un producto de apuestas, sin embargo, afirman que la relevancia y la credibilidad deben ser las razones para alistar a un influenciador. Por ejemplo, en el caso de apuestas de caballos, se debe buscar un influenciador que tenga afinidad con este tipo de carreras, opiniones e historias relevantes y creíbles, dado que por el contrario existen marcas que eligen un influenciador que no tienen afinidad con un deporte y la estrategia parece forzada.

Desde la perspectiva de los juegos, es importante, especialmente cuán saturado está ahora el mercado para garantizar que el contenido sea original y, cuando sea necesario, construir una conversación tanto en términos de compromiso como de responder a las consultas de los clientes de manera oportuna. Sin embargo, cuando se trata de redes sociales, existe un alto porcentaje de audiencias que todavía ve a los "seguidores" como un número clave para ayudar a establecer una confianza percibida debido a la "popularidad" de las marcas.

Sin embargo, se considera que el marketing de influenciadores es un nuevo canal, que se compone de confianza y autenticidad. Los influyentes tienen fuertes relaciones con su audiencia, las marcas tienen la oportunidad de financiar algo que a un influenciador o grupo de influenciadores le gustaría hacer, y que su audiencia disfrutará, a su vez, el socio de la marca ganará confianza.

En el caso de la Junta, respecto al uso de influenciadores para el Gordo Navideño, se realizó esta estrategia para la campaña del Gordo Navideño, 2019, a través de redes sociales, donde se utilizó a personajes destacados del ámbito nacional, la cual se considera positiva dado que permite crear confianza en la marca Junta y permite reflejar que nuestros productos, brindan la oportunidad a todas las personas de soñar.

Para este año, se planea utilizar esta misma estrategia en las campañas más estratégicas, a través de la negociación con diferentes medios e influenciadores.

El caso éxito de Jack Daniels: uno de los casos expuesto en una de las charlas, fue el de la marca Jack Daniels, quienes, a través de marketing experiencial, se les ocurrió la idea de convocar a sus fieles seguidores y consumidores para crear una "barra" de múltiples fuentes. Los voluntarios obtuvieron además un incentivo tomando gran cantidad de whisky Jack Daniel's.

Jack Daniel's pudo notar que estaba perdiendo protagonismo ante otras marcas que están saliendo en el mercado, es por ello que ideó esta campaña con el propósito de volver a posicionarse como uno de los favoritos. Entre sus objetivos estaban; generar la participación de los usuarios, conectarlos con su marca y lo mejor de todo ofrecerles una muy buena recompensa. Esta campaña se enfocó específicamente en Facebook, creando la denominada campaña "El bar que Jack construyó" en este caso, la reconocida marca le ofreció a los consumidores la posibilidad de trabajar con ellos, básicamente construyendo un bar para celebrar los 148 años de Jack Daniel's y el pago era mucho whisky.

El resultado fue favorable, obtuvieron unos 10.000 mil nuevos seguidores en Facebook, recibieron unos 170.000 mil dólares, y lo único que tuvieron que invertir fueron unas cuantas botellas de su flamante whisky y muchas ganas de generar un marketing experiencial auténtico y divertido.

Producto de lo anterior, se resalta que las redes sirven para desarrollar campañas publicitarias con un mensaje extensivo y del cual las personas se sientan parte, un ejemplo de como la Institución lo ha desarrollado, fue con la campaña del Gordo Navideño, donde a través de posts interactivos, las personas contaban sus historias en torno al negocio de la lotería y también se les brindaba la posibilidad de soñar con pegar este premio tan anhelado, lo cual permitió generar una mayor cantidad de interacciones y nuevos seguidores.

Una de las propuestas que se podría desarrollar es generar este tipo de marketing experiencial en una de las áreas que se desea fortalecer a nivel institucional, como lo es la parte social, creando una dinámica, donde las personas deben contar historias o incluir fotografías del aporte social de la Junta sea en su comunidad o si de forma directa o indirecta se han beneficiado de las utilidades, y entre todas las personas que participen en la mecánica reciban un premio, esto ayudaría a que las personas validen que los aportes que la Junta realiza son reales y muchas comunidades o personas se benefician.

Una de las ventajas de una red social tan visitada como lo es la página de Facebook de la Junta, es que, al no contar con los recursos suficientes para efectuar una campaña extensiva en televisión, se puede aprovechar esta plataforma para generar viralidad y comunicar una mayor cantidad de información.

La señora Presidenta y el señor Arturo Ortiz presentan el siguiente informe de Participación al Evento ICE VOX London 2020:

LUGAR:

Londres, Reino Unido.

Centro de Exposiciones ExCeL en los Docklands de Londres.

FECHA:

Del 01 de Febrero al 09 Febrero del 2020.

ACUERDO DE JUNTA DIRECTIVA:

Acuerdo de JD-1004 de la sesión ordinaria 74-2019 y la consulta formal No.16 del 08 de enero 2020 relacionados con la autorización de mi participación en el congreso ICE VOX 2020 a realizarse en la ciudad de Londres.

RESUMEN:

ICE London es considerado en la industria de los juegos y loterías como el evento más grande del mundo, con una gran cantidad de visitantes de todo el mundo llenando los pasillos.

Más de 633 expositores procedentes de 67 países ocuparon los pasillos del Centro de Convenciones ExCeL London con sus ofertas de innovación y mejoras en el negocio, lo que representa sin duda alguna una oportunidad única para ver cada posible proveedor y cada juego bajo un mismo techo, siendo la edición con mayor participación hasta ahora, según indicaron los organizadores del evento. De los 633 expositores más de 70 eran "primerizos" y cuarenta y de los cuarenta y cuatro pabellones del ExCeL de Londres estaban ocupadas por los expositores.

En el 2020 la organización del evento amplió el número de las características más populares del ICE de Londres y añadió algunas nuevas. El ICE Sports Arena era co-anfitrión del evento y realizó un torneo de \$ 250.000 dólares en la pista de exhibición.

Además la edición de este año presentó una Zona de Protección al Consumidor significativamente más grande que recaudó £65,000 para las organizaciones benéficas de la industria del juego.

Por Costa Rica, como presidenta de la Junta Directiva de la JPS y como Tesorera de la organización "CIBELAE" estuvimos presentes la señora Esmeralda Britton González y mi persona, como Vicepresidenta de la Junta Directiva de la JPS, bien acompañados por funcionarios de la Gerencia de Producción y Mercadeo y de Tecnologías de la Información de la JPS.

Sin duda alguna visitar este evento permitió conocer las ofertas de los posibles proveedores de los diferentes juegos y servicios como, por ejemplo: máquinas tragamonedas, apuestas deportivas, ruedas de la fortuna, máquinas para realización de sorteos, entre otros.

Conferencias y exposiciones de Operadores de Loterías Estatales.

Además de la importancia de poder hacer contacto con tantísimos proveedores en la feria, pudimos asistir a diferentes conferencias y exposiciones de varios operadores de loterías estatales, así como empresas dedicadas a la ciber seguridad, relacionadas con los juegos de azar y las loterías, donde se trataron temas de interés y acuerdos con la estrategia de mercadeo, publicidad y modernización de las loterías.

A continuación, se detallan las sesiones atendidas por el suscrito:

Grandes acumulados: ¿El riesgo vale la pena?

¿Pueden las loterías privadas y nacionales vivir en armonía?

La muerte del comercio minorista.

Maquina del tiempo de la regulación: Un vistazo al futuro. Cambiando la imagen de los juegos. Presentaciones realizadas por la JPS.

El señor Ronald Ortiz Méndez, Jefe Departamento de Tecnologías de Información fue invitado por la organizó del evento y prestó el tema:

“Identifique la verificación y el camino hacia un juego más seguro: verifique rápidamente a los Empresaes para superar los desafíos de fraude ALD y GR”.

Nuestra Presidenta Esmeralda Britton González, presento el tema “Sobre los productos de la JPS y el futuro del juego del mercado costarricense.”, dentro de la que participaron como expositores la lotería de México. En ambos casos se expuso que el juego online se encuentra insuficientemente regulado y que más del 60% de la oferta se encuentra fuera del marco regulatorio, realizado por operadores ilegales, lo cual provoca evasión fiscal, falta de control sobre edad de los jugadores y carencia de seguridad.

TENDENCIAS Y APRENDIZAJE:

Los siguientes aspectos son relevantes para el desarrollo de nuevos proyectos para la JPS:

Apuestas Deportivas:

Las apuestas deportivas se han convertido, en los países donde son operadas por los reguladores, en la mayor fuente de ingresos, desplazando en un 60-40 a las loterías. Esto para la JPS es todo un tema, ya que no es la intención dejar de lado las loterías, todo lo contrario, la intención es fortalecerlas, de manera que en el momento en que se inicie con las apuestas deportivas como fuente de ingreso, ambas formas pueden subsistir y se fortalezcan en sus respectivos mercados.

Se nos expuso por parte de diferentes operadores, privados y estatales, que la principal forma en que operan diferentes países, es a través de **licencias**, otorgadas a diferentes operadores, que se encargan de toda la logística y operación de estas apuestas, a cambio de una comisión. Para esto es necesario contar la plataforma tecnológica adecuada, que le permita conectarse con los operadores.

Ademas los compradores deben tener diferentes medios de distribución, como: vendedores, terminales e internet.

Un aspecto muy interesante e inesperado expuesto por estos operadores es el hecho de que no se recomienda migrar por completo a los medios digitales, dado que existen los jugadores que prefieren la experiencia de salir a buscar su producto preferido, ir a una terminal a realizar la apuesta directamente o que exista en el punto de venta una persona que opere la terminal. También hay mercado para las personas que prefieren comprar directamente desde una computadora o a través de un APP.

En cuanto a los costos de implementación indicaron que es más barato por computador y se usa más en Latinoamérica, mientras que las terminales se usan más en Reino Unido y España. Aseguran que el operador online hace que con poca inversión del jugador las personas jueguen, por eso es importante tener diversidad de productos.

Otro aspecto de seguridad y de responsabilidad en el juego es definir la identificación del jugador, para que sea beneficioso para el operador y regulador.

En Costa Rica, como en el resto de países hay que definir la reglamentación adecuada para el regulador, para el operador y para el jugador. Se debe decidir como se quieren hacer los juegos, el tipo de información que se quiere de los jugadores, el porcentaje de retorno, la cantidad de jugadores.

En cuanto al licenciamiento en algunos países latinoamericanos se licencia el proveedor y los operadores de plataforma, se revisan temas como lavado de dinero, antecedentes criminales y financiamiento.

En el Reino Unido se dan licencias a operadores y reguladores, los proveedores tienen un registro donde actualizan los certificados de cada juego.

En España casi ningún proveedor tiene licencia, solo los operadores, pero hay un registro interno de juegos de cada proveedor.

En Colombia no hay registro de fabricantes ni juego. Sin embargo, esto depende del regulador que tanto riesgo asume.

Juego Responsable:

En cuanto a las medidas para proteger a los jugadores recomendaron incluir límites de depósitos, ganancias y reglas.

Negocio Retail:

Aún y cuando el juego digital es el que parece predominar en esos mercados internacionales siempre hay un segmento del mercado que aun necesita presentarse físicamente en una tienda para ser atendido o ayudado por una persona. Un ejemplo es Amazon, quien cuenta con una gran red de tiendas físicas, donde cada ubicación sirve como punto de distribución para sus servicios, estas ubicaciones existen para proporcionar el tipo de conexión humana que no puede conectarse fácilmente en línea.

Equipo para sorteos:

Pudimos ver diferentes equipos para los sorteos, llamando nuestra atención un tipo de Rueda de la Fortuna que se ajusta a las necesidades de la JPS, que puede usarse tanto para el programa Rueda de la Fortuna como para fines promocionales en giras y que cuenta con las siguientes características:

- Se ajusta la cantidad de segmentos, según las necesidades.
- Los gráficos se puedan adaptar al tipo de promoción o los premios que deseen implementarse.
- Colorida y atractiva.

AGENDA DE REUNIONES:

A continuación indico las diferentes reuniones sostenidas durante el evento:

Fecha 04-02-2018 Martes				
Hora (UK Hoja)	Empresa	Empresa Delegados	JPS Delegados	Lugar (GLI Booth, Empresa Booth)
3:00 PM	Betcris	Fernando Garita	Todos	TBC
3:30 PM				
4:00 PM				
4:30 PM	TBC - GLI	Karen Sierra, Sergio Suárez	Esmeralda Britton, Arturo Ortiz, Ronald Ortiz, Evelyn Blanco Montero, Karen Gomez	GLI Booth N3-210
5:00 PM				
5:30 PM				
7:00 PM	CENA GLI		Todos	Por confirmar
Fecha 05-02-2018 Miercoles				
Hora (UK Hora)	Empresa	Empresa Delegados	JPS Delegados	Lugar (GLI Booth, Empresa Booth)

09:00 AM	Esmeralda		Presentación JPS – Esmeralda B.	
10:30 AM				

2:00 PM	TBC – Kiro!	Eñaut Ruiz	Esmeralda Britton, Arturo Ortiz, Ronald Ortiz, Evelyn Blanco Montero, Karen Gomez	GLI Booth N3-210
2:30 PM				
3:00 PM	IGT	JP Chadid Ronald	Todos	Stand de GLI
3:30 PM				
4:00 PM	CAFÉ CON GLI		Todos	
4:30 PM				
6:30 PM	Cena Clarion	Layla	Esmeralda Britton	
7:00 PM	CENA BETCRIS		Todos	Por confirmar

Fecha 06-02-2018 Jueves

Hora (UK Hora)	Empresa	Empresa Delegados	JPS Delegados	Lugar (GLI Booth, Empresa Booth)
10:00 AM				

10:30 AM	TBC - Optima	Jacob López Curciel	Esmeralda Britton, Arturo Ortiz, Ronald Ortiz, Evelyn Blanco Montero, Karen Gomez	GLI Booth N3-210
-----------------	---------------------	---------------------	---	------------------

FOTOS

Centro de Convenciones Excel Londres




Visit us at stand N6-165

COMPANY	STAND
BETOMALL	S1-330
BETRADAR	S1-150
BETSERK.COM	S9-312
BETSOFT	S3-312
BETTING JOBS.COM	S1-202
BINGO ASSOCIATION	BP-3
BIZTECH SOFTWARE	S9-300
BLUE RIBBON	N7-435
BLUEPRINT GAMING LTD	N4-210
BLUEPRINT MACHINES	N4-210
BMIT TECHNOLOGIES	N7-425
BMM TESTLABS	N3-420
BOHM D.O.O	S9-238
BOLEGAMING	N9-737
BONKERS2B	S1-102
	N4-336

Entrada

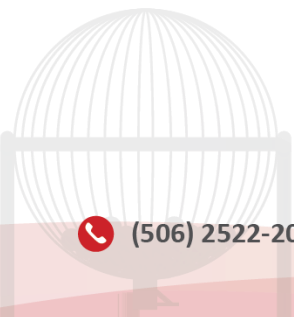


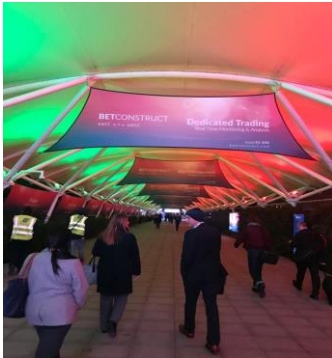
Conferencia Lottery Who plays anyway?
JPS

Participantes por orden alfabético Conferencia



Conferencia Esmeralda Britton





Salida de la Convención



En el Metro camino al Centro de Convenciones

Recuerda la señora Presidenta que ella presentó su informe de manera verbal durante la sesión ordinaria No. 07-2020 celebrada el 10 de febrero de 2020, indica que solo falta por recibir el informe del señor Ronald Ortiz Méndez, Jefe del Departamento de Tecnologías de Información.

Comentado el tema, se dispone:

ACUERDO JD-397

Se dan por conocidos los informes presentados por las señoras Esmeralda Britton González, Presidenta de Junta Directiva; Karen Gómez Granados, Jefe a.i. de Departamento de Mercadeo; Evelyn Blanco Montero, Gerente de Producción y Comercialización y el señor Arturo Ortiz Sánchez, director de Junta Directiva, con respecto a la participación en el Evento Ice Vox London, que se llevó a cabo del 4 al 6 de febrero de 2020.

Se le solicita al señor Ronald Ortiz Méndez, Jefe del Departamento de Tecnologías de Información presentar el informe de participación por su participación en dicho evento.

ACUERDO FIRME

Comuníquese al señor Ronald Ortiz Méndez. Infórmese a las señoras Esmeralda Britton González, Presidenta de Junta Directiva; Karen Gómez Granados, Jefe a.i. de Departamento de Mercadeo; Evelyn Blanco Montero, Gerente de Producción y Comercialización, al señor Arturo Ortiz Sánchez, director de Junta Directiva y a la Gerencia General.

CAPÍTULO IV. PROPUESTA PARA LA CELEBRACIÓN DEL 175 ANIVERSARIO JPS

Se incorpora a la sesión la señora Karen Gómez Granados, Jefe a.i. del Departamento de Mercadeo

ARTÍCULO 6. Propuesta para la celebración del 175 Aniversario JPS

Indica la señora Maritza Bustamante que la señora Karen Gómez va a presentar una propuesta que el subcomité del 175 aniversario tiene con respecto a la actividad del 175 aniversario, la propuesta la hace el subcomité teniendo en cuenta dos escenarios para que la Junta Directiva en pleno valore cuál escenario le interesa aprobar; además de eso hay una propuesta de un audiovisual muy bonito, la idea también es hacer un video audiovisual entonces se va a presentar una propuesta de costo para poder hacer ese audiovisual para que sea valorado.

Indica la señora Karen Gómez que anteriormente se iba a realizar el sorteo del Gordito que estaba aprobado para julio en el Teatro Nacional y el sorteo del Gordo Navideño con otro evento adicional en diciembre como se hace usualmente; sin embargo, el sorteo del Gordito se está trasladando para setiembre y en el Teatro Nacional ya no hay espacio, entonces se buscaron nuevas alternativas de lugar, hicimos una visita al Museo de los Niños y está disponible para realizar el evento en cualquiera de los dos escenarios que se les va a presentar.

La señora Gómez explica los siguientes escenarios:

Escenario 1	
Acciones propuestas	Costo aproximado
Realizar 1 sorteo del Gordo Navideño aunado a la celebración del 175 aniversario. El monto indicado es lo que se requeriría por parte de la Unidad de Comunicación. El resto de la actividad se cubre con presupuesto de Mercadeo.	₡15.000.000
Taller virtual con funcionarios.	₡8.000.000
Actividad lúdica de acción de gracias (modalidad virtual).	Se puede incluir con la contratación del taller
Rotulación externa con marca JPS	₡6.000.000
Opción 1: video de 175 segundos (más 5 reducciones de 30 s) sobre historia de JPS, con narrativa tipo línea de tiempo. / Opción 2: video donde participan diferentes públicos de la JPS (funcionarios, vendedores, organizaciones sociales, etc). Solamente se puede trabajar una de las dos opciones.	₡20.000.000
Exposición virtual en sitio interactivo con funcionalidad avanzada, multimedia y organizable.	₡7.000.000
Campaña del 175 con diferentes pú.blicos (vendedores, funcionarios, organizaciones sociales, redes sociales).	Contratación consumo por demanda
Diseño del auditorio con motivo 175 aniversario.	Convenio con SINART
Promoción alusiva al 175 aniversario.	₡0
Sorteos de Lotería Nacional alusivos al 175 para mes de julio.	Coordinado
Raspa alusiva al 175 aniversario.	Coordinado
NO participación en Carroza del Festival de la Luz 2020.	₡0

Escenario 2	
Acciones propuestas	Costo aproximado
Realizar sorteo del 175 Aniversario en setiembre con Gordito + Sorteo del Gordo Navideño. El monto indicado en esta tabla sería exclusivamente para la actividad del Gordito, para el Gordo sería un monto adicional aportado por Mercadeo.	₡40.000.000
Taller virtual con funcionarios.	₡8.000.000
Actividad lúdica de acción de gracias (modalidad virtual).	Se puede incluir con la contratación del taller
Rotulación externa con marca JPS.	₡6.000.000
Campaña del 175 con diferentes públicos (vendedores, funcionarios, organizaciones sociales, redes sociales).	Contratación consumo por demanda
Diseño del auditorio con motivo 175 aniversario.	Convenio con SINART
Sorteos de Lotería Nacional alusivos al 175 para mes de julio.	Coordinado
Raspa alusiva al 175 aniversario.	Coordinado
Promoción alusiva al 175 aniversario.	₡0
Participación con carroza en Festival de la Luz 2020.	Con presupuesto de Mercadeo

Cuadro comparativo de recomendación para Junta Directiva	
Escenario 1	Escenario 2
1. Se reduciría el gasto en un 20% (14 millones de colones, aproximadamente) del total inicialmente aprobado para la Unidad de Comunicación (70 millones de colones).	1. Se reduciría el gasto de lo asignado a la Unidad de Comunicación en un 22,85%, pero al ser dos eventos separados (Gordito con 175 + Gordo Navideño), se duplican los gastos a 80 millones aproximadamente. Esto significa doble contratación administrativa.
2. Se optimizan los recursos al unificar la celebración del 175 aniversario con el Sorteo del Gordo Navideño. Además, el dinero disponible se puede invertir en los audiovisuales para difundir en distintos medios de comunicación, así como en la exposición virtual de un sitio interactivo.	2. No quedarían recursos financieros suficientes para contratar la elaboración de los audiovisuales con las características propuestas, tampoco alcanzaría para elaborar la exposición virtual mediante un sitio interactivo.
3. Las acciones propuestas bajo el escenario 1 promueven espacios virtuales, con el objetivo de evitar aglomeraciones.	3. El escenario 2, al considerar dos sorteos fuera de la JPS, implicaría cierto nivel de aglomeración humana, incorporar el cumplimiento de protocolos y se corre el riesgo que, en caso de que haya un alza en los contagios por COVID-19, se deban cancelar los eventos, lo cual significaría pérdida de muchas horas-hombre en términos de contratación administrativa.
4. La contratación para participar en el Festival de la Luz 2020 debe iniciar con la mayor brevedad . <i>La Municipalidad de San José indica que la actividad de se mantiene para el 19 de diciembre, de momento, sin embargo esto puede variar, según el Coordinador del Festival de la Luz, Jorge Arturo Villalobos Loaiza.</i>	4. Si se decide participar en el Festival de la Luz 2020, la JPS tendrá que efectuar una erogación adicional de 80 millones de colones aproximadamente. Lo cual podría comprometer directrices gubernamentales de restricción del gasto público.
5. Promueve una imagen pública responsable por parte de la JPS, como una institución comprometida con la salud pública (de acuerdo con la Misión y la Visión Institucional).	5. Si se deciden llevar a cabo los dos sorteos (Gordito con 175 aniversario + Gordo Navideño), se puede ver seriamente comprometida la imagen institucional por invertir en actividades que pueden comprometer la salud de pública y empañar la celebración del aniversario.
6. Se promueve ante el ojo público (especialmente de medios de comunicación colectiva y vendedores de lotería) un uso racional de los recursos asignados para la celebración del aniversario.	6. Existe el riesgo de exposición ante el ojo público (especialmente de medios de comunicación colectiva y vendedores de lotería) en cuanto al uso de recursos institucionales, considerando la afectación de los ingresos por la supresión de sorteos, producto de la emergencia sanitaria.

Indica la señora Maritza Bustamante que con respecto al escenario No. 1, hay que considerar que lógicamente al ser más costoso los dos eventos podríamos afectar el presupuesto de la unidad de comunicación, también que no se haría un audio visual histórico de la Junta porque sube los costos, podría haber una mala percepción de los vendedores y del público por el gasto extra en que incurre la Junta si se hace los dos eventos, además de que estamos en una época de pandemia.

Con respecto al escenario No. 2, el Comité de imagen también consideró que como era un evento que se da una única vez en el tiempo, el 175 aniversario, si bien es cierto, era más caro, era necesario que la Junta tomara la decisión, si hacia los dos eventos tanto en setiembre para celebrar el 175 y el Gordo Navideño que siempre se ha hecho y de hacerse uno de los lugares más seguros desde el punto de vista sanitario es el Museo de los Niños.

Consulta la señora Presidenta cuánto presupuesto se requiere para el escenario 1 y el escenario 2.

Indica la señora Karen Gómez que el escenario No. 1 con presupuesto solo de Comunicación cuesta 56 millones y el escenario No. 2, cuesta 53 millones, pero en el escenario No. 1 los recursos que se estaban destinando para hacer el Gordito en setiembre se utilizarían para un audio visual básicamente esa es la principal diferencia.

El audiovisual es por un monto de veintisiete millones y consiste en un video de 175 segundos que es toda la línea de tiempo y la exposición virtual con funcionalidad avanzada, multimedia y organizable, esa línea de tiempo que es un material que le queda a la Junta y es una línea de tiempo desde los inicios de la Junta.

Consulta la señora Presidenta si la limitación del audiovisual es porque no hay más recursos.

Manifiesta la señora Karen Gómez que precisamente el presupuesto que tiene aprobado el área de Comunicación no permite hacer las dos actividades la de setiembre y la de diciembre y el audiovisual.

Consulta la señora Presidenta si ese presupuesto no estaba contemplado para realizar la actividad en junio.

Explica la señora Karen Gómez que estaban incorporados cuarenta millones de colones que se le habían trasladado a Mercadeo y que se indican en el escenario 2, sin embargo, como se consideró la idea de realizar la línea de tiempo, implica un monto de veintisiete millones y no alcanzaría el presupuesto. Indica que inicialmente se contaba con un presupuesto de setenta millones, sin embargo, por el tema de reducción del gasto la disposición de la comisión fue reducir gastos y por esto de los setenta millones de colones solo se usarían cincuenta y seis millones con el escenario 1 y cincuenta y tres millones con el escenario 2.

Indica la señora Maritza Bustamante que recomendación de reducir el costo fue del subcomité de asuntos sociales. Consulta si de ser necesario si la Junta Directiva decide en pleno el otro escenario si se podría obtener el dinero para hacer esos tres eventos principales.

Indica la señora Karen Gómez que se si se quisiera hacer digamos Gordito en setiembre, el Gordo Navideño en diciembre y también el audiovisual se necesitaría de un presupuesto de ochenta millones aproximadamente, sin considerar la pauta publicitaria.

Manifiesta la señora Maritza Bustamante que es importante indicar que el 175 aniversario es una conmemoración que no se va a volver a realizar, por lo que se debe valorar si se pierde esa oportunidad o si se aprovecha para destacar a la Junta, pero también con el riesgo que en este momento de pandemia pueda ser cuestionada, sin embargo, una de las ideas que se me viene es sustituir alguna de esas actividades de manera tal que pueda ocuparse todo en el audio y en las dos celebraciones y poder celebrar las dos actividades por aparte.

La señora Karen Gómez presenta la cotización del Jingle el cual tiene un costo de veintitrés millones seiscientos noventa y ocho mil ciento treinta y cuatro colones.

Consulta la señora Presidenta cuando pasaría el jingle.

Señala la señora Karen Gómez que la idea sería solicitar la producción y empezarlo, y se debe de considerar también el tema de pauta que tendría que llevar algo comercial para que Mercadeo pueda ponerlo en pauta.

Señala la señora Presidenta que es importante considera el tema de reducir costos, sin embargo, el hacer los dos eventos implicaría estar mezclando dos temas grandes y totalmente diferentes en un solo evento.

Sugiere la señora Maritza Bustamante que la subcomisión presente una propuesta con tres actividades más fuertes para poder hacer los dos eventos de manera que no se desaproveche la posibilidad de la conmemoración del 175 aniversario de la Institución, buscar otras propuestas de manera tal que no sea tan oneroso pero que se pueda aprovechar las dos oportunidades.

Solicita la señora Presidenta que se presenten las propuestas para valorar las diferentes opciones y que quede claro cuál es el costo de lo que se estaría aprobando en cada una de las opciones.

Se acoge la recomendación y se dispone, conocer el tema nuevamente con las nuevas propuestas de la subcomisión.

Se retira de la sesión la señora Karen Gómez Granados. Se incorpora a la sesión la señora Evelyn Blanco Montero, Gerente de Producción y Comercialización.

CAPÍTULO V. TEMAS DE GERENCIA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

ARTÍCULO 7. Oficio JPS-GG-0531-2020. Adjudicación de la Licitación Pública N° 2020LN-000003-0015600001 por "Producción y transmisión del programa rueda de la fortuna".

Se presenta el oficio JPS-GG-531-2020 del 21 de mayo de 2020, suscrito por la señora Marilyn Solano Chinchilla, Gerente General, en el que indica:

Para estudio y adjudicación de Junta Directiva, se remite oficio suscrito por el Departamento de Recursos Materiales, el cual adjunta lo relacionado a la valoración de los oferentes de la Licitación Pública N° 2020LN-000003-0015600001 por "Producción y transmisión del programa rueda de la fortuna".

Se presenta el oficio JPS-GG-GAF-RM-275-2020 del 20 de mayo de 2020, suscrito por la señora Mary Valverde Vargas, Jefe del Departamento de Recursos Materiales, en el que indica:

Para su estudio y adjudicación por parte de nuestra Junta Directiva de la Licitación Pública N° 2020LN-000003-0015600001 por "Producción y transmisión del programa rueda de la fortuna", se le adjunta la siguiente documentación:

- ✚ Informe de recomendación del Departamento de Mercadeo.
- ✚ Acta de recomendación.
- ✚ Criterio de la Asesoría Jurídica dado en la Plataforma de Compras Públicas SICOP, manifestando que:

"En atención a lo solicitado, se señala que esta Asesoría no tiene objeción legal que hacer al Acta de Recomendación emitida por la Comisión de Licitaciones a las 14 horas del 12 de mayo del 2020, para la Licitación Pública 2020LN-000003-0015600001 Producción y transmisión del programa rueda de la fortuna..."

- ✚ Se cuenta con recursos en la cuenta 1.03.02 publicidad y propaganda según las solicitudes N° 372,373 y 374 por un monto total de ₡ 94.920.000,00 aprobadas por la Unidad de Presupuesto del Departamento Contable Presupuestario el 29 de enero del 2020.

Por lo expuesto y a nuestro criterio, se cumple con los procedimientos establecidos en la Ley y el Reglamento a la Ley de Contratación Administrativa.

La señora Evelyn Blanco realiza la siguiente presentación

**Licitación Pública
2020LN-000003-0015600001**

Producción y transmisión del programa la rueda de la fortuna

Antecedentes

Presupuesto de la Licitación:

- ₡166.110.000,00 (ciento sesenta y seis millones ciento diez mil colones) anuales.
- Se cuenta con un disponible para el año 2020 de ₡ 94.920.000,00, con los cuales se podrían cancelar un total de 32 programas.

Justificación:

- El objetivo primordial es incentivar las ventas del producto Lotería Instantánea.
- El programa se ha innovado y se ha incorporado juegos alusivos a otros productos, como la activación de Lotería Nacional o Lotería Popular. Estas acciones generan valor agregado a los planes de premios, con lo cual, los clientes pueden optar por otras formas de ganar.
- Adicionalmente, el programa Rueda de la Fortuna se ha convertido en una plataforma importante que permite a nuestros consumidores de forma oportuna y precisa obtener información de los diferentes productos que comercializa la Institución, así como giras de venta, promociones, y otras actividades.
- La Rueda de la Fortuna también es por excelencia, el espacio donde se informa sobre la labor social que efectúa la Junta de Protección Social.

EMPRESAS PARTICIPANTES

- La invitación fue cursada automáticamente a 151 proveedores inscritos en SICOP.
- 24 de abril de 2020 se realizó el acto de apertura, recibándose oferta de Televisora de Costa Rica Sociedad Anónima

INFORME DE RECOMENDACIÓN MERCADEO

- La empresa Televisora de Costa Rica Sociedad Anónima cumple con lo solicitado en el cartel.
- Del personal propuesto:

Productor: Vivian Peraza, cuenta con un total de 320.5 horas en la producción de programas de la categoría entretenimiento familiar

Año	Programa	Horas	Total
2015	Dancing with the Stars	24	72
	Tu Cara me Suena	30	
	La Rueda de la Fortuna	18	
2016	Dancing with the Stars	24	58
	Tu Cara me Suena	34	
2017	Dancing with the Stars	24	58
	Tu Cara me Suena	34	
2018	Dancing with the Stars	24	55,5
	Miss Costa Rica	2	
	Tope Palmares	3	
	A Gallo Tapado	7,5	
	Que Buena Tarde	19	
2019	Dancing with the Stars	30	77
	Tu Cara me Suena	37,5	
	Tope Palmares	3	
	Tope San José	3	
	Carnaval San José	3,5	
TOTAL			320,5

- Animadores propuestos: Mauricio Hoffmann y Arie García.

En el caso del señor Hoffmann, en el año 2016 no cumple con la cantidad de programas mínimos solicitados.

Arie García si cumple :

Año	Programa	Cantidad	Total
2016	Rueda de la Fortuna	49	100
	Lotería Nacional	51	
2017	Rueda de la Fortuna	49	100
	Lotería Nacional	51	
2018	Rueda de la Fortuna	48	99
	Lotería Nacional	51	
2019	Rueda de la Fortuna	49	100
	Lotería Nacional	51	
TOTAL			399

- Co-animadores: Thais Alfaro, Nancy Dobles y Keyla Sánchez las cuales cumplen a cabalidad con los requisitos que se solicitaron en el cartel.

SELECCIÓN DE LA CO-ANIMADORA:

La persona que resulta como seleccionada como co-animadora de la Rueda de la Fortuna es la señora Nancy Dobles. Esta elección se basa en las siguientes consideraciones:

Se evaluó a detalle los programas realizados por las tres personas del año 2014 al 2017. Se decidió realizar el análisis considerando esos 4 años por las siguientes razones:

- Las personas sugeridas cumplían con los requisitos mínimos solicitados en el cartel, por lo que ya de previo se evaluó la experiencia de los últimos dos años, es decir, los años 2018 y 2019.
- Se hace un uso eficiente del recurso brindado por el oferente, el cual suministra la información de las tres personas desde el año 2014, por lo que las tres postulantes tienen igualdad de condiciones al momento de realizar dicho análisis.
- Se considera que las personas sugeridas por el oferente cuentan con una amplia experiencia en la televisión, ya que todas poseen un perfil muy completo para el rol de co-animadoras de la Rueda de la Fortuna, por lo que se hace necesario efectuar un examen más detallado de cada una de ellas.

El análisis se basó en identificar cuál de las tres personas sugeridas cuenta con más cantidad de programas realizados del año 2014 al 2017.

- Thais Alfaro**

Cuenta con la mayor cantidad de programas realizados del año 2014 al 2017, se consideró que su perfil, y el del programa en el que participa (Buen día), va más en la línea informativa y periodística, y no tanto en un programa de concursos, como es el caso de la Rueda de la Fortuna; además, en los últimos 6 años no ha tenido participación en ningún programa similar. Por esta razón, se le descartó como co-animadora del programa.

- **Nancy Dobles**

Ha realizado un total de 439 programas del año 2014 al 2017, entre programas informativos y programas de la categoría de entretenimiento. Se muestra el detalle en el siguiente cuadro:

Programa	Año			
	2014	2015	2016	2017
7 Estrellas	48	48	44	-
El Chinamo	13	10	12	-
Festival de la luz	1	1	1	1
Tope Nacional	1	1	1	1
Buen día	-	-	-	256
Total	63	60	58	258
439 PROGRAMAS				

- **Keyla Sánchez**

Ha realizado un total de 349 programas del año 2014 al 2017. Se muestra el detalle en el siguiente cuadro:

Razonabilidad del precio

	Precio por Programa		Promedio	Variación
	REPRETEL 2019LN-000004- 0015600001	TELEICA 2020LN-000003- 0015600001		
Rueda de la Fortuna	₡3 049 205,22	₡2 966 195,00	₡3 007 700,11	1,38%

- Por otra parte, el oferente propone para la transmisión del programa los sábados a las 18:30 horas a través de Canal 7, el cual es un canal de televisión abierta y de cobertura nacional, cumpliendo así con la franja horaria solicitada en el cartel.
- De acuerdo al análisis realizado en la plataforma de Ibope Kantar Media, el rating promedio para hogares total de Canal 7 para el horario de las 18:30 horas a las 19:00 horas (horario propuesto para la transmisión de la Rueda de la Fortuna), es de 14.31 puntos.

Criterio jurídico de la recomendación

En atención a lo solicitado, se señala que esta Asesoría no tiene objeción legal que hacer al Acta de Recomendación emitida por la Comisión de Licitaciones a las 14 horas del 12 de mayo del 2020, para la Licitación Pública 2020LN-000003-0015600001 Producción y transmisión del programa rueda de la fortuna.

Se recuerda que la Asesoría Jurídica ya concurrió con un representante en dicha Comisión, por lo que nuevamente se recomienda eliminar trámites que no aportan valor agregado al proceso

Comentado el tema se acoge la recomendación y se dispone:

ACUERDO JD-398

Se adjudica la Licitación Pública N° 2020LN-000003-0015600001 "Producción y transmisión del programa la Rueda de la Fortuna" a Televisora de Costa Rica Sociedad Anónima, Cédula Jurídica: 3-101-006829, según el siguiente detalle:

Cantidad	Línea	Precio por programa	Precio total
49 emisiones	1	₡2 966 195,00	₡145 343 555,00

De conformidad con lo indicado en los oficios JPS-GG-531-2020 del 21 de mayo del 2020, suscrito por la señora Marilyn Solano Chinchilla, Gerente General, JPS-GG-GAF-RM-0275-2020 suscrito por la señora Mary Valverde Vargas, Jefe del Departamento de Recursos Materiales y anexos, documentos que se incorporan al acta y forman parte integral de este acuerdo.

Plazo de cumplimiento: Inmediato

Comuníquese a la Gerencia Administrativa Financiera y a la Gerencia de Producción y Comercialización. Infórmese a la Gerencia General y al Departamento de Recursos Materiales.

Se incorpora a la sesión la señora Karen Gómez Granados, Jefe a.i. del Departamento de Mercadeo y el señor Osvaldo Soto Salazar, funcionario del Departamento de Mercadeo.

ARTÍCULO 8.

SE MANTIENE CONFIDENCIAL DE CONFORMIDAD CON LO ESTABLECIDO EN EL ARTICULO 6 DE LEY GENERAL DE CONTROL INTERNO, EL ARTICULO 8 DE LA LEY CONTRA EL ENRIQUECIMIENTO ILICITO Y EL ARTICULO 272 Y 273 DE LA LEY GENERAL DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

Se retira de la sesión la señora Marcela Sánchez Quesada.

CAPÍTULO VIII. TEMAS DE AUDITORÍA INTERNA

ARTÍCULO 12.

Oficio JPS-AI-360-2020. Sobre solicitud de copia certificada de expediente de SE MANTIENE CONFIDENCIAL DE CONFORMIDAD CON LO ESTABLECIDO EN EL ARTICULO 6 DE LEY GENERAL DE CONTROL INTERNO, EL ARTICULO 8 DE LA LEY CONTRA EL ENRIQUECIMIENTO ILICITO Y EL ARTICULO 272 Y 273 DE LA LEY GENERAL DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

La señora Presidenta finaliza la sesión al ser las veintiún horas con treinta y un minutos.

*Laura Moraga Vargas
Secretaría de Actas*